
AKKUMULATION

INFORMATIONEN DES ARBEITSKREISES FÜR KRITISCHE UNTERNEHMENS- UND
INDUSTRIEGESCHICHTE

Nr. 31/2011

Editorial

Mit dem vorliegenden Heft eröffnet die Akkumulation eine Debatte über den Stand gegenwärtiger Unternehmensgeschichtsforschung. Anknüpfen möchten wir dabei nicht nur an Überlegungen im Vorstandskreis des AKKU, sondern auch an weiterführende Fragen, die im Rahmen der letzten Jahrestagung zur „Unternehmensgeschichte im öffentlichen Raum“ aufgeworfen wurden. Hier geht es insbesondere um die Produktions- und Verwertungslogiken der bundesdeutschen Unternehmensgeschichte, wobei die europäische Vergleichsebene einbezogen werden soll. Zudem werden Fragen nach der Konkurrenz von universitärer unternehmenshistorischer Forschung mit medialen populäreren Formen der Unternehmensgeschichte und den Konsequenzen für die Arbeitsweise der akademischen Unternehmensgeschichte differenziert beleuchtet.

Den Anfang macht ein Beitrag von Tim Schanetzky (Jena/New York), der sich intensiv und kritisch mit einem spezifischen anwendungsorientierten Zugang zur Unternehmensgeschichte und dessen Produkten auseinandersetzt: dem Erlanger „Zentrum für Angewandte Geschichte“ (ZAG) unter dem Zeithistoriker Gregor Schöllgen. Schanetzky befasst sich dabei nicht nur mit den fragwürdigen Voraussetzungen einer derart „kapitalisierten“ Geschichtsschreibung, sondern analysiert auch Deutungsmuster und Geschichtsbilder verschiedener unternehmenshistorischer „Produkte“ des ZAG, insbesondere im Hinblick auf ihren Umgang mit der NS-Geschichte der dargestellten Unternehmen. Diskutiert werden auch der bewusste Verzicht auf wissenschaftliche Belegtechniken und der exklusive Zugang zu genutzten Quellen, wodurch eine intersubjektive Überprüfbarkeit ausgeschlossen wird.

Dieser Standard, der sich bei unternehmenshistorischen Auftragsarbeiten von Fachwissenschaftler/innen weitgehend durchgesetzt hat, wird auch im zweiten Beitrag von Alfred Reckendrees (Kopenhagen) postuliert. Als Vergleichsebene wird die dänische Praxis der „Commissioned Research“ einbezogen und dabei ausführlich die Frage erörtert, „welche Praktiken der Auftragsforschung die ‚scientific community‘ bereit ist zu akzeptieren“. Grundsätzliche Qualitätsanforderungen, denen sich die Mitglieder des Fachs nach Reckendrees auch bei Auftragsarbeiten verschreiben sollten, sind dabei nicht nur der freie und unbegrenzte Zugang zum Quellenmaterial (oder zumindest eine Reflektion über Einschränkungen), sondern auch die Veröffentlichung der Forschungsergebnisse und die Zugänglichkeit der Quellen für andere Wissenschaftler/innen. Indem Reckendrees über weitergehende Standards reflektiert, gibt er eine Reihe von Anstößen für die weitere Diskussion über den Selbstanspruch der unternehmenshistorischen Forschung.

Das kritische Potential der deutschen Unternehmensgeschichtsschreibung ist auch Thema des Beitrags von Boris Gehlen (Bonn). Er widmet sich in einer „subjektiv-quantitativen Betrachtung“ der Frage, welchen Kriterien das Rezensionswesen zweier wichtiger deutscher Rezensionsorgane für das Fach – der Vierteljahrschrift für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte sowie der Zeitschrift für Unternehmensgeschichte – unterliegt. Als „kritisch“ stuft er Rezensionen ein, die über eine reine Inhaltswiedergabe und Einordnung in den Forschungskontext hinausgehen und dabei verschiedenartige „Leistungen und Schwächen fundiert, detailliert und argumentativ aufzeig[en]“. Die quantitative und essayistische Auswertung der letzten beiden Jahrgänge der Fachzeitschriften soll vor allem „Tendenzen aufzeigen, Fragen stellen und zu Widerspruch einladen“, damit also eine weitergehende Debatte befördern.

Die Reflexion von unternehmenshistorischer Praxis steht auch im Mittelpunkt des Beitrags von Florian Triebel (München), der sich mit den Anforderungen an Unternehmensarchive im digitalen Zeitalter auseinandersetzt. Erfahrungen aus seiner Tätigkeit im BMW-Archiv reflektierend, diskutiert er die unterschiedlichen Interessen von Archivaren, Auftraggebern und Nutzern. Als unabdingbare Voraussetzung für eine Zusammenarbeit von Archiven und Nutzern sieht er den allgemeinen und gleichen Zugang zu den Akten. Er argumentiert dabei, dass „eine Kategorisierung in ‚bevorzugte‘ externe Nutzer, die Bestände verwerten können, die anderen externen Nutzern verschlossen bleiben... auf allen Seiten Mißtrauen säen [wird], da selbst ‚bevorzugte‘ Nutzer sich immer fragen werden, ob ihnen alles vorgelegt wurde, was anderen möglicherweise offen steht.“ Daher könnten den Standards der Wissenschaftlichkeit verpflichtete Unternehmenshistoriker „weder als ‚Bevorzugte‘ noch als ‚Benachteiligte‘ diese Praxis akzeptieren.“ Zu bedenken gibt Triebel auch, inwiefern zukünftig „die neuen Informationstechnologien das Aufgabenfeld der Unternehmensarchive einer starken Veränderung unterwerfen werden“. Chancen sieht er in diesem Wandel für neue Kooperationsformen zwischen Archivaren und Unternehmenshistorikern.

Fortgesetzt werden soll die Debatte um allgemeingültige Standards der Unternehmensgeschichtsforschung im nächsten Heft. Die teils methodischen, teils essayistischen, teils provokanten Reflexionen in dieser und der folgenden Ausgabe sollen insgesamt dazu dienen, die unternehmenshistorische Praxis, vor allem im Bereich der Auftragsforschung und Public History, genauer zu beleuchten und Maßstäbe für eine gute wissenschaftliche Praxis zu entwickeln. Wünschenswert wäre dabei auch die Entwicklung von Standards, auf die sich jüngere Nachwuchswissenschaftler/innen berufen könnten, von denen im verstärkten Maße die Einwerbung von Drittmitteln erwartet wird. Weitere Beiträge zur Debatte sind daher nicht nur erwünscht, sondern besonders geeignet um beispielsweise die Perspektive der Doktorand/innen stärker einzubeziehen. Zu diesem Zwecke können auch kürzere Statements oder Reflexionen an die Redaktion eingesendet werden.

Wir wünschen eine spannende Lektüre und freuen uns über weitere Diskussionsbeiträge,

Stefanie van de Kerkhof für die AKKU-Redaktion

Die Mitläuferfabrik

Erlanger Zugänge zur „modernen Unternehmensgeschichte“

Tim Schanetzky

Wer sich als Wissenschaftler nicht „grundsätzlich auch auf dem freien Markt positionieren kann, muss sich die Frage nach der Legitimation seines Tuns und damit nach der Berechtigung seiner Alimentierung durch die öffentliche Hand gefallen lassen.“ Mit dieser These trat Gregor Schöllgen im November 2007 vor ein fränkisches Universitätspublikum, dem er Wege aus der gesellschaftspolitischen Defensive weisen wollte, in der sich die Geisteswissenschaften seit Max Webers Zeiten befänden. Dem Erlanger Ordinarius für Neuere Geschichte griffen die Hochschulreformen der vergangenen Jahre zu kurz, weil die Einwerbung von Drittmitteln aus staatlich finanzierten Töpfen kaum mehr sei als „kaschierte Selbstbedienung“. Sie führe zu „degenerativen Erscheinungen“ und sei „dringend korrekturbedürftig“. Private Aufträge zu akquirieren um so zur „Eigenfinanzierung jedenfalls eines Teils des Forschungsbetriebes“ beizutragen galt ihm als eine der „vornehmsten Aufgaben“ der Universität, und indem sie Orientierungswissen zur gesellschaftlichen Sinnstiftung liefert, könne selbstverständlich auch Geschichte „kapitalisiert“ werden. Um sie in diesem Sinne „anzuwenden“, sei freilich viel „kreative Phantasie“ erforderlich, die wohl nicht jeder mobilisieren wolle.¹

Sich selbst nahm Schöllgen von dieser Kritik aus. Das von ihm geleitete *Zentrum für Angewandte Geschichte* diene vielmehr als Vorbild für die Arbeit der Geisteswissenschaften in der modernen Welt. Kaum ein Geschichtsbüro erreicht so zuverlässig eine so breite Öffentlichkeit wie das ZAG. Als die von der Schaeffler-Gruppe lancierte feindliche Übernahme der Continental AG zu scheitern drohte, half es beim Ringen um die Gunst der Öffentlichkeit mit historischer Expertise – ebenso, als der Karstadt-Eigentümer Arcandor in die Insolvenz ging.² Unter den etwa 30 deutschen Geschichtsbüros ist das ZAG aber vor allem deshalb ein Sonderfall, weil es von einem Lehrstuhlinhaber geleitet wird und überdies als Einrichtung der Universität firmiert.³ Mit Archivrecherchen, Ausstellungen und Unternehmensgeschichten machte das ZAG während der letzten acht Jahre einen Umsatz von rund 1,5 Millionen Euro. Die Hochschule stellt kostenlose Räume für einen Geschäftsführer, drei wissenschaftliche Mitarbeiter und einige studentische Hilfskräfte.⁴

¹ Schöllgen, Gregor: Die Dienstleister. Von den Aufgaben der Geisteswissenschaften in der modernen Welt. Festvortrag zum Dies academicus aus Anlass des 264. Jahrestages der Gründung der Friedrich-Alexander-Universität, Erlangen, 5.11.2007, Erlangen 2007.

