

Cora Bender; Ehler Voss; Godwin Kornes; Matthias Krings; Bernhard Streck; Cordula Weißköppel; Hansjörg Dilger; Birgit Bräuchler; Johannes Paßmann; Juliane Karakayali; Marianne Bechhaus-Gerst; Mita Banerjee

Debatte: Die unerträgliche Leichtigkeit des Lokalen. Der Streit um das Firmenlogo des Mainzer Dachdeckerbetriebs Neger. Revision einer Debatte 2018

<https://doi.org/10.25969/mediarep/13894>

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Bender, Cora; Voss, Ehler; Kornes, Godwin; Krings, Matthias; Streck, Bernhard; Weißköppel, Cordula; Dilger, Hansjörg; Bräuchler, Birgit; Paßmann, Johannes; Karakayali, Juliane; Bechhaus-Gerst, Marianne; Banerjee, Mita: Debatte: Die unerträgliche Leichtigkeit des Lokalen. Der Streit um das Firmenlogo des Mainzer Dachdeckerbetriebs Neger. Revision einer Debatte. In: *Zeitschrift für Kulturwissenschaften*. Homo Faber, Jg. 12 (2018), Nr. 2, S. 177–221. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/13894>.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:hbz:6:3-zfk-2018-22405>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Nicht kommerziell - Keine Bearbeitungen 4.0 Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution - Non Commercial - No Derivatives 4.0 License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>

Die unerträgliche Leichtigkeit des Lokalen. Der Streit um das Firmenlogo des Mainzer Dachdeckerbetriebs Neger Revision einer Debatte

Cora Bender und Ehler Voss

Ernst Neger (1909-1989) war als »singender Dachdecker« ein sogenanntes Mainzer Original und mit dem für ihn geschriebenen Karnevalslied *Humba Täterä* weit über seine Heimatstadt hinaus bekannt. Er führte in den 1950er Jahren ein Logo für seinen Dachdeckerbetrieb ein, das seinen Nachnamen – und den Namen seines Betriebs – mit der stereotyp exotisierenden Stilisierung einer Schwarzen Person verband. Bereits in den 1970er Jahren wurde erste Kritik an dem Logo als Reproduktion rassistischer Stereotype laut, doch erst Ende 2013 begann diese Kritik in einer breiteren Öffentlichkeit diskutiert zu werden. Die Firma gehört inzwischen Karl-Christian Neger, dem Enkel von Ernst Neger, der das Logo weiterhin verwendet – ebenso wie Thomas Neger, ein weiterer Enkel, der einen eigenen Betrieb für Metallsysteme und -bedachungen gegründet hat und als mittelständischer Unternehmer, Lokalpolitiker und Karnevalsmusiker wie sein Großvater einen hohen lokalen Bekanntheitsgrad genießt. Wie persönlich die Familie Neger ihr Logo nimmt, lässt sich daran ablesen, dass es auch auf dem Grabstein des Firmengründers verewigt wurde. Wie persönlich viele Mainzer*innen das Logo nehmen, wurde deutlich, als die Kritik sich im Verlauf der Debatte auf die Forderung zuspitzte, es abzuschaffen. Die teilweise äußerst feindselig geführte Auseinandersetzung um die bis heute erfolglose Forderung schlug hohe Wellen und wurde eine Zeitlang auch von überregionalen und internationalen Medien rezipiert. Das Mainzer Institut für Ethnologie und Afrikastudien der Johannes Gutenberg-Universität

klinkte sich in diese Diskussion mit Stellungnahmen und Analysen ein, woraufhin einige der Mainzer Ethnolog*innen zu Protagonist*innen der Debatte und als solche selbst zur Zielscheibe massiver Kritik von verschiedenen Seiten wurden. In fachinternen Diskussionen spiegelte sich die dadurch entstandene schwierige Position in Debatten über die Rolle der Ethnologie in der Öffentlichkeit wider.

Doch nicht nur die Ethnologie ist in öffentliche Debatten über Rassismus involviert, auch andere Wissenschaften widmen sich diesem Thema. Deswegen möchten wir die innerethnologischen Diskussionen über das Logo etwas verallgemeinerter als Diskussion über Sozial- und Kulturwissenschaften in der Öffentlichkeit aufgreifen und in den größeren Zusammenhang der klassischen und anhaltend kontroversen Verhandlung des Verhältnisses von Kulturrelativismus und Aufklärung stellen, zu dem die Redaktion Siegen/Nordwest der Zeitschrift für Kulturwissenschaften vor knapp zwei Jahren einen gleichnamigen Internet-Blog initiiert hat. Hier haben sich Fachvertreter*innen unterschiedlicher sozial- und kulturwissenschaftlicher Disziplinen über die Grundlagen, Möglichkeiten und Grenzen einer sich öffentlich einmischenden Ethnologie bzw. Kulturwissenschaft geäußert (Antweiler/Voss/Zillinger 2016). Dabei kam jedoch die erhoffte ausführliche Erörterung aktueller Fälle etwas zu kurz. Dem wollen wir abhelfen und greifen hier mit der Debatte um das Logo der Dachdeckerfirma ein Beispiel auf, das im Blog *Kulturrelativismus und Aufklärung* nur kurz angerissen wurde und bis dahin nur wenig

aufgearbeitet war. Es erscheint uns sehr geeignet, die Frage nach der gesellschaftlichen Relevanz und Rolle sowie den Möglichkeiten einer öffentlichen Positionierung der Kulturwissenschaften beispielhaft und ausführlich aus unterschiedlichen Perspektiven zu diskutieren.

Wir baten Godwin Kornes, der als Mitarbeiter des Mainzer Instituts für Ethnologie und Afrikastudien an der Debatte teilnahm, ihren Verlauf zu rekonstruieren. In der Zwischenzeit hat er einen ausführlicheren Beitrag in der Zeitschrift für Ethnologie veröffentlicht, in dem er die Debatte auch theoretisiert und kommentiert (Kornes 2017). Für die vorliegende Diskussion hat er einen auf Kommentierungen weitgehend verzichtenden und chronologischen Abriss der Debatte verfasst, den wir an zahlreiche Sozial- und Kulturwissenschaftler*innen versendet haben. Der Debattenteil in der Zeitschrift für Kulturwissenschaften hat üblicherweise einen Text mit einer kontroversen These zur Grundlage und wird dann von verschiedenen Beiträger*innen kommentiert, worauf abschließend noch einmal geantwortet wird – dieser Teil *produziert* also in der Regel eine Debatte. Im vorliegenden Fall ist die Debatte schon gelaufen bzw. zum gegenwärtigen Zeitpunkt weitgehend zum Erliegen gekommen. Daher ist das, was wir hier präsentieren, die *Debatte einer Debatte* bzw. vielmehr die *Revision einer Debatte* aus sozial- und kulturwissenschaftlicher Perspektive. Wir als moderierendes Team interessieren uns unter anderem für die Allgemeinheit dieses lokalen Falls und haben hierzu die leitende Frage gestellt: *Wofür ist diese Debatte ein Beispiel?*

Die Kommentator*innen fanden auf diese Frage vielfältige Antworten aus unterschiedlichsten disziplinären Perspektiven. Der damals persönlich in die Debatte involvierte Mainzer Ethnologe Matthias Krings sieht in ihr ein Beispiel für Identitätspolitik. Anhand seiner eigenen Erfahrungen analysiert Krings ausführlich ihre Effekte, die am Ende alle Beteiligten, ihn selbst eingeschlossen, beschädigt zurücklassen. Der

Ethnologe Bernhard Streck sieht in der Debatte ein Beispiel für übertriebene öffentliche Aufregung. Es geht seiner Ansicht nach letztlich um eine unhintergehbare und immer mit Verzerrungen verbundene kategoriale Fremdwahrnehmung. Verzerrte Darstellungen des Anderen sind ihm zufolge Teil jedes Fremdkontakts und an sich nicht weiter schlimm, vor allem, wenn sie, wie hier, unwissend und nicht in böser Absicht geschähen. Die Afrikanistin Marianne Bechhaus-Gerst erkennt in der Debatte die mediale Allgegenwart und Hartnäckigkeit von Alltagsrassismen und die entsprechenden überregionalen argumentativen Abwehrstrategien der Banalisierung und Lokalisierung, die verhindern, dass Alltagsrassismen verschwinden. Für den Ethnologen Hansjörg Dilger ist die Debatte ein Beispiel, das die Notwendigkeit einer öffentlichen Wissenschaft zeigt, und er geht der Frage nach, wieso diese eher selten explizit in öffentliche Kontroversen eingreift und dadurch »auffällig abwesend« ist. Die Ethnologin Cordula Weißköppl sieht in der Debatte ein Beispiel für eine gelungene und notwendige öffentliche Intervention eines ethnologischen Instituts und spendet dem Mainzer Institut den Applaus, den es ihrer Meinung nach von der Öffentlichkeit nicht erwarten kann. Die Soziologin Juliane Karakayali versteht die Debatte als ein Beispiel für die Schwierigkeit, wissenschaftliche Wahrheiten durchzusetzen. Sie reflektiert dabei über die soziale Konstruktion von Wahrheit und plädiert dafür, Hochschulen als zentrale Orte gesellschaftlicher Veränderungen ernst zu nehmen. Die Ethnologin Birgit Bräuchler nimmt die Ambivalenzen öffentlicher medialer Diskussionen in den Blick, sowie die damit verbundenen Effekte auf soziale Protestbewegungen, die an der Bloßstellung von Verharmlosungen stereotypischer Fremddarstellungen arbeiten und dabei mit der Vernetzung politischer und religiöser Radikalisierung wetteifern müssen. Die Ambivalenz wird auf eine neue Ebene gehoben, indem das einstige »Befreiungsmedium« Internet nun zu einem Raum geworden ist, in dem sich neue »Wellen

ungebremster Hasstiraden« verbreiten können. Für den Medienwissenschaftler Johannes Paßmann ist die Debatte und ihr Ausgang ein typisches Beispiel für den Ablauf eines Social-Media-Shitstorms im Jahr 2015, was er anhand eines Vergleichs zu einem anderen Shitstorm verdeutlicht, an dem er selbst beteiligt war. Für ihn zeigt sich darin, »wie Anti-Rassismus im Internet um 2015 seine Strategien erst noch ausprobieren und finden musste«. Die Amerikanistin Mita Banerjee verallgemeinert den Fall vor dem Hintergrund einer eigenen einschneidenden Kindheitserfahrung in der Mainzer Fastnacht und eines globalen *backlash* gegen antirassistische Sprachkritik und zieht dabei Verbindungslinien zwischen dem Klima in Mainz und dem in den USA unter Präsident Donald Trump. So gesehen wird die immer wieder zu hörende Beschwichtigung, es sei ja gar nicht böse gemeint, zum Totschlagargument. Aus diesem Grund sollte sich eine Kritik, wenn sie erfolgreich sein wolle, nicht gegen die Identität eines Akteurs (in diesem Falle Thomas Neger, zudem unter Auslassung von Karl-Christian Neger, der das gleiche Logo verwendet) richten, sondern müsse zur Kritik an der Warte (»*social location*«) werden, von der aus gesprochen wird – und da diese besetzt bleibt, bleibt auch die Notwendigkeit bestehen, den Streit fortzuführen.

Als Moderierende bedanken wir uns herzlich bei den Beitragenden und freuen uns über die Vielfalt der Einschätzungen. Wie Mita Banerjee sind wir der Meinung, dass für die Kulturwissenschaften die Debatte um das Logo auch und gerade nach ihrem Ende als »Medienschlacht« und »Shitstorm« nicht aufhören, sondern im Gegenteil erst richtig anfangen sollte. Wir möchten hier die Gelegenheit nutzen, einige unseres Erachtens offene Fragen, Einwände und auch weitergehende Perspektiven zu formulieren. Denn die Debatte, die wir hier führen, ist ihrerseits natürlich auch ein Beispiel – unter anderem dafür, wie eine interdisziplinär diskutierende Kulturwissenschaft im Jahr 2018 versucht, sich über ihre »komplizierten«

(Paßmann), das heißt komplexen, mehrmals gebrochenen Perspektiven und ihre Vermittlung in den öffentlichen Diskurs zu verständigen.

Dazu gehört die Reflexion über die eigene Situiertheit und die persönlichen Erfahrungen, die im Grundlagentext von Godwin Kornes und in einigen Kommentaren eindringlich beschrieben sind (vgl. Krings, Banerjee). So müssen wir etwa beachten, dass Godwin Kornes den Fall nicht ethnographiert hat, sondern ihn aus seiner involvierten Perspektive rekonstruiert. Involvierte Perspektiven sind in der Regel weniger dazu geeignet, eine Landschaft widerstreitender Stimmen zu schildern, verdeutlichen dafür aber besonders gut und oft implizit Fragen der persönlichen Handlungsmacht und subjektiven Entscheidungsbegründungen, welche ethnographisch-distanziertere Berichte nur schwer rekonstruieren können. Damit fordern sie allerdings beim Publikum auch einen problematischen Reflex heraus, dem sich die ethnographische Beschreibung zumeist erfolgreich entziehen kann: die immer auch als Vorwurf funktionierende Frage, »warum« jemand so und nicht anders entscheidet und handelt, die in einer Ethnographie in der Regel durch entsprechend dichte Rekonstruktionen von Handlungsumständen beantwortet wird. Bevor wir am Schluss unserer Revision wieder auf die Frage der persönlichen *agency* zurückkommen, wollen wir hier erst noch einige weitere Kontextualisierungen von Stimmen und Argumenten vornehmen. Zur Situiertheit der vorliegenden Debatte ist desweiteren noch hinzuzufügen, dass an ihr nur Sozial- und Kulturwissenschaftler*innen beteiligt sind, die dabei über die Rolle ihrer Disziplinen in der Öffentlichkeit diskutieren. Die gesammelten Beiträge sind daher nicht – und das können und sollen sie auch nicht sein – repräsentativ für die Vielzahl akademischer und nicht-akademischer Stimmen, die in diese Kontroverse involviert waren und sind. Aufgrund unserer Frage, wofür diese Debatte ein Beispiel sein kann, produzieren diese hier versammelten Texte selbst

jeweils Typisierungen, die auf einer gemeinsamen Grundlage aufbauen und sich so als Dokumentation einer Dokumentarischen Methode erweisen, die sich nach Harold Garfinkel (1967) in ihrem Vermögen nicht von alltagssoziologischen Praktiken unterscheidet.

Aber auch unsere disziplinäre Verstrickung in Fremdheitsdiskurse spielt in der Debatte eine Rolle und muss hier mitgedacht werden. So hatte etwa die Ethnologie einen entscheidenden Anteil an der Konstruktion und Etablierung der Rassenlehre. Gleichzeitig aber hatte die Ethnologie etwa durch Franz Boas und seine Schüler*innen entscheidend dazu beigetragen, den Rassebegriff zu zerlegen. Auch wenn dies in der Gegenwart bestätigt wird durch eine Genetik, die die Rassenlehre endgültig erledigt hat, verschwinden damit nicht zwangsläufig rassistische Argumentationsfiguren, denn immer häufiger wird der Begriff der Rasse einfach durch den der Kultur ersetzt und dieser mit ähnlichen Attributen versehen. Auf diese Weise tauchen rassistische Inhalte heute immer öfter im Gewand kulturalistischer Argumentationsfiguren auf.

Die Ethnologie hatte ebenfalls entscheidenden Anteil an der Konstruktion und Etablierung des Begriffs Kultur, durch den – in expliziter Abgrenzung zur Rassenlehre – menschliches Verhalten der Natur enthoben und als kontingent und gleichwertig betrachtet werden konnte, dabei aber häufig mit der Vorstellung einer Abgeschlossenheit, Homogenität und Zeitlosigkeit verbunden wurde, die einem dem Rassismus vergleichbar argumentierenden Kulturalismus eine Grundlage bietet. Gleichzeitig hat die Ethnologie aber auch entscheidenden Anteil daran, derartige Vorstellungen von das Verhalten determinierenden ›Containerkulturen‹ aufzulösen, indem sie den ›unreinen‹ Collageneigenschaften und die Prozesshaftigkeit von Kultur herausstellte und damit als abgeschlossen verstandene Kulturen ebenso wie schon menschliche Rassen als letztlich illusionäre Konstrukte entlarvte, ohne dabei jedoch die Realität und Wirkmächtigkeit solcher Konstrukte zu negieren und ohne sich solchen

kategorialen Konstrukten selbst entziehen zu können. Das zeigen zum Beispiel die Dynamiken, die sich bei einem solchen öffentlichen Streit wie dem um das Mainzer Logo ergeben, wenn aus unvermeidlich und allgegenwärtig hybriden Identitäten einzelne Elemente herausgegriffen und stark gemacht werden, sodass es zur Konfrontation eindeutiger Identitäten kommt, statt die immer vorhandene Hybridität bzw. allgemeine Unreinheit zu betonen und darüber zu einer Verständigung zu gelangen (wie etwa Matthias Krings in seinem Beitrag deutlich gemacht hat).

Damit wären wir bei der Frage nach den von Bernhard Streck ins Spiel gebrachten kategorialen Fremdwahrnehmungen. Mit Alfred Schütz bezeichnet Streck diese als »immer interessengeleitet«, weswegen sich »Fehlinterpretationen« in der Fremdwahrnehmung und Fremddarstellung »kaum vermeiden« ließen. Dieses Argument ist interessant weiter zu diskutieren, da es die in der Ethnologie zentrale, aber auch in anderen Sozial- und Kulturwissenschaften wichtige Diskussion um die Möglichkeiten und Grenzen eines Fremdverstehens ins Spiel bringt, läuft unserer Meinung nach aber in die falsche Richtung, wenn es wie in Streck's Kommentar mit einer eigentümlich ins Positive gedrehten Naturalisierung eines Ethnozentrismus verbunden wird: »Es gehört zum unentrinnbaren Erbe der Natur, dass auch Kultur das Eigene dem Fremden vorzieht« (Streck). Die apodiktische Wortwahl (»kaum vermeidbar«, »unentrinnbar«, »Erbe«, »Natur«), die für uns in ihrer proklamierten Eindeutig- und Einseitigkeit so gar nicht zu unserer Interpretation einer »Fröhlichen Wissenschaft Ethnologie« passen will (Streck 1997; Voss 2005), halten wir für problematisch, denn sie suggeriert, dass sich jede weitere kritische Diskussion von Ethnozentrismus und Exotismus erübrigt. Hier fehlt uns die Berücksichtigung der Relativität, Verwobenheit und Ambivalenz von Eigenem und Fremdem als entscheidende Einsicht der Ethnologie und damit auch die Berücksichtigung einer Bevorzugung des Fremden, die zum Beispiel

vielen Menschen bis heute Anlass zum Studium der Ethnologie bietet und die der Bevorzugung des Eigenen gegenübersteht (Kohl 1979). Die Ambivalenz im Umgang mit dem als fremd Kategorisierten äußert sich nicht nur in der Ethnologie zwischen »Abwehr und Verlangen« (Kohl 1987), aber hier eben besonders explizit: Wir denken, dass Ethnolog*innen und Kulturwissenschaftler*innen jeder Generation neu für sich bestimmen müssen, wie diese Ambivalenz sich für sie und ihr Fach gestaltet, und wie sie sich zu ihr stellen. Paul Bohannon und Dirk van der Elst (2003) beispielsweise bezeichnen die Ethnographie als »besten Impfstoff« gegen die Heimsuchung des Ethnozentrismus in komplexen Gesellschaften. Den Ethnozentrismus nur im Zeichen des »Unentrinnbaren« zu kommentieren, läuft Gefahr, die eigene Deutungsmacht dem Populismus des »einfacheren Arguments« (Paßmann) zur Verfügung zu stellen und das Ressentiment naturalistisch zu legitimieren.

Fremdkategorisierungen lassen sich nicht alle über den gleichen Kamm scheren, sie sind nicht alle gleich und erst recht nicht gleichwertig. Auch ohne der Heilerwartung anzuhängen, dass es eine Welt ganz ohne Stereotypisierungen geben könnte, ist es vor dem Hintergrund der Auswirkungen, die stereotype Fremdwahrnehmungen auf die Typisierten haben können, notwendig, jedes Stereotyp sorgfältig zu prüfen und, wenn nötig, ihm den Boden zu entziehen. Bei den stereotypen Verbildlichungen des hier verhandelten Begriffs, die für eine lange Tradition von rassistischer Verhöhnung, Unterdrückung, Versklavung und Ermordung von Menschen mit dunkler Hautfarbe stehen, ist diese Notwendigkeit offensichtlich – egal wie unbedarft die Beteiligten agieren mögen.

Aber was wird in der Analyse dieses Falles aus der selbstgewählten hermeneutischen Aufgabe der Ethnologie? Wie begegnen wir als Sozial- und Kulturwissenschaftler*innen mit einem gesellschaftlichen Bildungsauftrag (Weißköppl) jemandem wie Thomas Neger, dem man vielleicht Ignoranz, aber nicht

unbedingt böswillige Absicht nachweisen kann? Ist er nicht einfach jemand, der das eigene Stigma (»Ich wurde jahrelang mit meinem Namen gehänselt«) offensiv zu einem Vorteil für sich wendet? Sollte man ihn »verstehen« und für ein Verständnis seiner Sicht plädieren?

Problematisch findet die Amerikanistin Mita Banerjee eine Situation, in der sich der Widerstand gegen kolonialistische Bilderwelten »vorranging um Identitäten formiert«. Dürfen nur solche Menschen Kritik an einer Darstellung äußern, die davon unmittelbar »betroffen« sind? Ist eine solidarische Entrüstung gleichzusetzen mit einer Fürsprecherrolle für Marginalisierte, die Matthias Krings für überholt hält? Sind wir als Sozial- und Kulturwissenschaftler*innen Experten oder Richter, das heißt Ratgeber oder Entscheider (vgl. Krings)? Was ist mit unserer Parteilichkeit: Ist die Aufgabe, als Übersetzer*innen, Unterstützer*innen und Fürsprecher*innen von Marginalisierten und Benachteiligten zu fungieren, auch dann überkommen, wenn diese nicht, wie Krings es für den hier diskutierten Fall konstatiert, in der Lage sind, sich selbst Gehör zu verschaffen und etwa Opfer von Krieg und Gewalt sind (vgl. Sanford/Angel-Ajani 2006)? In Nordamerika zumindest fordern Indigene diese Rolle von Ethnolog*innen vehement ein und eine *Engaged Anthropology* hat dort zu einer erhöhten öffentlichen Sichtbarkeit und Wirksamkeit der Ethnologie beigetragen (Low/Merry 2010).

Aber woran messen wir Erfolg und Misserfolg sozial- und kulturwissenschaftlicher Öffentlichkeitsarbeit (vgl. Weißköppl)? Wie gehen wir damit um, wenn, wie im vorliegenden Fall, der vernünftige und angemessene Weg nicht beschritten wird? Ist diese Arbeit dann gescheitert? Und was ist zu den tatsächlichen Spielräumen eines akademischen Fachs zu sagen, wenn nicht nur »fehlende Gratifikationssysteme« für »öffentliche Wissenschaft« (Dilger) zu beklagen sind, sondern im Gegenteil sogar genau solche Tätigkeiten zu einem Ausschlusskriterium werden können, wenn, wie etwa in

Bayern, bei der Einstellung in den öffentlichen Dienst der *Fragebogen zur Prüfung der Verfassungstreue*, der bei jeder Einstellung in den öffentlichen Dienst (und auch bei der Vertretung von Ethnologieprofessuren) ausgefüllt werden muss, nach einer Mitgliedschaft in der *Arbeitsgemeinschaft Cuba Sí* oder der *Vereinigung der Verfolgten des Naziregimes – Bund der Antifaschistinnen und Antifaschisten* (VVN-BdA) fragt? Wie ist es zum Beispiel unter solchen Bedingungen möglich, ethnographisch in politischen Bewegungen zu arbeiten und damit auch dem von Birgit Bräuchler benannten Desiderat abzuhelpfen, dass wir von den ›Betroffenen‹ wenig und nur in »entpersonalisierter Weise« hören? Und wenn wir in politischen Bewegungen arbeiten, was können unsere Forschungen ihnen an Wissen und Erfahrungen hinzufügen, und wie sind wir mit den Erfolgen solcher Bewegungen verknüpft (vgl. Bräuchler)? Johannes Paßmann zeigt hier ein Problem auf, das die Anti-Rassist*innen mit den Sozial- und Kulturwissenschaften als Ganzes teilen: Sie werden in polemisierten Streits sehr schnell zur »Fraktion des komplizierteren Arguments« abgestempelt, das in Ambivalenzen und Komplexitäten endet oder gar eine »Perspektivübernahme des ›Gegners‹ verlangt« (Paßmann), wobei der Gegner sich oft als geschickter erweist, in die Rolle des Anderen zu schlüpfen und sich vom Diskriminierenden zum Diskriminierten zu wandeln, wenn auch nicht mit der Absicht, den Anderen zu verstehen (vgl. Bechhaus-Gerst). Eine solche Front zwischen Anti-Rassismus und Anti-Intellektualismus wurde auch in der #MeTwo-Debatte 2018 reaktiviert, dabei von den Aktivist*innen aber erfolgreicher überbrückt als bei dem Streit um das Mainzer Logo: »Bei #MeTwo gibt es keinen personalisierten Gegner, es gibt nur viele einzelne Fälle, die nachvollziehbar machen, was Alltagsrassismus bedeutet.« Dadurch werde, so Paßmann, bei Nutzer*innen das bewirkt, was in der Auseinandersetzung um das Mainzer Logo nicht erreicht werden konnte: eine Perspektivübernahme, das heißt Reflexivität.

