

Silke Göttsch /
Albrecht Lehmann (Hg.)

Methoden der Volkskunde

Positionen, Quellen, Arbeitsweisen der
Europäischen Ethnologie

Zweite, überarbeitete und
erweiterte Auflage

Reimer

Inhalt

Vorwort 6

Silke Götsch

Archivalische Quellen und die Möglichkeiten ihrer Auswertung 1

Hermann Heidrich

Von der Ästhetik zur Kontextualität:
Sachkulturforschung 33

Rolf Wilhelm Brednich

Methoden der Erzählforschung 57

Walter Hartinger

Volkskundlicher Umgang mit Bildquellen 79

Günter Wiegelmann / Michael Simon

Die Untersuchung regionaler Unterschiede 101

Brigitte Bönisch-Brednich

Reiseberichte

Zum Arbeiten mit publizierten historischen Quellen
des 18. und 19. Jahrhunderts 125

Katharina Eisch

Interethnik und interkulturelle Forschung

Methodische Zugangsweisen der Europäischen Ethnologie 141

Bibliografische Information Der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

1. Auflage 2001

2., überarbeitete und erweiterte Auflage 2007

© 2001 und 2007
Dietrich Reimer Verlag GmbH, Berlin
www.reimer-verlag.de

Umschlaggestaltung: Nicola Willam, Berlin

Alle Rechte vorbehalten
Printed in Germany

ISBN 978-3-496-02796-6

Brigitta Schmidt-Lauber
Das qualitative Interview oder:
Die Kunst des Reden-Lassens 169

Thomas Hengartner
Volkskundliches Forschen im, mit dem und über das Internet 189

Brigitta Schmidt-Lauber
Feldforschung
Kulturanalyse durch teilnehmende Beobachtung 219

Irene Götz
Empirische Erhebungen in Industriebetrieben und
bürokratischen Organisationen 249

Albrecht Lehmann
Bewußtseinsanalyse 271

Ute Bechdorf
Kulturwissenschaftliche Medienforschung: Film und Fernsehen 289

Ulrich Hägele
Visual Folklore
Zur Rezeption und Methodik der Fotografie in der Volkskunde 317

Christoph Köck
Kulturanalyse populärer Medientexte 343

Kurzbiographien der Autorinnen/Autoren 365

Namensregister 371

Es gibt im Fach Volkskunde inzwischen eine Reihe von Einführungen (z. B. Bausinger 1971; Bausinger/Jeggle/Korff/Scharfe ⁴1999; Gerndt ³1997; Gerndt ²1986; Kaschuba ²2003; Brednich ³2001; Greverus 1978), die das Viele-Namen-Fach (Europäische Ethnologie/Empirische Kulturwissenschaft/Kulturanthropologie) in seinen unterschiedlichen Positionen und Arbeitsweisen beschreiben. Selbst die Geschichte der Volkskunde (Weber-Kellermann/Bimmer/Becker ³2003) hat ihr eigenes Handbuch, auch die Geschichte ihrer Methoden ist bereits ausführlicher dargelegt worden (Deißner 1997). Es war erstaunlich, dass ein Fach, das sich so intensiv mit seiner Geschichte, dem Selbstverständnis und der Definition seiner diversen Standorte beschäftigt, lange Zeit über keine Darstellung seiner aktuell verwendeten Methoden und Quellen verfügte. Diese Lücke wurde mit der ersten 2001 erschienen Auflage geschlossen. Der Band erscheint nun in der 2. Auflage. Die Beiträge sind dafür von den Autoren und Autorinnen überarbeitet und aktualisiert worden. Außerdem wurde ein Artikel zur volkskundlichen Feldforschung neu aufgenommen, der das vorgestellte Methodenspektrum um einen zentralen Aspekt ergänzt.

Bereits kurz nach 1945 begann eine verunsicherte Volkskunde damit, sich die Voraussetzungen ihrer Erkenntnisinteressen und ihrer Arbeit bewußt zu machen. Zweifellos war der Aufsatz von Hans Moser, seine »Gedanken zur heutigen Volkskunde« von 1954 ein Meilenstein. Moser umriß darin den Forschungsgegenstand einer Volkskunde im Stadium der Regeneration, trug seine wegweisenden Pläne für eine »Historisch-archivalische Methode« vor und gab überdies bereits praktikable Hinweise für eine historisch fundierte Gegenwartsanalyse mit zeitgeschichtlicher Perspektive (Moser 1954, 212f.). Bald darauf wurden die in der Volkskunde traditionellen Arbeitstechniken der Befragung und Beobachtung methodisch reflektiert und auf aktuelle Forschungsfelder übertragen, etwa in den Studien zur Integration der Flüchtlinge und Vertriebenen (Bausinger 1959; Tolksdorf 1967).

Im Jahre 1946 erschien die »Volkskunde der Schweiz« von Richard Weiss. Dieses Werk verhalf der deutschsprachigen Volkskunde zur Neuorientierung nach der Zeit des Nationalsozialismus. Der Autor hatte darin den Me-

- Reichmayr, Johannes. Einführung in die Ethnopschoanalyse. Geschichte, Theorien und Methoden. Frankfurt a.M. 1995.
- Riehl, Wilhelm Heinrich: Handwerksgeheimnisse des Volksstudiums. In: Ders.: Wanderbuch – als zweiter Teil zu Land und Leute. 3. Auflage 1892 [1869].
- Russell, Bernard H.: Research Methods in Anthropology: Qualitative and Quantitative Approaches. Walnut Creek 1995.
- Ders. (Hg.): Handbook of Methods in Cultural Anthropology. Walnut Creek 1998.
- Schmidt-Lauber, Brigitta: »Die verkehrte Hautfarbe«. Ethnizität deutscher Namibier als Alltagspraxis. Berlin/Hamburg 1998 (Lebensformen, 10).
- Dies. (Hg.): FC St. Pauli. Zur Ethnographie eines Vereins. 2. aktualisierte, überarbeitete und erweiterte Auflage, Münster 2004 (Studien zur Alltagskulturforchung, 4).
- Shostak, Marjorie: Nisa erzählt. Das Leben einer Nomadenfrau in Afrika. Reinbek bei Hamburg 1986 (englisches Original 1981).
- Smith Bowen, Eleonore: Rückkehr zum Lachen. Ein ethnologischer Roman. Berlin 1987 (englisches Original 1964).
- Soeffner, Hans-Georg: Auslegung des Alltags – Der Alltag der Auslegung. Zur wissenssoziologischen Konzeption einer sozialwissenschaftlichen Hermeneutik. Frankfurt a.M. 1989.
- Spradley, James: Participant Observation. Fort Worth u.a. 1980.
- Stagl, Justin: Feldforschung als Ideologie. In: Fischer, Hans (Hg.): Feldforschungen: Berichte zur Einführung in Probleme und Methoden. Berlin 1995, 289–310.
- Stanton, Gareth: Writing Culture in the 21st Century. In: European Journal of cultural studies 7 (1994) 2, 155–165.
- Warneken, Bernd Jürgen/Wittel, Andreas: Die neue Angst vor dem Feld. Ethnographisches Research up am Beispiel der Unternehmensforschung. In: Zeitschrift für Volkskunde 93 (1997), 1–16.
- Weingarten, Elmar/Sack, Fritz/Schenkein, Jim (Hg.): Ethnomethodologie. Beiträge zu einer Soziologie des Alltagshandelns. Frankfurt a. M. 1976.
- Welz, Gisela: StreetLife. Alltag in einem New Yorker Slum. Frankfurt a.M. 1991 (Kultur-anthropologie-Notizen, 36).
- Dies.: Moving Targets. Feldforschung unter Mobilitätsdruck. In: Zeitschrift für Volkskunde 94 (1998), 177–194.
- Dies.: Ethnografien europäischer Modernen. In: Binder, Beate u.a. (Hg.): Ort. Arbeit. Körper. Ethnografie europäischer Modernen. 34. Kongress der Deutschen Gesellschaft für Volkskunde, Berlin 2003. Münster u. a. 2005, 19–32 (Schriftenreihe Museum Europäischer Kulturen, 3).
- White, Hayden: Die Bedeutung der Form. Erzählstrukturen in der Geschichtsschreibung. Frankfurt a.M. 1990.
- Whyte, William: Die Street Corner Society: Die Sozialstruktur eines Italienviertels. Nach der 3. durchgesehene und erw. Aufl. aus dem Jahr 1981. Mit einer Einführung von Peter Atteslander. Berlin/New York 1996 (englisches Original 1943).
- Wossidlo, Richard: Über die Technik des Sammelns volkstümlicher Überlieferungen. In: Zeitschrift des Vereins für Volkskunde 16 (1906), 1–24.
- Ziegler, Meinrad: Grundfragen der Ethnographie. In: Hug, Theo (Hg.): Wie kommt Wissenschaft zu Wissen? Bd. 3: Einführung in die Methodologie der Sozial- und Kulturwissenschaften. Baltmannsweiler 1991, 139–151.