² Schöllgen, Gregor: Wie Familie Schickedanz zu Karstadt kam – und damit alles verlor, in: FAS, 13.6.2010; Weissenborn, Christine: „Ich bin der gute Geist von Quelle“, in: Handelsblatt, 15.8.2010; Schöllgen, Gregor: „Mit kleiner, sehr vornehmer Hakenkreuz-Musterung“, in: SZ, 24.7.2009; ders.: Der gute Geist von Quelle, in: FAZ, 30.6.2009; Ritter, Uwe: Hässliche braune Flecken. Historiker streiten über die Rolle der Brüder Schaeffler im Dritten Reich, in: SZ, 26.2.2009; „Es gibt keinen Persilschein“, in: Süddeutsche Online, 2.3.2009; Schöllgen, Gregor: Schaefflers dunkler Schatten, in: Cicero 3/2009.

³ Vgl. den Überblick bei Schreiber, Beate: Think History! Facts & Files Historisches Forschungsinstitut Berlin, in: Horn, Sabine und Sauer, Michael (Hrsg.): Geschichte und Öffentlichkeit. Orte, Medien, Institutionen, Göttingen 2009, S. 96-102, hier: S. 96.

⁴ Balzter, Sebastian: Im Archiv der Kapitalisten, in: FAZ, 25.9.2010.

Schöllgens Zentralarbeitsgemeinschaft wird eine Symbolwirkung zugesprochen, so etwa, wenn zuletzt die *Frankfurter Allgemeine* deren Mitarbeiter lobte, die „zwei Schritte“ über die Grenzen der Zunft hinausgingen, indem sie praxisorientiert und „nach marktwirtschaftlichen Prinzipien“ arbeiten. Schon mit seinem programmatischen Vortrag hatte Schöllgen sich als Rollenmodell empfohlen, und diese These fand durchaus Anklang. Während der Deutsche Hochschulverband die Rede vollständig und die *Welt* immerhin eine Kurzfassung druckten, bewunderte die *Frankfurter Allgemeine* Schöllgens „Leistungswillen“. Dieser werde aber unweigerlich auf die Ablehnung jener Fachkollegen stoßen, die lediglich für die „Sonderdruckschublade“ kleiner Spezialistenkreise publizieren oder sich auf „wohl-dotierten Dauerstellen selbst verwirklichen“ wollten – obwohl Leistung im „wirklichen Leben“ doch „nach wie vor als Arbeit in Zeit“ gemessen werde.⁵

Inhaltlich hingegen würde den Geschichtsanwendern sofort widersprochen haben, wer die soziologische Debatte über wissenschaftliches Wissen kennt. Spätestens ab Mitte der Siebziger war ja unbestritten, dass Forschung in konkreten Anwendungskontexten gravierenden „Sinnveränderungen“ ausgesetzt ist.⁶ Vor diesem Hintergrund wird man die vom Philosophen Jens Kulenkampff formulierte Kritik jedenfalls nicht mit dem Hinweis auf den Neid weltabgewandter Ordinarien zurückweisen können: Der Dekan der Erlanger Philosophischen Fakultät betonte direkt im Anschluss an Schöllgen, dass eben nicht die Marktgängigkeit, sondern die Qualität wissenschaftlicher Werke im Mittelpunkt zu stehen habe, und darüber entscheide „auch im Fall dessen, der seine Dienste auf dem Markt anbietet und dafür Auftraggeber findet, nicht die Zufriedenheit seiner zahlenden Abnehmer, sondern allein die Bewährung im Licht einer kritischen wissenschaftlichen Öffentlichkeit.“⁷

Wie steht es also um die Qualität der Produkte? Derzeit liegen vier Monographien aus der Erlanger „Geschichtswerkstatt“⁸ vor, und zwar über Brose (Automobilzulieferer), Diehl (Rüstungsgüter), Schöller (Lebensmittel) und Schickedanz (Handel).⁹ Eine Studie über die Schaeffler-Gruppe blieb, abgesehen von Presseartikeln, unveröffentlicht. Alle Bücher erschienen in renommierten Publikumsverlagen, zielen auf eine breite Öffentlichkeit und verzichten auf wissenschaftliche Belegtechniken. Stattdessen schließt die Darstellung immer mit einem Kommentar zur Quellenlage, der die konsultierten Archivbestände nicht vollständig aufführt. Damit genügen die Publikationen nicht den wissenschaftlichen Standards der intersubjektiven Überprüfbarkeit, die

⁵ Balzter, Archiv; Schöllgen, Gregor: Der Historiker wird zum Dienstleister, in: *Die Welt*, 10.2.2010; Deutscher Hochschulverband (Hrsg.): *Glanzlichter der Wissenschaft. Ein Almanach*, Stuttgart 2008, S. 135-145; Blasius, Rainer: Der Historiker als Dienstleister, in: *FAZ*, 8.2.2010; vgl. Kulenkampff, Jens: Leserbrief, in: *FAZ*, 23.2.2010.

⁶ Luhmann, Niklas: Theoretische und praktische Probleme der anwendungsbezogenen Sozialwissenschaften. Zur Einführung, in: Wissenschaftszentrum Berlin (Hrsg.): *Interaktion von Wissenschaft und Politik. Theoretische und praktische Probleme der anwendungsorientierten Sozialwissenschaften*, Frankfurt am Main 1977, S. 16-39, hier: S. 31; zum institutionellen Kontext jetzt Leendertz, Ariane: *Die pragmatische Wende. Die Max-Planck-Gesellschaft und die Sozialwissenschaften 1975-1985*, Göttingen 2010.

⁷ Kulenkampff, Jens: Stellungnahme zu Gregor Schöllgens Rede „Die Dienstleister. Von den Aufgaben der Geisteswissenschaften in der modernen Welt“, 14.12.2007; ähnlich auch in einem anderen Kontext Werner Plumpe in: Frei, Norbert und Schanetzky, Tim (Hrsg.): *Unternehmen im Nationalsozialismus. Zur Historisierung einer Forschungskonjunktur*, Göttingen 2010, S. 97.

⁸ Die spezielle Ironie dieser Formulierung scheint dem Verf. entgangen zu sein, vgl. Balzter, Archiv.

⁹ Schöllgen, Gregor: *Diehl. Ein Familienunternehmen in Deutschland 1902-2002*, Berlin 2002; ders.: *Brose. Ein deutsches Familienunternehmen 1908-2008*, Berlin 2008; ders.: *Der Eiskönig. Theo Schöller, ein deutscher Unternehmer 1917-2004*, München 2008; ders.: *Gustav Schickedanz. Biographie eines Revolutionärs 1895-1977*, Berlin 2010.

sich längst auch bei Auftragsarbeiten durchgesetzt haben. Im Folgenden soll der Schwerpunkt aber nicht auf formalen oder methodologischen Fragen liegen. Vielmehr werden die Kapitel über das Agieren der fraglichen Unternehmer im Nationalsozialismus genauer betrachtet – jene Abschnitte also, deren öffentliche Wirkung vermutlich besonders sorgfältig konzipiert ist.