Der Beitrag von Bernhard Streck thematisiert die Frage, wie wir als Sozial- und Kulturwissenschaftler*innen allgemein mit Mimesen, mit Übernahmen, Anverwandlungen, Aneignungen und Reenactments umgehen sollten. Ohne uns mit Streck abschließend und in diesem Fall den Rassismus des Logos verharmlosendem ›Viel Rauch um nichts‹ Verdikt zufrieden zu geben, bleibt die Frage offen, wo die Grenze zwischen der Revision einer traditionell seit der Antike verfemten Volkskultur lustvoller transgressiver Nachahmung (vgl. Auerbach 1946; Hutnyk und Rao 2005; Köpping 2000; Dreschke et al. 2016) und einer notwendig parteiischen »interrogation« (Mullings 2005) von Strategien einer »hostile mimesis« (Bender 2012) als kolonialer Vereinnahmung und Kriegspraxis ist? Was wäre der Preis einer allgemeinen, politisch und historisch motivierten Ablehnung mimetischer Praktiken etwa des Karnevals und der kulturellen Umkehr, in dessen Kontext unter anderem auch Ernst und Thomas Neger agieren? Laufen die Sozial- und Kulturwissenschaften hier Gefahr, in das Erbe einer protestantischen Abbildkritik und moralisch begründeten Mediendiätetik einzutreten?

Dabei geht es – auch – um die Einordnung und Bewertung einer prinzipiell schwer einzuordnenden Klasse von Praktiken. Mimesen sind, wie zum Beispiel auch Trophäen (Bender 2012), transgressiv: Sie überschreiten die Grenzen zwischen dem Eigenen und dem Anderen, dem Vertrauten und dem Fremden, dem Schicklichen und dem Unanständigen und sind dabei trotz ihres rebellischen Potenzials (Bender 2015) immer auch anfällig für eine Indienstnahme durch Herrschaft. Wo Mimesen auftauchen, wird die Frage nach der Macht und ihrer Begrenzung bzw. Begrenztheit gestellt. Dabei ist es, wie wir weiter oben argumentiert haben, unserer Ansicht nach irreführend, eine Ablehnung des Fremden und ein gleichzeitiges Vorziehen des Eigenen zum vermeintlich »unent-rinnbaren Erbe der Natur« zu zementieren. Es wäre ebenso irreführend, das Gegensatzpaar fremd/eigen

für erledigt zu erklären, nur weil sich dann leichter ein kulturpolitischer Konsens herstellen lässt. Es ist, und das hat eine inversive Ethnologie in der Tradition von Fritz Kramer und anderen immer wieder betont, vielmehr das enervierende Wechselspiel von Fremdem und Eigenem, das unauflösbar ist. Dabei sind die Kategorien fremd/vertraut, eigen/anders relational, das heißt kulturell konstituiert und damit ihre Definitionen historisch und sozial situiert. Für Deutschland ist dies sinnfällig am Beispiel der Ethnologie im Nationalsozialismus zwischen »Lebenslust und Fremdenfurcht« (Hauschild 1995) aufgespannt worden. Hier wird nochmals deutlich: Die Vernichtung des Fremden, wie sie im Kolonialismus angelegt ist und im Nationalsozialismus kulminierte, ist kein Überbleibsel einer wie auch immer gearteten barbarischen oder primitiven Vergangenheit. Die Vernichtungsdrohung an das Fremde ist historisch und politisch situiert und fest mit der Geschichte der Moderne verbunden. Die von den »Modernen« als »Primitive« Veränderten vernichten das Fremde nicht, sondern heiraten es oder leben es in Besessenheitskulten aus.

In dieser distanzierten Perspektive wird auch die weiter oben schon angesprochene problematische Frage nach der persönlichen *agency* unter den Bedingungen von Rassismus und Fremdenhass deutlich, das heißt im vorliegenden Fall die Frage nach der Legitimation von Entscheidungen und Handlungen unter den Bedingungen einer, wie die Ereignisse von Chemnitz 2018 gerade wieder zeigen, seit 1945 nicht wirklich ausgeräumten Vernichtungsdrohung an die Adresse des »Fremden«. Sie betrifft auch die Entscheidung von Thomas Neger, durch alle Debatten hinweg an dem Logo seines Großvaters festzuhalten, anstatt es »einfach« aufzugeben und die Kultivierung der Assoziation seines Namens mit Schwarzen Menschen zu beenden. Diese Entscheidung finden wir im Nachhinein durch Godwin Kornes' Darstellung und auch die Kommentare der anderen Autor*innen nicht hinreichend kontextualisiert, sie bleibt als moralischer Vorwurf offen. Um

uns als Moderierende einen persönlichen Eindruck von der involvierten Perspektive Thomas Negers zu machen, sprach Ehler Voss im Sommer 2018 mit ihm am Telefon. Insbesondere interessierte uns, was denn in Anbetracht des heute immer noch in Mainz präsenten Logos bei dessen anvisierter Überarbeitung durch »eine schwarze Design-Studentin« herausgekommen war, die 2015 seinen Aussagen nach einen »zeitgemäßen Kompromiss für beide Seiten« habe finden wollen (vgl. Kornes). Thomas Neger berichtete, dass sie sich vier- bis fünfmal getroffen hätten. Sie habe mehrere Alternativen entworfen, dann aber selbst eingesehen, dass das »nicht so einfach« sei. Es sei nichts Annehmbares dabei herausgekommen und sie hätten das Vorhaben dann gemeinsam aufgegeben. Das sei schade, denn er hätte einen guten Vorschlag sehr gerne adaptiert. Den Namen der Studentin wisse er nicht mehr, das sei ja nun auch schon lange her. Aber der Kontakt sei damals sehr freundlich abgelaufen. Die Idee, die Rolle der Ethnologie in der Öffentlichkeit an dem Beispiel des Logos zu diskutieren, begrüßte er. Ethnologie schien für ihn gleichbedeutend mit der ethnologischen Studentenschaft zu sein, von der das Ganze damals ausgegangen sei. Diese sei lieber gleich an die Öffentlichkeit gegangen, anstatt mit ihm persönlich zu reden – und was dabei herausgekommen sei, wüssten wir ja alle. Die Ethnologie könne daher diesbezüglich noch Einiges lernen. Die Frage, ob es denn weiterhin Überlegungen gebe, das Logo zu ändern, verneinte er, das Thema sei für ihn abgeschlossen und er bitte um Verständnis, dass er sich dazu nun auch nicht weiter äußern wolle.

Der Verlauf der Debatte und dieses Gespräch knapp drei Jahre nach ihrem scheinbaren Ende verweisen unserer Ansicht nach darauf, dass wir es hier unter anderem auch mit einem Beispiel für die widersprüchliche Handlungsmacht von Subjekten unter den Bedingungen eines tief im öffentlichen Diskurs verankerten Rassismus zu tun haben. Um es auf einen kurzen Nenner zu bringen: Der gleiche

Ungeist, der Thomas Neger als Kind für seinen Namen hänselte, verteidigt heutzutage gegenüber Gegnern des Logos seine vermeintliche Freiheit zur visuellen Selbstgestaltung – eine ›Selbst‹-Gestaltung, die sich bei genauerer Betrachtung jedoch als ›Flucht nach vorn‹ darstellt – als Flucht vor dem hänselnden Mob und als eine Mimesis an dessen Rassismus. Die unausgesprochene Drohung an die Adresse des Namensträgers lautet ja, dass der rassistische Furor sich jederzeit auch gegen ihn wenden kann, denn seinen Namen, der im öffentlichen Diskurs zum unaussprechlichen Wort wurde, wird er nicht los. Unter diesen Bedingungen hat sich der Mittelständler und Lokalpolitiker Thomas Neger – verbindlich, konstruktiv und freundlich, wie er sich als Person etwa auch in dem Telefongespräch gibt – für eine Position entschieden, die sich auf eine ›lokale Tradition‹ zurückzieht, die die von den Gegner*innen des Logos immer wieder aufgezeigte Verflechtung mit Kolonialismus und globalem Rassismus sowie Berichte über persönliche Betroffenheiten konsequent ignoriert und auf diese Weise mit einer Unschuldsmiene vorgibt, den Rassismus des Logos nicht zu erkennen, sich gleichzeitig vom Herabwürdigenden zum Herabgewürdigten und Opfer einer Kampagne zu verwandeln und die vielen rassistischen und rechtsradikalen Kommentare, die zu seiner Verteidigung in Stellung gebracht wurden, stillschweigend zu akzeptieren und die Bringschuld einseitig den Kritiker*innen des Logos zuzuweisen.

Bei dem Streit um das Logo als auch in ihrer hier vorliegenden sozial- und kulturwissenschaftlichen Diskussion ist uns eine Vernachlässigung sozialer und sozialpolitischer Fragen aufgefallen. Es geht dabei nicht um die zunächst scheinbar naheliegende rhetorische Frage, ob es nichts Wichtigeres in der Welt gebe, mit der auch die Apologeten eines Status quo ständig und wirkungsvoll jede Debatte um Waren- und Alltagsrassismus ersticken (vgl. Banerjee, Bechhaus-Gerst, Krings). Im Gegenteil: Es geht um die Frage, wie es gelingen könnte, ein rassistisches Logo mit größeren

sozialen Fragen der Gegenwart zu verbinden. Wie ist die Situation ausländischer Gäste und Migrant*innen in Mainz (und anderswo!) tatsächlich, abseits von schönklingenden Presseverlautbarungen (JGU Mainz 2017)? Kein Wort über Probleme, Kämpfe, Auseinandersetzungen, Prozesse, das heißt über das mühselige Tagesgeschäft besonders von Menschen aus Nicht-EU-Ländern, in den bürokratischen Strukturen einer fremdenfeindlichen Gesellschaft zu überleben und dabei Benachteiligungen abzubauen und Freiräume einzurichten. So entsteht eine Kulisse, in der das *einzig*e Problem das einer unvollständigen Modernisierung bildlicher Repräsentation zu sein scheint. Das Logo erscheint als Relikt einer abgeschafften vormodernen Vergangenheit, die von den einen zur lokalen Tradition, von den anderen zur kolonialen Geschichte v/erklärt wird. Wie kann aber ein solches Logo genutzt werden, um auf eine frappierende Wirklichkeit aufmerksam zu machen, in der struktureller und institutioneller Rassismus Tote produziert? Juliane Karakayali verweist in diesem Zusammenhang auf das Versagen der Institutionen bei der Aufklärung der NSU-Mordserie. Angeführt werden muss auch der Fall von Oury Jalloh aus Sierra Leone, der 2005 in einer Dessauer Polizeizelle bei lebendigem Leibe verbrannte. Seit vielen Jahren wird die Aufklärung seiner Todesumstände von Politik wie Justiz auf skandalöse Weise verschleppt. Eine Entfernung des Logos wäre dadurch wie jede Symbolpolitik ambivalent. Bleibt es bei einer Konzentration auf eine oberflächliche symbolische Reinigung, ist nur wenig gewonnen. Und so könnte auch mit dem Verschwinden des Logos aus dem Mainzer Stadtbild der Eindruck entstehen, ausreichend gegen Rassismus vorgegangen zu sein, statt strukturelle Probleme in der Stadt anzugehen.

Die historische Situiertheit der Mainzer Debatte um das Logo lässt sich nur verstehen, wenn man das gleichzeitige Erstarken von Pegida, der AfD und den deutlichen Rechtsruck in der politischen Sphäre mitbedenkt (vgl. Bräuchler). Die sogenannte

›Flüchtlingskrise‹ im Jahr 2015, Debatten um die Frage, ob der Islam wohl zu Deutschland gehöre und sogar die verhasste Fußballweltmeisterschaft 2018 wurden alle mit zunehmend aggressiven Rückgriffen auf die Kategorie der kulturellen Fremdheit geführt. Das haben einige Kommentare klar herausgestrichen und vor weiteren Entwicklungen in diese Richtung ausdrücklich gewarnt (vgl. Dilger, Bräuchler). Es geht dabei nicht nur um ein diffus empfundenes politisches Klima und um die Frage, was in der Politik ›wieder gesagt werden darf‹. Es geht, wie unter anderem durch den im Blog *Kulturrelativismus und Aufklärung* diskutierten Artikel von Christian Weber (2016) in der Süddeutschen Zeitung und in der Kontroverse um das Berliner Humboldtforum deutlich wurde, um eine auf breiter gesellschaftlicher Front stattfindende kulturpolitische Reorientierung, die die neuen außenpolitischen Interessen eines international zunehmend dominanten deutschen Staats in preußischer Tradition widerspiegelt, wie es etwa Erhard Schüttpelz (2017) in seinem Beitrag zum Blog *Wie weiter mit Humboldts Erbe?* darlegt. Es ist uns wichtig zu betonen, dass auf diesem politischen Hintergrund das Logo von einem peinlich-forschen Lokalexotismus zu einer öffentlich wirkmächtigen Wiederauflage kolonialer Phantasiebilder expandiert. Der gemeinsame Nenner nämlich, auf den die hiesigen Vor-Münder aus Feuilleton und Fastnachtsbütt sich zurückführen lassen, ist ihre Selbstzuschreibung: »Mainz bleibt Mainz«, »Mia san mia« oder die Auffassung »Da muss

Deutschland doch eingreifen« sind Metamorphosen einer als unanfechtbar gesetzten Generalvertretung des ›gesunden Menschenverstands‹ an dem die Welt gefälligst zu genesen hat, und der je nach politischer Weltlage auch (wieder) in die Welt exportiert werden können muss.

Der Maßstab der eigenen Lokalität wird auch bemüht, wenn es darum geht, sich des lästigen und unkontrollierbaren Wechselspiels zwischen Fremdem und Vertrautem, Eigenem und Anderem zu entledigen, indem mit der Ethnologie eine Disziplin ins Visier genommen wird, die diesen Zusammenhang zu einem ihrer wichtigsten Forschungsthemen gemacht hat und den ›gesunden Menschenverstand‹ beharrlich hinterfragt. Die Auseinandersetzung mit Rassismus und Kolonialismus wird generell »schnell als Beschäftigungstherapie von gelangweilten und weltfremden Akademiker*innen diskreditiert« (Bechhaus-Gerst). Juliane Karakayali weist darauf hin, dass es soziale Kämpfe sind, durch die Erkenntnisse durchgesetzt werden. Und diese Auseinandersetzungen sind nie ein-für-allemal gewonnen, sondern müssen in immer neuen Auflagen immer wieder neu geführt werden. Die Ethnologie steht hier mit den anderen Sozial- und Kulturwissenschaften gleichberechtigt neben den nichtakademischen Befürworter*innen »des komplizierteren Arguments« (Paßmann), welche gemeine Selbstverständnisse und damit auch die Legitimität eines Rückzugs auf vermeintlich harmlose lokale Traditionen hinterfragen.

Chronik einer Debatte¹

Godwin Kornes

Im Frühjahr 2015 fand sich das Mainzer Institut für Ethnologie und Afrikastudien (ifeas) im Zentrum einer kontroversen Debatte um Alltagsrassismus wieder. Stein des Anstoßes war das Firmenlogo der lokalen Dachdeckerbetriebe von Karl-Christian und Thomas Neger, das aus Sicht vieler Kritiker*innen rassistische Stereotype der Kolonialzeit reproduziert. Diese Einschätzung wurde auch von Mitarbeitern des ifeas wiederholt öffentlich vertreten, in erster Linie durch Professor Dr. Matthias Krings, der als Geschäftsführender Leiter des ifeas viele Medienanfragen beantwortet hat, sowie durch den Verfasser selbst. Durch eine wirkmächtige aktivistische Kampagne von Mainzer Studierenden erhielt der Streitfall letztlich bundesweite und sogar internationale Aufmerksamkeit. Trotz der studentischen Urhebererschaft der Kampagne wurde das ifeas zum Gegenstand eines veritablen Shitstorms, der

.....
1 Als ›Verfasser‹ strebe ich eine möglichst deskriptive und distanzierte Wiedergabe der Debatte an – eine Rolle, die ich als ›Teilnehmer‹ in ihr selbstverständlich nicht innehatte. Ich bin wissenschaftlicher Mitarbeiter am ifeas, arbeite zu den Schwerpunkten Erinnerungskultur, Kolonialismus und politische Ethnologie und habe mich sowohl in meiner Forschungspraxis wie auch in der Lehre intensiv mit dem Zusammenhang von Kolonialismus und Warenrassismus beschäftigt. Zudem – und auch das spielt hierbei eine wichtige Rolle – bin ich gebürtiger Mainzer und als solcher mit den emischen Perspektiven auf das Logo, seien sie affirmativ, ironisch, kritisch oder indifferent, sehr gut vertraut. Angesichts der großen Bedeutung lokaler Identifikationen in der Debatte war dies ein nicht zu unterschätzender Faktor. Auch wenn ich hier als Mitarbeiter des ifeas spreche, stellt dieser Beitrag selbstverständlich meine persönliche Meinung dar. Ich danke Cora Bender und Ehler Voss für ihre Kommentare zum Text.

sich sowohl gegen Studierende und Mitarbeiter*innen richtete, wie auch gegen die Ethnologie als solche (Kornes 2015; 2017).

Das umstrittene Logo wurde in den 1950er Jahren von Ernst Neger (1909-1989) für den 1909 gegründeten und gleichnamigen Familienbetrieb eingeführt. Die Firma Ernst Neger ist nach Selbstaussage einer der Branchenführer der Region mit über fünfzig Mitarbeiter*innen und wird aktuell von Ernst Negers Enkel Karl-Christian fortgeführt, während Thomas Neger, ein weiterer Enkel, eine eigene Firma für Metallbedachungen gegründet hat. Beide mittelständischen Betriebe nutzen das vom Großvater etablierte Logo weiter. ›De Neescher‹, wie das Motiv bei vielen Mainzer*innen bekannt ist, ist somit ein vertrauter Anblick in Mainz – ob auf Firmenfahrzeugen oder Werbebannern, auf Baustellen in der Innenstadt oder dem Campus der Universität. Es zeigt den Oberkörper einer stilisierten Schwarzen Person, die je nach Unterlage schwarz oder blau dargestellt wird und in der erhobenen rechten Hand einen Schieferhammer hält. Der Unterkörper ist durch ein spitzzulaufendes dreieckiges Dach verdeckt, was die Assoziation eines Baströckchens hervorruft. Besonders markant sind die Details des Gesichts: mit wulstigen Lippen, runden lachenden Augen, einem runden haarlosen Kopf und Ohren, die von breiten Tunneln oder *ear plates* geziert sind, reproduziert das Logo Stereotype der Darstellung Schwarzer Menschen, wie sie in Deutschland mit dem Ende des 19. Jahrhunderts und unter dem Einfluss des Kolonialismus etabliert wurden (Ciarlo 2003; 2011; Zeller 2008). Insbesondere durch Werbung für Konsumgüter wurde diese Darstellungsweise in die Bundesrepublik tradiert, wofür das Dachdecker-Logo ein repräsentatives Beispiel ist (Kornes 2017: 98-104). Auf diesen historischen und

ikonographischen Zusammenhang, sowie auf die in Verbindung mit dem Familiennamen erfolgende Aufrufung des herabwürdigenden Stereotyps vom ›Neger‹ bezieht sich die Kritik am Firmenlogo. Aus der Bedeutung des ›singenden Dachdeckermeisters‹ Ernst Neger als Erinnerungsort der Mainzer Fastnachtsskultur (*Humba Täterä*) und der politischen Tätigkeit Thomas Negers als Stadtrat resultierten wesentliche identitäre und politische Dynamiken der Debatte.

Auch wenn Kritik am Logo mindestens seit den späten 1970ern dokumentiert ist und seitdem auf lokaler Ebene immer wieder niedrigschwellig artikuliert wurde, blieb das Mainzer Logo unter dem Radar einer sich ab den 1980ern entwickelnden Sensibilisierung für Alltags- und Warenrassismus. Mehrfach gab es wohl Versuche der Initiative Schwarzer Deutscher (ISD), die Unternehmer zu einer Änderung der Darstellung zu bewegen, ohne allerdings Gehör bei der Firma zu finden. Erst Ende Dezember 2013 geriet das Logo in den Fokus einer breiteren Öffentlichkeit, ausgelöst durch einen Beitrag der Mainzer *Allgemeinen Zeitung* (AZ). In diesem verteidigte Thomas Neger den Gebrauch des Logos als Firmentradition gegen die Kritik von »Gutmenschen«, die ihm zufolge die Selbstironie der Darstellung nicht erkennen würden. Prägend wurde dabei folgende Aussage Negers: »Sollte ein schwarzer Mensch zu mir kommen, der sich wegen des Logos beleidigt fühlt, würde ich meine Haltung sofort überdenken« (Grützner 2013).

Als Reaktion auf Negers Haltung zum Logo verfasste Thomas Bierschen, Professor für die Kulturen und Gesellschaften Afrikas am ifeas, im Januar 2014 einen Leserbrief an die AZ:

»Auch wenn es Thomas Neger offensichtlich nicht bewusst ist und niemand böse Absicht unterstellt – das Logo seiner Familie steht in einer rassistischen Bildtradition und sollte abgeschafft werden. Da der Mainzer Familienname anscheinend überhaupt keinen Bezug zu Afrika hat, und da das Logo

überhaupt erst 60 Jahre alt ist, gibt es auch keine Begründung für die Beibehaltung. Es passt keinesfalls in den öffentlichen Raum einer modernen Großstadt des frühen 21. Jahrhunderts, Sitz einer der größten Universitäten Deutschlands, die auf ihre vielen hundert ausländischen Studierenden stolz ist. Viele von ihnen, ebenso wie zahlreiche Mainzer Bürger, aber auch Besucher afrikanischer Herkunft können sich zu Recht verletzt fühlen« (zitiert nach Kornes 2017:105).

Der Fachschaftsrat des ifeas schloss sich der Kritik an und veröffentlichte am 4. Februar 2014 eine Stellungnahme, in der er das Logo und die Verharmlosung seiner kolonialen Bildsprache als Ausdruck von Alltagsrassismus kritisierte. Insbesondere wurde hierbei die fehlende Sensibilisierung für den herabwürdigenden Charakter der Darstellung beklagt und – Negers Gesprächsangebot reflektierend – die Berücksichtigung »schwarzer Perspektiven« angemahnt (Fachschaft ifeas 2014). Dies hatte einige Berichte in regionalen Medien zur Folge, die die Debatte aufgriffen, darunter einen Beitrag im HR-Fernsehen in dem Thomas Neger zur Sache Stellung beziehen konnte (nicht aber die Kritiker*innen). Später im Jahr nahmen zwei Schwarze Studentinnen des ifeas das Angebot von Thomas Neger wahr, ihm ihre kritische Sicht auf das Logo persönlich zu erklären, stießen beim Unternehmer allerdings auf Unverständnis. Neger wollte oder konnte ihre Kritik nicht nachvollziehen und verwies stattdessen auf den großen Zuspruch, den er in der Öffentlichkeit für die Beibehaltung des Logos, »auch von Schwarzen«, erhalten habe (Kornes 2017: 105).