Irene Götz

Empirische Erhebungen in Industriebetrieben und bürokratischen Organisationen

Fachgeschichtliche Einordnung und interdisziplinäre Vernetzung

In (spät-)modernen Gesellschaften bestimmen Industrie- und zunehmend Dienstleistungsbetriebe einen großen Teil der Tages-, Wochen- und Lebenszeit von Arbeitern und Angestellten. Wie sehr die Identität des Einzelnen durch seine Arbeit und sogar speziell durch die Zugehörigkeit zu einem Unternehmen geprägt werden kann, zeigen die Identitätskrisen bei Firmen- oder Berufswechseln, zeigt sich gerade auch gegenwärtig angesichts der häufigen Phasen von Arbeitslosigkeit (Moser 1993, 1998, 2001) in einer von prekären, »flexiblen« und subjektivierten Arbeitsformen geprägten spätmodernen Arbeitswelt im Umbruch (cf. hierzu z. B. Gruber, Löffler, Thien Hg. 2003; Hess, Moser Hg. 2003; Schönberger, Springer Hg. 2003). Wenn die Art und Weise, wie jemand seinen Lebensunterhalt verdient, für die Herausbildung kollektiver Identitäten wichtiger sein kann als Ethnie, Religion, Alter oder Herkunft, dann verwundert die vergleichsweise späte Hinwendung der Volkskunde/Europäischen Ethnologie zu Betrieben und bürokratischen Organisationen als den »Zitadellen der Industriegesellschaft« (Schiffauer 1996, 26), in denen nicht nur unter stetigem Veränderungsdruck neue Kommunikationstechnologien und Arbeitsformen entwickelt (Hirschfelder/Huber 2004), sondern auch grundsätzliche hierarchische Ordnungen und gesellschaftliche Leitwerte sowie geschlechts-, milieu- und kulturspezifische Rollenbilder ausgehandelt werden.

Um das Arbeitsleben in komplexen Organisationen als zentrale Entstehungsorte von »Identität« und »Kultur« in den Blick nehmen zu können, bedurfte es indes einer Reihe fachinterner Voraussetzungen (cf. Lauterbach 2000; Warneken 2001). Diese beginnen vor rund vierzig Jahren zunächst mit der Aufgabe der begrenzten Bezugshorizonte der rückwärtsgewandten, industriefeindlichen Bauernkunde zugunsten einer Hinwendung zur »Volkskultur in der technischen Welt« (Bausinger 1961) und in den 1970er Jahren zu einem erweiterten Kulturbegriff und dem Alltagsparadigma. Voraussetzungen waren des weiteren Erfahrungen in der mikroanalytischen Beschrei-

bung komplexer sozialer Gebilde wie Gemeinden und hierbei die Erprobung eines Rüstzeugs, das mit dem Schlagwort der »Methoden der qualitativen Sozialforschung« (z. B. Jeggel 1984, Lamneck 1993) zunächst ausreichend charakterisiert sein mag.

Dennoch blieben Wirtschaftsorganisationen und Bürokration im deutschsprachigen Raum eine lange Zeit nur in Ausnahmefällen zum Bezugsrahmen empirischer Forschung gemachte volkskundliche »terra incognita« (cf. z. B. die Forschungen Brauns, 1965). Handwerksforschung, die bevorzugt im Schwinden begriffene Gewerbe mit eher vorindustriellen Arbeitsformen untersuchte, und Arbeiterkulturforschung, die sich meist dem außerbetrieblichen Arbeiteralltag widmete, waren hier als Vorbilder wenig hilfreich (cf. Götz 1997, 27ff.). Erst die Aufweichung einer ideologischen, »Anteil nehmenden« Fixierung auf das »studying down« (Schwartzman 1993, 27–36), die nicht zuletzt aus der Beobachtung eines Schwindens der Arbeiterkultur folgte, ermöglichte es, den Blick auch nach »oben« und damit endlich auf Organisationen als Ganzes zu lenken. Die Umbenennung der DGV-Kommission »Arbeiterkultur« in »Arbeitskulturen« im Jahr 1998 läßt sich als ein Ausdruck dieses Paradigmenwechsels – einer Erweiterung bzw. Verlagerung des Blickwinkels und Gegenstandsbereichs volkskundlicher Arbeitsforschung – verstehen (cf. Götz/Wittel 1999).

Dieser fachinterne Wandel (cf. auch Warnken 2001) erfolgte vor allem durch Anstöße von außerhalb der Volkskunde/Europäischen Ethnologie. Seit Ende der 1970er Jahre ist in den Managementwissenschaften eine verstärkte Hinwendung zu qualitativen Methoden und Theorieansätzen zu verzeichnen, die mit einer Neubewertung des Menschen als dem Zentrum wirtschaftlichen Handelns einhergeht. Ausgelöst wurde dieser Blickwechsel zunächst in den USA durch diverse »spätmoderne Krisen« (z. B. des Rationalitätsmythos), durch die zunehmende Orientierung der Menschen an sogenannten postmaterialistischen Werten, z. B. sinnerfüllter Arbeit, sowie vor allem durch die gesellschaftlichen Veränderungen in Folge der globalen Kommunikationsvernetzung und insbesondere des Siegeszuges japanischer Produkte auf dem Weltmarkt, der nicht zuletzt zu einer Reflexion westlicher Managementstile und Suche nach beispielgebenden »Unternehmenskulturen« führte. Bei der Konzeption und Propagierung von »corporate culture«-Konzepten als neuer Mode der Managementtheorie und -praxis zur Beeinflussung wirtschaftlicher Vorgänge orientierten sich die Wirtschaftswissenschaften stark an kulturanthropologischen Modellen und Methoden (cf. Helmers 1993a). Diese führten allerdings in den anwendungsorientierten, auf unternehmerischen Erfolg bezogenen Fächern zu denkbar verzerrten Ergebnissen. So erschien es Volks- und Völkerkundlern wichtig – letzteren nicht zuletzt auch auf der Suche nach Paradebeispielen einer »Ethno-

logie der Nähe« (Nothnagel 1993) –, durch eigene theoretische und empirische Arbeit ein Korrektiv zu schaffen (cf. z. B. Götz/Moosmüller 1992, Helmers 1993 a,b). Dabei dienten vor allem die bis zu den berühmten »Hawthorne Studies« in den 1930er Jahren (Roethlisberger, Dickson 1939) zurückreichenden Erfahrungen der US-amerikanischen Industrieethnologie mit der Ethnographie von Organisationen, Behörden, Krankenhäusern oder Fabriken (cf. Schwartzman 1993) sowie die seit den 1970er Jahren in der US-amerikanischen Volkskunde durchgeführten »occupational-folklore-studies« (cf. Bendix 1995, 168–175) als hilfreiche Anregungen einer vornehmlich gegenwartsorientierten Ethnographie der Arbeitswelt, wie sie sich im deutschsprachigen Raum seit den frühen 1990er Jahren herausbildet.

Forschungsfelder und Zugangsweisen

Zum Organisationskultur-Konzept

Wenn in der Volkskunde/Europäischen Ethnologie von »Unternehmens-« oder »Organisationskulturen« die Rede ist, fungieren diese Kategorien im Unterschied zu ihrem instrumentellen Gebrauch in den Wirtschaftswissenschaften nur als lockere Verständigungsbegriffe, die den Blick darauf lenken sollen, daß auch eine Organisation als ein kulturelles Feld betrachtet werden kann. Der Kulturbegriff markiert hier weniger ein geschlossenes, festgefügtes theoretisches Rahmenkonzept als vielmehr eine bestimmte generelle Betrachtungs- und Zugangsweise. So fragt kulturwissenschaftliche Forschung nicht in erster Linie wie die herkömmliche Managementforschung, ob ein Unternehmen eine Kultur hat, ob diese gut oder schlecht, passend oder unpassend, stark oder schwach, ob sie als Führungsinstrument geeignet ist, ob ein Unternehmen eine neue, andere oder überhaupt eine Kultur benötigt. Organisationskultur meint aus kulturwissenschaftlicher Sicht ganz allgemein gruppengebundene Werte und Normen, Einstellungen und Haltungen, die erstens aus der Auseinandersetzung der Menschen mit der internen und externen betrieblichen Welt entstehen, die zweitens die Wahrnehmungen und Handlungen der Unternehmensangehörigen prägen, drittens in symbolischer Form existieren und viertens als betriebliche Traditionen weitervermittelt werden, wobei diese in ihrer jeweiligen Aktualisierung Transformationen durchleben. Organisationskulturen sind industrielle Subkulturen innerhalb größerer kultureller Systeme; sie prägen sich je nach Branche, Lage, Organisation, Geschichte und Umfeld eines Betriebes unterschiedlich aus.

Die Organisationskultur hat verschiedene, miteinander verwobene Ebenen, die sich aus den unterschiedlichen Perspektiven und Orientierungen ihrer Mitglieder ergeben. Es gilt zu unterscheiden: erstens zwischen der Betrachtung der Kultur, wie sie von oben, von der Unternehmensführung her, und von unten, aus der Perspektive der Angestellten und Arbeiter, gesehen wird, und zweitens zwischen der offiziellen (offenliegenden) und der inoffiziellen (verdeckten) Kultur. Außerdem erschließt sie sich in zwei komplementären Dimensionen: zum einen aus der etischen Perspektive (von außen) und zum anderen aus der emischen Perspektive (von innen).

Einen wesentlichen Bestandteil von Organisationskultur stellt die betriebliche Lebenswelt dar. Unter »Lebenswelt« wird zunächst die Alltagspraxis verstanden, die sich aus dem selbstverständlichen und traditionellen Wissen, Handeln und Erleben der interagierenden Subjekte konstituiert. Die »konkrete historische sozio-kulturelle Lebenswelt« wird vom »Alltagsdenken« beherrscht, das aus der Innenperspektive der Lebenswelt als »gesichert und gesellschaftlich bewährt« erlebt wird (Berger/Luckmann 1987, 17). Das »Alltagsdenken« beruht auf »jenem Wissen, welches das Verhalten in der Alltagswelt reguliert« und welches die Alltagswelt als sinnhaft und damit begreifbar erscheinen läßt (Berger/Luckmann 1987, 21). Alltagswissen und Alltagsdenken in Industriebetrieben sind zentrale Dimensionen von Organisationskultur, die sich demnach erstens nur über die subjektiven Interpretations- und Handlungsweisen verstehen läßt und zweitens nur im historischen, soziokulturellen Kontext, in dem diese subjektiven Interpretations- und Handlungsweisen geschehen, rekonstruiert werden kann. Im Mittelpunkt der Untersuchung von Organisationskultur steht daher der einzelne Beschäftigte oder Mitarbeiter des Betriebes. Er ist die Schnittstelle der kulturellen Dynamik, die sich aus der Vernetzung von gesellschaftlichem Kontext, betrieblicher subkultureller Muster und individueller Interpretations- und Handlungsweisen ergibt. Das betriebliche Alltagshandeln, -denken und -wissen muß aus der Perspektive einzelner Interaktionsteilnehmer, der Informanten, ethnographisch beschrieben werden; ihre Interpretationen der Gesamtsituation des Betriebes und des betrieblichen Alltags nachzuvollziehen, ist eine wesentliche Aufgabe (Götz/Moosmüller 1992).