Ein erster Befund: In allen Büchern vertritt das ZAG ein homogenes Bild des NS-Wirtschaftssystems. Es stellt dessen Diktaturcharakter heraus und betont die Zwänge, denen die Unternehmen unterlagen. Spätestens mit dem Vierjahresplan hatten diese um den Preis ihrer Unabhängigkeit „in die Rüstungsproduktion einzusteigen“.¹⁰ Sie gerieten nicht nur „immer stärker in die Fänge der Bürokratie“, sondern standen während des Krieges auch einem Gewaltapparat gegenüber, der seine Ziele gegen jeden Widerstand durchsetzte – indem er kommissarische Geschäftsleitungen einsetzte, Beschlagnahmungen oder Zwangsverkäufe anordnete. Jenseits allgemein gehaltener Formulierungen liefert Schöllgen keinen Beleg für dieses Bedrohungsszenario, das dem Stand der Forschung eklatant widerspricht.¹¹

Umso sorgfältiger unterscheiden alle Studien zwischen den Ämtern oder Parteimitgliedschaften der fränkischen Familienunternehmer und ihrer inneren Einstellung zum Nationalsozialismus. So stellt Schöllgen zwar fest, dass Diehl von den Rüstungsanstrengungen profitierte. Das festzuhalten heiße „allerdings nicht, eine Aussage über das Verhältnis Heinrich Diehls zum Nationalsozialismus und der ihn tragenden Ideologie zu treffen.“ Auch Max Brose trat nicht etwa aus Opportunismus der NSDAP bei, sondern um „Ungemach von seiner Firma und von der Wirtschaft der Stadt abzuhalten“. Seine Tätigkeit in der Coburger Handelskammer ist in diesem Sinne „als Versuch zu verstehen, den Zugriff der Partei auf die Wirtschaft der Stadt in Grenzen“ zu halten – mit Erfolg, denn bald schon amtierte er als neuer Präsident.¹² Selbst Broses und Diehls Ernennung zu Wehrwirtschaftsführern dient als Beleg für deren innere Distanz zur NS-Ideologie. Dabei folgt das ZAG der bekannten Apologie von Georg Thomas: Der Rüstungsoffizier hatte nach dem Krieg behauptet, den Titel ursprünglich erfunden zu haben, um seiner Dienststelle die Loyalität von „politisch vernünftigen und überlegten Männern“ zu sichern.¹³

Damit suchen die Bücher Antworten auf eine Frage, die gar nicht mehr relevant ist, seit die Bindekräfte der NS-Volksgemeinschaft in den Blick der Forschung gekommen sind.¹⁴ Danach stand das Mitmachen der „ganz normalen Männer“ im Mittelpunkt, und am reibungslosen Funktionieren kann es in keinem der vom ZAG untersuchten Fälle einen Zweifel geben. Vielmehr bedienen sich die Studien einer Argumentation, die seit den Nürnberger Nachfolgeprozessen bestens bekannt ist. Sie unterschied penibel zwischen einer stets untadeligen persönlichen Haltung und der Funktion im Unternehmen, wobei Letztere ab Beginn der fünfziger Jahre kaum noch thematisiert

¹⁰ Schöllgen, Brose, S. 74.

¹¹ Soweit wie Schöllgen gehen nicht einmal die Kritiker jener „Mannheimer Schule“, die in den vergangenen Jahren die unternehmerische Entscheidungsautonomie besonders betont hat; vgl. Hayes, Peter: Corporate Freedom of Action in Nazi Germany, in: Bulletin of the German Historical Institute 45 (2009), S. 29-42; Buchheim, Christoph und Scherner, Joans: Corporate Freedom of Action in Nazi Germany. A Response to Peter Hayes, ebd., S. 43-50.

¹² Schöllgen, Diehl, S. 57 f., 92, 94; ders., Brose, S. 63-66.

¹³ Wörtlich fast identisch ders., Diehl, S. 62 und ders., Brose, S. 79.

¹⁴ Beginnend mit Broszat, Martin: Soziale Motivation und Führer-Bindung des Nationalsozialismus, in: VfZ 18 (1970), S. 594-609, vgl. die Kritik von Gregor, Neil: Nazism – A Political Religion? Rethinking the Voluntarist Turn, in: ders. (Hrsg.): Nazism, War and Genocide. Essays in Honour of Jeremy Noakes, Exeter 2005, S. 1-21.

wurde, weil Unternehmer und Manager schon bald als Opfer von Diktatur und Zwangswirtschaft galten.¹⁵

Diesen Geist der frühen Adenauerzeit atmen auch die Kapitel über die „sogenannten Zwangsarbeiter“.¹⁶ Ob ein Karl Diehl „von einzelnen Übergriffen seiner Meister“ auf die von ihm beschäftigten KZ-Häftlinge, meist jüdische Frauen, gewusst haben könne, lasse sich heute „nicht mehr ermitteln“. Wohl aber sei es „schwer vorstellbar“, dass er sie toleriert habe. Dies würde „gänzlich dem über viele Jahrzehnte nachvollziehbaren Bild“ des Unternehmers widersprechen. Vielmehr gebe es Hinweise darauf, dass er das „Los der Ausländer“ erleichtert habe, „wo er nur konnte“. Schöllgen bedient sich hier eines Plausibilitätsschlusses, indem er neben dem betriebswirtschaftlichen Interesse an den Arbeitskräften¹⁷ vor allem darauf verweist, dass Familienunternehmer häufig besser für „ihre“ Zwangsarbeiter gesorgt hätten als Manager anonymer Kapitalgesellschaften. Seine 9.000 „Gefolgschaftsmitglieder“ wird aber auch ein Karl Diehl nicht alle persönlich gekannt haben, und selbstverständlich fehlt der Hinweis, dass schon die Nürnberger Industrievertreter ein ähnlich rosiges Bild von der betrieblichen Fürsorge gezeichnet hatten. Daneben bleibt erklärungsbedürftig, warum sich ausgerechnet diese Unternehmen von der sonst üblichen brutalen Arbeitseinsatzpolitik der deutschen Industrie unterscheiden sollten.¹⁸

Bis auf Schöllger erwarben alle untersuchten Unternehmer in Julius Streichers „Mustergau“ auch jüdischen Besitz, seien es Grundstücke, Häuser, Werkwohnungen, seien es Unternehmen, die sich neben Schaeffler vor allem der stark expandierende Schickedanz aneignete.¹⁹ Insgesamt handelt es sich um zwölf Objekte, die teils direkt von jüdischen Vorbesitzern, teils von Banken, teils auf dem Weg der Zwangsversteigerung erworben wurden. Laut Schöllgen kann dabei in keinem Fall von „Arisierung“ gesprochen werden – stattdessen überall dasselbe Muster: Die Alteigentümer kamen durch Familienstreit, Missmanagement oder während der Weltwirtschaftskrise in Not. Der Verkauf befreite sie aus einer „misslichen Situation“. Auch diese Generalinterpretation ist im Lichte der jüngeren Forschung unhaltbar.²⁰

Wie häufig sich die Profiteure der „Arisierung“ bald nach Kriegsende als die eigentlichen Opfer der NS-Rassepolitik gerierten – in keiner der ZAG-Studien findet sich darüber ein Wort, obwohl die untersuchten Fälle dafür reichlich Gelegenheit geboten hätten. Wie systematisch stattdessen die Befunde der Forschung auf den Kopf gestellt werden, zeigt der Fall Schickedanz. Der Quelle-Gründer zahlte im Rahmen der Rückerstattung rund acht Millionen Mark. Schöllgen beschränkt sich freilich nicht darauf, die Selbstbeschreibung des Unternehmers zu reproduzieren. Dessen

¹⁵ Wiesen, S. Jonathan: *West German Industry and the Challenge of the Nazi Past 1945-1955*, Chapel Hill 2001; Ahrens, Ralf: Von der „Säuberung“ zum Generalpardon. Die Entnazifizierung der westdeutschen Wirtschaft, in: *JfW* 2/2010, S. 25-45.; Priemel, Kim Christian: Gekaufte Geschichte. Der „Freundeskreis Albert Vogler“, Gert von Kloss und die Entwicklung der historischen Unternehmerforschung nach 1945, in: *ZUG* 52 (2008), S. 177-202.

¹⁶ Schöllgen, Schickedanz, S. 157.

¹⁷ Ders., Diehl, S. 94 ff.; 101-106; ders., Brose, S. 94-103, vgl. ders., Schöllger, S. 51 ff.

¹⁸ Ders., Diehl, S. 105 f.;

¹⁹ Ders., Brose, S. 71 ff.; ders., Diehl, S. 76 f.; ders., Schickedanz, S. 86 ff.; 88-101, 109 ff., 112-119, 126-129; ders.: Schaefflers dunkler Schatten, in: *Cicero* 3/2009.

²⁰ Schöllgen, Schickedanz, S. 86 f.; vgl. Bajohr, Frank: „Arisierung“ als gesellschaftlicher Prozess. Verhalten, Strategien und Handlungsspielräume jüdischer Eigentümer und „arischer“ Erwerber, in: Wojak, Irntrud und Hayes, Peter (Hrsg.): „Arisierung“ im Nationalsozialismus. Volksgemeinschaft, Raub und Gedächtnis, Frankfurt am Main 2000, S. 15-30.

damaliger Missbilligung verhilft der Biograph vielmehr zu wissenschaftlichen Weihen, indem er die rechtlichen Grundlagen des ganzen Verfahrens in Frage stellt. Das von den amerikanischen Besatzungsbehörden erlassene Rückerstattungsgesetz nämlich habe als „nicht unproblematisch“ zu gelten, weil hinter ihm weniger der „Geist der Gerechtigkeit“ als das „Streben nach Vergeltung“ stand. Den entscheidenden Teil dieser Einschätzung hat Schöllgen als wörtliches Zitat aus der *Zeit* vom April 1948 entnommen, und er ordnet es nicht in den damaligen Kontext ein: keine Zeile über die geringe gesellschaftliche Akzeptanz der Wiedergutmachung, nicht der kleinste Hinweis auf die damals noch überwiegend national gesinnte Redaktion der *Zeit*.