Für Neger und einen großen Teil der mit ihm übereinstimmenden Öffentlichkeit war das Thema damit vermutlich erst einmal abgehakt. Gleichzeitig begannen Studierende der Universität Mainz jedoch unter Federführung der im Dezember 2014 gegründeten *People of Color-Hochschulgruppe* (PoC-HSG) mit der Vorbereitung einer Kampagne gegen das Logo.

Dem war eine Phase intensiver antirassistischer Mobilisierung in den sozial- und geisteswissenschaftlichen Fakultäten vorausgegangen, bei denen sich Studierende in selbstorganisierten Vortragsreihen und Workshops mit *critical whiteness*-Theorie politisiert hatten. Das hierdurch produzierte aktivistische Klima wirkte – teils produktiv, teils konfrontativ – auch spürbar in die Lehrveranstaltungen des ifeas hinein.

Die Kampagne startete im Februar 2015 offiziell mit der Gründung des Bündnisses *Das Logo muss weg*, das unter dem Hashtag #wegmitdemlogo das Firmenlogo in den sozialen Medien öffentlichkeitswirksam als Beispiel für Alltagsrassismus problematisierte. Hieran waren neben der PoC-HSG auch die Muslimische HSG sowie Mitglieder der Fachschaften von Soziologie und ifeas maßgeblich beteiligt. Die Kampagne erhielt durch eine effektive Kombination von online- und offline-Protestformen (etwa Fotoaktionen im Stil der *Black Lives Matter*-Bewegung, oft im öffentlichen Raum) schnell viel Aufmerksamkeit. Angesichts der Jahreszeit im Mainzer Kontext fast unvermeidlich wurde der Streitfall auch zum Thema der Fastnacht. Für besonders viel Aufregung sorgte hierbei der Auftritt des Büttenedners Horst Radelli am 10. Februar, der in seiner Rolle als Willi Windhund die Logo-Debatte dadurch persiflierte, dass er in seiner Rede den Begriff ›Neger‹ auf möglichst inflationäre Weise gebrauchte. Radellis Attacke auf die aus seiner Sicht übertriebene *political correctness* der Kritiker*innen wurde wiederum von Stefan Raab am 16. Februar in dessen Show *TV Total* (Pro 7) aufgegriffen, wo Radelli als rassistischer Hetzer im Stil der NS-Wochenschau dargestellt wurde (Weßling 2015: 6f.; Kornes 2017: 106f.). Zu dieser Zeit wurde der Mainzer Logo-Streit langsam aber sicher zu einem nationalen Gesprächsthema, über das am Ende sogar die *Washington Post* (Noack 2015) berichtete. In einem Kommentar des Bündnisses vom 24. März an die Adresse des Unternehmers wurde die Kritik aus Sicht der mehrheitlich Schwarzen (und weiblichen) Aktivist*innen noch einmal prägnant formuliert:

»Es geht um die Kombination Ihres Namens mit diesem Logo, das genau solch ein Äffchen, eine Karikatur eines Schwarzen Menschen im Geiste des Kolonialismus zeigt, die auch der Begriff ›Neger‹ bezeichnet. Dieser Begriff ist eine schwere Beleidigung für Schwarze Menschen und jedes Mal, wenn dieses in Mainz omnipräsente Logo Leuten begegnet, die mit diesen Beleidigungen seit dem Kindergarten konfrontiert werden, ist es für sie ein Schlag ins Gesicht« (Das Logo muss weg 2015).

Während die Logo-Kritiker*innen in Stellungnahmen wie dieser ihren Fokus regelmäßig auf die herabwürdigende und kolonialrassistische Ikonographie des Logos legten, was auf Seiten der Unternehmer allerdings keine Resonanz fand, kam es durch eine andere Aktion aus dem Umfeld der Aktivist*innen zu einer Verschärfung der Debatte. Hierbei wurden Aufkleber in Mainz verteilt, mit denen Thomas Neger persönlich als Rassist bezeichnet wurde. Dieser personalisierte Angriff auf die Person Negers trug mit dazu bei, dass sich viele Mainzer*innen mit dem Unternehmer solidarisierten, insbesondere auch in der Mainzer Lokalpolitik, was wiederum existierende partei- und hochschulpolitische Konfliktlinien aktivierte. Die Auseinandersetzung wurde nun zunehmend in den sozialen Medien ausgefochten, wo sich eine ganze Reihe von Gruppen und Bündnissen der Unterstützung Thomas Negers verschrieb und bundesweit Mitstreiter*innen mobilisierte. Die wichtigste Plattform hierbei wurde die anonym betriebene Facebook-Gruppe *Ein Herz für Neger*, die mit rund 8.000 Followern die größte Breitenwirkung hatte (*Das Logo muss weg* hatte rund 4.500) und ab dem 26. März als Haupt-Antagonist der Aktivist*innen in Erscheinung trat (Kornes 2015; 2017: 108). Eine zusätzliche Dynamik kam ins Spiel als der damalige Kreisvorsitzende der Jungen Union Mainz, Felix Leidecker, den Mainzer Rapper und Redakteur des linken Online-Magazins *Ficko*, David Häußler, als

Betreuer der Internetseiten von *Das Logo muss weg* »enttarnte« und dessen Adresse im Internet veröffentlichte. Die Lesart der Pro-Logo-Fraktion war damit klar: hinter der Kampagne stehen Linksextremist*innen, die einen Rassismus-Vorwurf erfinden, um einen integren Mainzer Bürger und Unternehmer fertig zu machen; die Schwarzen Aktivist*innen würden für die Sache instrumentalisiert, was im Grunde der wirkliche Rassismus sei (Kornes 2015; 2017: 107-110). Damit kam es zu einer enormen politischen Radikalisierung der Debatte mit massiven Angriffen gegen die Aktivist*innen. In den Resonanzräumen der sozialen Medien eskalierte die Debatte auf eine Weise, die es zunehmend erschwerte, inhaltliche Positionen zu vermitteln. Rechtspopulistische bis rechtsextreme Trittbrettfahrer*innen sprangen auf die Debatte auf, rivalisierende *online communities* gründeten und bekämpften sich, eine virtuelle Mobstimmung breitete sich aus. Rassistische und sexistische Anfeindungen bis hin zu Vergewaltigungs- und Morddrohungen gegen die Aktivist*innen führten dazu, dass einige von ihnen sich aus der Öffentlichkeit zurückzogen. Diese Entwicklung wurde auch durch lokale Akteure unterstützt oder zumindest geduldet, etwa den Betreiber*innen von *Ein Herz für Neger*, die den zahlreichen menschenfeindlichen Wortmeldungen aus dem Umfeld der Logo-Befürworter*innen eine dankbare Plattform boten. Kritik daran, wie sie auch der Verfasser mehrfach auf der Seite äußerte, wurde von den Betreiber*innen durch Blockieren der kommentierenden Nutzer*innen unterbunden (Kornes 2015).

Diese Dynamik zog wiederum die Aufmerksamkeit der journalistischen Medien auf sich, die das Institut mit Interviewanfragen überhäuften – durchaus zum Unwillen der studentischen Aktivist*innen, die darin (zurecht) eine Geringschätzung ihrer Aktivitäten sahen. Versuche, das Handeln zwischen den Mitarbeiter*innen des ifeas und studentischen Aktivist*innen zu koordinieren, blieben weitgehend

informell bzw. scheiterten auch an gegenseitigen Berührungsängsten und inhaltlichen Differenzen. Zudem kam das Ausmaß der Debatte, die in den sozialen Medien hochkochte aber in die vorlesungsfreie Zeit fiel, erst mit einiger Zeitverzögerung am Institut an. Dabei hat sicherlich auch eine Rolle gespielt, dass die Selbst- und Fremdwahrnehmung des Instituts in den sozialen Medien zu diesem Zeitpunkt für viele Mitarbeiter*innen eine eher geringere Priorität besaß und beispielsweise noch keine eigenen *social media accounts* betrieben wurden. Dies hat, im Rückblick betrachtet, allerdings auch die Angriffsfläche verringert.

Presseanfragen und Interviews wurden in den meisten Fällen von Matthias Krings, Professor für Ethnologie und populäre Kultur Afrikas am ifeas und seinerzeit Geschäftsführender Leiter, in einigen Fällen auch vom Verfasser beantwortet, einige Gesuche wurden dabei bewusst abgelehnt (etwa von BILD und *Russia Today*). Es entwickelte sich eine Arbeitsteilung, bei der Matthias Krings das ifeas in den »etablierten« Medien repräsentierte und dadurch immer mehr als »Gegenspieler« von Thomas Neger wahrgenommen wurde, während der Verfasser vorrangig den Dialog mit lokalen Akteur*innen der Debatte suchte und sich an der Diskussion in den sozialen Medien beteiligte. Dazu gehörte auch eine Auseinandersetzung mit Felix Leidecker, der als Wortführer der Kampagne auf Twitter und Facebook gegen die »Fachschaft einer aussterbenden Wissenschaft« (Kornes 2017: 111) polemisierte und für viel Resonanz und persönliche Anfeindungen gegen den Verfasser sorgte.

Das ifeas hatte sich durch die Wortmeldungen von Thomas Bierschenk und Fachschaft zwar früh mit Kritik zum Logo eingebracht. Gleichwohl war, wie immer wieder betont werden muss, die Kampagne gegen das Logo das Resultat eines unabhängigen studentischen Engagements und zwar vorrangig durch die Studentinnen aus der PoC-HSG, von denen wiederum nur ein Teil auch Studierende des ifeas waren. Befeuert durch gezielte Stimmungsmache von

Akteur*innen der Lokalpolitik und Seiten wie *Ein Herz für Neger* gegen das ifeas gingen diese Nuancen jedoch weitgehend verloren. Die Mainzer Ethnologie geriet als ›Schuldige‹ in den Fokus der Öffentlichkeit und wurde in den sozialen Medien als Komplizin einer ›linksextremistischen‹ Kampagne entsprechend attackiert: »selbst ernannte Moralapostel und Tugendwächter« – »Ethnologie studieren nur Dumme« – »Habt ihr nichts Besseres zu tun?« waren einige der wohlmeinenderen Zuschriften an den Verfasser oder Matthias Krings für ihre Wortmeldungen zur Debatte. Im Verlauf der Debatte gab es hunderte ähnlich gelaagerte *ad hominem* Kommentare, v.a. als Reaktion auf Zeitungsartikel in den sozialen Medien, oft beleidigend und herabwürdigend, meist mit Klarnamen. Dies wiederum war natürlich nur ein Bruchteil dessen, was die Aktivist*innen zu lesen und hören bekamen.

Am 27. März 2015 veröffentlichte der Fachschaftsrat des ifeas eine weitere Stellungnahme, in der er seine Kritik am Logo erneuerte, sich von personalisierten Angriffen auf Thomas Neger distanzierte und die zunehmend hasserfüllte Diskussionskultur beklagte (Fachschaft ifeas 2015). In einem Beitrag für *Die Welt* am 3. April summierte Matthias Krings dann noch einmal dezidiert die Kritik am Logo, was er mit dem Wunsch verband, die Debatte in Form eines Dialogs am runden Tisch weiterzuführen (Die Welt 2015).

Parallel, und mit einiger Verzögerung aufgrund der Semesterferien, wurden die Anfeindungen gegen die Mainzer Ethnologie in den sozialen Medien auch institutsintern besprochen. Zur Diskussion stand dabei die Frage ob angesichts derart unseriöser Kritik Ignorieren und Aussitzen oder eine öffentliche Positionierung die angemessenere Reaktion wäre. Die Meinungen waren hierzu durchaus gemischt, letztlich wurde jedoch beschlossen, mit einer offiziellen Stellungnahme zu reagieren. Dies wurde, auch aus Sicht des hierfür plädierenden Verfassers vor allem damit begründet, sich mit den attackierten Studierenden zu solidarisieren. Die Stellungnahme, die am 13. April

veröffentlicht wurde, ist dann auch wesentlich durch Mitwirkung des Verfassers entstanden. In ihrem Kern griff sie die etablierte argumentative Linie auf, das Logo im Warenrassismus zu verorten, ergänzt um eine fachgeschichtliche Begründung für die Sinnhaftigkeit einer ethnologischen Rassismuskritik (ifeas 2015). Etwa zeitgleich kam es zur Aushandlung eines von der AZ moderierten Gesprächs zwischen Thomas Neger und Matthias Krings, das einen Tag später, am 14. April in den Verlagsräumen der Zeitung stattfand und an dem keine Vertreter*innen von *Das Logo muss weg* teilnahmen. Das Gespräch als solches versinnbildlicht die Logik der Medienberichterstattung in ihrer verengenden Personalisierung des Konflikts auf die Position zweier (männlicher, weißer) ›Kontrahenten‹. Thomas Neger hätte sich zum damaligen Zeitpunkt auf keinen Fall mit den studentischen Aktivist*innen an einen Tisch gesetzt, während andererseits natürlich die Möglichkeit bestanden hätte, dies von Seiten des ifeas zu einer Bedingung zu machen. Das Gespräch ermöglichte es dennoch (oder deshalb), angesichts der verfahrenen Situation direkt und nicht über Bande zu argumentieren und Thomas Neger die Kritik am Firmenlogo noch einmal ausführlich darzulegen. Dieser verteidigte weiterhin seine Sicht der Dinge, erklärte sich aber auch mit einer bemerkenswerten Begründung dazu bereit, das Logo überdenken zu wollen:

»Vor ein paar Tagen kam eine schwarze Design-Studentin zu mir, die sagte, sie fände das Logo gut. Aber es wäre für sie eine Herausforderung, ein Logo mit einem zeitgemäßen Kompromiss für beide Seiten zu finden. Das finde ich charmant und ich werde mich überraschen lassen. Wenn wir uns mit dem Ergebnis identifizieren können, sind wir die letzten, die sich diesem Vorschlag verschließen werden« (Nellessen/Jacob 2015).

Das Streitgespräch markiert dabei den dramaturgischen Schlusspunkt der Debatte: das Logo ist bis dato weiter

in Gebrauch, die Firmen und ihre Unterstützer*innen sehen sich im Recht und bestätigt, die Aktivist*innen haben sich (regional, persönlich und ideologisch) zerstreut und neuen Herausforderungen zugewandt. Mit der ›Flüchtlingskrise‹, dem Siegeszug der AfD und einer Welle von jihadistischen Terroranschlägen in Europa taten sich in der Folge zudem genügend neue Schlachtfelder für den Kulturkampf auf.

Aus der Sicht der beteiligten Ethnologen stellt sich jedoch, mit der üblichen Latenzzeit ethnologischer Wissensbildung, weiterhin die Frage nach der Erkenntnis und dem Sinn und Zweck der Intervention. Wie bereits in der Stellungnahme erläutert, lässt sich diese gerade mit Blick auf die Sensibilität der Ethnologie für Rassismus begründen, die sich aus einer kritischen Analyse der kolonialen Verstrickungen der eigenen Fachgeschichte ergeben. Von Seiten des ifeas gab es eine Reihe von Veranstaltungen, die diesbezüglich eine weitergehende Auseinandersetzung mit dem Thema Rassismus und Kolonialismus unternommen haben, darunter das thematische Institutskolloquium *Rasse: (De)Konstruktionen von Differenz* unter Leitung von Thomas Bierschenk und Matthias Krings im Sommersemester 2015, die gemeinsam mit dem Institut für Kunstgeschichte ausgerichtete Ringvorlesung *EuropAfrika: (De)Konstruktionen in Kunst, Musik und Literatur* im Wintersemester 2015/16 sowie die von Studierenden beider Institute in Eigenregie produzierte Ausstellung *Inter.View: Perspektiven auf aktuelle Fotografie im Senegal und in Mali* (10. Mai – 12. Juli 2017), der eine kritische Auseinandersetzung mit eurozentrischen Blickweisen zugrunde lag. Die Logo-Debatte wurde in zahlreichen Seminaren und Vorlesungen aufgegriffen, mit Weißling (2015) ist eine Bachelor-Arbeit zum Thema entstanden, eine weitere ist im Entstehen. Zudem wurden Formate der Wissensvermittlung gesucht, die sich gezielt an ein außeruniversitäres Publikum richten. So hat der Verfasser als wissenschaftlicher Referent die Filmreihe *Wem gehört die Welt? Kolonialismus, Missionierung &*

Co (Oktober 2016 – April 2017) der Mainzer Initiative *AlleWeltKino* betreut, bei der durch Filmvorführungen und anschließende Nachgespräche auch komplexe Themen wie die Erinnerung an den Völkermord in Namibia oder die koloniale Vergangenheit der Ethnologie einer interessierten Öffentlichkeit vermittelt werden konnte.

Darüber hinaus hat der Verfasser, gemeinsam mit Studierenden und Mitarbeitern des ifeas und in Zusammenarbeit mit der Landeszentrale für Politische Bildung (LPB), eine Podiumsdiskussion zu Alltagsrassismus veranstaltet (*Streit um Worte, Streit um Werte: Alltagsrassismus als gesellschaftliche Herausforderung*, LPB Mainz, 16. November 2015). Bei dieser wurde das Thema in einem breiteren Rahmen, aber auch mit Bezug auf die Logo-Debatte vor großem Publikum äußerst lebhaft diskutiert, wobei allerdings auch deutliche Differenzen zwischen akademischen und aktivistischen Sichtweisen zutage traten. Hauptstreitpunkte waren hierbei, durchaus erwartbar, Fragen der Positionierung, etwa inwiefern ein ›weißes‹ (männliches, bürgerliches) akademisches Establishment für Menschen sprechen könne, bzw. dürfe, die als *People of Color* Objekt von Rassifizierungen sind – was im Kontext der Veranstaltung natürlich auch als Kritik an der Ethnologie als solcher zu verstehen war. Hiermit verband sich der Vorwurf, dass die Mitarbeiter des ifeas sich einen *struggle* von *People of Color* angeeignet hätten. Gleichzeitig wurde im Rahmen dieser Diskussion auch deutlich, dass Konfliktlinien durchaus auch im Spektrum der Aktivist*innen selbst verlaufen, etwa darüber, wer sich als ›weißes‹ Person auf welche Weise an der Kampagne beteiligen oder aber wer als *Person of Colour* wie unbefangen mit dem ›weißen‹ Establishment kooperieren kann, bzw. darf. Die Podiumsdiskussion sollte auf die Mainzer Debatte Bezug nehmen, dabei aber den größeren Rahmen ›Alltagsrassismus‹ ins Auge fassen. Hierfür wurde beschlossen, keine Personen auf das Podium zu setzen, die sich an der Logo-Debatte explizit als Akteur*innen beteiligt hatten, dafür aber

Teilnehmer*innen zu suchen, die als *People of Color* Perspektiven auf Alltagsrassismus und antirassistische Praxis beisteuern können, nebst Thomas Bierschenk als Repräsentant des ifeas. Vertreter*innen von *Das Logo muss weg* waren im Publikum und nutzten die Gelegenheit, sowohl die Veranstaltung als auch das ifeas zu kritisieren. Fragen der Besetzung eines solchen Podiums sind unvermeidlich Fragen der Repräsentation und gleichen damit Versuchsanordnungen. Entsprechend schwierig gestaltete sich die Organisation und charakterisierten viele Besucher*innen die Veranstaltung im Nachgang als wahlweise zu ›weiß‹, zu ›aktivistisch‹, zu ›wissenschaftlich‹, zu ›unwissenschaftlich‹, zu ›politisch‹, zu ›unpolitisch‹, zu ›emotional‹ usw. Angesichts der Tatsache, dass das interessierte Publikum bis ins Treppenhaus stand und kaum jemand im Publikum nicht in irgendeiner Form zu einer Positionierung verleitet wurde, kann die Podiumsdiskussion dennoch als Erfolg betrachtet werden.

Während bei dieser Veranstaltung also vorrangig das Verhältnis von akademischer Wissenschaft und Aktivismus in den Mittelpunkt rückte, gab es bei der Tagung der Deutschen Gesellschaft für Sozial- und

Kulturanthropologie in Marburg 2015 die Gelegenheit, die Logo-Debatte auch mit Blick auf das Spannungsverhältnis von Ethnologie und Öffentlichkeit anzusprechen. Als Teilnehmer einer Podiumsdiskussion zum Thema *Krisen, Medien, Ethnologie. Expertise im Zeitalter der Kommentarfunktion* konnte Matthias Krings hierbei die Herausforderungen diskutieren, die sich bei der öffentlichen Vermittlung ethnologischer Positionen durch die medialen Eigendynamiken stellen. Zwischen polarisierenden Positionen, die hierbei zu hören waren (sinngemäß etwa ›Ich mache Wissenschaft und keine Öffentlichkeitsarbeit!‹ und ›Warum beschäftigt ihr euch mit solch unwichtigen Themen während auf dem Mittelmeer die Menschen sterben?‹) wurde hierbei doch deutlich, dass bei vielen Ethnolog*innen das Bedürfnis nach einer größeren Präsenz der eigenen Disziplin in gesellschaftlichen Debatten durchaus vorhanden ist. Die Beteiligung Mainzer Ethnolog*innen in der Debatte um das Logo der Firma Neger bietet sich in diesem Kontext sehr gut dafür an, die Möglichkeiten und Grenzen derartiger Interventionen kritisch zu diskutieren.

Identitätspolitik, allenthalben

Matthias Krings

Die Kontroverse um das Logo der Dachdeckerfirma aus Mainz ist ein Beispiel für Identitätspolitik. Als solche werden Praktiken bezeichnet, mit denen bestimmte soziale Gruppen für Anerkennung und politische Partizipation kämpfen. Solchen Gruppen ist gemein, dass sie Zugehörigkeit anhand eines jeweils spezifischen Merkmals konstruieren, das als Identifikationsfolie und Basis kollektiver wie individueller ›Identität‹ dient (Geschlecht, Hautfarbe, Glaubenspraxis, Abstammung, u.ä.). Ein wichtiger Aspekt und gleichsam

die Voraussetzung identitätspolitischer Praxis sind die Herstellung und Aufrechterhaltung der Gruppen selbst. Zur Mobilisierung und Schärfung des Gruppenprofils – oder meinetwegen: ihrer ›Identität‹ – sind öffentliche Kontroversen hervorragend geeignet. Ein Streitfall kann Einzelnen dazu dienen, ihre Gruppenzugehörigkeit performativ zu etablieren oder ihre Mitgliedschaft zu reaktivieren. Er mag aber auch ursächlich für die Etablierung einer Gruppe selbst sein, nämlich dann, wenn Einzelne aufgrund ähnlich gelagerter Meinungen

und Positionierungen erstmals zusammenfinden. Opfernarrative, die Diskriminierungserfahrungen aufgreifen, diese jedoch identitätspolitisch zuspitzen, können dabei eine zentrale Rolle spielen.

Interessant am Mainzer Fall ist, dass die hier beobachtbaren Gruppenbildungsprozesse entlang ganz unterschiedlicher Differenzierungslinien verliefen, sodass nicht etwa Äpfel, Birnen und Apfelsinen miteinander stritten, sondern eher Äpfel, Kohlrabi und Langusten (oder welche unterschiedlichen Nahrungsmittelkategorien zugehörigen Dinge man auch immer als Platzhalter anführen mag). Am deutlichsten traten hervor: ›Rasse‹, ›Lokalität‹ und ›Profession‹, ferner auch Rollen innerhalb des akademischen Betriebs (Studierende/Lehrende), polemisch diskursiv aktiviert wurden außerdem noch Alter und Geschlecht.