Ferner geht es bei der kulturwissenschaftlichen Untersuchung eines Industriebetriebes darum, wie sich, in der Habermasschen Terminologie ausgedrückt, »Lebenswelt« im »System« der »zweckrationalen« betriebswirtschaftlichen Arbeitsorganisation – beziehungsweise auch gelegentlich gegen dasselbe – entwickelt und behauptet (z. B. Habermas 1988, Bd. 2). Betriebliche »Lebenswelt« meint den Bereich »normen-« und »verständigungsorientierter« Kommunikation und damit alles Handeln, das nicht »zweckrational« auf die Erfolge und den Fortbestand des Systems hin ausgerichtet

ist, sondern den Menschen dazu dient, sich als soziale Wesen auszudrücken und in zwischenmenschlichen Kontakt zu bringen.

Themenbereiche und aktuelle Fragestellungen

In der jüngeren volks- und auch völkerkundlichen Organisationsforschung zeichnen sich vier generellere Zugangsweisen bzw. Akzentsetzungen und Fragestellungen ab:

1. Theoretisch und methodologisch orientierte Beiträge

Wenngleich alle Forschungen auf diesem noch neuen Feld um für ihre jeweilige Fragestellung angemessene theoretische Konzepte und methodische Zugänge ringen, so bilden entsprechende Überlegungen doch in einigen Studien und Beiträgen den Ausgangs-, Mittel- oder auch Zielpunkt der Analyse empirischen Materials, das hier als Fallbeispiel zur Entwicklung neuer Fragen dienen soll. Bei diesen Arbeiten geht es insbesondere um die Übertragbarkeit kulturwissenschaftlicher Instrumentarien und Modelle auf wirtschaftliche oder bürokratische Organisationen oder im Falle der Völkerkunde generell auf westliche Gesellschaften (»Anthropology at Home«, cf. Nothnagel 1993). Diskutiert werden in diesen Arbeiten erfahrungsnah, d.h. am empirischen Material orientiert, der zugrundezulegende Kulturbegriff, die Feldforschungsprämissen in einem per se anwendungsorientierten Kontext oder die Frage nach dem sich wandelnden Selbstverständnis kulturwissenschaftlicher Fächer durch die Auseinandersetzung mit praxisorientierten Fragestellungen (z. B. Helmers 1993 a,b, Götz 1997, Warneken/Wittel 1997, <http://www.arbeitskulturen.de>).

2. Belegschaftskultur-Ansatz

Eine Sonderstellung nehmen neuere Feldforschungen ein, die am Tübinger Ludwig-Uhland-Institut für Empirische Kulturwissenschaft in einer Versicherung, einem Softwarebetrieb, in der Automobilbranche oder in der Elektronikindustrie durchgeführt wurden (Warneken 1991, Hesslering 1997, Wittel 1997). Die Absetzung von der betriebswirtschaftlichen »Unternehmenskultur«-Mode führte hier zur Herausbildung des Begriffes »Belegschaftskultur«, die vor allem als eine lebensweltliche, informelle Kultur der Beschäftigten begriffen wird (Wittel 1997, 133–135). Das Vorverständnis eines Spannungsverhältnisses zwischen dieser »widerständigen« und solidarischen Belegschaftskultur und der »Firmenideologie als hegemonialem Instrument« (Wittel 1997, 85) ist an die Tradition einer »linken«, klassenorientierten Arbeiterkulturforschung angelehnt (Bachmann 2000). Auf der Suche nach einer speziellen (Gegen-) Kultur der Organisationsmitglieder griffen die Forschenden auf den volkskund-

lichen Kanon zurück und beschrieben z. B. das Kaffeetrinken, Wandschmuck oder Bekleidung als Symbole für informelle Rangordnungen, lebensweltliche Nischen am Arbeitsplatz oder spezifische Vermittlungsformen herrschaftlicher Firmenideologie.

3. Interkulturelle Kommunikation

Eine vor allem mit der Münchner Volkskunde verbundene neuere Forschungsrichtung widmet sich der spezifischen Frage nach Formen und Merkmalen interkultureller Kommunikation zwischen z. B. Arbeitern, Angestellten oder Führungskräften aus verschiedenen Kulturen in Unternehmen (bes. Roth 1996, Kartari 1997, Moosmüller 1997). Betriebe, Behörden, soziale Einrichtungen wie Krankenhäuser, Schulen und Kindergärten (z. B. Götz/Menzel 1996) oder auch Polizei und Gericht werden hier als Felder angesehen, in denen interkulturelle Konflikte aufgrund des zwingenden Sich-Verständigen-Müssens besonders existentielle und kulturelle Werte- und Verhaltensunterschiede zwischen Beschäftigten, Kunden, Klienten oder Patienten augenfällig werden. Die Organisationskultur der »Mutterfirma« bereitet dort Konflikte, wo Unternehmen bei globalen Expansionsbemühungen oder bei einer bi- oder zunehmend sogar polikulturellen Belegschaft (und Kundschaft) andere kulturelle Modelle von Arbeit, andere lokale Planungs-, Führungs-, Kommunikations- und Informationsstile, andere Formen der Bewertung von bestimmten Technologien, Ressourcen und Produkten sowie andere Konsumgewohnheiten, Sprachregelungen, Selbst- und Fremdbilder nicht ausreichend beachten (z. B. Götz 1997, Götz 2000, Kartari 1997, Moosmüller 1997, Hermeking 2001, Podsiadlowski 2002).

Nach der »Wende« wurden entsprechende Probleme im betrieblichen Kontext vor allem auch in Folge der konfliktreichen Übernahmen ostdeutscher Betriebe durch »Wessis« nur auch genereller Probleme der postsozialistischen Arbeitswelt (Roth 2006) und der Arbeitsmigration von östlichen Mitteleuropa (Roth Hg. 2003) zu einem häufigeren ethnographischen Forschungsthema (z. B. Rottenburg 1994, Wieschialek 1999).

4. Historische Angestelltenkulturforschung

Wenngleich in diesem Beitrag gegenwartsorientierte Ansätze zur Organisationsethnographie vorgestellt werden, soll doch auf die vergleichsweise junge volkskundliche Erforschung einer historischen Angestelltenkultur hingewiesen werden, die nach der Herausbildung eigener kultureller Orientierungen, Kreativitätsformen (z. B. Vereinsaktivitäten) und eines sich zunächst von den Arbeitern absetzenden Selbstbildes dieser Gruppe fragt (z. B. Köhle-Hezinger 1986, bes. Lauterbach 1998). Kulturhistorische Unternehmensstudien (z. B. Braun 1965, Köhle-Hezinger/Ziegler 1991) könnten die

gegenwartsorientierten Arbeiten zur stärkeren Einbeziehung der historischen Dimension der Organisationskulturen anregen, indem sie ebenfalls Firmengeschichten, historisches Bildmaterial und Archivalien (z. B. Vereinsakten, Dienstordnungen, Geschäftsberichte, Korrespondenzen) in ein erweitertes Quellenarsenal aufnehmen (cf. Lauterbach 1998).

Indikatoren für die Erforschung von Organisationen als »Kulturen«

Wie und mit welchen Quellen lassen sich die kulturellen Dimensionen von Betrieben und Bürokratien erschließen; welche Indikatoren weisen auf die verschiedenen Ebenen und Aspekte einer Organisationskultur hin? Die Quellenbeispiele sind im folgenden aufgrund des hier besser dokumentierten Forschungsstandes stärker auf Wirtschaftsunternehmen zugeschnitten.

Zu Beginn einer Forschung soll die offizielle, offenliegende Organisationskultur, die Selbstdarstellung einer Firma nach außen und nach innen, analysiert werden. Dazu werden offizielle schriftliche Materialien ausgewertet: z. B. Firmengeschichte, Betriebszeitung, Marketing-Konzepte, Mitarbeiter-Infos, Geschäftsberichte, Verordnungen, Informationstafeln, Werbeproschüren, Anzeigentexte und Plakate. Bei Firmenrundgängen lassen sich die Gesamtanlage, die Architektur, die räumliche Gliederung der Abteilungen, die Zimmerverteilung und das Mobiliar sowie die Kleidung als Statussymbole sowie das Auftreten der Beschäftigten (Begrüßungsrituale, offizielle Sprachregelungen) und nicht zuletzt auch die äußere Präsentation von Technologien und Waren als Manifestationen des besonderen Stils der Firma beschreiben. In Gesprächen mit der Firmenleitung sollten die offiziellen Grundsätze, Werte und Verhaltensvorschriften herausgefunden und ausformuliert und dann später daraufhin untersucht werden, ob und wie die Beschäftigten diese im Arbeitsalltag rezipieren und aktualisieren.