Auch bei der Schilderung des Rückerstattungsfalls Ellern bleibt Schöllgen ganz dem Duktus der Nachkriegsjahre verhaftet. Die früheren Eigentümer der Forchheimer Papierfabrik hätten sich auf Kosten des Quelle-Gründers „gleich zweimal ... saniert: 1937 und noch einmal 1952 beziehungsweise 1953.“²¹ Dass jüdische Eigentümer doppelt profitieren wollten, gehört nicht nur zu den Standardargumenten in vielen Rückerstattungsverfahren, sondern wurde auch als zentrales Motiv von den politischen Lobbyisten der „Judengeschädigten“ aufgegriffen.²² Im Fall Schickedanz mag die Klage zutreffen oder nicht – entscheidend ist, dass Schöllgen empirisch nicht belegt, dass „die Betroffenen“ wohl „schon vor der Machtübernahme der Nationalsozialisten angeschlagen oder ruiniert“ gewesen waren, dass der Unternehmer die Juden generell „nicht übervorteilt, sondern ihnen vielmehr durch korrekte Verträge geholfen hat, schwierige Situationen zu klären.“²³ Er verzichtet auf eigene Wertermittlungen, die derartige Aussagen hätten stützen können, und offenbar mangelt es auch an den dazu erforderlichen Quellen aus der Zeit vor 1945. Stattdessen werden lediglich die Argumente aus den Rückerstattungsverfahren einseitig reproduziert.²⁴

Dahinter steckt System, denn auch die Aussagen aus „Persilscheinen“ setzt das ZAG zumeist ohne jede quellenkritische Skepsis zugunsten der Unternehmer ein. Im besten Fall geschieht das über Wertungen, die als solche ausgewiesen sind, etwa bei Karl Diehl, der laut einer Aussage vom September 1945 den Nationalsozialismus wiederholt kritisiert habe. Schöllgen macht deutlich, dass sich das heute nicht mehr überprüfen lasse, fügt aber hinzu: „Unwahrscheinlich ist der Vorgang allerdings nicht.“ Häufiger werden Aussagen aus Entnazifizierungsverfahren unkommentiert übernommen: Karl Diehl sei nur auf Drängen des Vaters im Frühjahr 1933 „widerwillig“ NSDAP-Mitglied geworden, Max Brose bei den Parteistellen schlecht angesehen, Gustav Schickedanz gar Mitglied in einem „Kreis“ gewesen, der sich nach dem Attentat vom 20. Juli 1944 „zu einem regelrechten ‚Widerstandskreis‘ geformt“ habe – es handelt sich um die gängigen Verteidigungslegenden, und bekanntlich stilisierten sich ja selbst Unternehmer vom Format eines Friedrich Flick erfolgreich zu Förderern des Widerstands.²⁵

²¹ Schöllgen, Schickedanz, S. 217-229, Zitate: 217, 222.

²² Lillteicher, Jürgen: Raub, Recht und Restitution. Die Rückerstattung jüdischen Eigentums in der frühen Bundesrepublik, Göttingen 2007, S. 137 ff., 180 f.; früher bereits Goschler, Constantin: Die Auseinandersetzungen um die Rückerstattung „arisierter“ jüdischen Eigentums nach 1945, in: Büttner, Ursula (Hrsg.): Die deutsche Bevölkerung und die Judenverfolgung im Dritten Reich, Hamburg 1992, S. 339-356.

²³ Schöllgen, Schickedanz, S. 219 f.

²⁴ Vgl. Köhler, Ingo: Werten und Bewerten. Die kalte Technik der »Arisierung« 1933-1938, in: Berghoff, Hartmut; Kocka, Jürgen und Ziegler, Dieter (Hrsg.): Wirtschaft im Zeitalter der Extreme. Beiträge zur Unternehmensgeschichte Österreichs und Deutschlands. Im Gedenken an Gerald Feldman, München 2010, S. 316-336; Ziegler, Dieter: Erosion der Kaufmannsmoral. „Arisierung“, Raub und Expansion, in: Frei und Schanetzky, Historisierung, S. 156-168.

²⁵ Schöllgen, Diehl S. 84 f., 46 f.; ders., Brose, S. 67; ders., Schickedanz, S. 161-164; vgl. Frei, Norbert; Ahrens, Ralf; Osterloh, Jörg und Schanetzky, Tim: Flick. Der Konzern, die Familie, die Macht, München 2009, S. 420 f.

Besonders eindrucksvolle Testate werden gern auch viermal zitiert, so etwa wenn Ludwig Erhard dem Quelle-Gründer ein „gewisses Maß ‚politischer Dummheit‘, Schwäche, vielleicht sogar Feigheit“ bescheinigte.²⁶ Auf diese Weise will Schöllgen die Geschichte der Entnazifizierung neu schreiben und die klassische Beschreibung der „Mitläuferfabrik“ widerlegen. Das Beispiel Schickedanz zeige, dass nicht von einer „Entlastung Belasteter durch Ihresgleichen“ oder durch „inkompetentes Personal“ gesprochen werden könne – im ersten Teil ein zirkuläres Argument, im Zweiten eine grobe Verzerrung von Lutz Niethammers Pionierstudie. Sie hatte vor allem den gesellschaftlich-politischen Stimmungsumschwung betont und gezeigt, wie sehr dieser die Spruchkammerverfahren zur Farce werden ließ. Schöllgen, dessen Protagonisten erst nach 1948 und allesamt als „Mitläufer“ entnazifiziert wurden, ist auch dieser Kontext kein Wort wert.²⁷

Den wissenschaftlichen Wert der Erlanger Massenprodukte wird man angesichts solcher Volten in Frage stellen dürfen. Mehr noch: Sie ignorieren den Forschungsstand oder versuchen ihn gar umzudeuten; sie sprechen die Akteure von jeder Verantwortung frei, und schließlich: Sie verwenden Quellen auf einseitige Weise. Tatsächlich betätigt sich das ZAG selbst als Mitläuferfabrik, indem es Entnazifizierungsunterlagen nutzt, um den Mythos vom unpolitischen und wehrlosen Unternehmer systematisch zu pflegen: Zwangsarbeiter patriarchalisch in die „Gefolgschaft“ aufnehmend, jüdische Konkurrenten aus Fürsorge von der Last ihres Eigentums befreiend, unter den Verhältnissen leidend und selbstverständlich anständig geblieben. Diese Apologie wäre wohl schon in den Siebzigern kaum unwidersprochen geblieben,²⁸ aber in Kenntnis der Debatten der Neunziger und vor dem Hintergrund des heutigen Forschungsstandes ist dieses Unternehmersbild frivol. Ironischerweise ist es auch inkonsistent, denn mit derart ängstlichen und nur unter äußerem Druck handelnden Charakteren wäre bei der „Kapitalisierung“ von Geschichte dann eben doch kein Staat zu machen. Deshalb verwandeln sich die Diehls, Broses und Schickedanz mit dem Jahr 1945 plötzlich wieder in jene entschlosskräftigen und gegenüber Konkurrenten oder Politikern gern auch einmal rauhbeinigen Tatmenschen, welche die Unternehmensfestschriften schon seit je bevölkern.

Dass die fast ausschließlich auf das Ingenium des Unternehmers fokussierten Bücher auch in anderer Hinsicht hinter das heutige Reflexionsniveau der Unternehmensgeschichtsschreibung zurückfallen, sei nur der Vollständigkeit halber nachgetragen: In Erlangen machen noch immer große Männer (und wenige Frauen) die Geschichte. In der Arbeitswelt, die das ZAG entwirft, ist kein Platz für betriebliche Konflikte, schon gar nicht für Gewerkschafter oder Betriebsräte. Noch die teuerste Fehlentscheidung ist gut für wertvolle Erfahrungen; Streit unter Erben verschwindet hinter irenischen Formeln, und selbstverständlich bleibt der Familienunternehmer bescheiden und lebt zurückgezogen – aller Vermögenszuwächse zum Trotz, die ebenso unbeziffert bleiben wie

²⁶ Schöllgen, Schickedanz, S. 70 f.; 107, 151, 187.

²⁷ Ebd., S. 8; Niethammer, Lutz: Die Mitläuferfabrik. Entnazifizierung am Beispiel Bayerns, Bonn 1982, S. 659; vgl. auch Vollnhals, Clemens: Entnazifizierung. Politische Säuberung und Rehabilitierung in den vier Besatzungszonen, München 1991.