Mitglieder der *People of Color*-Hochschulgruppe, die sich erst wenige Monate vor der Zuspitzung des Konflikts gegründet hatte, traten in erster Linie als solche auf, d.h. auf Basis einer Selbstidentifikation innerhalb der Rassendifferenz. Entsprechend adressierten sie Thomas Neger und seine zahlreichen Unterstützer ebenfalls entlang der Rassendifferenz, und zwar als ›Weiße‹, zugegeben nicht immer explizit, aber über den Rassismusvorwurf doch zumindest implizit. Die derart Adressierten reagierten nun nicht als ›Weiße‹, machten sich diese Fremdzuschreibung also gerade nicht zu eigen, wie sie auch den Vorwurf des Rassismus von sich wiesen, sondern gruppieren sich auf Basis von Lokalität – als Mainzer. Auf die enge Koppelung von Logo, Repräsentanten der Firma und Fastnacht, die dazu Anlass gab, hat Godwin Kornes bereits hingewiesen. Ethnologen wiederum wurden von den einen, den ›Mainzern‹, als Akademiker (im Gegensatz zum Selbstverständnis als Handwerker oder Unternehmer) adressiert, womit sowohl Studierende als auch Lehrende gemeint waren. *People of color* hingegen adressierten Ethnologen im Laufe der Debatte zusätzlich entlang der Rassendifferenz als ›weiße‹ Akademiker, im Nachgang polemisch auch als ›alte

weiße Männer‹, womit mehr oder weniger zutreffend jene Institutsmitglieder gemeint waren, die sich am exponiertesten an der öffentlichen Debatte beteiligt hatten (Bierschenk, Kornes, Krings). Die Vorwürfe zurückweisend, eine überflüssige Wissenschaft zu vertreten bzw. paternalistisch zu agieren und dabei den blinden Fleck der eigenen Privilegiertheit nicht hinreichend zu reflektieren, gruppieren sich die Ethnologen auf Basis ihrer formalen Zugehörigkeit zu einer professionellen Organisation, dem Institut für Ethnologie und Afrikastudien und als Vertreter einer Wissenschaft, die sich aufgrund der Auseinandersetzung mit der eigenen Fachgeschichte für das Thema Rassismus als durchaus sensibilisiert versteht.

Im Rückblick fällt auf, dass die Prozesse der Gruppenbildung jeweils durch Kränkungen ausgelöst wurden: *People of color* empfanden das Logo als kränkend (später auch die vermeintliche Bevormundung durch Ethnologen), Thomas Neger und seine Mainzer Unterstützer den Vorwurf des Rassismus, Ethnologen den Vorwurf, überflüssig bzw. paternalistisch oder sogar latent rassistisch zu sein. Die geteilte Erfahrung, diskursive Zielscheibe oder Adressatin aggressiver Reaktionen ihrer Gegenüber geworden zu sein, schweißte nach innen zusammen und verstärkte die Grenze nach außen. Der »Gruppismus« (Rogers Brubaker) bedingte sodann, dass Mehrfachzugehörigkeiten tendenziell außer Acht gelassen wurden: so als hätte es keine schwarzen Mainzer, keine schwarzen Ethnologiestudentinnen und keine Mainzer Ethnologen gegeben (Godwin Kornes war in dieser Hinsicht eine Ausnahme, betonte er doch sowohl Mainzer als auch Ethnologe zu sein). Die Freund-Feind-Logik dieses Streitfalls ließ die ›Fronten‹ also auch insofern verhärten, als einige der sich dahinter Versammelnden entweder vergaßen, dass sie potentiell sowohl dem einen als auch dem anderen Lager, oder sogar allen dreien angehören könnten, oder sich ganz bewusst für eine ihrer möglichen ›Identitäten‹ entschieden.

Das strittige Objekt, das Logo der Firma Neger,

verlor im Verlauf der Kontroverse zunehmend an Bedeutung, und zwar in dem Maße, in dem die Kontroverse von den beteiligten Gruppen als Plattform für den je eigenen Kampf um Anerkennung genutzt wurde. In diesem Sinne kann die lokale Kontroverse auch als Teil eines weitaus größeren Aushandlungsprozesses verstanden werden, der die demografisch veränderte, kutan vielfältiger gewordene Gesellschaft Deutschlands insgesamt betrifft. In diesem Prozess fordern bis dato als nicht- oder bestenfalls halbzugehörig klassifizierte Minderheiten ihr Recht ein, die Spielregeln des kulturellen Miteinanders mitzubestimmen. Dabei sehen sie sich Vertretern einer numerisch schrumpfenden Mehrheit gegenüber, die auf Anpassung pochen und sich damit schwertun, überkommene Deutungshoheiten aufzugeben (sprichwörtlich hierfür: »Mainz bleibt Mainz«). Dadurch erklärt sich auch die große Resonanz der Kontroverse weit über den ursprünglichen Austragungsort hinaus. So ist die Mainzer Kontroverse, vom Lokalkolorit einmal abgesehen, ja auch kein Einzelfall. Vielmehr lässt sie sich in eine ganze Reihe verwandter Fälle einordnen, die Debatte über rassistischen Sprachgebrauch in Kinderbüchern zum Beispiel, die Kritik an Straßennamen und die rezente Kritik einer *person of color* an der Bezeichnung der Frankfurter »Mohrenapotheke«, die sich vielerorts in Deutschland finden lässt. Vielleicht braucht es den Streit über solche vermeintlich banalen Phänomene, um darüber auf Grundlegenderes zu sprechen zu kommen.

Wie bereits angedeutet, liefert die Mainzer Kontroverse nicht nur Beispiele für die Identitätspolitik der anderen, sondern vor allem auch eines für die eigene. Sie lässt sich im Rückblick eben auch als Suche nach einer öffentlichen Rolle der Ethnologie und als Versuch begreifen, das Profil des Faches zu schärfen. Dass nicht wenige Ethnologinnen und Ethnologen im deutschsprachigen Raum seit geraumer Zeit mit einem Fachverständnis hadern, das die Ethnologie auf eine Wissenschaft vom kulturell Fremden reduziert,

ist hinlänglich bekannt. Symptomatisch dafür sind die jüngst vollzogene Umbenennung der Deutschen Gesellschaft für Völkerkunde in Gesellschaft für Sozial- und Kulturanthropologie und die kontroverse Debatte, die gegenwärtig im Nachgang dazu auf dem Blog *What's in a name?* geführt wird (vgl. Antweiler/Knecht/Voss/Zillinger 2018). Noch viel länger zurück reichen Bemühungen, ethnologisches Wissen in die Öffentlichkeit zu tragen, mit Bewunderung wird dann häufig auf die *public anthropology* in Norwegen geschaut, gleichzeitig aber auf das schwierige Verhältnis zu »den Medien« verwiesen und auf die Problematik, ethnologische Erkenntnisse auf wenige Zeilen oder Sendeminuten zu komprimieren. In dunklen Stunden mag sich die ein oder andere Ethnologin, ich selbst eingenommen, zwar auch fragen, »What am I doing here?«, um es mit Bruce Chatwin zu sagen. Und in noch dunkleren Stunden vielleicht auch, welchen gesellschaftlichen Nutzen ein Fach eigentlich haben kann, dessen Erzeugnisse das Feld der Wissenschaft so gut wie nie verlassen; und wenn es ganz finster wird vielleicht auch, ob – aller Selbstreflexivität, Aufarbeitung der Fachgeschichte und Wandel der Forschungspraxis zum Trotz – an der polemischen Bestimmung des Faches als »*study of anybody who is darker and shorter than you*« nicht doch auch bis in die Gegenwart hinein noch etwas dran ist. Im alltäglichen universitären Trotz spielen diese Überlegungen allerdings kaum oder zumindest zu selten eine Rolle.

Die Kontroverse bot also gleich eine doppelte Gelegenheit: erstens, die Chance, eine öffentliche Ethnologie zu erproben und dabei, zweitens, die Geister der Vergangenheit durch ein emphatisches Bekenntnis zur Sensibilität gegenüber Rassismen jeglicher Art auszutreiben. Ersteres musste gar nicht von uns initiiert werden, sondern wurde als Aufforderung in Form von Interviewanfragen seitens öffentlicher Medien an uns herangetragen. Wir hätten zwar auch ablehnen können, was angesichts der Tatsache, dass die Kritik am Logo auch von Studierenden der Ethnologie

losgetreten worden war und Thomas Bierschenk seinen Leserbrief an die Mainzer Allgemeine Zeitung, der die ersten heftigen Reaktionen auslöste, nicht in erster Linie als Privatperson, sondern als »Professor am Institut für Ethnologie und Afrikastudien« unterzeichnet hatte, merkwürdig oder auch feige gewesen wäre. Außerdem schien eine Erklärung, in welcher Hinsicht das Logo als rassistisch einzuordnen war, nicht sonderlich schwierig und ich selbst war lange Zeit der Auffassung, dass dies, wenn man es nur wiederholt und geduldig genug erklärte, auch von jedem und jeder verstanden werden müsste. Ich fühlte mich also in erster Linie der Aufklärung verpflichtet. Die von den Interviewern zugewiesene Rolle des Experten war dem angemessen, gegen die Rolle des Richters, der darüber befinden sollte, ob das Logo abgeschafft gehört, die uns ebenfalls zugewiesen wurde, hätten wir uns allerdings stärker verwahren

müssen. Hier gewann, so sehe ich das im Nachhinein, das überkommene Selbstverständnis des Ethnologen als Übersetzer und Fürsprecher der Marginalisierten unreflektiert die Oberhand. Fürsprache hatten die Kritiker des Logos aber gar nicht nötig, denn sie haben ihre Überzeugungen und Forderungen ja sehr gut selbst formulieren können.

Was die Geister der Vergangenheit betrifft: in einem ersten kollegialen Emailaustausch zur Kritik am Logo lautete meine spontane Reaktion: »Habt ihr nichts Besseres zu tun?« Mit Erschrecken musste ich wenig später feststellen, dass solche Relativierungen und das Absprechen von Relevanz, sogar wortgleich, zu den gängigen Abwehrreaktionen gegenüber der Kritik an Waren- und Alltagsrassismus gehören; aus diesem Erschrecken über mich selbst resultierte dann auch meine persönliche Motivation zum Engagement in der Kontroverse.

Kommentar zum Mainzer Rassismusstreit

Bernhard Streck

So abstoßend Rassismus und die Verachtung anders Aussehender auch sein mag, wer sich ganz davon frei wähnt, leidet unter einer moralgeleiteten Wahrnehmungsstörung. Es gehört zum unentrinnbaren Erbe der Natur, dass auch Kultur das Eigene dem Fremden vorzieht oder – näher den Mainzer Bräuchen formuliert – jedem Narren seine eigene Kappe am besten gefällt. Nun heißt eine eingessene Handwerkerfamilie im einstigen deutschen Rom Neger und legt sich für seinen florierenden Dachdeckerbetrieb ein Logo zu, das einer Namensgleichheit Rechnung trägt und einen Afrikaner mit stilisierten Außeneigenschaften bemüht: Eine keineswegs als Karikatur zu deutende Gestalt mit Wulstlippen und künstlichen Ohrerweiterungen hämmert auf ein Dach, was aussieht, als

schlage er die Trommel. Ist das eine – sicher etwas einseitige – Begegnung der Kulturen oder Alltagsrassismus, Warenrassismus, Kolonialrassismus etc., wie die Initiative Schwarzer Deutscher oder die *People of Color*-Hochschulgruppe beklagt? Ihnen schließen sich die Muslimische Hochschulgruppe und ebenso die Fachschaften von Soziologie und dem Institut für Ethnologie und Afrika-Studien an. Man prangert eine »kolonialrassistische Ikonographie des Logos« an, also eine bildliche Diskriminierung schwarzer und einst kolonisierter Menschen, was auch schon der 1918 erfundenen Sarotti-Werbung und den vielen Mohren-Apotheken vorgeworfen wurde.

Die Ethnologie versteht sich als Übersetzungswissenschaft. Sie macht Fremdheiten verstehbar, ohne sie

wegzurationalisieren oder einer Gleichheitsideologie zu unterwerfen. Die Mainzer Fachvertreter*innen mussten in den Streit zwischen dem Firmeninhaber mit seinem – eher lustigen als diskriminierenden – Logo und den Interessenvertretungen der Betroffenen, also in Mainz wohnender Farbiger eingreifen und bezogen für deren Vormünder Position: das Logo »steht in einer rassistischen Bildtradition und sollte abgeschafft werden«, schrieb Thomas Bierschenk im Januar 2014 in einem Leserbrief an die AZ. Ein mit der Soziologie kategorialer Wahrnehmung vertrauter Ethnologe hätte auch anders argumentieren können: Anleihen aus einer fremden Formensprache bereichern die eigenen Ausdrucksmöglichkeiten, auch wenn dabei

Stereotype benötigt werden. Fehlinterpretationen bei der – nach Alfred Schütz immer interessengeleiteten – Fremdwahrnehmung lassen sich kaum vermeiden; doch geht es bei dem Logo doch nicht um ein Verstehen der afrikanischen Mitmenschen, sondern um das werbewirksame Spiel mit einem Namen, der exotische Assoziationen weckt. Sicher kann man diese auch anders umsetzen als in den angemahnten Stilisierungen. Dafür hat Thomas Neger mit einer schwarzen Design-Studentin gesprochen. Sie will einen Überarbeitungsvorschlag machen. Der Firmen- und Logo-Inhaber will sich »überraschen lassen«. Das klingt nach fairem Aushandeln. Für was also die ganze Aufregung?

»Wir haben das immer so gesagt« oder: Wann endet die *weiße* Hegemonie?

Marianne Bechhaus-Gerst

Ein Sonntag im Mai 2018. Auch in Deutschland sitzen die Fans der britischen Royals vor dem Fernseher und verfolgen die Hochzeit zwischen Prinz Harry und Meghan Markle. Die beiden *weißen* Kommentator*innen des ZDF bezeichnen die Braut penetrant als Schwarz und »exotisch«. »Frauen wie Meghan hätte man früher höchstens als Mätresse gehalten«, bemerkt Dr. Norbert Lehmann, der männliche Part des Duos. Insgesamt tut man sich in Deutschland schwer, ohne expliziten oder impliziten Rassismus über die als außergewöhnlich angesehene Beziehung und die Hochzeit zu sprechen. Der Preis für die rassistischste Darstellung gebührt aber wohl Super Dickmann's von Storck. Das Unternehmen veröffentlichte ein Bild, das einen Schokokuss, der in personifizierter Form als Logo fungiert, mit weißem Hochzeitskleid samt Krone auf dem Kopf und Blumenstrauß in der Hand zeigt. Auf dem Bild der Spruch »Ein Schaum in Weiß«, über dem Bild die

Frage: »Was guckt ihr denn so ... wollt ihr heute etwa nicht auch Meghan sein?«

Erfreulicherweise melden sich heutzutage auch bei uns unverzüglich kritische Stimmen, wenn derart rassistische Repräsentationen in den Medien verbreitet werden. Aber die entsprechenden Proteste konnten in diesem Fall weder den enttäuschenden Umgang des Unternehmens mit der Situation noch die vielen Beiträge auf der Facebook-Seite von Dickmann's und anderswo, die zur ›Verteidigung‹ des Logos antraten und sich an rassistischen Kommentaren gegenseitig übertrafen, wettmachen. Die offizielle Entschuldigung von Super Dickmann's begann mit einem ziemlich dummen Wortspiel: »Eine dicke Entschuldigung!« Wie ernst das Unternehmen diese Entschuldigung nahm, ließ sich daran ablesen, dass sie in Ich-Form, also aus Sicht des Schokokuss-Logos geschrieben war. Es sei nur um die Hochzeit des Schokokusses gegangen, hieß es

auf der Facebook-Seite, andere »Assoziationen« seien nicht beabsichtigt gewesen. Und in einer inhaltlich schon klassisch zu nennenden Abwehr hieß es weiter: »Die Welt von Super Dickmann's ist bunt und vielfältig und fern von rassistischen Gedanken.« Schließlich löschte man den Post einschließlich der kritischen Kommentare komplett von der Seite.

Diese kurze Episode und deutlicher noch die 2015 entbrannte und immer noch nicht endgültig abgeschlossene Diskussion um das Firmenlogo des Mainzer Dachdeckerbetriebs Neger sind Beispiele dafür, dass die weiße Mehrheitsgesellschaft nach wie vor nicht willens ist, sich ernsthaft mit dem alltäglichen Rassismus hierzulande auseinanderzusetzen. Warum sollte sie auch? Menschen, die sich zur weißen Mehrheitsgesellschaft in Deutschland zählen, kommen in der Regel gut durchs Leben, ohne sich Gedanken über ihr ›Weißsein‹ und die damit verbundenen Privilegien zu machen. Dabei reden wir hier nicht über ein biologisches ›Weißsein‹, sondern um ›Weißsein‹ als strukturelle Kategorie, die mit Macht in Zusammenhang steht.

Seit dem Beginn der Epoche der Aufklärung im 18. Jahrhundert haben westeuropäische – weiße – Philosophen, Anthropologen und Anatomen die Menschen der Welt eingeteilt in ein ›Wir‹ und ein ›die Anderen‹. Im Zuge der entstehenden Wissenschaften wurden nicht nur die ›Rassen‹ erfunden, sondern auch der ›Orient‹ und ›Afrika‹ mit ihren angeblich von uns ganz verschiedenen Menschen. Wissenschaftler setzten Charakter und Intellekt mit körperlichen Eigenschaften wie Hautfarbe oder Nasenbreite in Bezug. Die Menschen wurden in einem hierarchischen Ordnungssystem klassifiziert, an dessen Spitze der weiße Europäer stand. Immanuel Kant lieferte wie andere Philosophen, Ärzte und Anthropologen der Aufklärung die wissenschaftliche Rechtfertigung für die Versklavung von Millionen von Menschen durch europäische Großmächte, sowie die Legitimation für die koloniale Aneignung eines Großteils der

sogenannten nichtwestlichen Welt. Dieser ›westliche‹ Diskurs war und ist ein Monolog über vermeintlich fremde Kulturen. Dieser Diskurs versucht immer noch, die vermeintlich ›Anderen‹ auszuschließen. Man kann in diesem Zusammenhang von der Produktion von Herrschaftswissen sprechen, da es die Herrschenden im ›Westen‹ in die Lage versetzte, andere Menschen zu definieren und ihnen damit auch ihr Selbstbestimmungsrecht zu nehmen. Aus dieser Definitionsmacht resultierten exotistische und auch offen rassistische Bilder, die der Legitimierung der Kolonialisierung der Welt dienten. Gleichzeitig benötigten die Europäer diesen Mythos der Fremden, der ›Anderen‹, um ihre eigene Identität zu definieren. Das Ergebnis war ein einseitiges und reduziertes Bild der ›Anderen‹. Die ›Anderen‹ waren vor allem das, was das Eigene nicht war oder sein sollte. Noch heute stellen sich zum Beispiel viele Menschen Afrika als einen Kontinent voller Strohhäutdörfer vor, in denen Menschen halb nackt ihrer ›primitiven‹ Tätigkeiten nachgehen. Solche Bilder halten sich hartnäckig. Wenn dann vielleicht Reflexion angebracht und angesagt wäre, reagieren viele mit heftigster Abwehr.

Was weiße Definitionsmacht bedeutet, zeigte sich in Zusammenhang mit dem Mainzer Logo nicht zuletzt immer dann, wenn Thomas Neger oder seine Unterstützer behaupteten, dass Logo sei nicht rassistisch. Die hier Rassismus definieren, sind natürlich ausschließlich weiße Menschen, die sich – nicht nur in Mainz – in ihren Argumentationen gerne auf ›DIE TRADITION‹ beziehen. Im Fall des Logos ist diese gerade einmal 60 Jahre alt. Was der Großvater, der das Logo einführte, seinerzeit, das heißt in den 1950er-Jahren, witzig fand, das kann doch heute nicht rassistisch sein. ›Wir haben das immer so gesagt!‹, ›Wir haben das immer so gemacht!‹ sind die häufigsten Argumente, die so oder ähnlich im Zusammenhang mit der Kritik an rassistischer Sprache oder rassistischen Repräsentationen vorgebracht werden; selbst das N-Wort bekommt in den Foren des Internets

das historische Neutralitätsprädikat: ›Als ich noch ein kleiner Junge war, in den 1960ern, hatte das Wort ›N.‹ überhaupt gar keine negative Bedeutung in Deutschland. Ich kann da nur von meiner eigenen Erfahrung berichten: damals hatte ich es nie als Schimpfwort benutzt gehört.‹ - ›Das Wort N. wird seit Jahrhunderten im deutschsprachlichen Raum für dunkelhäutige Menschen aus Afrika verwendet und ist deshalb keine Beleidigung.‹ Tatsächlich, so möchte man lautstark zurückrufen, waren weder das ›N-Wort‹ noch seine visuellen Repräsentationen, zu denen das Mainzer Logo zweifellos gehört, jemals unschuldig. Gemeint ist immer auch Unterwerfung, Gewalt und zugleich die Rechtfertigung, warum die Unterwerfung erlaubt sei. Diese ganze Geschichte muss mitgedacht werden, wenn es um das Logo geht. Dass es, wie die Unterstützer des Logos betonen, früher keine Kritik am Bild gab, zeugt keineswegs von seiner Neutralität. Es zeugt vielmehr von der lange Zeit kaum eingeschränkten Macht, die *Weißer* über die Welt, über den Diskurs, über die Sprache, über die Repräsentation, über die ›Anderen‹ hatten. Und obwohl im Zusammenhang mit dem Mainzer Logo stets von einer Debatte oder Diskussion gesprochen wird, zeugt gerade das Verhalten von Thomas Neger von der Persistenz des ›westlichen‹ Monologs über die ›Anderen‹. Hatte er sich zunächst bereit erklärt, in einen Dialog einzutreten, sollte sich eine Schwarze Person wegen des Logos ›beleidigt‹ fühlen, reagierte er mit Unverständnis und Abwehr, als tatsächlich Schwarze Studentinnen sein Angebot annehmen wollten. Inzwischen hatte er nämlich genug Unterstützung durch die – vorwiegend weiße – Mainzer Öffentlichkeit bekommen, die ihn in seinem Monolog über das vermeintlich un-rassistische Logo bestärkten. Er hatte sich seiner weißen Definitionsmacht vergewissern können. Die Unterstützung durch die Pro-Logo-Fraktion zeugt außerdem von einem Prozess, der sich in vergleichbaren Situationen regelmäßig wiederholt: Die Verkehrung von Diskriminierten und

Diskriminierenden, wie sie sich hier zeigt – Thomas Neger war plötzlich derjenige, der unter der Kritik zu leiden hatte, – ist auch eine typische Ab- und Gegenwehrhaltung im machtvollen weißen Diskurs.

Immer wieder wird im Kontext der Kritik an rassistischer Sprache und rassistischen Repräsentationen von Political Correctness (PC) gesprochen. Der Begriff wird wie ein Schimpfwort geradezu ausgestoßen, die Political Correctness bestenfalls als etwas überaus Lästiges angesehen, dem man sich gezwungenermaßen beugen muss. Nach diesem verbreiteten Verständnis von PC geht es um den Austausch von Wörtern und Bildern, die ›nicht mehr zeitgemäß‹ sind, die ›man nicht mehr sagen darf‹. Aber darum geht es bekanntlich nicht. Political Correctness kann nicht effektiv sein, wenn der historische Kontext von Begriffen und Bildern unbekannt bleibt und nicht diskutiert wird. Es geht darum, machtvolle ›weiße‹ Diskurse zu entlarven, Vorurteile, Stereotype und Klischees in Frage zu stellen und zu dekonstruieren. Wegen des schlechten Rufs der Political Correctness sollte man auf diesen Begriff ganz verzichten, da er nur die Sicht auf das Wesentliche verstellt. Es geht nicht um Political Correctness, es geht um Macht, um weiße Macht. Und wenn die Logo-Debatte eins gezeigt hat, dann ist es die große Angst, die einige (viele?) weiße Menschen offenbar davor haben, die Macht zu verlieren, auf die sie glauben, ein Anrecht zu haben. Wie sonst lassen sich die rassistischen und sexistischen Auswürfe, die Vergewaltigungs- und Morddrohungen gegen die Logo-Gegner*innen erklären?

Zu diesen Logo-Gegner*innen, das muss unbedingt festgestellt werden, gehörten von Anfang kritische weiße Stimmen – vor allem aus dem universitären Kontext. Gerade dieser Kontext, der zum Beispiel auch für viele postkoloniale Initiativen in Deutschland charakteristisch ist, löst immer wieder bemerkenswert aggressive Reaktionen in der nichtakademischen ›Öffentlichkeit‹ aus. Auch hier kann die Logo-Debatte als beispielhaft gelten. Diese ›Öffentlichkeit‹ soll hier

nicht als einheitliche Gruppe homogenisiert werden; festzustellen ist aber, dass diese diffuse ›Öffentlichkeit‹ immer wieder Interventionen aus dem akademischen Kontext abzuwehren versucht. Die Auseinandersetzung mit Rassismus, mit den Auswirkungen von Kolonialismus und verwandten Themen wird dabei schnell als Beschäftigungstherapie von gelangweilten und weltfremden Akademiker*innen diskreditiert.