Einen weiteren Schritt bildet die Dokumentation der inoffiziellen, verdeckten Organisationskultur, d.h. der lebensweltlichen Aspekte im Arbeitsalltag, die in einer Beziehung zur offiziellen Firmenkultur stehen, sich von dieser aber auch ganz unabhängig entwickelt haben können. Diese Bereiche lassen sich u.a. dadurch erschließen, daß aus Zeugnissen wie der sog. Xeroxlore (in Form von Fotokopien kursierende Sprüche, Witze und Anekdoten) oder z. B. auch aus Graffiti entsprechende Hinweise gewonnen werden. Gespräche mit Beschäftigten sowie insbesondere Erzählungen als aussagekräftige Indikatoren für individuelle und kollektive Sichtweisen sind weitere wesentliche Quellen für das Verständnis der informellen Betriebskultur.

Durch teilnehmende Beobachtung und Interviews mit den Beschäftigten können sowohl Erzählungen erhoben werden, die durch häufige Weitergabe bereits Gruppenbesitz geworden sind, als auch individuell-persönliche Geschichten, die ebenfalls die Arbeitsbeziehungen, Arbeitswerte sowie Berufs- und Firmenleitbilder kommentieren. Um die Funktion von solchen im Betrieb kursierenden topischen Kommunikationsformen analysieren zu können, muß besonderes Augenmerk auf die Kommunikationsteilnehmer, die Erzählanlässe und -situationen gelegt werden. Vor allem sollte auch die Frage Berücksichtigung finden, inwieweit das Erzählen im Betrieb die persönliche Identität des Einzelnen in seiner Arbeitsgruppe sichert, Bedürfnisse nach Solidaritätserlebnissen befriedigt oder Konflikte am Arbeitsplatz bewältigen hilft (Lehmann 1978) und inmitten der physischen, psychischen und sozialen Anforderungen aller Art »lebensweltliche Nischen«, Freiräume, schaffen kann.

Die institutionalisierten Zusammenkünfte, z. B. Besprechungen oder Schulungen, und vor allem rituelle Inszenierungen wie Firmenfeiern sowie andere Anlässe mit hohem Symbolwert, z. B. Weihnachten in der Firma, sind gute Gelegenheiten, um einerseits offizielle symbolische Botschaften des Unternehmens und andererseits Einstellungen der Betriebsangehörigen zu ihrer Arbeitswirklichkeit indirekt zu erschließen. Das folgende Interpretationsbeispiel zeigt, wie sich die subjektiven Bewertungen solcher symbolischer Praktiken – hier aus Erzählungen von Brotverkäuferinnen in einem großen Filialbetrieb – herausarbeiten und (kon-)textualisieren lassen (cf. Götz 1997, bes. 163–185).

»Ja, die Frau S. [Frau des Firmeninhabers und Leiterin der Verkaufsabteilung], ich kenne sie ja gut! Früher kam die noch öfter mal in den Laden. Aber heute sehe ich sie selten. Früher war alles noch etwas familiärer. Da kam sogar noch ab und zu die alte Frau S. an Weihnachten in den Laden. Und die junge Frau S. hat den besseren Verkäuferinnen zu Weihnachten und Ostern einen riesigen Blumenstrauß nach Hause geschickt. Ich war gerade vier Jahre da, da kam ich Weihnachten heim und fand ein riesiges Weihnachtsbukett vor. Das kam dann vier Jahre lang, Weihnachten und Ostern. Dann hat es aufgehört.« – Nur die »besseren« Verkäuferinnen hätten freilich diese Anerkennung erhalten. Als die Verkäuferin sich für den ersten Strauß bei Frau S. telefonisch bedankt habe, habe diese sie gebeten, »das mit dem Geschenk nicht überall herumzuerzählen«.

Diese Verkäuferinnen-Erzählung läßt sich zunächst als Kommentar zum offiziell vermittelten Firmenleitbild (1. Kontext) lesen, nachdem sich die im Jahr 1992 auf 700 Beschäftigte angewachsene Großbäckerei noch immer als »Betriebsfamilie« verstehen will, in der »kalte, bürokratische Anonymität« (Mitarbeiterleitfaden) gemieden werden soll und jede kleine Angestellte persönlichen Kontakt zur Inhaberfamilie herstellen könne. Allerdings spiegeln viele weitere im Feld gesammelte Geschichten zum Motiv des »fernen Firmenvaters« eine Arbeitsrealität, in der ein solcher direkter Kontakt nicht (mehr) möglich war, aber gerade aufgrund des vermittelten Leitbildes erwartet wurde. Auch die Er-

zählerin maß ihre heutige Arbeitsrealität (2. Kontext) eines normierten, durchrationalisierten Filialbetriebs, in dem »gute«, d. h. gelernte und altgediente Kräfte wie sie selbst, täglich durch zum Teil de facto besser bezahlte studentische Aushilfen ersetzt werden, an diesem vom Betrieb selbst gesteckten Maßstab, wenn sie in dieser nostalgischen Geschichte die Betriebsfamilien-Utopie in die Vergangenheit zurückprojizierte. Damals, im vertraut-vertraulich familiären Betriebsmilieu, sei ihre individuelle Leistung noch wahrgenommen und durch eine persönliche Geste belohnt worden.

Der implizite Kontext der heutigen Arbeitsrealität, den diese einzelne Erzählung indirekt kommentiert und der ihr einen besonderen Sinn verleiht, muß von den Forschenden durch teilnehmende Beobachtung und schriftliche Dokumente erschlossen werden. In diesem Fall wird so z. B. explizit, daß die Verkäuferin keine leistungsorientierte Entlohnung erhält, daß es (vergleichsweise bescheidene) Sonderzuwendungen oder Geschenke nur zu ganz besonderen Ereignissen wie Firmenjubiläen gibt (eine Geschenktasse für alle, kein individuelles Bukett). Und es fällt vor allem sofort auf, daß die Filialverkäuferin von der Geschäftsleitung fünf Hierarchiestufen (und nicht einfach nur wie in der Erzählung das Telefon) trennen.

Diese eskapistische Erzählung mit zudem stark individualisierender Funktion (3. Kontext: Erzählfunktionen, cf. Lehmann 1978) ermöglicht es der Verkäuferin, sich wenigstens im lebensweltlichen Akt des Erzählens und in einer scheinbar noch nicht normierten vergangenen Arbeitskultur als besonders gute Arbeitskraft herausgestellt zu fühlen. Die erste Erzählung wird von ihr mit einer weiteren Weihnachtsgeschichte kontrastiert, die ihre Wahrnehmung der heutigen Arbeitsrealität direkt beleuchtet: Die Chefin besucht demnach heute den Laden nur noch an Weihnachten, um sich am Weihnachtsumsatz zu erfreuen. Es gehe ihr ganz egoistisch nur darum, wie »süß die Kassen klingen«, meint die Verkäuferin mit einer parodistischen Anspielung auf ein Weihnachtslied. Weihnachten erscheint in dieser zweiten Geschichte als ein rein zweckrationales Ereignis, nicht mehr als symbolischer Raum lebensweltlicher Beziehungspflege innerhalb der Betriebsfamilie durch Gaben der »Firmenmutter«. Der Verkaufsstreß, noch erhöht durch den Besuch der in der zweiten Geschichte bloß störend herumstehenden Chefin, verfolgte die Verkäuferin, wie sie erzählt, noch abends unter dem Weihnachtsbaum, unter dem doch »früher« das Weihnachtsbukett der Firma gelegen habe.

Mit dieser Mikroanalyse sollte illustriert werden, daß Organisationskultur und auch einzelne ihrer Aspekte (hier das Leitmotiv »Betriebsfamilie« betreffend) mit Clifford Geertz (1983) als ein komplexes Bedeutungsgewebe begriffen werden müssen, in dem einzelne Bestandteile nur aus ihrer Vernetzung mit anderen Elementen und den jeweiligen Kontexten dargestellt werden können. Mit dem Beispiel angedeutet werden konnte des weiteren, daß sich die Organisationskultur als Bedeutungsganzes nicht allein aus lebensweltlichen symbolischen Praktiken speist, sondern daß sie erst von ihrem Fundament, den Arbeitsabläufen, her verstehbar wird (cf. Applebaum 1984, 3f.). Als mit gesellschaftlichen Wertvorstellungen belegte, habitualisierte Handlungszusammenhänge, die sich Neulinge in einem Enkulturationsprozeß aneignen müssen, erscheinen die Arbeitsvorgänge selbst als kulturelle Praktiken, die von außerbetrieblichen wie betriebsspezifischen Regelungen mitgeformt werden.

So erhalten im obigen Fall die Verkäuferinnen-Erzählungen einen erweiterten Sinn, wenn man die vom Betrieb bis ins Detail vororganisierte, durchrationalisierte und damit weitgehend anonym von der Zentrale her steuerbare Verkaufsarbeit als Produkt eines generelleren Normierungsstrebens darstellt, das zusammen mit einer entsprechenden Entlohnungspolitik und mit Teilzeitmodellen Verkaufsarbeit im Einzelhandel weiter als unqualifizierte (Frauen-)Arbeit fest schreibt, die dem Personal immer weniger individuelle Spiel- und Kontakträume beläßt (Götz 1997, Kap. III.3. und 234–241).

Demnach müssen in einer Betriebsethnographie einerseits objektive Faktoren (z. B. Tarifpolitik, betriebliche Arbeitsorganisation, Arbeitsabläufe) mitbeschrieben werden. Um den sozioökonomischen und kulturellen Makrokontext einbeziehen zu können, gilt es außerbetriebliche Quellen, etwa von Industrieverbänden, Behörden und Gewerkschaften, heranzuziehen oder – insbesondere bei interkulturellen Forschungen – auch Informationen über landesübliche Vorstellungen, z. B. über Arbeits- und Führungsstile oder Differenzen im Geschlechterrollenverständnis, in Erfahrung zu bringen. Andererseits sind die subjektiven Konzepte der Beschäftigten von ihrer individuellen und gemeinschaftlich geleisteten Arbeit, insbesondere die Konzepte von Zeit und Leistung, zu entschlüsseln.