²⁸ Typisch etwa Walser, Martin: Ist die Deutsche Bank naiv?, in: Der Spiegel, 24.8.1970; Vallenthin, Wilhelm: Ist Martin Walser naiv?, ebd. 14.9.1970; zur gesellschaftspolitischen Defensivposition der Unternehmer und ihren Folgen vgl. Kurzlechner, Werner: Von der Semantik der Klage zu einer offensiven Medienpolitik. Selbstbild und Wahrnehmung westdeutscher Unternehmer 1965-1975, in: Reitmayer, Morten und Rosenberger, Ruth (Hrsg.): Unternehmen am Ende des „goldenen Zeitalters“. Die 1970er Jahre in unternehmenshistorischer Perspektive, Essen 2008, S. 289-318.

generell lieber von Umsätzen, kaum aber von Gewinnen gesprochen wird. Tatsächlich: Das ZAG hat ein Profil entwickelt, das „nicht nur im deutschsprachigen Raum konkurrenzlos“ ist.²⁹

Auftragsarbeiten dieses Zuschnitts haben eine lange Tradition in der deutschen Unternehmensgeschichtsschreibung – einige zusätzliche Studien fallen da gewiss nicht ins Gewicht. Selbst gegen ein „History Marketing“, das nur noch den Eindruck einer kritischen Aufarbeitung zu erwecken versucht, um auf diese Weise eigentlich „Krisenprävention“³⁰ im Sinne des Auftraggebers zu betreiben, spricht wenig – solange die Autoren für sich nicht in Anspruch nehmen, wissenschaftlich zu arbeiten. Skandalös wird der Fall des ZAG, weil es die angebliche Wissenschaftlichkeit seiner Auftragsarbeiten ungestört zum „Unique Selling Point“ entwickeln konnte.³¹

Das ZAG nutzt unterschiedliche Methoden der Beglaubigung. Generell hänge wissenschaftliche Unabhängigkeit nicht vom Auftraggeber, „sondern vom Forscher ab“, der daran schon deshalb interessiert sein müsse, um etwaige Folgeaufträge nicht zu gefährden. Als Dienstleister sieht Schöllgen sich in einer ähnlichen Position wie Wirtschaftsprüfer oder Anwälte.³² Im übrigen lasse sich das ZAG von seinen Auftraggebern vertraglich zusichern, dass auf Inhalte kein Einfluss genommen werden könne – so Schöllgens Aussage im Interview mit RTL-Nachrichtenmann Peter Klooppel. Jenseits der professoralen Reputation setzt das ZAG nämlich auch Prominente für die Beglaubigung seiner Unabhängigkeit ein. In einem zweiten Imagefilm auf der Startseite des ZAG-Webauftritts bestätigte Gerhard Schröder, Schöllgen schreibe nur, was „die Historie hergibt“.³³

Zentrales Verkaufsargument ist das Ansehen der Universität: Diese sei „nach wie vor ein Garant für weitgehende Unabhängigkeit.“³⁴ Deshalb sind auch die fließenden Grenzen zwischen Schöllgens Lehrstuhl und dem ZAG kein Zufall. Die Internetpräsenz des Lehrstuhls für Neuere Geschichte listet die Tätigkeit des ZAG ganz selbstverständlich unter der Rubrik „Projekte“ auf, die dann auch noch als „Moderne Unternehmensgeschichte“ firmiert.³⁵ Folglich haben Beglaubigungen aus der Wissenschaft auch einen besonderen Wert, und kaum verwunderlich ist, dass Auszüge aus einer bemerkenswert positiven Rezension der *Zeitschrift für Unternehmensgeschichte* sofort auf der ZAG-Homepage publik gemacht wurden.³⁶ Dies alles mag man als pures Marketing bewerten, genauso wie die Plädoyers von Lebenszeitbeamten für ein Bestehen im Wettbewerb wohl nur im Kontext jenes gesellschaftspolitischen Diskurses zu verstehen sind, den erstmals die Finanzkrise des Jahres 2008 erschütterte. Aber die Produkte des ZAG geben immer-

²⁹ Erlanger Nachrichten Online, 28.8.2008: Eiskönige und Marktlücken. Der Erlanger Geschichtspräsident Gregor Schöllgen als Sachbuch-Experte beim Poetenfest.

³⁰ So mit schöner Offenheit Schug, Alexander: *History Marketing*. Ein Leitfaden zum Umgang mit Geschichte in Unternehmen, Bielefeld 2003, S. 69 ff.

³¹ Offene Kritik bisher nur bei Johannes Bähr über Schöllgen, Schöllger, in: *Sehepunkte* 9 (2009), Nr. 6 (15.06.2009); demnächst auch Rauh, Cornelia: „Angewandte Geschichte“ als Apologetik-Agentur? Wie Erlanger Forscher Unternehmensgeschichte „kapitalisieren“, in: *ZUG* (im Druck).

³² Balzter, Archiv; dabei handelt es sich um ein eingeführtes Motiv, vgl. Leserbrief von Avraham Barkai/Gerald D. Feldman/Lothar Gall/Harold James/Jonathan Steinberg, in: *TLS*, 6.11.1998; als Reaktion auf Michael Pinto-Duschinsky: *Selling the Past*, ebd., 23.10.1998.

³³ <http://www.zag.uni-erlangen.de/index.php?section=home> (abgerufen am 16.2.2010, zwischenzeitlich wurde der Film von der Homepage gelöscht).

³⁴ Schöllgen, Dienstleister; ähnlich auch im Interview mit Klooppel: <http://www.zag.uni-erlangen.de/index.php?section=home> (abgerufen am 16.2.2010).

³⁵ <http://www.neueregeschichte2.uni-erlangen.de/index.php?page=80> (abgerufen am 5.11.2010)

³⁶ Die „brillante Studie“ über Schöllger wurde wegen ihrer „kritischen Distanz zum Gegenstand“ gelobt, und zwar von einer Germanistin, vgl. Boden, Petra, in: *ZUG* 54 (2009), S. 225 f.; ähnlich verfahren wurde mit Auszügen einer verhaltenen Besprechung von Jürgen Teuteberg in der *VSWG* 96 (2009), S. 286 ff.

hin einige Anhaltspunkte dafür, zu welchem Preis historische Forschung „angewendet“ und „kapitalisiert“ werden kann.

Wenn historische Auftragsforschung in der Öffentlichkeit als unabhängig gelten und zugleich wissenschaftlich bestehen soll, gibt es hinter jene Standards kein Zurück, die sich in der Auseinandersetzung mit der NS-Vergangenheit der Unternehmen seit dem Skandal um das erste Daimler-Buch der Gesellschaft für Unternehmensgeschichte Mitte der achtziger Jahre in einem mühsamen Lernprozess entwickelt haben. Die meisten Historiker wissen, worum es geht: Umfassender und unbeschränkter Zugang zu allen für das Thema verfügbaren Archivalien; Öffnung des Archivs für eine spätere Nachprüfung im Rahmen des wissenschaftlichen Diskurses; völlige Autonomie bei der Entscheidung über die Form und den Inhalt der Publikation.³⁷ Das Gedächtnis von Unternehmen und Medien hingegen reicht soweit nicht zurück. Deshalb ist es an der Zeit für einen Kodex guter wissenschaftlicher Praxis in der unternehmenshistorischen Auftragsforschung. An ihm hätten sich nicht nur die Arbeiten öffentlich messen zu lassen; bei künftigen Projekten würde er auch den Wissenschaftlern zu einer besseren Verhandlungsposition verhelfen. Eine Garantie für diese Standards gibt es nicht. Sie müssen verteidigt werden.

³⁷ Vgl. die Hinweise bei Spoerer, Mark: Unternehmen und Unternehmensgeschichte. Was kommt heraus, wenn Gewinner Geschichte schreiben lassen? In: Fröhlich, Claudia und Heinrich, Horst-Alfred (Hrsg.): Geschichtspolitik. Wer sind ihre Akteure, wer ihre Rezipienten? Stuttgart 2004, S. 111-117, hier: 114 f.

Was du darfst, darf ich auch? Reflektionen zum Thema Wissenschaft, Unternehmensgeschichte und Auftragsforschung

Alfred Reckendrees

Nicht inspiriert, doch ermuntert durch die ‚causa Gutenberg‘ und die Geldspenden, die die London School of Economics von der ‚Gaddafi International Charity and Development Foundation‘ angenommen hat,¹ stellt dieser essayistische Beitrag die Frage, welche Praktiken der Auftragsforschung die ‚scientific community‘ bereit ist zu akzeptieren. Die Inspiration lieferte ein Bericht der FAZ (Nr. 233, 25.09.2010) über den Historikertag 2010 in Berlin, in dem behauptet wird, ein Professor in Erlangen zeige, „*dass Historiker für ihr Wissen auch in der Industrie Abnehmer finden können.*“ Diese Erkenntnis ist keineswegs neu: Unternehmensgeschichte hat sich in den vergangenen beiden Jahrzehnten (auch) zu einem Markt entwickelt, auf dem professionelle Unternehmen tätig sind. Die Forderung des „*Professors aus Erlangen*“ (Gregor Schöllgen) jedoch, „*Historiker müssten viel stärker als gewohnt nach marktwirtschaftlichen Prinzipien arbeiten und zahlungswillige Abnehmer für ihr Spezialwissen ausfindig machen*“, ist allerdings neu:

„*Wie das funktionieren kann, macht das Zentrum für Angewandte Geschichte (ZAG) vor, als dessen Direktor Schöllgen die griffige Formel ‚Wir kapitalisieren Geschichte‘ geprägt hat. Mit einem Geschäftsführer, drei wissenschaftlichen Mitarbeitern und vier studentischen Hilfskräften darf diese Einrichtung zwar mietfrei ein Gebäude der Erlanger Universität nutzen, finanziert sich darüber hinaus aber vor allem über Aufträge von Privatunternehmen.*“²

Dieser Essay hätte auch andere wissenschaftliche Auftragsforschung oder Beratung zum Ausgangspunkt nehmen können, beispielsweise den berüchtigten Mishkin-Herbertsson Report „*Financial Stability in Iceland*“ (2006).³ Doch für die wissenschaftliche Unternehmensgeschichtsschreibung stellt Schöllgens Statement eine Herausforderung dar, deren Implikationen ausgelotet werden müssen: Gibt es spezifische Maßstäbe für die Betätigung von Wissenschaftler/inne/n, die an Universitäten tätig sind (und zudem noch durch Steuergelder gefördert werden)? So wie es allgemeine Maßstäbe für Dissertationen oder wissenschaftliche Zeitschriften gibt.