Und damit ist man wieder beim Thema weiße Macht angelangt. Wird diese in Frage gestellt oder gar bedroht, gibt es teils heftige, aggressive oder

bedrohliche Reaktionen. Zwischen den akademischen Diskursen und Debatten sowie den häufig emotionsgeladenen Reaktionen der ›Öffentlichkeit‹ tut sich eine kaum (nicht?) zu überwindende Kluft auf.

Wenn die Logo-Debatte für etwas beispielhaft ist, dann dafür, dass solche Diskussion bei uns offenbar immer noch geführt werden müssen. Am Ende bleiben nur Fragen: Warum erkennen viele weiße Menschen den strukturellen Rassismus in der Gesellschaft nicht? Warum müssen wir immer wieder über Rassismus streiten? Wann endet die *weiße* Hegemonie?

Ethnologie an ihren Grenzen? Öffentliche Wissenschaft in einer hochdiversen, postkolonialen Gesellschaft

Hansjörg Dilger

Die Ethnologie könnte sich heute schnell in kontroversen gesellschaftlichen Debatten wiederfinden – und doch tut sie es selten. In dieser Hinsicht ist das Beispiel der seit Ende 2013 neu entfachten Diskussion über das Firmenlogo des Mainzer Dachdeckerbetriebs ›Ernst Neger‹ eine wichtige Ausnahme. Insbesondere weist diese Kontroverse dabei auf wesentliche Punkte – ebenso wie Defizite – in der öffentlichen Präsenz und Positionierung der Sozial- und Kulturanthropologie zu Themen unserer hochdiversen, postkolonialen Gesellschaft *insgesamt* hin. Diese Punkte möchte ich in meinem Kommentar in den Vordergrund stellen.

Auslöser der bereits seit den 1970er Jahren dokumentierten Kritik am Firmenlogo ›Ernst Neger‹ ist dessen Darstellung einer »stilisierten Schwarzen Person«, die mit expliziten »Stereo[n]type[n] der Darstellung Schwarzer Menschen, wie sie in Deutschland mit dem Ende des 19. Jahrhunderts und unter dem Einfluss des Kolonialismus etabliert wurden«, arbeitet. Die von Godwin Kornes beschriebene Kontroverse spiegelt dabei zum einen deutliches Lokalkolorit wider,

welches in der Verarbeitung – und Befahrung – des Streits im Rahmen der Mainzer Fastnacht sowie der lokalen Bekanntheit des Logos als »De Neescher« zum Tragen kommt. Zum anderen erregte die Kontroverse um das vom Enkel des Firmengründers in den 1950er Jahren eingeführte Logo jedoch auch deutschlandweit und international größeres mediales Aufsehen.

Für sich genommen mag diese weite Aufmerksamkeit für eine lokale Debatte erstaunlich erscheinen, insofern aktivistische Gruppen wie die Initiative Schwarzer Deutscher oder primär linksgerichtete Hochschulgruppen seit langem gegen rassistische Darstellungen und Praktiken im öffentlichen Raum mobilisieren – und dabei kaum bis gar keine mediale Resonanz erfahren. In den letzten Jahren jedoch rufen Debatten über Identität, Zugehörigkeit und die Macht kultureller Repräsentation im öffentlichen Raum verstärkt auch rechtsgerichtete Gruppierungen – ebenso wie sogenannte »besorgte Bürger*innen« – auf den Plan, die zu einer neuen Polarisierung und Vehemenz solcher Kontroversen beitragen. Diese

letzteren Akteur*innen befeuern solche Debatten (ebenfalls) mit Hilfe sozialer Medien und sonstigen Strategien öffentlicher Positionierung und versuchen hierdurch, Kontrolle über verloren geglaubtes kulturelles Terrain wiederherzustellen. Des Weiteren sind in solchen Zusammenhängen auch Androhungen von Gewalt bis hin zu Mord auf *beiden* Seiten der politischen Extreme nicht selten – wobei es in Mainz die hochschulpolitischen Aktivist*innen waren, die »rassistische und sexistische Anfeindungen bis hin zu Vergewaltigungs- und Morddrohungen« erfuhren.

Die Themen, die in einem solchen aufgeheizten Klima gesellschaftlicher Polarisierung zu teils reflexartigen Interventionen – ebenso häufig aber auch zur Artikulation ernsthafter politischer Anliegen sowie teils schmerzhaft verkörperter Erfahrungen von Diskriminierung oder Identitätskonflikten – führen, sind vielfältig. Hier geht es nicht nur um die ›Flüchtlingskrise‹ 2015 oder Debatten über ›die Muslime‹ in Deutschland, die insbesondere seit der bundespolitischen Diskussion, ob der Islam zu Deutschland gehöre, mit hoher Emotionalität geführt werden. Auch zeigen die seit Jahren bestehenden, und 2017 wieder neu entfachten Kontroversen um das Humboldt Forum in Berlin – oder aber der Rücktritt von Mesut Özil aus der deutschen Nationalmannschaft im Juli 2018, der auf Twitter eine breite Debatte über Rassismuserfahrungen unter dem Hashtag #metwo auslöste –, wie stark das Bedürfnis nach öffentlichen Diskussionen über Werte und Modalitäten des Zusammenlebens, sowie nach (kultureller, sozialer, religiöser) Anerkennung *und* Abgrenzung, in unserer pluralen, postkolonialen Gesellschaft ist.

Dass Dynamiken kultureller und religiöser Vielfalt dabei schon seit Jahrzehnten ein zentraler Bestandteil der deutschen Gesellschaft sind – und es somit verwundert, warum Debatten zu Migration und deutscher Kolonialgeschichte erst heute so breit geführt werden – ist zwar bemerkenswert, aber gleichzeitig eine bereits überholte Frage. Zu denken sollte an dieser

Stelle vielmehr geben, dass gerade Positionen aus dem rechtsgerichteten bis hin zum wertekonservativen Spektrum, die in solchen Kontexten geäußert werden, enorme gesellschaftspolitische Wirkmacht entfalten und Parteien und Mitbürger*innen aus der ›Mitte‹ der Gesellschaft aktuell die hier vorgebrachten Positionen – und deren Vokabular – aktiv übernehmen. Des Weiteren dringen solche Debatten mitunter sehr schnell in die Universitäten hinein und fordern diese teilweise in ihrer Legitimität heraus, wenn Fächer wie die *Gender Studies* oder die Ethnologie als »austerbende Wissenschaft« oder aber Studienfach »für Dumme« bezeichnet werden.

Ogleich jedoch Einzelbeispiele wie die Mainzer Logo-Debatte daher sehr aufschlussreich für das gegenwärtige gesellschaftliche Klima sind, in dem öffentliche Debatten über kulturelle Repräsentation und Identität aktuell geführt werden, bleibt die Ethnologie *insgesamt* mit ihren Fachvertreter*innen in solchen gesellschaftlichen Kontroversen auffällig abwesend. Dies erstaunt, da der Bezug der oben skizzierten Diskussionen zu kultureller und gesellschaftlicher Diversität im Kontext von Globalisierung und postkolonialen Verwerfungen geradezu emblematisch für das Fach und seine Inhalte ist. Nicht unumstritten sind zudem oft die Positionierungen derjenigen (wenigen) Ethnolog*innen, die mit Bezug auf polarisierende gesellschaftliche Debatten überhaupt Stellung beziehen. Zuletzt war dies bei einer Serie von Interviews in großen Tages- und Wochenzeitungen der Fall, in denen Susanne Schröter das Phänomen sexueller Gewalt unter männlichen muslimischen Zuwanderern in Deutschland erklären wollte und dabei nicht nur in »linken Kreisen« (Hermann 2018), sondern auch in der Ethnologie selbst auf deutliche Kritik stieß. Ein Punkt, der in Susanne Schröters Interview dabei ganz buchstäblich auf die Grenzen der Ethnologie in Debatten über den Zusammenhang von Islam, Geschlecht und Gewalt in Deutschland – oder andere Themen unserer hochdiversen, postkolonialen

Gesellschaft *insgesamt* – verwies, war ihr nicht näher erklärter Rückschluss von Entwicklungen des konservativen Islams in Indonesien und anderen »islamischen Staaten« der Welt auf »migrantische Milieus« in Deutschland (Neue Zürcher Zeitung 2018). Solche simplifizierenden Vergleiche zwischen dem ›Hier‹ und dem außereuropäischen ›Anderswo‹ stoßen genau in das Horn derjenigen, die kulturelle Entwicklungen (außerhalb Deutschlands, außerhalb Europas) zunächst stereotyp überzeichnen und hierauf aufbauend dann ihre düsteren Szenarien für ›unsere‹ Gesellschaft im Kontext von Migration ableiten (für weiterführende Kritik an Susanne Schröters medialen Positionen siehe Schielke 2018).

Wie kann und soll sich also ›die‹ Ethnologie mit ihrer *spezifischen Expertise* angesichts gesellschaftlicher Kontroversen verhalten, die unser Fach zwar zum einen thematisch im Kern berühren, die zum anderen aber angesichts seines lange etablierten Fokus auf *außereuropäische* Gesellschaften eher peripher sind? Meines Erachtens benötigt die Ethnologie eine breitere Diskussion über Möglichkeiten und Grenzen der öffentlichen Positionierung aus dem Fach heraus mit Blick auf aktuelle gesellschaftliche und politische Themen. Nicht im Sinne einer Abstimmung *gemeinsamer* Positionen – hierfür ist das Fach mit seinen verschiedenen disziplinären Anliegen und Selbstverortungen viel zu divers, wie zuletzt der Blog zur Umbenennung der Deutschen Gesellschaft für Völkerkunde in Deutsche Gesellschaft für Sozial- und Kulturanthropologie (<https://blog.uni-koeln.de/gssc-whatsinaname/>) verdeutlichte. Vielmehr benötigen wir systematischer geführte Debatten und Diskussionsforen, die sich mit kulturellen und sozialen Transformationsprozessen im weiteren Sinne auseinandersetzen und die hierbei die *unterschiedlichen* Perspektiven und Erfahrungen des Fachs in Bezug auf das gesellschaftliche Mit- und Gegeneinander in Deutschland öffentlich sichtbar – d.h., über den Kontext von Fachpublikationen in einschlägigen

Zeitschriften und Verlagen hinaus – aufzeigen (vgl. Dilger/Falge 2019).

Eine solche Auseinandersetzung kann in Form von Berichten wie dem vorliegenden Artikel von Godwin Kornes erfolgen, die Erfahrungen mit ethnologischen Interventionen in öffentlich-gesellschaftlichen Kontroversen rückblickend für eine breitere Leser*innenschaft analysieren. Ebenso kann diese Debatte aber auch das Medium von Filmen oder Ausstellungen nutzen – oder aber die sozialen Medien wie Twitter und Facebook sowie die ethnologischen Blogs, die sich im deutschsprachigen Raum in den letzten Jahren (wieder neu) etabliert haben: Aktuell setzen sich dabei zwei größere Blogs des Fachs mit der Gegenwart und Zukunft ethnologischer Museums- und Sammlungseinrichtungen (<https://blog.uni-koeln.de/gssc-humboldt/>) sowie mit medizinethnologischen Perspektiven auf Gesundheit und Körper in einer globalisierten Welt auseinander (www.medizinethnologie.net). Schließlich spielen universitäre Seminare eine zentrale Rolle, um sich mit »postkoloniale[n] Verflechtungsgeschichten, Erinnerungspolitiken und [...] Fragen von Zugehörigkeit und nationaler Identität« auseinanderzusetzen (Abulimiti et al. 2018), oder aber um kritisch über die Position(en) von und den Umgang mit Geflüchteten in der Gesellschaft zu reflektieren (Bräu et al. 2016).

Den Formen und Inhalten öffentlicher Positionierungen aus der Ethnologie heraus sind vor diesem Hintergrund somit wenig Grenzen gesetzt – wenngleich eine größere Debatte über »öffentliche Wissenschaft« in der Disziplin gerade mit Blick auf fehlende Gratifikationssysteme an den Universitäten für öffentlich-gesellschaftliches Engagement nach wie vor zu führen ist (vgl. Selke/Treibel 2018: 11). Gleichzeitig eröffnet sich hier jedoch auch ein Gelegenheitsfenster für die Disziplin, ihre Perspektiven in Zeiten gesellschaftlicher und kultureller Kontroversen einzubringen und in diesem Zusammenhang nach Möglichkeit auch »transformativ« zu wirken (ebd.: 5). Dies wiederum kann jedoch nur dann gelingen,

wenn wir uns mit Blick auf konkrete Erfahrungen in dieser Hinsicht stärker vernetzen – nicht nur innerhalb des Fachs, sondern auch mit unterschiedlichen gesellschaftlichen und aktivistischen Gruppierungen (vgl. z.B. Dilger/Dohrn, in *Collaboration with International Women Space* 2016) sowie mit anderen

Disziplinen wie der Europäischen Ethnologie oder der Soziologie, die mit Blick auf aktuelle Debatten in unserer hochdiversen, postkolonialen Gesellschaft oft über explizitere regionalspezifische Expertise verfügen als die (außereuropäisch orientierte) Ethnologie selbst.

Gut gemacht, ifeas!

Cordula Weißköppel

Die Debatte um das Logo der Mainzer Dachdeckerfirma war sicher keine einfache, aber sie zeigt, dass ethnologische Institute in Deutschland das Rückgrat haben, Positionen, in diesem Fall antirassistische und dekolonisierende, öffentlich zu vertreten, argumentativ zu verteidigen und auch über polyphone, widersprüchliche Dynamiken hinaus auszuhalten, ohne dabei ihr Gesicht, d.h. ihr fachliches Profil zu verlieren. Eine Ethnologie als eine gesellschaftsrelevante Wissenschaft, die öffentlich wahr und ernst genommen werden will, muss genau diesen Mut haben und auch eine potenzielle Angreifbarkeit wagen, wie es das Institut in Mainz getan hat, dazu meinen Glückwunsch!

Meiner Rezeption nach geht es bei dem Streit um das Mainzer Firmenlogo um ein Konfliktfeld zwischen individuellen und kollektiven Interessenslagen: Während einzelne oder genealogisch verbundene Subjekte, hier eine Familie, Firmengeschichte schreibt, indem sie den ererbten Namen ›Neger‹ offensiv in ihrem Firmenlogo als exotisches Symbol nutzt, um Alleinstellungsmerkmale auf einem Markt potenziell konkurrierender Anbieter zu kommunizieren, geht es einem Institut für Ethnologie an einer öffentlichen, föderal-staatlich eingerichteten Universität um einen Bildungsauftrag. Wir sind per Qualifikation und Anstellung in einer Universität dazu berufen, kollektiv

generierte Wissensressourcen nicht nur an die junge Generation weiter zu tradieren, sondern diese auch zu überdenken und zu revidieren, wenn der aktuelle Wissensstand danach verlangt. Genau diesem Auftrag hat sich das Mainzer Institut gestellt, indem die Institutsleitung die Firma darauf hingewiesen hat, dass ihr Logo (mit der Darstellung eines Schwarzen Mannes in rassistischer Symbolik und unterwerfener Pose) eine diskriminierende Zeichensprache transportiert, die aus Kolonialzeiten des letzten Jahrhunderts stammt und nicht mehr akzeptabel ist in einer modernen Gesellschaft, die sich um die Anerkennung ihrer demografischen Vielfalt und um Antidiskriminierungsgesetze bemüht, um allen Menschen eine humane, gleichberechtigte Existenz und soziales Miteinander auf Augenhöhe zu ermöglichen, wie es in der deutschen Verfassung, aber auch durch die international etablierte Menschenrechtskonvention formuliert ist.

Dass die Firmenleitung hier nicht sofort ›hurra‹ schreit, sondern ihr Logo vor dem Hintergrund von Familien- und Firmengeschichte verteidigt, war zu vermuten, zumal sie den Rechtsstaat auf ihrer Seite wähen kann, weil es aus ihrer Perspektive um den Schutz der individuellen Freiheit geht, den Familien- und somit Firmennamen nach eigenen ästhetischen Kriterien und Interessenslagen gestalten zu dürfen.

Dass die besagte Firma damit seit den 1950er Jahren beim Klientel und in der öffentlichen Wahrnehmung erfolgreich war, so dass bis heute eine kritische Masse der Lokalbevölkerung das Firmenlogo als historisch gewachsen und sozial akzeptiert verteidigt, steht auf einem andern Blatt – verweist aber genau auf die Wechselwirkungen zwischen Individuen und Gesellschaft, die uns als Kulturwissenschaftler*innen und Ethnolog*innen interessieren, nämlich mit welcher Persistenz an alten Hüten festgehalten wird, ohne nach der aktuellen Angemessenheit etwa von Bezeichnungen zu fragen. Man denke z.B. nur an Museen der ›Völkerkunde‹ oder kirchliche Institutionen, die sich noch immer als ›Missionszentren‹ bezeichnen.

Latenter Widerstand ist eigentlich immer da vorauszusehen, wo es um das offensive Hinterfragen von Gewohntem und Etabliertem geht, durchaus mit der Geste des moralischen Zeigefingers, andere darauf aufmerksam zu machen, wie ›zurück‹ oder ›nicht zeitgemäß‹ sie doch sind. Bei der Aufdeckung von reproduziertem Alltagsrassismus geht es zudem darum, durch Sprache und Zeichen etablierte Machtverhältnisse, Jahrhunderte alte Gewaltverhältnisse zwischen ›Weißen‹ und ›Schwarzen‹ Menschen zu benennen und durch die bewusste Vermeidung der alten Praxen und die Verwendung alternativer Sprechweisen einen Willen zur Veränderung zu bekunden, zunächst ›nur‹ auf dieser Ebene sprachlicher und symbolischer Kommunikation. Aber es geht weit darüber hinaus darum, für die Gleichberechtigung und wechselseitige Anerkennung von ›Schwarzen‹ und ›Weißen‹ und allen Farb-Metaphern dazwischen – ja eben radikal *aller* Menschen – Sorge zu tragen. Vielleicht ist es tatsächlich auch diese weitreichende Vision eines ehrlich gemeinten Humanismus, die nach wie vor manchen im ›Westen‹ als Hort der Privilegierten erschrecken lässt.

Gut gemacht, ifeas, dass diese Position öffentlich artikuliert wurde und als Appell an die Firma

herangetragen wurde. Habt ihr da wirklich Applaus erwartet?

Vermutlich macht man sich als Geschäftsführender Direktor eines Universitätsinstituts zunächst keine Gedanken wie im Einzelnen reagiert wird, sondern ist einfach nur neugierig, ob es überhaupt eine Reaktion gibt. Und aus der Darstellung der Ereignisse und weiteren Dynamik spricht eher die Unerfahrenheit eines wissenschaftlichen Institutes, wie mit der unerwarteten Polyphonie der losgetretenen Debatte dann professionell umzugehen war.

Klar gibt es interne Hierarchien der Repräsentation, die befolgt werden müssen; klar, dass sich dadurch Akteur*innen, die erst Initiator*innen waren, dann potenziell ausgeschlossen fühlen, ihre eigenen Artikulationskanäle suchen oder etablieren. Somit ist aber auch klar, dass sich Antagonist*innen gegenüber Protagonist*innen formieren, sei es durch individuell Profilierte, sei es durch Netzwerke und Gruppierungen, die sich heute schnell und anonym durch die sozialen Medien organisieren und artikulieren können.

Dabei kann man nicht nur gewinnen, sondern diese Öffnung zum Populären wird gerne genutzt, Kritik loszuwerden und Schelte gegenüber der Institution zu betreiben; hier muss prompt gekontert werden. Negative oder falsche und vorurteilsbeladene Statements über das Fach Ethnologie müssen kommentiert und richtiggestellt werden. Hinzu kommt das Dilemma, dass im Alltagsgeschäft eines wissenschaftlichen Instituts dafür keine Profis zur Verfügung stehen, sondern alles noch irgendwie dazwischen muss.

Aber: Hat der Shitstorm dem Institut bzw. der Ethnologie wirklich geschadet? Wird nicht vielmehr der Schutz durch die Institution ›Universität‹ deutlich, dass Institutsdirektor*innen und ihre Mitarbeiter*innen zwar als individuelle Repräsentant*innen das Wort ergriffen haben, aber deren weiteres Tun, auch deren weitere Bezahlung nicht von der situativ produzierten, öffentlichen Meinung abhängen?

Gut gemacht, ifeas, weil das Personal diese unvorhersehbaren Dynamiken ausgehalten, ja, weiter mitgestaltet hat: Es wurde nicht nur ein öffentlicher Diskurs über die Fortdauer solch eines provokativen Logos initiiert, sondern der Diskurs wurde weiter differenziert, verschiedenste Positionen wurden sichtbar und hörbar gemacht; im Weiteren wurden eine Reihe interdisziplinärer Veranstaltungen entwickelt, um den Sachverhalt des reproduzierten Alltagsrassismus weiter zu kontextualisieren bzw. in verschiedenen Genres europäischer, d.h. ›weißer‹ Kulturproduktion im Blick auf Afrika, Afroamerika und ›Schwarze‹ / *people of color* generell aufzuzeigen. Die Kompetenzen und Ressourcen unseres Faches werden sichtbar und verstauben nicht in Bibliotheken oder heutzutage digitalen Archiven.

Hier zeigt sich der viel längere Atem akademischer Auseinandersetzung gegenüber den medialen Eintagsfliegen ... aber auch hier besteht natürlich die Herausforderung, wiederum die Brücke zum Populären zu schlagen: Wer hat wohl all die Vorlesungs- und Vortragsreihen an der Uni besucht? Vermutlich

nicht die Sympathisant*innen der Firma ›Neescher‹, wie sie im lokalen Dialekt genannt wird. Angesichts dessen, dass unter (uns) ›Weißen‹ weiterhin solche Atavismen kursieren (z.B. hörte ich jüngst auf einer Reise in Südafrika unter norddeutschen Tourist*innen mehrfach die Bezeichnung ›die Schwatten‹) und wir (in unserer verleugneten Identifikation als ›Weiße‹) noch immer nicht genügend Mitgefühl entwickelt haben, was es für Menschen mit nicht-weißer Geschichte an Verletzungen und wiederholter Stigmatisierung bedeuten kann, können Mitarbeiter*innen eines ethnologischen Instituts nicht oft genug die Stimme ergreifen. Hier geht es nicht um *voicing* für Andere, sondern um ein zentrales Interesse unserer geteilten Menschlichkeit. Ob ich als Ethnologin oder als Psychologe, als Maschinenbauer oder Ärztin meine Stimme erhebe, ist dann sekundär, aber es erhöht die Glaubwürdigkeit meines beruflichen Ethos.

Wir können zwar nicht immer gewinnen, aber Debatten anstoßen und im öffentlichen Diskurs mitmischen!

Zum Verhältnis von Wissenschaft und sozialen Kämpfen

Juliane Karakayali

Die Zeitschrift für Kulturwissenschaften greift in ihrer aktuellen Ausgabe eine in der Stadt Mainz geführte Kontroverse auf: Gerungen wird um die Frage, ob das Firmenlogo der in Mainz ansässigen Dachdeckerfirma Neger rassistisch ist oder nicht. Diese Auseinandersetzung ist ein Beispiel dafür, dass wissenschaftliche Erkenntnisse nur dann als Wahrheit anerkannt werden (müssen), wenn der politische Kontext, in dem sie entstehen, dies zulässt.