Solche Ansichten, z. B. auch über das soziale Beziehungsnetz und das Statussystem im Betrieb, lassen sich mit teilstandardisierten Interviews vertiefen (cf. Schmidt-Lauber in diesem Band). Ein lockerer Leitfaden könnte dabei Feldbeobachtungen des Forschers, besonders Interna – z. B. Erzählungen und »Schlüsselwörter« –, aufgreifen; besonders letztere geben gelegentlich in »kondensierter Form (...) die zentralen Themen der Kultur« an (Mulder van de Graaf/Rottenburg 1989, 29f.). Die Informantinnen und Informanten sollten möglichst aus verschiedenen Ebenen der betrieblichen Hierarchie kommen. Außerdem lassen sich Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter aus Tochterfirmen sowie ehemalige Betriebsangehörige, Anwohner, Gewerkschafter, Geschäftspartner oder auch Beschäftigte aus Konkurrenzbetrieben als weitere Gesprächspartner einbeziehen. Erfahrungsgemäß sind Quereinsteiger, Neulinge oder Außenseiter, die die innerbetrieblichen Selbstverständlichkeiten noch mit einem registrierenden bzw. kritischen Blick aufnehmen, besonders kompetente oder »problemvertraute Informanten« (Lamnek ²1993, II, 289).

Zur ethnographischen Arbeitsweise in Organisationen

Einige Grundprinzipien der Feldforschung

Der vorige Abschnitt mit den Indikatoren und Quellen wollte keinen Forschungsplan liefern; ein solcher muß von Fall zu Fall und je nach den gewählten Zugängen und Fragestellungen (s. o.) anders aussehen. Dabei ist allen Organisationsstudien in der Volkskunde/Europäischen Ethnologie gemeinsam, daß sie einen offenen, ethnographischen Ansatz wähl(t)en, wie er dem komplexen Gegenstand »Organisation« und »Kultur« angemessen ist. So erlaubt es ethnographische Feldforschung, Fragestellungen, Methoden und Quellen den situativen Feldgegebenheiten immer neu anzupassen. Sie dient nicht in erster Linie dazu, vorab entwickelte Soll-Vorstellungen zu belegen, sondern dazu, Hypothesen über ein Feld im Prozeß des empirischen Arbeitens induktiv zu entwickeln (Fischer 1981, 67f.). Allerdings beeinflußt das – in seinen Wirkungen transparent zu machende – generelle Vorverständnis, sei es als übergeordneter Problemzugang oder auch nur in Form von Vorurteilen, den Forschungsprozeß und insbesondere die Herausbildung von konkreten Fragestellungen im Feld.

Grundsätzlich führt das Forscher-Interesse für ein bestimmtes gesamtgesellschaftliches Problem (z. B. soziokulturell bedingte Konflikte zwischen Personen aus Deutschland-West und Deutschland-Ost oder zwischen Einwanderern und Deutschen) kombiniert mit bestimmten sich aus Forschungsliteratur speisenden Hypothesen (z. B. Betrieb als Brennspeigel interkultureller Konflikte) zu einer mehr oder weniger geeigneten Ausgangsfragestellung, die sich dann z. B. durch folgende Vergleiche konkretisieren und modifizieren läßt:

- zwischen Vorabannahmen und der Betriebsrealität,
- zwischen eigenen Wertorientierungen und den im Feld vertretenen und im Arbeitsalltag realisierten Leitwerten,
- zwischen »offizieller« und »inoffizieller« Organisationskultur,
- zwischen Einstellungen und Verhalten »oben« im Verhältnis zu »unten«,
- zwischen Lokalitäten (zwischen regionalen Betriebsniederlassungen oder verschiedenen Unternehmen),
- zwischen Gegensätzlichem (z. B. Männer- und Frauenwelten, Anspruch und Wirklichkeit, »früher«-»heute«-Konstruktionen in Erzählungen, s. o.).

Um entsprechende Vergleiche vornehmen zu können, ist es notwendig, daß der Forscher oder die Forscherin eine gewisse Distanz zum Feld hält. Feldforschung »funktioniert«, indem er oder sie sich als Außenstehende(r) in

ein zunächst fremdes soziokulturelles Gefüge begibt, dessen innere Organisation, dessen Wertorientierungen, Normen, Bräuche und Rituale er oder sie gleichsam in einer zweiten Sozialisation und Enkulturation, durch die Teilnahme, lernen muß (Fischer 1981, 70). Indem die Forschenden einer fremden Kultur zunächst aus der Distanz der Außenstehenden begegnen und sie mit der eigenen, vertrauten Kultur vergleichen, wird für sie die neue Kultur – aus der Differenz zur eigenen – verstehbar (Lindner 1981, 63ff.).

Eine Organisation mit den Methoden der Feldforschung zu beschreiben und zu analysieren, setzt damit voraus, daß ein Betrieb in gewisser Weise eine eigene Subkultur innerhalb der größeren nationalen und regionalen Kultur ist. Dann läßt sie sich von Forschenden als zunächst außenstehenden Beobachtern mit »fremden Augen« aus der etischen, der Außenperspektive darstellen. Dadurch, daß die Forschenden durch ihre Teilnahme am Betriebsalltag zunehmend mit den Werten und Vorstellungen der Betriebsangehörigen vertraut werden, können sie mit der Zeit auch verschiedene emische Sichtweisen einnehmen (Fischer 1981, 67).

Infolge des hier vertretenen hermeneutisch-verstehenden Forschungsansatzes werden die Forschenden selbst zum Kristallisationspunkt ethnographischer Kulturanalyse; sie selbst »konstruieren« die Organisationskultur. Sie bemühen sich, die Konzepte der Betriebsangehörigen zu verstehen, im größeren Kontext zu interpretieren und schließlich unter Rückgriff auf kulturwissenschaftliche Kategorien (Außenperspektive) textuell zu verdichten. Die Konstruktion besteht letztlich darin, daß die Forscherin zwischen ihrer Außensicht und den Innenansichten des Feldes vermittelt (Geertz 1983), d.h. die verschiedenen Sichtweisen von oben und von unten innerhalb der betrieblichen Hierarchie zueinander in Beziehung setzt. Die Organisation sowohl von außen als auch von innen aus einer möglichst ganzheitlichen Perspektive punktuell in den Blick nehmen zu können, setzt eine große Offenheit für das Feld und theoretisch viel Forschungsfreiheit voraus, die dann in der Praxis meist gewisse Beschränkungen erfährt. Wichtig ist es, daß sich die Forschenden von keiner Interessensgruppe (z. B. der Betriebsleitung oder der Gewerkschaft) vereinnahmen lassen. Nur wenn sie bei ihrer Forschung nicht vorschnell die Perspektive der Rentabilität des Betriebes einnehmen oder sich nach anderen interessegeleiteten Vorstellungen, wie z. B. denen der Gewerkschaft, richten, können sie den für einen holistischen Zugang charakteristischen Perspektivenwechsel und die Kombination sich ergänzender und wechselseitig »korrigierender« Methoden (Beobachtung, Interviews, Dokumenten- und Objektanalyse) in Gewinn bringender Weise vornehmen.

Im Mittelpunkt steht bei dieser ethnographischen Zugangsweise allerdings die teilnehmende Beobachtung, weil sie am ehesten ein kontext-

spezifisches Verstehen und den Perspektivenwechsel ermöglicht. Sie bedeutet Teilnahme am Betriebsalltag in verschiedenen Rollen und Funktionen, etwa als Praktikant, Aushilfskraft oder Mitarbeiter auf Zeit, soweit das Mitarbeiten in einer Organisation nicht durch Sicherheits-, Geheimhaltungsvorschriften oder einen – tatsächlichen bzw. gelegentlich auch unterstellten – Kompetenzmangel des Forschenden eingeschränkt wird (cf. zu »dabei-stehender Beobachtung« als Alternative Lindner 1981, 63ff., Mulder van de Graaf/Rottenburg 1989, 30f.).

Um zu den inneren Kreisen der Arbeitswirklichkeit mit ihren nur für Insider einsichtigen Kommunikationzirkeln und Gruppenbindungen als Forscher Zugang zu erhalten, ist erfahrungsgemäß das eigene, zumindest sporadische Mitarbeiten hilfreich. Wengleich das Mitarbeiten den Beobachtungsspielraum einschränkt und die Aufmerksamkeit stark absorbieren kann, ist es letztlich ein Eintrittsbillet, um »mitreden« zu können, d.h. um als gleichwertiger Gesprächspartner akzeptiert zu werden. Auch trägt es erheblich dazu bei, erfahrungsnahe Fragen stellen zu können und ein Gespür für das Arbeitsgeschehen selbst zu entwickeln.

Wichtig ist es, die Kontakte zu einzelnen Beschäftigten zu vertiefen und »geeignete« Informanten auszuwählen (s. o.), sobald eine gewisse Vertrautheit mit dem Betrieb hergestellt wurde. Dabei – wie bei der Bestimmung der Feldausschnitte – gilt es zu berücksichtigen, daß sich Feldforschung als nicht formalisierbare Methode das Prinzip des Zufalls zunutze machen muß. Auch wenn oder gerade weil die Ausschnitte der Welt, die von den Forschenden betreten werden, – zumal in einem Unternehmen – nur begrenzt steuerbar sind, ist es in einem Verfahren, das seinen Wert aus dem mikroanalytischen, vertiefenden Zugriff auf die Wirklichkeit herleitet (Geertz 1983, bes. 31), entscheidend, die Auswahl der Feldausschnitte und der Zugänge zu begründen sowie die Verallgemeinerbarkeit einer Einzelfallstudie, die Reichweite ihrer Gültigkeit, zu diskutieren.

