

## Der Historiker wird zum Dienstleister

Seit zehn Jahren wird an der Erlanger Universität die Vergangenheit kommerziell erforscht. Ein Tätigkeitsbericht / Von Gregor Schöllgen

Niemand ist ohne Geschichte. Geschichte ist komplex. Geschichte ist die Summe vielschichtiger Vorkommnisse und vielfältiger Wahrnehmungen. Wer um seine Geschichte weiß, ist im Vorteil. Ganz gleich was in dieser steckt. Nichts ist misslicher, als unvorbereitet von der Vergangenheit eingeholt, als von Vorurteilen und Vorbehalten, von Hoffnungen und Erwartungen überrascht zu werden, die sich nun einmal mit der Wahrnehmung des Vergangenen verbinden.

Dem beugen wir vor. Das Erlanger Zentrum für Angewandte Geschichte (ZAG) macht die Geschichte von Individuen und Gemeinschaften sichtbar und so für die Herausforderungen der Gegenwart wie der Zukunft nutzbar. Wir gehen der Geschichte auf den Grund und geben ihr ein Gesicht. Wir zeigen, was in Geschichte steckt. Wir kapitalisieren Geschichte.

Wir verstehen uns als Dienstleister. Unser Angebot ist umfassend. Wir recherchieren die Geschichte von Familien, Unternehmen und Organisationen und schreiben sie auf – derzeit steht zum Beispiel die sechste Darstellung eines Familienunternehmens vor dem Abschluss; wir sichten und ordnen Archive und er-

gänzen sie um Dokumente aller Art – Schriftgut, Bilder, gegebenenfalls auch dreidimensionale Objekte – aus dem In- und Ausland; wir konzipieren und realisieren filmische Dokumentationen und Ausstellungen – so hat das ZAG unter anderem das Konzept für das Dokumentationszentrum auf dem ehemaligen Reichsparteitagsgelände der Nationalsozialisten in Nürnberg geschrieben und seine Umsetzung wissenschaftlich begleitet.

Das ZAG lebt von Aufträgen, und zwar vor allem von Aufträgen aus der freien Wirtschaft. Im deutschen Wissenschaftsbetrieb, jedenfalls im Bereich der Geisteswissenschaften, ist das die Ausnahme. Staatliche Alimentierung ersetzt hierzulande in der Regel die marktgesteuerte Nachfrage. Staatliche Institutionen, wie Lehrstühle oder Institute, werben nicht nur bei anderen staatlichen Institutionen wie der Deutschen Forschungsgemeinschaft Mittel ein, sondern sie wählen ihrerseits auch diejenigen, die über die Vergabe der Mittel und über die Ergebnisse der solchermaßen subventionierten Forschung befinden. Die Möglichkeit oder der Wille, überzeugende Ergebnisse jahrelang subventionierter Forschung einzuklagen oder gar

das Scheitern beziehungsweise Versagen zu sanktionieren, gibt es nicht. Das ist dringend korrekturbedürftig.

Wer sich mit dem, was er als Forscher denkt oder tut, nicht grundsätzlich auch auf dem freien Markt positionieren kann oder will, muss sich die Frage nach der Berechtigung seiner Alimentierung durch die öffentliche Hand gefallen lassen. Das gilt für alle Wissenschaften, auch für



FOTO: PRA/PAZ/ALUCHI

■ *Das Argument, die Annahme von Aufträgen gefährde die Unabhängigkeit der Forschung, sagt vor allem etwas über die Anstrengungen und Erfolge derer aus, die es vortragen*

Gregor Schöllgen

die Geisteswissenschaften. In Aufträgen dokumentiert sich Nachfrage. Eine Institution oder Person, nach deren Leistung lediglich eine Biotop-interne, aber keine Markt-Nachfrage besteht, hat eine fragwürdige Legitimation und kaum eine Zukunft.