Das Ringen um Wahrheit folgt im Feld der (Gesellschafts-)Wissenschaften einem spezifischen Format:

Aus durch empirische Befunde abgesicherten Theorien, die einen Sachverhalt auf einer verallgemeinerbaren Basis erklären, lassen sich Kriterien ableiten, anhand derer sich beliebige Gegenstände analysieren lassen. Das Verhältnis von Theorie und Gegenstand ist dabei insofern dynamisch, als dass Theorien mit den aufgefundenen Gegenständen weiterentwickelt werden. Und da Gesellschaften einem stetigen Wandel unterliegen, werden auch Theorien stetig aktualisiert, modifiziert und erneuert. Auf die Frage bezogen, ob das Logo des Dachdeckers rassistisch ist oder nicht,

lässt sich aus einer so skizzierten wissenschaftlichen Perspektive sagen: Rassismus ist ein gesellschaftliches Verhältnis, in dem Menschen anhand äußerer Merkmale zu Gruppen zusammengefasst werden, denen spezifische Eigenschaften zugeschrieben werden und denen dann aufgrund der Zuschreibung von positiven oder negativen Eigenschaften entweder ein privilegiierter Zugang zu materiellen, symbolischen und sozialen Ressourcen gewährt wird oder eben dieser Zugang eingeschränkt oder ganz verwehrt wird (vgl. Hall 1990). Die Konstruktion dieser Gruppen erfolgt diskursiv, institutionell und interaktiv. Zentraler historischer Moment der Erfindung rassistischer Ideologie war der Kolonialismus, im Zuge dessen Menschen insbesondere vom afrikanischen Kontinent verschleppt und versklavt wurden, vor allem um auf den Plantagen maximal ausgebeutet zu werden (vgl. Allen 1996). Der gewaltvolle Akt der extremen Ausbeutung der Arbeitskraft wurde unter anderem mit der Ansicht gerechtfertigt, dass die Ausgebeuteten keine Menschen seien und diese Annahme wurde durch bildliche Darstellungen in Reiseberichten, medizinischen Journalen und Romanen bekräftigt (vgl. Castro Varela/Dhawan 2015). Für all diese Gewalt steht der Begriff Neger (vgl. Mbembe 2014). Den eigenen Familiennamen Neger mit einem Logo zu verbinden, das sich der Bilder bedient, mit der dieses Gewaltverhältnis gerechtfertigt wurde, zitiert diese Gewalt und reproduziert eben diese Logik des brutalen *othering* (ohne die rassistischen Stereotype, die das Bild reproduziert, noch einmal formulieren zu wollen, sei nur kurz darauf hingewiesen, dass hier eine kolonialrassistische stereotype Darstellung einer Schwarzen Person gezeigt wird, die hammerschwingend als Arbeitsgehilfe erscheint). Und dabei ist es auch völlig unerheblich, ob der Inhaber der Dachdeckerfirma tatsächlich bewusst rassistisch handelt, denn rassistische Handlungen müssen nicht rassistisch gemeint sein, um rassistisch zu sein (vgl. Kalpacka/Räthzel/Weber 2017) – die Tatsache, dass Herr Neger,

wie er selbst sagt, als Kind für seinen Namen gehänselt wurde, macht es allerdings unwahrscheinlich, dass er nicht weiß, was er da tut.

Es lässt sich also nach einer Analyse anhand wissenschaftlicher Kriterien nachweisen, dass das Logo rassistische Stereotype reproduziert. Auf dieser Ebene argumentieren auch die Studierenden und Mitarbeiter*innen (u.a. des Instituts für Ethnologie und Afrikastudien) der Universität Mainz. Herr Neger findet aber das Logo nicht rassistisch und seine Facebook-Freund*innen auch nicht. Sie sind gänzlich unbeeindruckt vom wissenschaftlichen Nachweis und beharren auf ihrer ›Meinung‹. Wissenschaftlicher Nachweis und subjektive Meinung stehen hier einander gegenüber und ersterer vermag letztere gar nicht zu erreichen. Interessant ist nun die Frage, warum es so gut gelingt, den Nachweis, dass das Logo rassistisch ist, zu ignorieren und bei der ›Meinung‹, dem sei nicht so, zu bleiben? Bemühen wir uns um ein weiteres Beispiel und denken an den NSU-Komplex. Der NSU-Prozess endete am 11. Juli 2018 mit erstaunlich milden Urteilen für zwei der fünf angeklagten Neonazis. Am gesamten NSU-Komplex wird deutlich, wie stark Rassismus die Gesellschaft in Deutschland strukturiert. Die Aussagen der Angehörigen der Opfer sowie die Recherchen von Nebenklageanwält*innen, investigativen Journalist*innen und dem antifaschistischen Recherchenetzwerk *nsu-watch* haben ergeben, dass die Polizei bei der Aufklärung der Mordserie versagte und die Öffentlichkeit von neun ermordeten Migranten kaum Notiz nahm, dass der NSU bei der Durchführung seiner Mordserie deutlich mehr Unterstützer*innen gehabt hat, als auf der Anklagebank saßen und dass verschiedene Verfassungsschutzämter in diese Mordserie verstrickt waren (vgl. *nsu-watch.de*). Mit den analytischen Werkzeugen, die uns die Rassismusforschung zur Verfügung stellt, ist es ein Leichtes nachzuweisen, dass diese Ereignisse (auch) als struktureller oder institutioneller Rassismus verstanden werden müssen. Und genau dies ist seit 2011, seit

eine breitere Öffentlichkeit die Existenz des NSU zur Kenntnis genommen hat, viele Male formuliert worden – die Angehörigen der ermordeten Enver Simsek († 2000), Mehmet Kubasik († 2004) und Halit Yozgat († 2006) formulierten dies bereits 2006, aber ihnen wurde kaum zugehört. Dieses Wissen ist da. Wie gelingt es großen Teilen der Gesellschaft, den Rassismus, der dem gesamten monströsen NSU-Komplex zugrunde liegt, nicht als solchen zur Kenntnis zu nehmen und bei der ›Meinung‹ zu bleiben, Migrant*innen seien Integrationsverweigerer?

Das hat etwas damit zu tun, dass die Anerkennung von etwas als Wahrheit und auch wissenschaftliche Wahrheit nicht objektiv, sondern von den politischen Umständen beeinflusst ist, unter denen sie produziert wird. Darum konnte die Wissenschaft über lange Zeit überzeugend nachweisen, dass die Erde eine Scheibe ist, dass Frauen über eine geringere Gehirnkapazität verfügen als Männer und Homosexualität eine Krankheit ist. Diese wissenschaftlichen Wahrheiten wurden mit einer Vielzahl an Untersuchungen belegt. Warum aber wissen heute weite Teile der Gesellschaft, dass die Erde eine Kugel ist, Frauen zu den gleichen intellektuellen Leistungen fähig sind wie Männer und Homosexualität eine Sexualität unter vielen ist? Dieses Wissen existiert, weil durch soziale Kämpfe andere Wahrheiten durchgesetzt wurden. Wissenschaftler*innen kämpften für die Eigenständigkeit der Wissenschaft gegenüber der Kirche, Frauen kämpften um Gleichberechtigung und Queers um die Anerkennung ihrer von heteronormativen Vorstellungen abweichenden Lebensweisen. Die aktuelle politische Situation macht mehr als deutlich, dass diese Kämpfe nicht ein für allemal gewonnen, sondern noch immer und immer wieder ausgefochten werden müssen: Kreationistische Theorien haben Eingang in Schulbücher gefunden, in der Debatte um das Recht auf Abtreibung wird Frauen die Fähigkeit abgesprochen, über ihre Lebensführung selbst entscheiden zu können und die Gewalt, die queere Personen erfahren, zeigt, wie dünn die Decke

der Anerkennung ist. Und dennoch: Die sozialen Kämpfe konkreter Personen waren und sind es, die die Theoriebildung vorangebracht haben.

Das gleiche gilt für das Verhältnis von rassismuskritischer Theorie und Kämpfen gegen Rassismus: Dass es überhaupt eine Theorie des Rassismus gibt, dass es Kriterien gibt, anhand derer sich feststellen lässt, dass das Logo der Dachdeckerfirma rassistische Stereotype reproduziert, ist in erster Linie denen zu verdanken, die gegen ihre Ausbeutung, Ausschließung, Erniedrigung und Ermordung gekämpft haben und kämpfen (sowie ihren Unterstützer*innen/Verbündeten/Alliierten), mit unvorstellbarer Kraft und oft genug unter Einsatz ihres Lebens. Sie waren und sind es, die das Wissen über Rassismus (vgl. Terkessidis 2004) generier(t)en und sie waren und sind es, die darum kämpf(t)en, dass dieses Wissen öffentlich wird. Dass es Begriffe, Theorien und analytische Kriterien gibt, um Rassismus zu benennen und nachzuweisen, ist ein Erfolg der Kämpfe gegen Rassismus. Dass diese Begriffe, Theorien und analytischen Kriterien Anwendung finden, ist ebenfalls ein Erfolg der Kämpfe gegen Rassismus. Begriffe, Theorien und analytische Kriterien sind an den Hochschulen vor allem Instrumente der Aufklärung. Aufklärung aber ist da wirkungslos, wo wissenschaftlicher Nachweis auf beharrliche ›Meinung‹ trifft. Hier müssen sich Wissenschaftler*innen fragen, wie sie sich zu den sozialen Kämpfen gegen Rassismus verhalten wollen, denn diese sozialen Kämpfe werden es am Ende sein, die dazu führen, dass Rassismus als Ungleichheitsverhältnis eine breite gesellschaftliche Anerkennung findet und damit auch breite gesellschaftliche Kämpfe dagegen stattfinden. Eine Antwort wäre, die Hochschulen als Orte ernst zu nehmen, an denen Gesellschaft nicht nur diskursiv gestaltet wird, sondern an denen Strukturen geschaffen werden können, die das bereits Er kämpfte institutionalisieren und die eine Basis schaffen, von der aus sich weitere Kämpfe führen lassen: indem Rassismus begegnet wird auf der Ebene der Personalpolitik, der

Hochschulzugangskriterien, der (sprachlichen) Gestaltung der Curricula, der Ressourcenverwendung, des Kanons, der Beratungs- und Beschwerdemöglichkeiten. Insofern war, auch wenn das Logo weiterhin

in Mainz sichtbar ist, die Kampagne dagegen höchst erfolgreich, hat sie doch die Auseinandersetzung um Rassismus in der Hochschule vorangebracht.

Herausforderungen medialer Repräsentation und sozialen Wandels

Birgit Bräuchler

Das in den 1950er Jahren eingesetzte Logo der Mainzer Dachdeckerfirma Thomas Neger stellt in stereotyper, kolonialistischer und karikaturistischer Art eine schwarze Person dar und wurde 2015 Gegenstand einer heftigen, zum Teil radikalisierten Debatte. Aus verschiedenen Gründen konnte ich an der Debatte um das Logo nicht aktiv teilnehmen und sie auch nicht im Detail verfolgen. Was auch immer im Folgenden daher über diese Debatte und ihre Akteure gesagt wird, leitet sich aus dem Text von Godwin Kornes und einigen wenigen der darin genannten Quellen ab. In dieser doppelt mediatisierten Perspektive auf den Diskurs um das Logo, nämlich wie sich mir dieser ›Medienkrieg‹ in der verschriftlichten Chronologie von Kornes darstellt, mögen eventuelle Missverständnisse oder Fehlinterpretationen begründet liegen. Ich versuche in diesem Kommentar einen Schritt zurückzutreten und vor dem Hintergrund meiner eigenen Forschungserfahrung zu reflektieren, wofür diese Debatte auf einer allgemeineren Ebene stehen mag. Ich möchte Verbindungen zu drei Forschungssträngen herstellen, die, wie die Mainzer Logo-Debatte auch, weit über den akademischen Kontext hinaus von Bedeutung sind und die Positionierung sozialwissenschaftlicher Forschung und Forscher herausfordern wenn nicht gar einfordern. Im Fokus stehen Fremddarstellung, unsere mediengesättigte Gesellschaft und soziale Bewegungen.

Die Darstellung der ›anderen‹ ist in den Medien wie in der Ethnologie ein Dauerbrenner, trotz oder vielleicht ja auch gerade wegen aller kritischer disziplinärer (Selbst-)Reflexionen. Deshalb verwundert es nicht, dass sich gerade ein ethnologisches Institut und dessen Studierendenschaft dem Kampf gegen das Logo der Firma Neger verschrieben haben. Im Kern geht es um das Bloßstellen der Verharmlosung stereotyper Fremddarstellungen, die einen Alltagsrassismus füttern, der bestimmte Denk- und Handlungsmuster fest in unserem Alltag verankert und deshalb schwer zu bekämpfen ist. Jede einzelne dieser Darstellungen mag banal erscheinen (wenn auch nicht für die jeweils Betroffenen), vielleicht gar keiner bösen Absicht entsprungen (wie wohl beim Logo), aber sie verleiht doch einer unreflektierten Übernahme und Fortsetzung rassistischer Bilder und Stereotype aus dem Zeitalter der Entdeckungen und des Kolonialismus Ausdruck, die, bewusst oder nicht, radikalisierte Formen des Fremdenhasses nähren und legitimieren kann. Es besteht auch kein Grund zur Entwarnung, da diese rassistischen Typisierungen und Karikaturen in unterschiedlichsten Formen und auf einflussreichen Plattformen bis heute bestehen, in den unterschiedlichsten regionalen Kontexten: sei es die Werbung für das Zentrale Kalahari-Wildreservat, das ›größte Sandbecken der Welt‹, das zugleich Heimat der San-Buschmänner und einer großen Vielfalt an

Wildtieren ist (<https://www.africanbushcamps.com>) – eine Rhetorik, die sehr an die Völkerschauen des 19. Jahrhunderts erinnert; aktuelle TV-Serien wie *Primitive Runaway* in Indonesien, die Interaktionen zwischen Prominenten als Repräsentanten einer Oberschicht mit indigenen Völkern, offensichtlich als Repräsentanten der untersten (primitiven) Klasse, ausstrahlt und somit Traditionen der Demütigung und Diskriminierung fortführt; aber auch vermeintlich gut gemeinte, aber extrem idealisierende Serien wie *Millennium: Tribal Wisdom and the Modern World* aus den 1990er-Jahren von Survival International, die sich weltweit für Indigenenrechte einsetzen; oder aber eben die karikaturhafte Darstellung des ›anderen‹ in einem Firmenlogo. Erst in der aktuellen Ausgabe, April 2018, gesteht das populäre Magazin *National Geographic* ein, dass seine Berichte und Darstellungen über Jahrzehnte rassistisch geprägt waren. Ein Historiker soll nun bei der Aufarbeitung dieser Vergangenheit helfen. Dem Leser ist der Rassismus eines *National Geographic* womöglich ebenso wenig aufgefallen wie der des Mainzer Logos, der ja Teil des Alltags und ein vertrauter Anblick in Mainz ist – beide haben mit Sicherheit auch keine bösen Absichten wie all die anderen oben genannten Projekte. Doch das zu beurteilen liegt immer im Auge des Betrachters, seien es die Völkerschauen des 19. Jahrhunderts oder aktuelle Nationalpark- oder Magazinpolitik. Dieser anhaltende Trend wird umso bedenklicher in einem Zeitalter, in dem vielerorts politisch ein Rechtsruck stattfindet, sei es in Amerika, Europa oder Australien.

Medien, egal welcher Art, sind zentral für die Darstellung anderer sowie die Selbstdarstellung von Individuen und Gruppen. Insbesondere das Internet wurde als Befreiungsmedium gefeiert, da es seine Nutzer*innen befähigt, geographische und kulturelle Grenzen und das limitierende Element der Gleichzeitigkeit zu überwinden. Schon sehr bald wurde aber deutlich, dass die Art und Weise, wie das Internet und seine vielfältigen Kommunikationsplattformen genutzt

werden, auch Grenzen aufbauen und verhärten kann, seien es politische oder religiöse Zugehörigkeiten oder andere Abgrenzungsmechanismen gegen ›andere‹. Dieser Trend hat durch die mobile Schnellebigkeit und den Push-Faktor der sozialen Medien als ständige Begleiter im Alltag exponentiell zugenommen. Diese Entwicklung leistete wiederum Begriffen Vorschub wie etwa *shitstorm*, *hate speech* und *virality*, wobei letzterer für sich epidemie- und blitzartig ausbreitende Information (welcher Couleur auch immer) steht. Ambivalenz ist die klare Botschaft dieser Medien – womit Marshall McLuhans *The Medium is the Message* zu hinterfragen wäre –, die Nutzer wie auch Forscher herausfordert. Ambivalenz liegt bereits in ihrer Herkunft begründet. Großunternehmer setzen mit klaren marktwirtschaftlichen Interessen soziale Medienplattformen wie Facebook in die Welt und überwachen die von ihnen eröffneten Medienfreiheiten entsprechend, zum Teil in Zusammenarbeit mit nationalen Regierungen, zum Teil gegen deren Willen. Auf der anderen Seite werden aber genau diese Medien oft im Kampf gegen Ungleichheit und neoliberalen Kapitalismus strategisch eingesetzt, sei es in Form der Occupy-Bewegung oder im Kampf Indigener für ihre Rechte und gegen die Zerstörung ihres Lebensraumes. Diese Ambivalenz tritt auch im Streit um das Mainzer Logo deutlich zutage, muss aber ebenso wenig einen Widerspruch darstellen wie die beliebte Moderne-Tradition-Dichotomie (i.e. soziale Medien versus Personen ohne Zugang zu selbigen), da sich die unterschiedlichen Positionen gegenseitig bedingen, konstituieren, ständig neu artikulieren und zum Teil auch manipulieren.

Diese Medien eröffnen Raum für offene und freie Meinungsäußerung, eines der höchsten Gebote universaler Menschenrechte, die zugleich aber Kriegspropaganda und das Anstacheln zu nationalem, rassistischem oder religiösem Hass, Diskriminierung, Feindseligkeit und Gewalt per Gesetz verbieten (Allgemeine Erklärung der Menschenrechte von

1948 und Internationaler Pakt über bürgerliche und politische Rechte von 1966). Dessen ungeachtet waren Medien seit jeher integraler Bestandteil strategischer Kriegsführung, sei dies nun die frühe Kriegsphotografie oder der aktuelle Einsatz von Kameradrohnen. Neue und soziale Medien haben diese Tendenz auf eine neue Ebene gehoben, unter anderem in Form von Wellen ungebremster Hasstiraden und Hetze und in Form von Vernetzungen politischer und religiöser Radikalisierung in außerordentlichem Ausmaß. Die Debatte um das Mainzer Logo ist hierfür sicherlich ein Beispiel und zeigt, wie beide Seiten in einen Wettbewerb treten, nicht nur die Herzen der Mainzer Bürger zu gewinnen, sondern auch die Medien für sich zu instrumentalisieren, vom Logo und Flyer, über die Vorlesung an der Universität, die Talkshow, Straßenproteste bis hin zu den sozialen Medien.

Internet und soziale Medien können aber auch in einem anderen Sinne zur Kriminalisierung der Nutzer*innen beitragen, eine Variante die im Streit um das Mainzer Logo meines Wissens nicht zum Vorschein kam. Hierzu dienen entsprechende IT-Gesetze in Ländern wie China, Singapur aber auch scheinbar demokratischen Staaten wie Indonesien, die es den Regierungen ermöglichen, Kritiker*innen des jeweiligen Regimes oder Kritik an diskriminierender Politik, wie etwa der Indigenenpolitik in Indonesien, unter dem Vorwand der Hassrede, des Rufmordes oder der Hetze, zu kriminalisieren und die entsprechenden Akteure auszuschalten. Dergleichen Maßnahmen sind nur zum Teil effektiv. Oft erreichen sie das Gegenteil, nämlich ein stetig zunehmendes Ausmaß an nationaler und globaler Solidarität mit den Betroffenen, was wiederum möglich macht, Druck von internationaler Seite auf die entsprechenden Regierungen auszuüben. Auf der anderen Seite scheinen Regierungen wie die von Donald Trump in den Vereinigten Staaten Tür und Tor für öffentliche rassistische und fremdenfeindliche Slogans und Rede zu öffnen und »alternative

Fakten« salonfähig zu machen, wobei wir wieder bei der Fremddarstellung der »anderen« wären.

Fälle wie die Debatte um das Mainzer Logo erfordern eine in mehrfacher Hinsicht holistische Herangehensweise. Sie erfordern eine Analyse der Akteurslandschaft und ihrer unterschiedlichen historischen, sozialen, politischen und kulturellen Einbettung sowie der daraus hervorgehenden spezifischen Interessen. Ein praxistheoretischer Ansatz untersucht das Phänomen über die Praktiken der jeweiligen Akteure und kann so die Dynamik von Aktivismus und Hassrede erfassen und zugleich offen für Aushandlungsprozesse bleiben. Eine medienzentristische Sichtweise ist hierbei zu vermeiden, da sonst diejenigen außen vor gelassen werden, die keine Stimme in populären Medien haben oder den Kampf nicht über diese öffentlich und laut austragen wollen. Auch in Kornes' Analyse der Logo-Debatte wird dem kein Raum gegeben. Selbst den »Betroffenen«, schwarzen Mitbürger*innen, wird nur in vergleichsweise entpersonalisierter Weise und nicht sehr prominent eine Stimme verliehen, einmal durch die sehr vage bleibende *People of Color*-Hochschulgruppe (PoC-HSG), einmal in Form der anonymisierten zwei Studierenden und einer Design-Studentin, die wohl das Gespräch mit Thomas Neger gesucht haben. Zu ihrem Hintergrund, ihrer soziokulturellen Einbettung und ihrer spezifischen Motivation erfahren wir nichts. Ein Beispiel für die »leisen Stimmen« aus meiner aktuellen Forschung zu Protestbewegungen in Indonesien sind religiöse Figuren und indigene Akteure, für die sich die »Lautheit« neuer Medien und Protestaktionen nicht mit ihrer Vorstellung einer harmonischen Gesellschaft vereinbaren lässt, und die sich auf andere Mediatisierungen zurückziehen, wie z.B. Trance, Gebete oder Pilgerfahrten. Diese komplexen Verflechtungen und Akteurslandschaften erfordern einen medienökologischen Ansatz, der Medien in einem sehr breiten Sinne konzeptualisiert (von Trance hin zu sozialen Medien) und eine kontextuelle Betrachtung der Mediennutzung

verfolgt, die keine spezifischen Medien isoliert und deren Einbettung in breitere soziokulturelle und politische Felder in den Vordergrund stellt. Wie meine längerfristigen Forschungen zur Rolle von Medien in Konflikt, Friedensprozess, Versöhnung und Widerstand zeigen, ist eine integrative ethnologische Untersuchung von online- und offline-Aktionen essentiell, um ein Verständnis für die Verwobenheit diverser Medienräume und die Dynamiken von Protest von innen heraus entwickeln zu können.

Das Internet als eines von vielen Medien, allerdings eines, das viele unterschiedliche andere Medien und Kommunikationsplattformen in sich vereint, ist oftmals integraler Bestandteil von Konflikten – von scheinbar banalen Nachbarschaftskonflikten, über *bullying* unter Schüler*innen, dem Austragen religiöser und ethnischer Konflikte, der Unterdrückung bestimmter Gruppen durch Regierungen und dergleichen. Vielgenannt im öffentlichen Diskurs ist die Nutzung des Internets durch terroristische und extremistische Gruppierungen wie rechtsradikale oder insbesondere nach dem 11. September islamische Extremisten, die das Internet für psychologische Kriegsführung, Propaganda und Fundraising, Rekrutierung und Mobilisierung, Vernetzung, Planung und Koordination nutzen. Das Internet ist auch, so scheint es, zum konstitutiven Bestandteil kontemporärer Protestbewegungen geworden, wobei umstritten ist, inwieweit das Internet tatsächlich soziale Revolutionen unterstützt, erweitert oder sogar ermöglicht – sehr prominent debattiert im Falle der sogenannten Arabellion, dem arabischen Frühling, eine 2010 beginnende Reihe von Protesten und Revolutionen in der arabischen Welt. Und obwohl der Internetzugang in den letzten Jahren weltweit stark zugenommen hat, müssen wir immer noch die ›digitale Kluft‹ berücksichtigen, d.h. die Tatsache, dass zwar mittlerweile viele Zugang zum Internet haben, bei weitem aber nicht alle und auch nicht alle Zugang haben wollen – und dies nicht nur im Vergleich einzelner Länder, sondern auch

innerhalb einzelner Länder und Orte, die Stadt Mainz miteingeschlossen.