Teilnehmende Beobachtung muß grundsätzlich als eine Form wechselseitiger, gleichwertiger Kommunikation konzipiert werden (Lindner 1981, 62–65), bei der davon auszugehen ist, daß die Betriebsangehörigen ebenfalls ihre Interessen und Vorstellungen geltend machen. Dies wird deutlich, wenn sie die Forschenden in – ihnen aus ihrem Arbeitsalltag vertraute – »nützliche« Rollen stecken, z. B. als »Lehrmädels«, Anwalt ihrer Anliegen, »Berater« (Novak 1994) oder gar als »Spion« zu instrumentalisieren suchen bzw. umgekehrt den Forschenden entsprechende Absichten unterstellen. Wie die Informanten auf Forschende und ihre spezifische Art aufzutreten, zu fragen und zu beobachten, reagieren, ist jedoch kein Zufall, sondern hängt von ihren sozialen Erfahrungsgehalten ab und zeigt damit subkulturell bedingte Maßstäbe und Werte, die im Prozeß der Interaktion transparent werden.

»Die ersten Hinweise zur Unternehmenskultur erhalten wir von unserem Torwächter, der meist ein einflußreicher Funktionsträger ist und deshalb oft die Bedingungen der Feldforschung festzulegen versucht. (...) Der Personalchef der Firma ZIRKEL (...) bestand darauf, die Gesprächspartner selbst auszusuchen, weil er meinte, am besten zu wissen, wer relevante und typische Informationen habe. Er wollte auch die Fragen vor den Interviews selbst einsenden (...), um »Mißverständnisse« zu vermeiden. Er war enttäuscht, daß wir ohne Fragebogen arbeiten wollten, und zweifelte an unserer Wissenschaftlichkeit (...). Diese Reaktion war unser erster Hinweis auf zwei Charakteristika der Unternehmenskultur von ZIRKEL: die allumfassende Kontrolle sämtlicher Bereiche und Mitarbeiter sowie die Vorstellung an der Spitze der Hierarchie, man wisse, wie es im Unternehmen wirklich aussehe.« (Mulder van de Graaf/Rottenburg 1989, 26)

Besonders zu Beginn der Erhebungen, wenn sich Forschende und Beforschte noch fremd sind, stellt die Felderfahrung ganz allgemein als Erfahrung der »Reaktion des Objekts oder der Gruppe auf die durch die Gegenwart des Feldforschers verursachte ›Störung‹ eines der elementarsten verhaltenswissenschaftlichen Daten« dar (cf. Devereux 1976, 143, Lindner 1981, 61 ff.). Bereits das Genehmigungsverfahren, das meist mit einem Anschreiben an die Personalabteilung beginnt (cf. Beispiele bei Lamnek ²1993, II, 290ff.) und häufig zunächst zu einem »Weitergereichtwerden« des Forschers durch die Instanzen führt, kann aufschlußreiche Einblicke in die Kommunikationsstruktur einer Organisation vermitteln, und es zeigt überdies deren generelle Einstellung gegenüber einer solchen »zeitkostenden« und dabei im Nutzen für die Institution noch unbestimmten qualitativen Forschung (z. B. Schwartzman 1993, 48–51).

Bei zunehmender Dauer des Feldaufenthaltes verändern sich dann die wechselseitigen Rollenübertragungen, zu denen nämlich auch die Forschenden besonders zu Beginn einer Feldforschung neigen, wenn (Schwellen-)Ängste, Unsicherheiten, Unwissen und Vorurteile die Wahrnehmungen einschränken oder verzerren (Lindner 1981). Es ist auch zu diskutieren, inwieweit Unternehmensforschung generell eine verschärfte »research up«-Situation bedeutet. Werden hier vom Volkskundler, der bislang eher auf die unteren und mittleren Schichten blickte, in einer prinzipiell neuen Form Unterlegenheitsängste gegenüber den ökonomisch potenteren, gut ausgebildeten, wissenschaftskritischen Führungskräften produziert und führen diese Ängste somit besonders leicht zu eigentümlichen Bewältigungs- und Textualisierungsstrategien (cf. Warnken, Wittel 1997)?

Des weiteren hat es einigen Einfluß auf die Auswahl der Feldausschnitte, Informanten und möglicherweise sogar auf die generelle Anlage der Forschung (siehe das Beispiel oben), ob der Einstieg in das Feld von »oben«, über die Unternehmensleitung oder Personalabteilung (z. B. Novak 1994, Götz 1997) oder von »unten«, über Betriebsräte oder einzelne Beschäftigte

als »Torwächter«, erfolgt. So glaubte z. B. Burkhard Hergesell (1994, 23f.), der mit Hilfe der Gewerkschaft und des Betriebsrats in das Forschungsfeld Betrieb einstieg, als Ferienarbeiter gegenüber der Geschäftsleitung verdeckt beobachten zu müssen. Auch hier gilt: Ob man sich aufgrund der spezifischen Gegebenheiten des Feldes für eine offene oder verdeckte teilnehmende Beobachtung entscheidet, von der erstere schon aus ethischen, aber auch aus praktischen Gründen (Frage- und Bewegungsfreiheit) möglichst vorzuziehen ist, – das jeweilige Vorgehen muß begründet und hinsichtlich seiner Konsequenzen reflektiert werden (cf. Lamnek ²1993, II, 292–295). Allerdings darf die Selbst- und Methodenreflexion dabei nicht zum Selbstzweck geraten und in eine reine Selbstbespiegelung münden.

Diskursive Datenauswertung

Bei Feldforschungen hat sich das induktive Verfahren einer diskursiven Datenauswertung bewährt, bei der längere Feldblöcke mit Auswertungsphasen alternieren. So können erste Ergebnisse und neue Hypothesen, wie sie in den Auswertungsphasen gewonnen werden, wieder »diskursiv«, d.h. in einem neuen Interaktionsprozeß mit dem Feld, bearbeitet werden. Offene Fragen lassen sich in der folgenden Phase z. B. direkt in Form von (Nach-) Interviews (cf. Honolka, Götz 1999, Kap. 2) oder indirekt durch weitere gezielte Beobachtungen klären. Das zentrale Medium zur Datensicherung ist hierbei – neben dem Tonband für Interviews – das Feldtagebuch, in dem zu Beginn einer teilnehmenden Beobachtung bei noch weitgehend ungerichteten Fragestellungen alle Auffälligkeiten, wie sie das Vorverständnis spontan eingibt, festgehalten werden sollten.

»Je ausführlicher die Protokolle sind, desto besser, weil zumeist sich erst im Forschungsprozeß herauskristallisiert, welche Beobachtungen besonders bedeutsam waren. Inhaltlich können folgende Aspekte für das Protokoll von Wichtigkeit sein: (Girtler 1984, S. 133f.)

- die Teilnehmer im sozialen Feld, nach für das Untersuchungsziel relevanten Variablen,
- die Interaktionen der Teilnehmer (...),
- die Beschreibung der sozialen Situation als zentrales Element des Feldes, also z. B. Ort des Geschehens, Zeit, Umstände etc.,
- die Regelmäßigkeit des Beobachteten oder seine Einmaligkeit (...),
- Reaktionen der Teilnehmer auf außergewöhnliche oder abweichende Verhaltensweisen (...).
- Sind Differenzen zwischen Gesagtem und Getanem feststellbar? (Lamnek ²1993, II, 302)

Es hat sich bewährt, bei offener Beobachtung möglichst bereits im Feld stichpunktartig (evtl. auch in Form kurzer Tonbanddiktate) und dann ausführlich unmittelbar nach der Beobachtung Gedächtnisprotokolle anzulegen, zu Zeiten also, da die Erinnerungsleistung noch abrufbar ist. Sinnvoll ist es, erstens das Gehörte und Gesehene, aber auch zweitens eigene Empfindungen, z. B. zu Ablehnungen durch das Feld oder Rollenprojektionen und drittens Reflexionen und Interpretationsideen in der Reihenfolge aufzuzeichnen, wie sie sich am Computer einstellen. Diesen einzusetzen, bietet sich schon deshalb an, weil die praktischerweise zunächst chronologisch angelegten Feldprotokolle später bei der Auswertung beliebig oft nach systematischen Aspekten umgeordnet und »verzettelt« werden können.

Bei der intensiven induktiven Auswertungsarbeit werden die Protokolle zunächst mit Randkommentaren zu inhaltlichen Auswertungskategorien und weiterführenden Fragen versehen, die sich durch die Sichtung und den Vergleich der Daten bilden. Nach diesen Kategorien werden die Protokolle dann untergliedert und »verzettelt«. Zusammen mit den ebenfalls aufgliedernden und zugeordneten Interviewtranskripten und den Firmendokumenten entsteht zu Unter- und Oberkategorien ein mehr oder weniger dichtes Belegnetz. Dieses bildet ein eigenes Bedeutungssystem, das es durch neue Feldaufenthalte zu modifizieren und zu verdichten sowie zuletzt zu textualisieren gilt (cf. Lamnek ²1993, II, 296–303).