Es geht also im Folgenden nicht darum, Normen zu formulieren, was *Unternehmensgeschichtsschreibung* darf und was nicht, sondern darum, welchen Kriterien *wissenschaftliche Unternehmensgeschichtsschreibung* folgen sollte (und wie diese bestimmt sein mag). Ich nähere mich diesem Ziel ausgehend von Beobachtungen und Impressionen, nicht von empirischen Erhebungen

¹ http://www2.lse.ac.uk/newsAndMedia/news/archives/2011/03/director_steps_down.aspx [letzter Zugriff 11.3.2011].

² Für alle vorangegangenen Zitate: Balzter, Sebastian: ‚Im Archiv der Kapitalisten‘, FAZ Nr. 233, 25.09.2010; s.a. <http://www.zag.uni-erlangen.de/> [letzter Zugriff 11.3.2011].

³ Mishkin, Frederic S. und Herbertsson, Tryggvi Thor: *Financial Stability in Iceland*, Iceland Chamber of Commerce (ed.), May 2006; siehe auch die webpage von D. Rafnsson <http://www.economicdisasterarea.com/index.php/features/mishkins-iceland-fail-video/> [letzter Zugriff 11.3.2011].

oder qualitativen Analysen. Es handelt sich um die Wahrnehmung und Schlussfolgerungen des Autors. Die essayistische Form soll dazu beitragen, über solche Perzeptionen zu diskutieren – über die resultierenden Vorschläge hoffentlich auch. Denn Fragen der Ethik oder der Moral lassen sich nicht wissenschaftlich begründen.

I. Wissenschaftliche Geschichtsschreibung besitzt kein Deutungsmonopol

Unternehmensgeschichte hat, wohl unbestritten, in den letzten beiden Jahrzehnten einen Boom erlebt, von dem ebenso wissenschaftliche und ‚populäre‘ Publikationen wie eine wachsende Zahl unternehmenshistorischer Dokumentationen zeugen (im letzten Jahr u.a. „Die Quandts“ oder „Flick. Ein Doku-Drama“). Solche Dokumentationen berücksichtige ich im Folgenden ebensowenig wie Ausstellungen in privaten oder öffentlichen Museen und fokussiere stattdessen auf die „gedruckte“ Unternehmensgeschichte. Hier lassen sich vier teilweise überlappende „Märkte“ bestimmen, die einander auf dem Buchmarkt für Unternehmensgeschichte und Unternehmerbiographie begegnen. Diese vier Märkte sind nicht durch die Autor/inn/en (die Produzent/inn/en) einerseits und die Leser/innen (die Endkonsument/inn/en) andererseits bestimmt, sondern durch die Produzent/inn/en und die unmittelbaren Auftraggeber/innen (Wissenschaft, Privatwirtschaft, Verlage):

1. die wissenschaftliche Unternehmensgeschichte, die ihre Fragen (idealiter) im Zusammenhang wissenschaftlicher Diskussionen und Debatten entwickelt und ihre Ressourcen aus dem Bereich der Wissenschaften mobilisiert;
2. Unternehmensgeschichte, die von akademischen Wissenschaftler/innen (solchen die an Universitäten und anderen öffentlich geförderten Einrichtungen beschäftigt oder mit ihnen assoziiert sind) betrieben, deren Finanzierung durch Unternehmen, Verbände oder andere interessierte Einrichtungen gewährleistet wird (Auftragsforschung).
(Eine Zwischenposition nehmen Unternehmenshistoriker/innen ein, die ihre Fragen im wissenschaftlichen Diskurs entwickeln, und auch entsprechend veröffentlichen, die aber von Unternehmen bezahlt werden; dies können beispielsweise Archivare sein).
3. der Markt auf dem professionelle Agenturen (spezialisierte Unternehmen) ein Dienstleistungsangebot („Unternehmensgeschichte“) anbieten;
4. Unternehmens- und Unternehmergegeschichte, die von freien Autor/inn/en für den Buchmarkt produziert wird.⁴

Insbesondere die Märkte unter 2. und 3. weisen Überlappungen auf. Das Zentrum für Angewandte Geschichte (ZAG) scheint sich indes zielgerichtet auf dem Markt der professionellen Agenturen etablieren zu wollen.

Nun ist die Interpretation vergangener Wirklichkeiten kein Monopol der historischen Wissenschaften. Die verschiedenen Produktionssysteme haben je ihre eigene Berechtigung und ihre besonderen Qualitäten und sie folgen je spezifischen Produktions- und Verwertungslogiken. Mir geht es in diesem Beitrag um das ‚wissenschaftlich‘ konnotierte Produktionssystem, das seine

⁴ Vgl. z.B. die Veröffentlichungen von Thomas Ramge oder Rüdiger Jungbluth im Campus Verlag.

Reputation durch den universitären Bezug (oder vergleichbare Forschungseinrichtungen) erhält. Dabei beschäftige ich mich vor allem mit der Auftragsforschung, da die wesentlichen Probleme für die Wissenschaft in diesem Bereich besonders deutlich werden.

Damit soll weder die Qualität der Studien spezialisierter Unternehmen, noch die der Arbeit freier Autoren bestritten werden. „Geschichtsbüros“ arbeiten, soweit es möglich ist und das Budget ausreicht, auf der Grundlage archivalischer Quellen und wissenschaftlicher Literatur. Zwar lässt das Endprodukt dies zumeist nicht erkennen, oft weil der Auftraggeber anderes wünscht, doch vielfach existieren interne Versionen mit entsprechendem Anmerkungsapparat (was sie indes noch nicht zu wissenschaftlichen Texten machen). Maßgeblich für das Produkt sind allerdings die Wünsche des Auftraggebers (und bei der Produktion für den freien Buchmarkt die Erwartungen des Verlags). Diese Verwertungslogiken bestimmen das Ergebnis und sind andere als die der Wissenschaft. Die Frage ist, inwieweit sich „Wissenschaft“ diesen Logiken unterwerfen darf und sollte.

II. Wissenschaftliche Arbeit

Wie alle anderen Autorinnen sind akademische Wissenschaftler/innen einerseits frei und andererseits verantwortlich für das, was sie schreiben, wie sie es schreiben und wo sie es veröffentlichen. Natürlich steht es auch ihnen frei, Romane, Kinderbücher oder politische Pamphlete zu schreiben, als Musiker/innen aufzutreten oder die eigenen Gemälde zu verkaufen. Mir geht es hier jedoch um die *wissenschaftliche Tätigkeit* im Bezugssystem der Wissenschaft. Die Grenzen sind nicht genau zu bestimmen; jede/r akademische Wissenschaftler/in unterscheidet zwischen einem Lehrbuch und einer wissenschaftlichen Studie oder zwischen einem wissenschaftlichen Aufsatz und einem Zeitungsartikel (der freilich wegen seiner breiteren Rezeptionsmöglichkeiten sehr viel wertvoller für die Vermittlung wissenschaftlicher Erkenntnisse sein kann). Hier sei wissenschaftliche Tätigkeit pragmatisch dadurch definiert, dass die jeweiligen Akademiker/innen behaupten, „Forschung“ zu betreiben und ein entsprechendes Projekt definieren, gegebenenfalls „Drittmittel“ dafür einwerben.

Anders als Buchautor/inn/en oder professionelle Agenturen benutzen akademische Wissenschaftler/innen vorwiegend ihre wissenschaftliche Reputation, wenn es um die Akquise (oder die Beauftragung) von Drittmittel oder Forschungsaufträgen geht. Aus diesem Grund spricht viel dafür, universitär subventionierte „Institute“ (z.B. durch kostenlose Räumlichkeiten) oder Institute, die bei der Akquise als universitäre Einrichtungen auftreten, nach den gleichen Kriterien zu beurteilen wie akademische Wissenschaft. Auch Auftragnehmer/innen, die die Berufsbezeichnung des/der Universitätsprofessor/s/in zu Werbezwecken benutzen oder als Gütezeichen ihrer Beratung verwenden, sollten ihre Produkte der wissenschaftlichen Evaluierung aussetzen. Doch was bedeutet das, wenn es um unternehmenshistorische Auftragsforschung geht?