Wie andere aktuelle Protestbewegungen auch, erhielt die Kampagne gegen das Logo, wie Kornes schreibt, »durch eine effektive Kombination von online- und offline-Protestformen ([...] oft im öffentlichen Raum) schnell viel Aufmerksamkeit«. Was sich mir beim Lesen dieser Debattenanalyse nicht erschloss bzw. wo es sich lohnen würde, noch einmal genauer hinzusehen, ist, inwiefern sich die Mainzer Kampagnen Elemente und Strategien, performative Rituale und Symbole einer globalen Protestästhetik angeeignet haben, welche Wirkung sie damit erzielten bzw. ob die lokale Aneignung globaler Strategien unter Umständen auch kontraproduktiv war und inwiefern sie das Potential zu einer längerlebigen Bewegung hatten. Kornes' Analyse geht hierauf nicht ein und auf den ersten Blick scheinen sich die Aktionen vornehmlich auf vor kurzem eingerichtete Gruppierungen wie beispielsweise die PoC-HSG zu gründen (wobei hier ethnographische Details zu Entstehung, Aufbau und Funktionsweise interessant wären) oder einen Teil der Studierenden- und Dozentschaft des ethnologischen Instituts der Universität Mainz. Vielleicht liegt hier ja auch ein Grund, warum die Kampagnen im Endeffekt nicht erfolgreich waren und man (überspitzt formuliert) ›die Mainzer*innen‹ wieder ihrem unreflektierten Alltagsrassismus überlassen hat. Es liegt mir fern, hier zu verallgemeinern und der Aufsatz von Kornes lässt keine Schlussfolgerung zu, wie, welcher Teil der Mainzer Bevölkerung nun tatsächlich aktiv oder passiv in die Debatte involviert war. Beim Lesen entstand für mich der Eindruck, dass die sich gegen das Logo wehrende Front zu zersplittert ist, um längerfristig Erfolg zu haben. Es gibt keine oder nicht ausreichend Koordination zwischen den Gruppen oder scheinbar sogar Rivalitäten. Trotz aller Egalität und trotz aller konsensbasierter Entscheidungsprozesse bedurfte selbst die Occupy-Bewegung tatkräftiger Führungspersönlichkeiten, die sozusagen den Protest (oft

mit unsichtbarer Hand) choreographierten. Bei den Protestbewegungen, die ich mir in Indonesien näher angeschaut habe, waren charismatische Führung, der Rückgriff auf bestehende Aktivist*innennetzwerke (beispielsweise im Bereich Demokratisierung oder Umweltaktivismus) und das Mobilisieren einer vereinten Basis in der Bevölkerung essentiell für deren Erfolg. In den von mir untersuchten Fällen waren es lokale Machtkämpfe und Uneinigkeiten in der Bevölkerung, die Protest (beispielsweise gegen Landraub) erfolglos machten bzw. lokale Konfliktlinien kreierte oder verschlimmerten. Die sozialen Medien tragen zu solchen Dynamiken das ihre bei. Es waren z.B. vorwiegend die über diese Kanäle verbreiteten radikalisierten Hassreden, die viele Bürger in Mainz auf die Seite des Unternehmers trieb, die sonst wohl eher passiv oder neutral geblieben wären. Es ist meiner Meinung nach entscheidend für den Erfolg solcher Kampagnen oder Protestbewegungen, wie alle strategisch an Bord geholt werden können, durch einen medienübergreifenden Ansatz, aber auch durch das Aufspüren und das Inkludieren derer, die in den populären Medien (wie oben erklärt) nicht zu Wort kommen (wollen). Hier ist wichtig, spezifisch auf den soziokulturellen und politischen Kontext einzugehen, wenn Menschen vor Ort in großem Umfang mobilisiert werden sollen.

In jedem dieser Bereiche müssen spezifische Widerstandsstrategien zum Einsatz kommen, die nicht nur mit der weltweiten Protestrhetorik, sondern auch mit lokalen kulturellen Anforderungen in Einklang stehen. So können Gruppengrenzen überschritten werden, was wichtig ist, um Aufmerksamkeit zu erregen und erfolgreich zu sein. Alt und Jung, Aktivist*innen und Normalbürger*innen, Wissenschaftler*innen und Studierende, Medienfreaks und Durchschnitts-Mediennutzer*innen, Menschen mit Internetzugang und ohne, müssen sich zusammentun. Der Mainzer Fall bietet viele Ansatzmöglichkeiten für weiterführende Studien, die beispielsweise die einzelnen Akteursgruppen in der breiteren Debatte soziokulturell verorten und Möglichkeiten ausloten, sie dort abzuholen und den Protest zum Erfolg zu führen, sei es die Universität, der Karneval oder die Häuser der Mainzer, die sich (und den Unternehmer Neger) durch den *shitstorm* in den sozialen Medien offensichtlich deutlich mehr bedroht fühlen als durch das Logo. Zum Abschluss würde es mich nun noch interessieren, ob und welchen Alternativvorschlag zum Logo die genannte Design-Studentin vorgebracht hat. Er könnte das Happy End einer zum Teil unter der Gürtellinie ausgefochtenen Debatte sein.

Shitstorm 2015

Johannes Paßmann

»Wofür ist diese Debatte ein Beispiel?« – ich antworte aus meiner Perspektive als Social-Media-Forscher. Aus dieser Sicht ordnen sich die Ereignisse zum Teil in die von Godwin Kornes auch aufgerufene Kategorie des ›Shitstorms‹, insofern es zu wesentlichen Teilen eine Online-Debatte ist, bei der die Betroffenen den Eindruck haben, dass sie sich zu einer unkontrol-

lierbaren, dezentralen Macht auswächst. Shitstorms entstehen aber nicht irgendwie. Man kann in der Regel einige ›Zutaten‹ ausmachen, die für deren Entstehung entscheidend sind. Für die Social-Media-Forschung bieten Godwin Kornes Darstellungen deshalb einen sehr aufschlussreichen Fall und ich möchte ihn deshalb mit dem eines anderen Shitstorms vergleichen, den

ich detailliert untersucht habe. In meiner *Twitter-Ethnografie* der deutschsprachigen Favstar-Sphäre zwischen 2011 und 2015 habe ich für einen Shitstorm aus dem Jahr 2012, an dem ich selbst als Täter teilgenommen habe, eine Liste von acht Zutaten zu benennen versucht, die im Verbund den Sturm zusammengebraut haben (Paßmann 2018: 235-238).

Es ging dort um einen zunächst sehr anderen Fall; Gegenstand dieses Shitstorms war ein Buch, das aus den prestigeträchtigen Tweets meines Feldes zusammengeklaut war. Im Zentrum stand also eine Zerstörung von Prestigeobjekten, die für dieses Feld den Kern ihrer Praktiken darstellten. Ziel war es, die Veröffentlichung des Buchs zu verhindern, was dann letztlich auch gelang, obwohl es damals noch keine Handhabe für ein Urheberrecht an Tweets gab. Meine Achter-Liste lässt sich insofern nicht ohne Weiteres auf den Fall des Dachdecker-Firmenlogos übertragen, aber es gibt auch einige Parallelen, die mir typisch für einen Shitstorm erscheinen, teils sogar grundsätzlich typisch für Online-Debatten.

Der fünfte und sechste Punkt meiner Liste lauten »diskursive Vorarbeit« und »bestehende Infrastrukturen«: Die Argumente, die man in die Debatte einbringt, wurden teils viele Jahre vorher eingeübt, ausprobiert und kultiviert; und zwar so weit, dass es für die Teilnehmenden jeweils unzweifelhaft war, dass sie im Recht sind, und dass diese Evidenz des Im-Recht-Seins sich innerhalb der Angriffe für die Beteiligten immer wieder einstellte. Im vorliegenden Fall stehen auf der einen Seite die Kritiker*innen, die im Logo eindeutigen Rassismus und in dessen Verteidigung latente, größtenteils unreflektierte rassistische Positionen erkennen. Auf der anderen Seite steht der Eindruck der Befürworter des Logos, dass die Anti-Rassist*innen kein aufrichtiges Anliegen haben, sondern sich mit nicht nachvollziehbaren, klandestinen Methoden über als tradiert empfundene Sitten und Gebräuche hinwegsetzen. Godwin Kornes fasst diese Position wie folgt zusammen: »[H]inter der Kampagne stehen

Linksextremist/innen, die einen Rassismus-Vorwurf erfinden, um einen integren Mainzer Bürger und Unternehmer fertig zu machen«. Die Front zwischen Anti-Rassismus und Anti-Intellektualismus formiert sich zwar ad-hoc im Shitstorm, man kann dabei aber auf uralte Repertoires von Argumenten, Emotionen und Handlungsabfolgen zurückgreifen, aber auch auf relativ frisch aktualisierte, internettypische, wie die Figur des »Gutmenschen«. Es ist diese lange diskursive Vorarbeit auf zwei erprobten Seiten, die den Konflikt unter so vielen verschiedenen Teilnehmer*innen als Konflikt stabilisiert.

Dies gilt in ähnlicher Weise für die Verhältnisse der Akteur*innen zueinander: Die Netzwerke, über die die Interaktionen laufen, entstehen nicht zufällig, auch wenn ihre Formierung zufällig aussehen kann. Für die Seite der Anti-Rassist*innen ist dies evident; sie formieren sich aus Studierenden-Organisationen, Universitäts-Institutionen oder Medien-Infrastrukturen, wie die des Online-Magazins *Ficko*. Auf der anderen Seite nennt Kornes lokalpolitische Infrastrukturen von Parteien und Unternehmertum. Im Fall meiner Twitter-Ethnografie waren dies vor allem die Kooperations-Netzwerke der Favstar-Sphäre, die die genannten prestigeträchtigen Tweets schrieben und eine etablierte Kooperations-Infrastruktur unter anderem dadurch errichtet haben, dass sie sich über Jahre mit *Favs* (heute *Likes*), *Retweets* und vielem mehr beschenkten. Gleichzeitig war dies die schon in der sehr viel älteren deutschsprachigen Blogosphäre etablierte Infrastruktur urheberrechtlicher und netzpolitischer Kooperation. Interessant wäre nun natürlich, wer sich in den von Kornes erwähnten Facebook-Gruppen organisierte, wer dort dann tatsächlich auch das Wort führte und wer bloß als *lurker* Gruppenmitglied war. Ich nehme an, dass dies ebenfalls auf bereits erprobten Infrastrukturen der Kooperation aufgesetzt hat. Zumindest beim kursorischen Durchsehen einiger Tweets zum Thema fiel mir etwa auf, dass häufig Argumente des gegen eine Obrigkeit aufsässigen

Karnevals genannt wurden, der sich nicht den Mund verbieten lässt. Kornos verweist auf die Bedeutung der *Humba-Täterä*-Fastnachtskultur; möglicherweise hat dies für die Strukturierung der Online-Netzwerke eine wesentliche Rolle gespielt.

Die dritte typische Zutat nicht nur für den Extremfall des Shitstorms, sondern für Online-Debatten insgesamt, ist aus meiner Sicht das Gefühl der Teilnehmenden, dass es sich um ein hilfsbedürftiges Thema handelt. Sie müssen sich selbst in der Defensive, mitunter als Opfer sehen und so den Eindruck haben, dass sich niemand hinreichend um die Sache kümmern wird, wenn sie es nicht selbst tun. In meinem Twitter-Fall war dies zum Beispiel ein Urheberrecht, das sich noch nicht auf die Technologien und Praktiken des Internets eingespielt hatte, sowie der Eindruck, dass eine größere Öffentlichkeit die Prestige-Regeln der Favstar-Twitterer nicht versteht oder gar lächerlich findet. Auf Seiten der Logo-Verteidiger*innen war dies der Eindruck, dass eine Elite aus Medien und Wissenschaft die Abbildungen und Äußerungen nach den falschen Maßstäben beurteilt. Die logische Konsequenz: Man muss diese Maßstäbe gegen die wahrgenommene Elite (und gegen die ›Linksextremisten‹) verteidigen. Für die andere Seite ist Rassismus, gerade der latente und deshalb öffentlich oft vergessene Alltagsrassismus, natürlich per se ein hilfsbedürftiges Thema – weshalb dies erst kürzlich unter #MeTwo wieder größere Beachtung fand (und dieselbe Front zwischen Anti-Rassismus und Anti-Intellektualismus reaktiviert hat).

Ein wichtiger Unterschied zwischen dem Tweetklau-Shitstorm der Favstar-Sphäre und der Dachdecker-Kontroverse ist aber: Die Twitterer haben trotz der für viele Außenstehende lächerlichen Prestige-Regeln gewonnen; die Veröffentlichung wurde zurückgezogen. Die Anti-Rassist*innen hingegen haben verloren; dies nicht nur, weil das Logo weiterhin so ist wie es ist, sondern auch, weil man es nun, wo das Thema ›durch‹ ist, nicht mehr skandalisieren kann (im Zuge

dieser Respondenz habe ich versucht, mit meinem Twitter-Account, der immerhin 4.600 Follower hat, den Wikipedia-Artikel von Ernst Neger zu skandalisieren (vgl. <https://twitter.com/geruchtekellner/status/1027836447934566401>), wo im Unterkapitel »Debatte um Firmenlogo« die absurde Symmetrisierung steht: »Kritiker halten es für rassistisch, während Thomas Neger den Vorwurf als ›totalen Quatsch‹ bezeichnet«, – weitgehend erfolglos und mit dem Ergebnis, dass ich Antworten erhielt wie »Denkst du wirklich ein paar Leute auf Twitter sollten die Macht haben über das Geschäft eines Unschuldigen Entscheidungen zu treffen? Wo kommt dieses Denken denn bitte her?« (vgl. https://twitter.com/_j0si/status/1027992517499871233). Das kompliziertere Argument der Anti-Rassist*innen, welches eine Perspektivübernahme des ›Gegners‹ verlangt, verliert die Kontroverse, sobald sie polemisch wird und der Eindruck entsteht, dass die Polemiker*innen die Fraktion des komplizierteren Arguments vertreten. Typisch für Online-Kontroversen ist, dass es in jedem Lager Polemik gibt und so die Gegenseite sich immer als Opfer jener inszenieren kann, die ›zu weit gehen‹, weil sie definieren können, wer wen repräsentiert. In den Personenkreisen, die für die Dachbau-Firmen relevant sind, erhielten die Logo-Inhaber das entscheidende ›Opferkapital‹, um nicht mit ökonomischen oder moralischen Verlusten rechnen zu müssen, wenn sie das Logo beibehalten – am Ende war offenbar das Gegenteil der Fall.

»Wofür ist dies ein Beispiel?« ist insofern auch in der Debatte selbst die entscheidende Frage. Sind die Aufkleber-Verteiler*innen mit ihren persönlichen Angriffen auf Thomas Neger ein Beispiel für die Anti-Rassist*innen? Diese Deutung hat sich offenbar durchgesetzt und möglicherweise hat es den Dachbau-Firmen das entscheidende ›Opferkapital‹ verschafft. Wenn man gewinnen will, muss man genau diese Ressource abschneiden, indem man aktiv entscheidet, was wofür ein Beispiel ist. Insofern wird man auf diese

Debatte in ein paar Jahren vielleicht als ein Beispiel dafür zurückblicken, wie Anti-Rassismus im Internet um 2015 seine Strategien erst noch ausprobieren und finden musste. Auch wenn man nicht sagen kann, dass der Anti-Rassismus der #MeTwo-Debatte 2018 klar gewonnen hat, so zeigt der Fall doch, dass man heute erfolgreicher ist: Bei #MeTwo gibt es keinen

personalisierten Gegner, es gibt nur viele einzelne Fälle, die nachvollziehbar machen, was Alltagsrassismus bedeutet. Dadurch kultiviert man bei vielen Nutzerinnen und Nutzern genau das, was bei den Dachbauern nicht erreicht werden konnte: eine Perspektivübernahme.

Die Irrungen und Wirrungen der Mainzer Fastnacht, oder: Wie ich ein Kakaopflänzchen wurde

Mita Banerjee

Ich möchte diesen Aufsatz mit einer Anekdote beginnen, die tatsächlich nur dann eine Anekdote bleibt, wenn wir die Verbindung zwischen Alltag und Wissenschaft, zwischen persönlicher Biographie und wissenschaftlicher Praxis und schließlich zwischen Disziplin und *location* – der Verortung unserer Wissenschaft in einem bestimmten nationalen, kulturellen oder auch lokalen Kontext – als letztlich irrelevant abtun. Ich bin Mainzerin. Eines meiner prägnantesten Kindheitserlebnisse – wie könnte es in Mainz anders sein? – ist ein Fastnachtsumzug, an dem meine Grundschulklasse beteiligt war. Das Motto, das sich wohl die Lehrerin ausgedacht hatte, bedeutete in diesem Jahr, dass meine Klasse als ›Kakaopflänzchen‹ verkleidet durch die Mainzer Innenstadt ziehen sollte. Wie meine Klassenkamerad*innen verwandelte auch ich mich mittels eines Jutesacks und grünen Krepppapiers in die Kakaopflanze, die ich nie gesehen hatte und über deren Sinnhaftigkeit ich mir nicht ansatzweise bewusst war; der Showdown, der jäh meine Freude und Begeisterung darüber trübte, an einem Maskenzug teilzunehmen und stolz durch die Mainzer Innenstadt marschieren zu können, kam, als es ans Schminken ging. »Du«, sagte die Lehrerin

zu mir, während (gefühl) sich alle Blicke auf mich richteten, »musst dich nicht schminken.« Während sich also die anderen Kinder mit brauner Farbe anmalten und so immer mehr zu veritablen Kakaopflänzchen wurden, ging ich als einzige ungeschminkt durch die Straßen. Ich war ja schon braun.

Was würde sie bedeuten, diese Anekdote, die mehr als 40 Jahre zurückliegt, angesichts der heutigen Debatte nicht nur um das Mainzer Firmenlogo Thomas Neger, sondern auch angesichts eines immer stärker werdenden Angriffs auf die politische Korrektheit? Und was bedeutet es für mich, wenn ich heute als Amerikanistin über eine deutsche Debatte schreibe? Zunächst bedeutet es eine Absage an zweierlei Annahmen: erstens an die Behauptung, Wissenschaft und Alltagspraxis seien strikt voneinander getrennt; die Alltagserfahrung sei nur bloße Anekdote. Dieser Annahme, die auch im Beitrag von Godwin Kornes zum Ausdruck kommt und gegen die sich sein Beitrag u.a. wendet, möchte ich mit zwei theoretischen Ansätzen entkräften. Im Rahmen der aktuellen ›Flüchtlingsdebatte‹ hat der Münchner Soziologe Armin Nassehi darauf hingewiesen, welche Relevanz für die Praxis und die Möglichkeit des Zusammenlebens dem Alltag

zukommt. Die politische Debatte, so führt Nassehi an, würde allzu oft losgelöst von den viel basaleren – und oft pragmatischeren – Begegnungen, die unseren Alltag ausmachen. Der (potentiell interkulturelle) Übersetzungsprozess finde auch und vor allem in den großen und kleinen, vor allem aber den alltäglichen Aushandlungsprozessen statt:

»Es ist ganz interessant, wenn man in empirische Untersuchungen [zur Frage des Heimatbegriffs] guckt. Wo diese Frage gestellt wird, fallen den Menschen interessanterweise oftmals eher sinnliche Kategorien ein. Also gar nicht Dinge, die man jetzt kognitiv beschreibt, sondern die eher sinnlich vermittelt sind, ein Dialekt zum Beispiel oder eine Melodie oder bestimmte Gerüche und Geschmäcker. [...] Das wissen wir aus der Soziologie, seit wir Handlungen nicht nur als etwas Kognitives betrachten, sondern auch als etwas, das eine sehr starke sinnliche Komponente hat. Das ist es, was Vertrautheit produziert« (Krämer/Nassehi 2018).

Die amerikanische Kulturwissenschaftlerin bell hooks beschreibt, wie sie als Kind in den USA der 1950er Jahre die Erfahrung eines stetig wiederkehrenden Alltagsrassismus – im Amerikanischen *micro-aggression* genannt – nur psychologisch überleben konnte, indem sie ihn auf eine Theorieebene hob; indem sie dem Alltag einer dysfunktionalen Familie in einem von sozialer Ungleichheit geprägten Umfeld in der Abstraktion eine Gesetzmäßigkeit zuschrieb und sie somit aus ihrer Eigenlogik heraus erklären konnte:

»Let me begin by saying that I came to theory because I was hurting. [...] I came to theory desperate, wanting to comprehend – to grasp what was happening around and within me. More importantly, I wanted to make the hurt go away. I saw in theory then a location for healing. I came to theory young, when I was still a child« (hooks 1991: 1).

Was bedeutet all dies für die Debatte um das Firmenlogo des Ernst Neger? Es bedeutet zunächst, dass die Trennung zwischen ›Erfahrung‹ und ›Wissenschaft‹ zu kurz greift. Es bedeutet aber auch, und auch dies gilt es hervorzuheben, dass die Entrüstung über *micro-aggressions* nicht nur diejenigen betrifft, gegen die diese Aggressionen sich richtet; vielmehr ist diese Entrüstung Teil der zivilen Gesellschaft an sich. Die Frage kann also nicht sein, wer sich über Alltagsrassismus oder -diskriminierung entrüsten darf, sondern vielmehr, dass diese Entrüstung in persönlicher Erfahrung ihren Anfang machen kann, aber eben nicht muss. Gerade dies, so führt Godwin Kornes an, war in der Debatte um das Mainzer Firmenlogo nicht immer der Fall. Es ging hier vor allem, wie Kornes beschreibt,

»um Fragen der Positionierung, etwa inwiefern ein ›weißes‹ (männliches, bürgerliches) akademisches Establishment für Menschen sprechen könne, bzw. dürfe, die als *people of color* Objekt von Rassifizierungen sind – was im Kontext der Veranstaltung natürlich auch als Kritik an der Ethnologie als solcher zu verstehen war. Hiermit verband sich der Vorwurf, dass die Mitarbeiter des ifeas sich einen *struggle* von *people of color* angeeignet hätten.«

Was aber verlieren wir, wenn der Widerstand gegen kolonialistische Bilderwelten sich vorrangig um Identitäten formiert? Es geht eben nicht darum, dass nur diejenigen das Logo kritisieren können oder sollten, die selbst ›betroffen‹ sind, sondern es geht vielmehr um eine Kritik an aus bestimmten höchst problematischen Genealogien gespeisten Bilderrepertoires, über die wir uns alle entrüsten sollten. Diese verkürzende Verbindung zwischen Kritik und Identität, so macht Kornes deutlich, zeichnete Thomas Negers Reaktion ebenso aus, wie teilweise die sich als Gegenbewegung formierende Gruppe der Kritiker.

Gleichzeitig aber koinzidiert die Debatte um ein

Mainzer Firmenlogo, die letztlich, wie Kornes anführt, bis in die *Washington Post* hinein diskutiert wurde, mit einem globalen *backlash* gegen die politische Korrektheit. Es geht mir hier darum, zu benennen, was erneut salonfähig geworden ist. Bemerkenswert an dieser Debatte, die sich ganz unabhängig von Thomas Neger (gerade in den USA) vollzieht und die doch auf bizarre Weise mit ihr deckungsgleich ist, ist, dass sich die politische Rechte die Terminologie der ehemals Linken auf erstaunliche Weise angeeignet hat. Es geht hier um ein Klima, in der solche Gruppen, die man früher als ›*mainstream*‹ bezeichnet hätte, sich als die neue Minderheit verstehen, die durch die sogenannten ›ethnischen‹ Minderheiten und deren Geißel der politischen Korrektheit vermeintlich jahrzehntelang unterdrückt wurde. Gibt es sie also, die (vielleicht zunächst überraschende) Verbindung zwischen Donald Trump und Ernst Neger, den einstigen Firmengründer, dessen Logo jetzt Schlagzeilen macht? Diese Verbindungslinie besteht, so möchte ich hier anführen, im zunächst unschuldig erscheinenden Verweis des Enkels Thomas Neger auf die »Gutmenschen«, die ihm jetzt sein Firmenlogo madig machen wollen. Wie Kornes beschreibt,

»Ende Dezember 2013 geriet das Logo in den Fokus einer breiteren Öffentlichkeit, ausgelöst durch einen Beitrag der Mainzer *Allgemeinen Zeitung*. In diesem verteidigte Thomas Neger den Gebrauch des Logos als Firmentradition gegen die Kritik von ›Gutmenschen‹, die ihm zufolge die Selbstironie der Darstellung nicht erkennen würden«.