Wann dieser Forschungsprozeß abgeschlossen ist, hängt außer von praktischen Gegebenheiten (z. B. Vereinbarungen bzw. Vorgaben der Firmenleitung über die Feldforschungsdauer, Examensdruck) nicht zuletzt auch davon ab, wann die herausgegriffenen Aspekte »verstanden« worden zu sein scheinen, so daß sie nun – sei es nach insgesamt nur sechs Wochen oder nach insgesamt einem Jahr Feldaufenthalt (cf. Helmers 1993a, 170) – unter Beachtung der Gebote der Quellenkritik (insbesondere Validität und Reliabilität der Daten) erfahrungsnah und »dicht« beschrieben werden können (Geertz 1983).

Neue Felder, neue Herausforderungen

Auf welche theoretischen und methodologischen Fragestellungen der Kulturwissenschaften kann die Ethnographie von Industriebetrieben und Bürokratien gerade aufgrund der Charakteristika und Besonderheiten des Feldes Antwort geben? Zunächst sind Ethnographen aus dem Fach Volkskunde/Europäische Ethnologie in diesem Feld mit bislang ungewohnten Herausforderungen konfrontiert: Der komplizierte Feldzugang, die gelegent-

liche Reduzierung der Forschung auf »dabeistehende Beobachtung«, das fehlende Insider-Expertenwissen, die »research up«-Situation – diese typischen Aspekte ethnographischer Organisationsforschung fordern das Selbstbewußtsein, Rollen- und »Feld«verständnis der Forschenden heraus. Dadurch, daß sich Ethnographen hier zudem in einem hierarchischen Gefüge bewegen, das sich nur als Zusammenwirken von »Oben« und »Unten« verstehen läßt, erweitert sich das Blickfeld der Volkskunde, die bislang bevorzugt aus der Perspektive von »unten« ihre Felder beschrieb.

Eine weitere Herausforderung, die das tradierte kulturwissenschaftliche Selbstverständnis verändert, ist die Frage der Anwendungsorientierung, die in diesem Fall zu stellen der eigentlich zu diesbezüglicher Abstinenz erzeugte Feldforscher schon deshalb gehalten ist, weil das Feld mit seinem systemimmanenten Verwertungsdruck ihm diese Frage aufdrängt (Wischmann 1999). Hier gilt es nicht nur, den üblichen »Rücklauf« der Ergebnisse auf das Feld abzuwarten und dann in einer Art »restudy« zu dokumentieren, sondern bereits bei der Grundkonzeption eines Projektes zu überlegen, ob und wie man sich dieser Frage stellen (oder entziehen) will, zumal diese Vorentscheidung die Anlage und den Verlauf der Erhebungen beeinflusst. Auch aus ethischen Gründen ist der Anwendungsdruck des Feldes zu beachten. Versuche von Interessengruppen, aus dem Forscher oder seinem Wissen für eigene Ziele und interne Machtkämpfe Nutzen zu ziehen, können in einem Unternehmen, in dem eine hohe soziale Kontrolle und Konkurrenzdruck herrschen, besonders leicht zu existentiellen Nachteilen für andere Gruppen und zu Sanktionen für mißliebige Informanten führen. Um mit dem angesammelten Wissen adäquat umzugehen, bedarf es besonderer sozialer und kommunikativer Fertigkeiten sowie eines hohen Verantwortungsbewußtseins.

Um gegebenenfalls anwendungsorientiert forschen und die Ergebnisse im Unternehmen selbst umsetzen zu können – was kein Widerspruch zur oben geforderten Forschungsfreiheit sein muß –, benötigen Ethnographen darüber hinaus Qualifikationen, für die sie bislang nicht direkt ausgebildet sind. Für die Entwicklung neuer Berufsfelder (z. B. Betriebsethnologie, interkulturelles Konfliktmanagement) und für die Frage, was anwendungsorientiertes Forschen für einen Kulturwissenschaftler überhaupt heißen könnte, der sich nicht in erster Linie dem »System« betriebswirtschaftlicher »Zweckrationalität«, sondern eher der »Lebenswelt« des Betriebes verpflichtet fühlt, könnten die langjährigen Erfahrungen der US-amerikanischen »Applied Anthropology« herangezogen werden (cf. Schwartzman 1993, <http://www.arbeitskulturen.de>).

Für die Theoriebildung der Volkskunde/Europäischen Ethnologie sind Wirtschaftsunternehmen und Bürokratien nicht zuletzt deshalb aufschluß-

reiche Forschungsfelder, weil sie als »Zitadellen der Industriegesellschaft« (Schiffauer 1996, 26) tatsächlich generelle Probleme von gegenwartsorientierter Feldforschung sowie generelle gesellschaftliche Probleme in der Spätmoderne wie im Brennspeigel besonders scharf sichtbar werden lassen (z. B. die Arbeitsgesellschaft im Umbruch, Probleme der Globalisierung, cf. Hochfelder, Huber 2004). So sind Unternehmen mit ihren vielfältigen, zunehmend transnationalen Vernetzungen mit Zulieferbetrieben, Sub- und Tochterfirmen, staatlichen Institutionen, Gewerkschaften und Verbänden und mit ihren häufig aus verschiedenen Ländern und Milieus kommenden Belegschaften komplexe Felder, in denen der Feldforscher im Sinne einer »multisited ethnography« (Welz 1998) verstärkt – nicht nur in sozialer, sondern auch in räumlicher Hinsicht – mobil werden muß. In einem solchen Feldforschungskontext werden sich den Ethnologen in besonders akzentuierter Form die an sich nicht neuen Probleme der Auswahl geeigneter und begrenzbarer Feldausschnitte, des punktuellen Arbeitens, der Singularität des Wahrgenommenen und damit seiner schweren Verortbarkeit in typischen Kontextstrukturen stellen. Dafür werden sie, wenn sie sich an die (De-)Konstruktion von »Organisationskulturen« wagen, eine Menge über Kulturalisierungsstrategien der Managementpraxis auf der Suche nach immer neuen Zauberwaffen lernen, aber auch die Leistungsfähigkeit und die Grenzen eines kulturwissenschaftlichen Kulturbegriffs erproben können, der allen Instrumentalisierungsversuchen zum Trotz als Erkenntniskrücke des Ethnologen noch immer unersetzlich ist.

Literaturauswahl

- Applebaum, Herbert: Theoretical Introduction. In: Ders. (Hg.): *Work in Market and Industrial Societies*. New York 1984, 1–32.
- Bachmann, Götz: Der Belegschaftskultur-Ansatz und die Links-Volkskunde. Ein Blick zurück nach vorn. In: Irene Götz; Andreas Wittel (Hg.): *Arbeitskulturen im Umbruch. Zur Ethnographie von Arbeit und Organisation* (Münchener Beiträge zur Volkskunde, 26). Münster/München/New York/Berlin 2000, 35–52.
- Bausinger, Hermann: *Volkskultur in der technischen Welt*. (Stuttgart 1. Aufl. 1961) Frankfurt/M. 2. Aufl. 1986.
- Bendix, Regina: *Amerikanische Folkloristik. Eine Einführung*. Berlin 1995.
- Berger, Peter L.; Luckmann, Thomas: *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie*. Frankfurt/M. 1987 (engl. 1966).
- Braun, Rudolf: *Sozialer und kultureller Wandel in einem ländlichen Industriegebiet im 19. und 20. Jahrhundert (Zürcher Oberland) unter Einwirkung des Maschinen- und Fabrikwesens im 19. und 20. Jahrhundert*. Zürich, Stuttgart 1965.

- Devereux, Georges: *Angst und Methode in den Verhaltenswissenschaften*. Frankfurt/M./Berlin/Wien (1. Aufl. 1967) 1976.
- Fischer, Hans: *Zur Theorie der Feldforschung*. In: Wolfdietrich Schmied-Kowarzik (Hg.): *Grundfragen der Ethnologie*. Berlin 1981, 63–78.
- Geertz, Clifford: *Dichte Beschreibung. Beiträge zum Verstehen kultureller Systeme*. Frankfurt/M. 1983.
- Girtler, Roland: *Methoden der qualitativen Sozialforschung. Anleitung zur Feldarbeit*. Wien 1984.
- Götz, Irene: *Unternehmenskultur. Die Arbeitswelt einer Großbäckerei aus kulturwissenschaftlicher Sicht* (Münchener Beiträge zur Volkskunde, 19). Münster/München/New York/Berlin 1997.
- Götz, Irene: *Brotlose Kunst? Der Faktor Unternehmenskultur*. In: Jan Engelmann; Michael Wiedemeyer (Hg.): *Kursbuch Arbeit*. Stuttgart, München 2000, 293–303.
- Götz, Irene; Menzel, Peter: *Kulturkontakt – Kulturkonflikt im Kindergarten. Untersuchungen zur interkulturellen Situation in Münchner Kindergärten. Ein Forschungsprojekt im Auftrag der Ausländerbeauftragten der Landeshauptstadt München*. München 1996.
- Götz, Irene; Moosmüller, Alois: *Zur ethnologischen Erforschung von Unternehmenskulturen. Industriebetriebe als Forschungsfeld der Völker- und Volkskunde*. In: *Schweizerisches Archiv für Volkskunde* 88 (1992) 1–31.
- Götz, Irene; Wittel, Andreas (Hg.): *Arbeitskulturen im Umbruch. Zur Ethnographie von Arbeit und Organisation*. 9. Tagung der Kommission Arbeitskulturen (ehem. »Arbeiterkultur«) in der DGV am 8./9. Mai 1998 in München (Münchener Beiträge zur Volkskunde, 26). Münster/München/New York/Berlin 2000.
- Gruber, Sabine, Klara Löffler, Klaus Thien (Hg.): *Bewegte Zeiten. Arbeit und Freizeit nach der Moderne*. München/Wien 2002.
- Habermas, Jürgen: *Theorie des kommunikativen Handelns*. 2 Bde. Frankfurt/M. 1988 (1. Aufl. 1981).
- Helmers, Sabine: *Beiträge der Ethnologie zur Unternehmenskulturforschung*. In: Meinolf Dierkes; Lutz von Rosenstiel; Ulrich Steger (Hg.): *Unternehmenskultur in Theorie und Praxis. Konzepte aus Ökonomie, Psychologie und Ethnologie*. Frankfurt/M., New York 1993(a), 147–187.
- Helmers, Sabine (Hg.): *Ethnologie der Arbeitswelt. Beispiele aus europäischen und außereuropäischen Feldern*. Bonn 1993(b).
- Hergesell, Burkhard: *Arbeiterkulturen im Betrieb. Interethnische Beziehungen zwischen Produktionsarbeitern. Eine empirische Studie*. Frankfurt/M. 1994.
- Hermeking, Marc: *Kulturen und Technik. Techniktransfer als Arbeitsfeld der Interkulturellen Kommunikation* (Münchener Beiträge zur Interkulturellen Kommunikation, 10). Münster/München/New York/Berlin 2001.
- Hess, Sabine, Johannes Moser (Hg.): *Kultur der Arbeit – Kultur der neuen Ökonomie. Kulturwissenschaftliche Beiträge zu neoliberalen Arbeits- und Lebenswelten* (Kuckuck, Sonderband, 4) Graz 2003.
- Hesslinger, Eva: *Betriebsfeiern als Spiegel des Betriebsalltags? Zum Problem der Repräsentation komplexer Settings durch einzelne Kultursegmente*. In: *Schweizerisches Archiv für Volkskunde* 93 (1997) 137–168.
- Hirschfelder, Gunther, Birgit Huber (Hg.): *Die Virtualisierung der Arbeit. Zur Ethnographie neuer Arbeits- und Organisationsformen*. Frankfurt a. M. 2004.