III. Wissenschaftliche Auftragsforschung

Die akademische Wissenschaft ist eine gesellschaftlich subventionierte Institution, die hohe öffentliche Reputation besitzt und deren Integrität auf zwar nicht streng definierten, aber doch allgemein akzeptierten Normen und Werten beruht, die über aussagenlogische Korrektheit hinausgehen. Dies sind erstens die Unabhängigkeit des Forschungsdesigns und der Forschungs-

ergebnisse von den Interessen der (möglichen) Auftraggeber/innen und zweitens die Überprüfbarkeit der Forschungen.

Bezogen auf die unternehmenshistorische Forschung hat insbesondere die Norm der Überprüfbarkeit weitreichende Implikationen. Denn über die allgemeinen Anforderungen an das wissenschaftliche Arbeiten hinaus, die in jedem Proseminar gelehrt werden, bedingt sie:

1. den freien und unbegrenzten Zugang zum Archivmaterial (falls dieser eingeschränkt ist, wäre dies in das Forschungsdesign einzubeziehen).
2. die Forschungsergebnisse müssen veröffentlicht werden;
3. das Archivmaterial muss für auch andere Wissenschaftler zugänglich sein.

Damit soll nicht unterstellt werden, dass mit öffentlich zugänglichem Material (Geschäftsberichte, Unternehmensverlautbarungen, Presse, etc.) keine ertragreiche Forschung durchgeführt werden könnte, doch in diesem Fall stellt sich das Problem nicht.

In der Praxis stellt zunächst oftmals der freie und unbegrenzte Zugang zum der Natur nach privaten Archivmaterial ein Problem dar (vgl. auch den Beitrag von Florian Triebel in diesem Heft). Gelegentlich können Unternehmen sensible Informationen, beispielsweise wenn sie noch anhaltende Verhandlungen betreffen, nicht einmal preisgeben; andere Informationen (von rechtswidrigen Absprachen oder illegalen Aktivitäten einmal ganz abgesehen) geben sie vielleicht aus guten Gründen nicht gerne preis, wie beispielsweise Personalunterlagen – ein anderes Beispiel mögen Banken sein, die von ihren Kunden vertrauliche Informationen erhalten haben und ihre Reputation bewahren möchten. Manche Unternehmen ermöglichen nur von ihnen beauftragte Personen, über die sie sich vertraglich Kontrolle sichern, Zugang zum eigenen Material. – Dieses Dilemma kann nicht grundsätzlich überwunden, wohl aber reflektiert werden. Auch öffentliche Archive sind prinzipiell in dem Sinne „unvollständig“, dass „sensible“ Dokumente nie in das Archiv gelangt oder Bestände „gesäubert“ sein mögen (es ist oft schon eine Interpretationshilfe, wenn solche Aktivitäten ersichtlich sind). Von unternehmenshistorischer Forschung können wir allerdings genaue Auskunft über das verwendete Material und dessen Ursprung verlangen.

Das zweite Problem betrifft die Überprüfbarkeit und die Frage der Zugänglichkeit des Archivmaterials für andere Wissenschaftler/innen, ohne die weder wissenschaftliche Selbstkontrolle noch die Diskussion über die Ergebnisse möglich sind. Niemand unterstellt bewusste Fälschung, doch eine hinreichende Zahl an Beispielen zeigt, dass der Umgang mit Quellen, die Übersetzungen und Interpretationen wissenschaftlich diskutiert werden müssen.⁵ Insbesondere durch Unternehmen finanzierte Auftragsforschung basiert indes oft auf Materialien, die nicht für Dritte zugänglich sind. Einige Wissenschaftler lehnen solche Forschungsaufträge ab, wenn die Materialien der zukünftigen Forschung nicht zugänglich gemacht werden. So hat Christoph Buchheim aus diesem Grund auf interessante Projekte verzichtet (die dann andere Hochschullehrer durchgeführt haben).

⁵ Vgl. z.B. die Debatte über Abraham, David: *The Collapse of the Weimar Republic. Political Economy and Crisis*, Princeton 1981; siehe vor allem: Feldman, Gerald D.: *A Collapse in Weimar Scholarship*, in: *Central European History* 17, (1984), S. 159-177 und 'The David Abraham Case: Ten Comments from Historians', in: *Radical History Review* 32 (1985), S. 75-96. In der Neuauflage von 1986 hat Abraham einen Teil der Fehler korrigiert.

Andererseits ist es auch gut und hilfreich für die Wissenschaft, wenn zumindest „eine/r von uns“ freien Zugang zu diesem Arkanbereich erhält. Das ist es natürlich auch! – die unternehmenshistorischen Kenntnisse wären ohne die Studien, die auf privilegiertem Zugang beruhen, recht dürftig. Doch diese Würdigung einer nach Möglichkeit zu überwindenden Praxis setzt voraus, dass das gesamte Projekt ein wissenschaftliches Forschungsdesign hat und dass in solchen Fällen vielleicht besonders viel Material dokumentiert wird. Ich verfüge nicht über ‚gültige‘ Antworten auf diese Herausforderung. Vielmehr ist eine intensivere Diskussion darüber angezeigt. Zumindest aber müssten Fragen dieser Art von den Wissenschaftler/innen in den Vertragsverhandlungen aufgeworfen werden.

Zwei Möglichkeiten mit solchen Problemen umzugehen, habe ich in Dänemark an der Copenhagen Business School kennengelernt. Auch in diesem Land sind die Grauzonen groß und im Allgemeinen sind die Standards der Auftragsforschung nicht besser als in Deutschland. An der CBS umfassen die üblichen Verträge (wenn der Auftrag über die Hochschule abgewickelt wird, was eine Voraussetzung ist, um sich aus Lehrverpflichtungen „freizukaufen“), den freien und vollständigen Zugang zum Archivmaterial und schließen jede Einflussnahme der Auftraggeber/innen auf die Veröffentlichung der Forschungsergebnisse aus. Um in Konfliktfällen zu einer einvernehmlichen Lösung zu gelangen, wird eine Art Aufsichtsrat über dem Projekt installiert (mit je einer/m Vertreter/in des Unternehmens und des Auftragnehmers sowie einer/m unabhängigen Wissenschaftler/in, die/der von der Hochschule bestimmt wird); im Zweifel entscheidet der/die unabhängige Wissenschaftler/in. Diese Struktur kann Bestandteil des Forschungsvertrages sein. Bei privaten Verträgen wird gelegentlich ein „Ombudsmann“ eingeschaltet, ein/e renommierte/r Wissenschaftler/in, der/die Zugang zum Archivmaterial hat und gegebenenfalls gewissermaßen die „sachliche Richtigkeit“ testieren kann. Es stellt sich natürlich die Frage, wie ein solcher Zweifel aufkommen kann, wenn niemand freien Zugang zum Archiv hat? Sicher keine perfekte Lösung für das Problem, aber immerhin ein Ansatz. – Eine Verpflichtung zu solchen Verträgen besteht allerdings nicht, und im Grunde bleibt das Problem auch hier eines der individuellen wissenschaftlichen Ethik.

IV. Was du darfst, darf ich auch?

Was ich anstoßen möchte, ist die Suche nach Lösungen für diese Probleme. Unternehmensgeschichte entwickelt sich zu einem Marktangebot, und das ist auch gut so. Nicht nur weil es vielen Historiker/inne/n neue Arbeitsmöglichkeiten schafft, sondern auch weil wir viel Neues insbesondere über kleine und mittlere Unternehmen erfahren, für die wenig oder kein Archivmaterial überliefert ist (und die meisten Autor/inn/en einen wissenschaftlichen Selbstanspruch haben). Akademische Wissenschaft erfordert allerdings mehr. Mir scheint jedoch, als entspräche das Niveau der wissenschaftlichen Selbstreflexion nicht hinreichend diesen Anforderungen. Dabei hat die akademische Unternehmensgeschichte viel zu verlieren. Erst vor wenigen Jahrzehnten hat sie sich von ihrer „hagiographischen“ Tradition zu trennen begonnen. Heute handelt es sich um ein wissenschaftlich akzeptiertes Forschungsfeld. Doch anscheinend erzeugen das verstärkte öffentliche Interesse an der Geschichte sowie die verstärkte Orientierung der Universitäten auf die Einwerbung von Drittmitteln und die Bereitstellung eines Dienstleistungsangebots einen „backlash“ Effekt.