Es ist dieser Verweis auf die ›Gutmenschen‹, so möchte ich behaupten, der den Vertretern der Political Correctness unterstellt, sie fungierten als eine Art ›Gedankenpolizei‹. Gleichzeitig führt Thomas Neger mit der Debatte, die er als Replik gegen den Angriff auf sein Firmenlogo anstieß, lokale Identitäten gegen solche Identitäten ins Feld, die entweder als

weltfern-akademisch oder als verschroben transnational verunglimpft werden. Denn Neger mobilisiert in seiner Kampagne den Mainzer ›Lokalkolorit‹ (ein Begriff, der in diesem Zusammenhang ambige Züge annimmt). Dieser Lokalkolorit speist sich, wie könnte es anders sein, aus der Mainzer ›Fassenacht‹. Kornes schreibt, »Aus der Bedeutung des ›singenden Dachdeckermeisters‹ Ernst Neger als Erinnerungsort der Mainzer Fastnachtskultur (›*Humba Täterä*‹) und der politischen Tätigkeit Thomas Negers als Stadtrat resultierten wesentliche identitäre und politische Dynamiken der Debatte«. Neger mobilisiert in seiner Kampagne den Mainzer Lokalpatriotismus; die ›Meenzer‹ werden zu einer Minderheit stilisiert, die sich gegen das neue Establishment (die Aktivisten, die sich mit englischem Namen als *people of color* bezeichnen; das Institut für Ethnologie) behaupten müssen. Insofern – und das gibt mir gerade angesichts meiner Vergangenheit als Mainzer Kakaopflänzchen zu denken, kann man also entweder Meenzer sein oder aber eine *person of color*, aber nie beides. Demgegenüber möchte man (als Mainzerin, als *person of color*, oder schlichtweg als kritisch denkender Mensch) anführen, dass es an sich schon einen Luxus darstellt, sich so aufs Lokale zurückziehen zu können. Dieser Rückzug bedeutet nämlich auch eine systematische Ausblendung (im Amerikanischen spricht man von *writing out*) der deutschen Kolonialgeschichte, die im Logo des ›Neeschers‹ immer auch mitschwingt, wie Godwin Kornes, Matthias Krings und Thomas Bierschenk immer wieder betont haben (Schmoll 2015). Zu der Zeit, als ich diesen Aufsatz schreibe, wird der ›Fall‹ der Herero, von vielen als ein Völkermord der deutschen Kolonialherren gegen ein ›untergebenes‹ Volk verstanden, gerade vor einem amerikanischen Gericht verhandelt; viele fordern, es sei längst an der Zeit, nicht nur dafür, dass sich Bundeskanzlerin Merkel für dieses historische Unrecht offiziell entschuldige, sondern auch, für diesen ›ersten Völkermord des 20. Jahrhunderts‹ den Nachkommen der Opfer Wiedergutmachungen zu zahlen (Pierson

2018). Was bedeutet es also, dass man als lokaler Firmeninhaber weiterhin ein Logo führt, dass sich aus in gewissem Sinne aus dieser Kolonialgeschichte speist und sie doch verleugnet, und was bedeutet es, wenn man sich in überheblicher Geschichtsvergessenheit im Luxus des Lokalkolorits sonnt?

Der Rückzug ins Lokale ist also eine Geste des Trotzes, die gleichzeitig ein Privileg markiert. Denn es ist eben erstens ein Privileg, sich der deutschen Kolonialgeschichte nicht erinnern zu müssen, weil vermeintlich keine Verbindungslinie zur eigenen Mainzer Gegenwart besteht; und es ist zweitens ein Privileg, im Alltag nicht mit *micro-aggressions* konfrontiert zu sein (»Woher kommst du wirklich?«, »Du brauchst doch keine Schminke«). Derald Wing Sue beschreibt diesen Sachverhalt so:

»Racial microaggressions are the brief and everyday slights, insults, indignities and denigrating messages sent to people of color by well-intentioned White people who are unaware of the hidden messages being communicated. These messages may be sent verbally (»You speak good English.«), nonverbally (clutching one's purse more tightly) or environmentally (symbols like the confederate flag or using American Indian mascots). Such communications are usually outside the level of conscious awareness of perpetrators« (Wing Sue 2010).

Drittens greift Thomas Neger eine Rhetorik auf, die durch Donald Trump ebenfalls weltweit salonfähig geworden zu sein scheint. Die Geste einer bewussten, trotzigen und überaus selbstbewussten Wissenschaftsfeindlichkeit. In der Entrüstung über die Logo-Kritik des Mainzer Ethnologischen Instituts schwang auch die Kritik an der »Abgehobenheit« – und letztlich der Irrelevanz – der Wissenschaft mit. Wie könnte ich es mir verkneifen, hier zumindest von Anklängen eines *Make Mainz Great Again* zu sprechen?

Insofern ist die Debatte, wie Kornes in seinem Beitrag ausführt, eben gerade nicht bereits gelaufen, sondern man könnte behaupten, dass sie gerade erst anfängt. Hier könnte ein kleiner Schritt für Mainz ein großer für die Menschheit sein. Denn es geht eben – und gerade oder nur deshalb greift die Washington Post eine *local German debate* auf – um weit mehr als ein Mainzer Firmenlogo. Es geht um den Status und die Relevanz von Wissenschaft im Zeitalter von *fake news* (Zlatkin-Troitschanskaia et al. 2017); es geht vor allem darum, angesichts der ubiquitär gewordenen Angriffe auf die politische Korrektheit einmal mehr vom »hurting power of words« zu sprechen, von einer Verwundung durch Worte. Die amerikanische Kulturtheoretikerin Judith Butler hat dies in ihrem Buch *Excitable Speech* so beschrieben: »When we claim to have been injured by language, what kind of claim do we make? We ascribe an agency to language, a power to injure, and position ourselves as the objects of its injurious trajectory« (Butler 1997: 1). Auch wenn Butler hier die Macht der Sprache anspricht, so ist ihr Argument – »die Macht der Sprache, zu verletzen« – durchaus auf kolonialistische Bilderrepertoires übertragbar. Mit Judith Butler könnte man also hier vom »hurting power of images« sprechen. Kornes beschreibt das Logo wie folgt:

»mit wulstigen Lippen, runden lachenden Augen, einem runden haarlosen Kopf und Ohren, die von breiten Tunneln oder *ear plates* geziert sind, reproduziert das Logo Stereotype der Darstellung Schwarzer Menschen, wie sie in Deutschland mit dem Ende des 19. Jahrhunderts und unter dem Einfluss des Kolonialismus etabliert wurden«.

Das letzte Argument, und hier kehre ich zum Anfang dieses Beitrags zurück, ist das Totschlagargument, das auch Thomas Neger verwendet: »Es ist ja gar nicht böse gemeint«. Eine solche Sichtweise von Ignoranz gepaart mit Herablassung verwischt systematisch das Privileg

von *whiteness* nicht als Hautfarbe oder Identität, sondern als *social location*. Wie Barbara Flagg es beschreibt, »Whiteness is a social location of power, privilege, and prestige. It is ›an invisible package of unearned assets.« [It is] an epistemological stance [...]« (Flagg 2010: 1). Es geht somit weniger um die ›Identität‹ des Thomas Neger, als vielmehr um eine epistemische Kritik an der Warte (*social location*), von der aus er spricht.

Negers Argument schiebt den ›Schwarzen Peter‹ (!) denjenigen zu, die sich, so wird unterstellt, zu Unrecht angegriffen fühlen. So ist das Tröstliche an der Debatte um das Firmenlogo gerade die Solidarisierung: Ich wünschte im Nachhinein, ich hätte in meiner Grundschulklasse damals zukünftige Ethnologen gehabt, die sich aus Solidarität mit mir geweigert hätten, sich selbst braun anzumalen; die in der Tradition der amerikanischen Whiteness Studies *race treason* (Verrat am Privileg der eigenen Hautfarbe) begangen hätten. So lautet der Vorschlag der amerikanischen Zeitschrift *Race Traitor: A Journal of New Abolitionism*, ›weiße‹ Amerikaner sollten sich immer dann, wenn sie verunglimpfende Bemerkungen über ›Schwarze‹ hörten, selbst als ›schwarz‹ positionieren: »Answer an anti-black slur with, ›Oh, you probably said that because you think I'm white. That's a mistake people often make because I look white.« (López 1996: 189).

Ist die Debatte um das Mainzer Firmenlogo also, wie man salopp sagen könnte, ›abgefrühstückt‹? Was aber wäre, wenn dies nicht der Fall wäre? Wenn die Debatte um ein lokales Logo erst der Anfang einer sehr komplexen und wesentlich globaleren Debatte wäre? Man wünscht sich, die Debatte um das Mainzer Firmenlogo möge noch andauern, denn sie ist tröstlicher und notwendiger denn je in der Solidarisierung des Mainzer Ethnologischen Instituts mit Aktivistengruppen wie der *People of Color*-Hochschulgruppe und der Muslimischen Hochschulgruppe, die in ihrer ›Theoretisierung‹ von Alltagserfahrung in der Tradition von bell hooks viel mehr als nur Aktivisten sind. Es erübrigt sich zu sagen, das Logo muss fallen. Es ist eine lebensweltliche, eine

lokale, eine globale und eine wissenschaftliche Notwendigkeit zugleich, zu ergründen, warum es heute erneut salonfähig geworden ist, ›Neger‹ zu sagen, auf Mainzerisch ebenso wie auf Hochdeutsch.

Literatur

- ABULMITI, Faruzan/BESTVATER, Armin/FUNK, Katharina/GASCHLER, Tobias/JAKOB, Lea-Elisa/JÜTTNER, Vanessa/KAPCIK, Can/KLINGER, Aaron/LEIKAUF, Felix/MARCKS, Marvin/MARXSEN, Gesa/REENDERS, Yosé-Gré/Schramm, Katharina/THIEL, Cheyenne (2018): »Durch den Tunnel der Kritik zum Weitblick: Studentische Perspektiven auf die aktuelle Museums-Debatte«. In: Blog: *Wie weiter mit Humboldts Erbe? Ethnographische Sammlungen neu denken*, 10.07.2018, <https://blog.uni-koeln.de/gssc-humboldt/durch-den-tunnel-der-kritik-zum-weitblick/#more-1561> (27.07.2018).
- ALLEN, Theodor W. (2001): *Die Erfindung der weißen Rasse*. Berlin: ID Verlag.
- ANTWEILER, Christoph/KNECHT, Michi/Voss, Ehler/ZILLINGER, Martin (Hg.) (2018): Blog: *What's in a name. Wofür steht die Umbenennung der ehemaligen ›Deutschen Gesellschaft für Völkerkunde‹ in eine ›Deutsche Gesellschaft für Sozial- und Kulturanthropologie‹?*, <https://blog.uni-koeln.de/gssc-whatsinaname/> (13.05.2018).
- ANTWEILER, Christoph, Voss, Ehler & Zillinger, Martin (Hrsg.) 2016: *Kulturrelativismus und Aufklärung. Eine Debatte über den Umgang mit Fremdem*. In: <https://blog.uni-koeln.de/gssc-kulturrelativismus/>
- ANTWEILER, Christoph, Voss, Ehler & Zillinger, Martin (Hrsg.) 2016: *Kulturrelativismus und Aufklärung. Eine Debatte über den Umgang mit Fremdem*. In: <https://blog.uni-koeln.de/gssc-kulturrelativismus/> (
- AUERBACH, Erich (1946/2015): *Mimesis. Dargestellte Wirklichkeit in der abendländischen Literatur*. 9. Auflage. Bern: Francke.

- BENDER, Cora (2012): »Transgressive Objects« in America: Mimesis and Violence in the Collection of Trophies during the 19th Century Indian Wars«. In: *A Micro-Sociology of Violence. Deciphering Patterns and Dynamics of Collective Violence*, hg. v. Jutta Bakonyi und Berit Bliesemann de Guevara, London/ New York: Routledge.
- BENDER, Cora (2015): »Scatalogic Rites of All Nations! John Gregory Bourke und die Erforschung von Ritual und Rebellion.« In: *Zeitschrift für Kulturwissenschaften 2*, S. 159 – 164.
- BENDER, Cora (2015): »Indigenous Knowledge in the Production of Early Twentieth Century American Popular Culture: Distributed Creativity between ›Frontier« and ›Middle Ground««. In: *Transcultural Studies 2*, pp.86-130.
- BOHANNAN, Paul/VAN DER ELST, Dirk (2003): *Fast nichts Menschliches ist mir fremd. Wie wir von anderen Kulturen lernen können*. Wuppertal: Peter Hammer.
- BRÄU, Miriam/EPSTUDE, Katharina/ERLENMAIER, Ana Mara/NAHRWOLD, Lena/PERUSIN MYSOREKAR, Maya/SISNOWSKI, Maja/STROTT, Laura/VON HEIN, Camila (2016): »Starting below Zero: On the Situation of Women* in Refugee Camps in Berlin«. In: *Blog Medizinethnologie: Körper, Gesundheit und Heilung in einer globalisierten Welt*, 09.08.2016, <https://www.medizinethnologie.net/starting-below-zero/> (27.07.2018).
- BUTLER, Judith (1997): *Excitable Speech. A Politics of the Performative*, New York: Routledge.
- CASTRO Varela, Maria/DHAWAN, Nikita (2015): *Postkoloniale Theorie*. Bielefeld: transcript.
- CIARLO, David M. (2003): »Rasse konsumieren. Von der exotischen zur kolonialen Imagination in der Bildreklame des Wilhelminischen Kaiserreichs«. In: *Phantasiereiche. Zur Kulturgeschichte des deutschen Kolonialismus*, hg. von Birthe Kundrus, Frankfurt/Main: Campus, 135-179.
- CIARLO, David M. (2011): *Advertising Empire: Race and Visual Culture in Imperial Germany*, Cambridge: Harvard Univ. Press.
- DAS LOGO MUSS WEG, o.V (2015): »Unsere Antwort auf Thomas Negers Stellungnahme vom 24.03.2015«, 24.03.2015, <http://wegmitdemlogo.blogspot.de/> (09.08.2018).
- DILGER, Hansjörg/DOHRN, Kristina (Hg.), in Collaboration with International Women Space (2016): *Living in Refugee Camps in Berlin: Women's Perspectives and Experiences*. Berlin: Weißensee Verlag.
- DILGER, Hansjörg/FALGE, Christiane (im Erscheinen): »Kollaboratives Forschen und Wissen für die Öffentlichkeit: Gesellschaftliche Interventionen der Medizinethnologie«. In: *Angewandte Ethnologie – Perspektiven einer anwendungsorientierten Wissenschaft*, hg. v. Sabine Klocke-Daffa.
- DRESCHKE, Anja et al. (Hg.) (2016): *Reenactments. Medienpraktiken zwischen Wiederholung und kreativer Aneignung*. Bielefeld: transcript.
- FACHSCHAFT IFEAS, o.V. (2014): »Die Dinge beim Namen nennen – Eine Stadt und ihr Alltagsrassismus«, 04.02.2014, http://ethnoafri-mainz.blogspot.de/2014/02/normal-0-21-false-false-false-de-x-no-ne_4.html (09.08.2018).
- FACHSCHAFT IFEAS (2015): »Stellungnahme des Fachschaftsrats Ethnologie & Afrikastudien, Mainz zur neu aufgebrannten Debatte um das Logo der Firma Neger«, 27.03.2015, <http://ethnoafri-mainz.blogspot.com/2015/03/stellungnahme-des-fachschaftsrats.html> (09.08.2018).
- FLAGG, Barbara J. (2005): »Foreword: Whiteness as Metaprivilege«. In: *Washington University Journal of Law and Policy 18*: 1, 1-11.
- GARFINKEL, Harold (1967): *Studies in Ethnomethodology*. Malden, MA: Polity Press.
- GRÜTZNER, Jens (2013): »Volle Lippen, große Ohrringe«. In: *Allgemeine Zeitung*, 30.12.2013.
- HALL, Stuart (1990): *Rassismus und kulturelle Identität*. Hamburg: Argument Verlag.
- HOOKS, bell (1991): »Theory as Liberatory Practice«. In: *Yale Journal of Law and Feminism 4*: 1, 1-12.

- HAUSCHILD, Thomas (Hg.) (1995): *Lebenslust und Fremdenfurcht. Ethnologie im Dritten Reich*. Frankfurt/Main: Suhrkamp.
- HERMANN, Jonas (2018): »Für Frauen hat sich die Sicherheit im öffentlichen Raum verschlechtert. Interview mit Susanne Schröter«. In: *Neue Züricher Zeitung*, 16.6.2018, <https://www.nzz.ch/international/fuer-frauen-hat-sich-die-sicherheit-im-oeffentlichen-raum-verschlechtert-ld.1394976> (27.07.2018).
- HUTNYK, John/RAO, Ursula (Hg.) (2005): *Celebrating Transgression. Method and Politics in Anthropological Studies of Cultures. A Book in Honour of Klaus Peter Koepfing*. Oxford: Berghahn.
- IFEAS (2015): »Stellungnahme des Instituts für Ethnologie und Afrikastudien der Johannes Gutenberg-Universität Mainz zur Debatte um das Logo der Firma Neger«, 13.04.2015, <http://www.ifeas.uni-mainz.de/Dateien/StellungnahmeIFEASLogoDebatte.pdf> (09.08.2018).
- JGU MAINZ (2017): »Johannes Gutenberg-Universität Mainz überzeugt im International Student Barometer 2016 - Internationale Studierende bescheinigen der JGU Attraktivität und hohe Zufriedenheit«, http://www.uni-mainz.de/presse/aktuell/752_DEU_HTML.php, (08.08.2018).
- KALPACKA, Annita/ROMMELSPACHER, Birgit/WEBER, Klaus (2017): *Rassismus*. Hamburg: Argument Verlag.
- KOHL, Karl-Heinz (1979): *Exotik als Beruf. Zum Begriff der ethnographischen Erfahrung bei B. Malinowski, E. E. Evans-Pritchard und C. Lévi-Strauss*. Wiesbaden: Heymann.
- KOHL, Karl-Heinz (1987): *Abwehr und Verlangen. Zur Geschichte der Ethnologie*. Frankfurt am Main/New York: Campus Verlag/Edition Qumran.
- KÖPPING, Klaus Peter/RAO, Ursula (Hg.)(Hg.) (2000): *Im Rausch des Rituals. Gestaltung und Transformation der Wirklichkeit in körperlicher Performanz*. Münster: Lit.
- KORNES, Godwin (2015): »Ein Kommentar über Rassismus und Menschenfeindlichkeit bei ›Ein Herz für Neger‹«, https://www.academia.edu/19650695/Ein-Kommentar_ueber_Rassismus_und_Menschenfeindlichkeit_bei_Ein_Herz_fuer_Neger_2015 (09.08.2018).
- KORNES, Godwin (2017): »Zwischen Wissenschaft und Aktivismus, gegen den *common sense*: Zu einer Positionierung der Ethnologie als ›parteiische Dritte‹ am Beispiel der Mainzer Logo-Debatte«. In: *Zeitschrift für Ethnologie* 143, 93 – 126.
- KRÄMER, Klaus/NASSEHI, Armin (2018): »Heimat-Debatte: ›Misslungene Symbolpolitik‹ Armin Nassehi im Interview mit Klaus Krämer«. In: *Deutsche Welle*, <https://www.dw.com/de/heimat-debatte-misslungene-symbolpolitik/a-43130178>, (03.08.2018).
- LÓPEZ, Ian H. (1996): *White by Law. The Legal Construction of Race*, New York: New York University Press.
- Low, Setha M./MERRY, Sally E. (2010): »Engaged Anthropology: Diversity and Dilemmas«. In: *Current Anthropology* 51, 2: 203-214.
- MBEMBE, Achille (2014): *Die Kritik der schwarzen Vernunft*. Berlin: Suhrkamp.
- MULLINGS, Leith (2005): »Interrogating Racism: Towards an Antiracist Anthropology«. In: *Annual Review of Anthropology* 34, S. 667-693.
- NELLESSEN, Monika/JACOBS, Michael (2015): »Streitgespräch um Firmenlogo: Thomas Neger und Prof. Dr. Matthias Krings diskutieren«. In: *Allgemeine Zeitung*, 16.04.2015, http://www.allgemeine-zeitung.de/lokales/mainz/nachrichten-mainz/streitgespraechem-firmenlogo-thomas-neger-und-prof-dr-matthias-krings-diskutieren_15188339.htm# (09.08.2018).
- NOACK, Rick (2015): »Is this German company's logo racist?« In: *Washington Post*, 03.04.2015, <http://www.washingtonpost.com/blogs/worldviews/wp/2015/04/03/is-this-german-companys-logo-racist/> (09.08.2018).

- PASSMANN, Johannes (2018): *Die soziale Logik des Likes. Eine Twitter-Ethnografie*, Frankfurt a.M./New York: Campus.
- PIERSON, Brendon (2018): »Germany Urges US Court to Dismiss Lawsuit over Namibian Genocide«, *New York Times*, 31.07.2018, <https://www.nytimes.com/reuters/2018/07/31/world/europe/31reuters-namibia-genocide-germany.html> (05.08.2018).
- SANFORD, Victoria/ANGEL-AJANI, Asale (Hg.) (2006) *Engaged Observer. Anthropology, Advocacy, and Activism*. New Brunswick: Rutgers University Press.
- SCHIELKE, Samuli (2018): »Es geht nicht um Hass«. In: *Zenith*, 18.07.2018, <https://magazin.zenith.me/de/gesellschaft/sexuelle-gewalt-susanne-schr%C3%B6ter-silvesternacht-%C3%A4gypten> (27.07.2018).
- SCHMOLL, Thomas (2015): »Nicht Herr Neger ist rassistisch, das Logo ist es«. In: *Die Welt*, 03.04.2015, <https://www.welt.de/vermischtes/article139087113/Nicht-Herr-Neger-ist-rassistisch-das-Logo-ist-es.html> (05.08.2018).
- SCHÜTTPELZ, Erhard (2017): »Was für ein Wirbel.«. In: Blog: *Wie weiter mit Humboldt Erbe? Ethnographische Sammlungen neue denken*, <https://blog.uni-koeln.de/gssc-humboldt/was-fuer-ein-wirbel/> (13.08.2018).
- SELKE, Stefan/TREIBEL, Annette (2018): »Relevanz und Dilemmata Öffentlicher Gesellschaftswissenschaften. Ein Dialog über Positionen«. In: *Öffentliche Gesellschaftswissenschaften. Grundlagen, Anwendungsfelder und neue Perspektiven*, hg. v. Stefan Selke/Annette Treibel, Wiesbaden: Springer Verlag, 1–17.
- STRECK, Bernhard (1997): *Fröhliche Wissenschaft Ethnologie. Eine Führung*. Wuppertal: Per Hammer.
- TERKESSIDIS, Mark (2004): *Die Banalität des Rassismus*. Bielefeld: transcript.
- WESSLING, Antonia (2015): *Die Mainzer Logo-Debatte und der Rassismus-Begriff*, Hausarbeit zur Erlangung des Akademischen Grades Bachelor of Arts, JGU Mainz.
- Voss, Ehler (2005): »Ethnologie als Fröhliche Wissenschaft in Callots Manier. Bernhard Streck's *guide noir* im Lichte der Poetik E.T.A. Hoffmanns«. In: *Bewegliche Horizonte. Festschrift für Bernhard Streck*, hg. v. Katja Geisenhainer/Katharina Lange, S. 577-586. Leipzig: Universitätsverlag.
- WEBER, Christian (2016): »Dschungelmärchen«. In: *Süddeutsche Zeitung* 15.10.2016 (online als »Die Mär vom edlen Wilden« am 17.10.2016), <https://www.sueddeutsche.de/wissen/ethnologie-die-maer-vom-edlen-wilden-1.3205238> (17.09.2018).
- WING SUE, Derald (2010): »Microaggressions in Everyday Life«. In: *Psychology Today* 05.10.2010, <https://www.psychologytoday.com/us/blog/microaggressions-in-everyday-life/201010/racial-microaggressions-in-everyday-life> (03.08.2018).
- ZELLER, Joachim (2008): *Bilderschule der Herrenmenschen. Koloniale Reklamesammelbilder*, Berlin: Ch. Links.
- ZLATKIN-TROITSCHANSKAIA, Olga/WITTUM, Gabriel/DENGEL, Andreas (Hg.) (2017): *Positive Learning in the Age of Information*, Berlin: Springer.