Das festzustellen heißt nicht, der unbedingten und bedingungslosen Vermarktung das Wort zu reden und unter dem fadenscheinigen Vorwand überfälliger Aufklärung an der hemmungslosen Kommerzialisierung sensibler oder brisanter The-

men, wie namentlich des Dritten Reiches, teilzunehmen. Es heißt auch nicht zu fordern, dass sich der Hochschullehrer vorwiegend oder gar ausschließlich auf dem freien Markt profilieren und behaupten müsse; namentlich die Lehre bleibt eine wichtige Aufgabe – und eine große Herausforderung. Aber es heißt zu verlangen, dass er grundsätzlich die Fähigkeit und die Bereit-

ja nicht beim Auftraggeber, sondern beim Auftragnehmer, also in diesem Falle beim Forscher. Daher ist es auch gleichgültig, ob ein Auftrag durch eine öffentliche Institution, zum Beispiel durch ein Ministerium wie das Auswärtige Amt oder eine Kommune wie die Stadt Nürnberg, vergeben wird oder ob eine Familie oder ein Industrieunternehmen, also ein privater Kunde, der Auftraggeber

für die Vergabe und die Durchführung des Auftrags definieren. In dieser Hinsicht befindet sich das Zentrum für Angewandte Geschichte in der gleichen Situation wie andere Dienstleister auch, also ein Installateur, ein Software-Provider, ein Fußballverein – oder auch eine naturwissenschaftliche, technische oder medizinische Einrichtung der Universität, die Aufträge privater Kunden abwickelt.

Wenn ein Kunde – zum Beispiel ein Familienunternehmen – gewisse Aspekte aus dem Innenleben der Eigentümerfamilie nicht veröffentlicht sehen will, akzeptieren wir das – vorausgesetzt, besagte Details sind für die angemessene Durchführung des Auftrags, in diesem Falle die korrekte Darstellung der Unternehmensgeschichte, verzichtbar. Wenn sich hingegen ein Auftraggeber – zum Beispiel ein Nachrichtendienst – nicht dazu durchringen kann, uns umfassende Akteneinsicht zu garantieren, akzeptieren wir das nicht. Auch dann nicht, wenn uns wie in diesem Fall ein lukrativer Auftrag durch die Lappen geht.

Natürlich setzen wir während unserer Arbeit auf die umfassende, kritische, kommentierende Begleitung und Unterstützung durch den Auf-

traggeber. Im Übrigen kann er das Ergebnis unserer Arbeit als Ganzes ablehnen oder annehmen. Eine Einflussnahme auf die historisch-politische Einordnung oder Interpretation hat der Auftraggeber nicht. Das lassen wir uns auch vertraglich zusichern. Umgekehrt erheben wir keinen Anspruch auf die Veröffentlichung unserer Ergebnisse. Wir können auch nicht erkennen, wie das gelegentlich gefordert wird, dass die Öffentlichkeit einen solchen Anspruch hätte. Das gilt jedenfalls für einen privaten Auftraggeber, und auch in dieser Hinsicht unterscheiden sich das Selbstverständnis und das Vorgehen eines geisteswissenschaftlichen Auftragnehmers der Universität nicht von denen eines technischen, medizinischen oder naturwissenschaftlichen: Wir sind Dienstleister.

*Gregor Schöllgen (57) ist Professor für Neuere Geschichte an der Universität Erlangen und Direktor des dortigen Zentrums für Angewandte Geschichte (ZAG). Das ZAG nahm vor zehn Jahren seine Arbeit auf, ist jedenfalls im deutschsprachigen Raum eine einmalige Institution und versteht sich nicht nur als Forschungseinrichtung, sondern auch als Ort des Diskurses.*

ist. Dass die eine wie der andere mit ihrem Auftrag ein bestimmtes Interesse verfolgt, liegt auf der Hand und ist legitim.

In unserer Unabhängigkeit fühlen wir uns dadurch nicht eingeschränkt. Dass wir an dieser interessiert sein müssen, um unseren Ruf nicht zu ramponieren und einen nächsten Auftrag, von welcher Seite auch immer, zu verspielen, liegt in der Logik dieser Art von Dienstleistung. Wir nehmen ja auch nicht jeden Auftrag an. Natürlich kann ein Kunde Wünsche und Bedingungen