- Honolka, Harro; Götz, Irene: Deutsche Identität und das Zusammenleben mit Fremden. Opladen, Wiesbaden 1999.
- <http://www.arbeitskulturen.de> [Das Innenleben der Organisation. Ethnographisches Wissen in der Organisationsberatung. Eine Tagung des Instituts für Europäische Ethnologie in Berlin, 16.–18. Feb. 2001, Teilabdruck der Tagungsbeiträge]
- Jeggle, Utz (Hg.): Feldforschung. Qualitative Methoden in der Kulturanalyse (Untersuchungen des Ludwig-Uhland-Institut der Universität Tübingen, 62). Tübingen 1984.
- Kartari, Asker: Deutsch-türkische Kommunikation am Arbeitsplatz. Zur interkulturellen Kommunikation zwischen türkischen Mitarbeitern und deutschen Vorgesetzten in einem deutschen Industriebetrieb (Münchener Beiträge zur Interkulturellen Kommunikation, 2). Münster/München/New York/Berlin 1997.
- Köhle-Hezinger, Christel: »Beamtenkultur« – Die Beamten der Maschinenfabrik Esslingen (ME). In: Utz Jeggle u. a. (Hg.): Tübinger Beiträge zur Volkskultur. Für hb. Tübingen 1986, 127–155.
- Köhle-Hezinger, Christel; Ziegler, Walter (Hg.): »Der glorreiche Lebenslauf unserer Fabrik!«. Zur Geschichte von Dorf und Baumwollspinnerei Kuchen. Weißenhorn 1991.
- Lamnek, Siegfried: Qualitative Sozialforschung. 2 Bde. Weinheim, 2. überarb. Aufl. 1993 (1. Aufl. 1988/89).
- Lauterbach, Burkhard: Angestelltenkultur. »Beamten«-Vereine in einem deutschen Industrieunternehmen vor 1933 (Münchener Beiträge zur Volkskunde, 23). Münster/München/New York/Berlin 1998.
- Lauterbach, Burkhard: Die Volkskunde und die Arbeit. Rückblick und Vorschau. In: Irene Götz; Andreas Wittel (Hg.): Arbeitskulturen im Umbruch. Zur Ethnographie von Arbeit und Organisation (Münchener Beiträge zur Volkskunde, 26). Münster/München/New York/Berlin 2000, 19–34.
- Lehmann, Albrecht: Erzählen eigener Erlebnisse im Alltag. Tatbestände, Situationen, Funktionen. In: Zeitschrift für Volkskunde 74 (1978) 198–215.
- Lindner, Rolf: Die Angst des Forschers vor dem Feld. Überlegungen zur teilnehmenden Beobachtung als Interaktionsprozeß. In: Zeitschrift für Volkskunde 77 (1981) 51–66.
- Moser, Johannes: »Jeder der will, kann arbeiten«. Die kulturelle Bedeutung von Arbeit und Arbeitslosigkeit. Wien, Zürich 1993.
- Moser, Johannes: On the Cultural Meaning of Work in Postindustrial Societies. In: Ethnologia Europaea 28 (1998), 55–66.
- Moser, Johannes: @fterming. Wirtschaftsanthropologische Überlegungen zu ökonomischen Transformationsprozessen in einer Bergbaugemeinde in den Alpen. In: Österreichische Zeitschrift für Volkskunde LV/104 (2001), 137–162.
- Moosmüller, Alois: Kulturen in Interaktion. Deutsche und US-amerikanische Firmensandte in Japan (Münchener Beiträge zur Interkulturellen Kommunikation, 4). Münster/München/New York/Berlin 1997.
- Mulder van de Graaf, José; Rottenburg, Richard 1989: Feldforschung in Unternehmen. Ethnographische Explorationen in der eigenen Gesellschaft. In: Reiner Aster; Hans Merckens; Michael Repp (Hg.): Teilnehmende Beobachtung. Werkstattberichte und methodologische Reflexionen. Frankfurt/M./New York 1989, 19–34.
- Nothnagel, Detlev: Anthropologische Feldforschung in Organisationen. Überlegungen zu einer Kulturanthropologie der »modernen Welt«. In: Anthropos 88 (1993) 459–476.

- Novak, Andreas: Die Zentrale. Ethnologische Aspekte einer Unternehmenskultur. Bonn 1994.
- Podsiadlowski, Astrid: Multikulturelle Arbeitsgruppen in Unternehmen. Bedingungen für erfolgreiche Zusammenarbeit am Beispiel deutscher Unternehmen in Südostasien. (Münchener Beiträge zur Interkulturellen Kommunikation, 12). Münster/ München/ New York/ Berlin 2002.
- Roethlisberger, F. J.; Dickson, J.: Management and the Worker. Cambridge 1939.
- Roth, Klaus (Hg.): Mit der Differenz leben. Europäische Ethnologie und Interkulturelle Kommunikation (Münchener Beiträge zur Interkulturellen Kommunikation, 1). Münster/München/New York/Berlin 1996.
- Roth, Klaus (Hg.): Vom Wandergesellen zum »Green Card«-Spezialisten. Interkulturelle Aspekte der Arbeitsmigration im östlichen Mitteleuropa. (Münchener Beiträge zur Interkulturellen Kommunikation, 14). Münster/ München/ New York/ Berlin 2003.
- Roth, Klaus (Hg.): Arbeitswelt Lebenswelt. Facetten einer spannungsreichen Beziehung im östlichen Europa. (Freiburger Sozialanthropologische Studien, 4) Münster u. a. 2006.
- Rottenburg, Richard: From Socialist Realism to Postmodern Ambiguity. East German Companies in Transition. In: Industrial and Environmental Crisis Quarterly 8/1 (1994) 71–91.
- Schiffauer, Werner: Die Angst vor der Differenz. Zu neuen Strömungen in der Kultur-anthropologie. In: Zeitschrift für Volkskunde 92 (1996) 20–31.
- Schönberger, Klaus, Stefanie Springer (Hg.): Subjektivierete Arbeit. Mensch, Organisation und Technik in einer entgrenzten Arbeitswelt. Frankfurt/ M./ New York 2003.
- Schwartzman, Helen B.: Ethnography in Organizations (Qualitative Research Methods, 27) Newbury Park/London/New Delhi 1993.
- Warneken, Bernd Jürgen: Lebenswelt in der Arbeitswelt. Informelle Kommunikation im computerisierten Büro. Projektgruppe des LUI für empirische Kulturwissenschaft der Universität Tübingen unter Leitung von Bernd Jürgen Warneken. Düsseldorf 1991.
- Warneken, Bernd Jürgen; Wittel, Andreas: Die neue Angst vor dem Feld. Ethnographisches research up am Beispiel der Unternehmensforschung. In: Zeitschrift für Volkskunde 93 (1997) 1–16.
- Warneken, Bernd Jürgen: Arbeiterkultur, Arbeiterkulturen, Arbeitskulturen. In: Rolf W. Brednich (Hg.): Grundriß der Volkskunde, Einführung in die Forschungsfelder der Europäischen Ethnologie. Berlin (3. Aufl.) 2001, 26–35.
- Welz, Gisela: Moving Targets. Feldforschung unter Mobilitätsdruck. In: Zeitschrift für Volkskunde 94 (1998) 177–194.
- Wieschialek, Heike: »... ich dachte immer, von den Wessis lernen heißt siegen lernen!« Arbeit und Identität in einem mecklenburgischen Betrieb (Campus Forschung, 781). Frankfurt/M. 1999.
- Wischmann, Maike: Angewandte Ethnologie und Unternehmen. Die praxisorientierte ethnologische Forschung zu Unternehmenskulturen (Interethnische Beziehungen und Kulturwandel, 36). Hamburg 1999.
- Wittel, Andreas: Belegschaftskultur im Schatten der Firmenideologie. Eine ethnographische Fallstudie. Berlin 1997.