Das von der Tagespresse gelobte Erlanger Zentrum für angewandte Geschichte (ZAG) jedenfalls, das „mietfrei ein Gebäude der Erlanger Universität nutzen“ darf „sich darüber hinaus aber vor allem über Aufträge von Privatunternehmen“ finanziert,⁶ schlägt angesichts seiner bisherigen Produkte (vgl. den Beitrag von Tim Schanetzky in diesem Heft) keinen neuen vorbildhaften Weg ein, eher einen, freilich modernisierten und aufgepeppten in die Vergangenheit. So „modern“ sich die Strategie *„Historiker müssten viel stärker als gewohnt nach marktwirtschaftlichen Prinzipien arbeiten und zahlungswillige Abnehmer für ihr Spezialwissen ausfindig machen“*, anhören mag: allem Anschein nach konkurriert das ZAG wettbewerbsverzerrend subventioniert auf dem Markt der professionellen Agenturen, aber nicht auf dem „Markt“ der Wissenschaft. Dazu nutzt es aktiv universitäre Ressourcen und stützt sich auf die Reputation universitärer Forschung.

Man mag einwenden, dass nahezu alle Hochschulen die Ergebnisse wissenschaftlicher Forschung auf dem Markt verwerten und mit privaten Institutionen konkurrieren: sie melden sogar Patente an (beispielsweise in den Technikwissenschaften oder in der Medizin), um die Forschungsergebnisse und deren Verwertung zu schützen. Und viele Wissenschaftler/innen entwickeln Techniken für Unternehmen, die diese dann privilegiert nutzen? Was ist schlecht daran, wenn auch Historiker/innen entsprechend agieren?

Der Einwand führt in eine generelle Debatte über die Rolle der universitären Wissenschaft in der Gesellschaft, die hier nicht geführt werden kann, aber gerade angesichts der zunehmenden ‚Marktorientierung‘ der Universitäten sehr dringlich wäre. Über die Ethik Einzelner wird vielfach diskutiert. Doch was darf eine wissenschaftliche Institution? Der/die Steuerzahler/in mag es erwarten dürfen, das die Hochschulen nach Einnahmequellen jenseits der öffentlichen Finanzierung suchen. Und vielleicht ist es angebracht, dass Universitäten in einigen Bereichen ihr Wissen vermarkten? Die freie Zugänglichkeit der universitären Forschungsergebnisse könnte vielleicht nur die Kosten für diejenigen senken, die über die ökonomischen Ressourcen verfügen, diese Forschung auch nutzen zu können. Ein fiktives Beispiel: Es besteht ein öffentliches Interesse an einer Reduzierung der CO₂ Emissionen, es ist also ‚gut‘ an verbesserten Automotoren zu arbeiten. Doch wer außer der Automobilindustrie sollte diese verwenden? – Sollte der/die Steuerzahler/in das finanzieren? Sollte die Universität dann die neue Technologie patentieren und verwerten? Was ändert sich im Falle einer universitär-privatwirtschaftlichen Kooperation, die in einigen Bereichen bereits aus Gründen der Größenordnung erforderlich ist (Kraftwerksbau)?

Vielleicht sind aber auch eine ganze Reihe von Tätigkeiten, die Wissenschaftler/innen durchführen und für die sie mitunter Honorare erhalten, keine wissenschaftlichen Tätigkeiten (ich denke beispielsweise an gutachterliche oder beratende Tätigkeiten). Allerdings sind für diesen Bereich der abgabe- und genehmigungspflichtigen Nebentätigkeiten Universitätsverwaltungen oder Finanzbehörden zuständig, nicht die wissenschaftliche „Selbstkontrolle“.

Ich habe keine Antwort auf die grundsätzliche, das Öffentliche und das Private der universitären Wissenschaft betreffende Frage. Vielleicht sind technische Aggregate, pharmazeutische Produkte oder ein großer Teil der Software, die an deutschen Universitäten entwickelt werden, nur dann ‚sinnvoll‘, wenn sie wirtschaftlich genutzt werden (und die Erträge an die Hochschule zurück-

⁶ Balzter: ‚Im Archiv der Kapitalisten‘, FAZ Nr. 233, 25.09.2010.

fließen). – Doch gilt das auch für die Ergebnisse sozialwissenschaftlicher Forschung? Aus meiner Sicht sind hier andere Kriterien anzulegen.

Hinsichtlich der Unternehmensgeschichte möchte ich mit drei zugespitzten Thesen schließen:

1. Es steht jedem frei, Geschichte zu „kapitalisieren“, nur nicht der akademischen Wissenschaft.
2. Universitäre Forschung ist ein öffentliches Gut, wenn jemand dafür bezahlen mag, soll er das tun. Auftragsforschung ist dann legitim, wenn das Primat der Forschungsfrage und die wissenschaftliche Unabhängigkeit gewährleistet sind und wenn zumindest prinzipiell die Überprüfbarkeit gegeben ist.
3. Dienstleistungsangebote und Produkte, die solchen Kriterien nicht entsprechen, sind außerhalb der Universität gut aufgehoben.

Wie kritisch ist die deutsche Unternehmensgeschichte? Eine subjektiv-quantitative Betrachtung unternehmenshistorischer Rezensionen in der VSWG und der ZUG 2009/2010

Boris Gehlen

I. Einleitung

Als die Redaktion der Vierteljahrschrift für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte vor etlichen Jahren ihre Datenbank aktualisierte und zu diesem Zweck bei den Rezensenten nachfragte, welche Arbeiten für sie zur Besprechung in Frage kämen, antwortete ein bekannter deutscher Wirtschaftshistoriker sinngemäß: „wichtig, interessant und/oder teuer“. Rezensionen wären demnach nicht nur ein Medium wissenschaftlicher Kritik, das Neuerscheinungen bewertet, in den Forschungsstand einordnet, derart Aussagen über Qualität der Forschung und des Forschers trifft und somit ein zentraler Bestandteil der (deutschen) Wissenschaftskultur; vielmehr lässt eine derart offen (und ehrlich) formulierte Präferenzordnung sie ebenso als Gut erscheinen, das nur „produziert“ wird, wenn der Nutzen für den Rezensenten höher ist als der dafür zu betreibende Aufwand. Wissenschaftliche Kriterien träten somit in den Hintergrund. Natürlich ist eine solche Deutung übertrieben, sie hat aber doch einen wahren Kern. Denn Rezensenten sind (auch) rationale Akteure, die Buchbesprechungen annehmen, um den eigenen Nutzen zu maximieren. Dieser kann jedoch unterschiedlich definiert sein. Der Preis ist als Anreiz für eine Besprechung fraglos ein Kriterium, wenn auch eher ein notwendiges als ein hinreichendes. Rezensionen rechnen sich nicht, wenn man die Arbeitszeit für Lektüre des Buchs und Schreiben der Rezension auch nur einigermaßen realistisch ansetzt. In aller Regel sind jedoch der (erwartete) wissenschaftliche Wert des Buches bzw. das inhaltliche Interesse entscheidend für eine Rezensionzusage. Mitunter kommen aber sachfremde Motive hinzu: Wenn etwa eine renommierte Zeitschrift erstmals eine Rezension anfragt, sagen die meisten Wissenschaftler vermutlich nicht ab.

Ob und wie die unterschiedlichen Motive für die Annahme einer Rezension deren Qualität beeinflussen, kann nicht mit Bestimmtheit gesagt werden.¹ Gleiches gilt für Aspekte, die auf die inhaltliche Ausrichtung einer Besprechung wirken. Denn nicht jede Rezension ist gleich. Bei den Lesern der ZUG beispielsweise darf man voraussetzen, dass sie die unternehmenshistorischen Debatten kennen, während die Leserkreise etwa der Historischen Zeitschrift oder der VSWG nicht ausschließlich aus Spezialisten bestehen. Daher sind die dortigen Besprechungen meist allgemeiner gefasst, der Anteil der Inhaltswiedergabe höher und die Fachkritik weniger ausgeprägt.

Die Art und Weise, wie Kritik formuliert wird, hängt ferner vom Status der Rezensenten und der Autoren ab. Doktoranden und Post-Docs äußern möglicherweise bzw. in Zweifelsfällen Kritik eher vorsichtig, um die eigenen Karrierechancen nicht unnötig zu schmälern, insbesondere wenn

¹ Freilich wurde dies auch nicht explizit überprüft. Diese qualitative Dimension ist mit Blick auf Gefälligkeitsrezensionen oder ähnliches fraglos interessant, führt jedoch schnell auch in den Bereich (unwissenschaftlicher) Spekulation.

das zu besprechende Buch von einem Lehrstuhlinhaber oder einem seiner Schüler stammt. Auch persönliche Motive und Loyalitäten mögen bei der doch überschaubaren Anzahl deutscher Unternehmenshistoriker eine Rolle spielen.

Dies sind freilich subjektive Einschätzungen und Überlegungen. Sie beruhen auf einer (selbstkritischen) Reflektion eines Rezensenten mit inzwischen etwa fünfzig Besprechungen, die aus unterschiedlichen Motiven angenommen wurden und bei denen sowohl Lektüreintensität als auch Qualität divergieren. Wenn also im Folgenden über kritische und unkritische Rezensionen referiert wird, fühlt sich der Verfasser selbst angesprochen. Alles andere wäre alleine deshalb unangebracht, da er ebenfalls etliche im unten genannte Sinne „unkritische“ Rezensionen verfasst hat. Es geht aber in diesem Beitrag auch nicht um eine Kritik an den Zeitschriften oder an Rezensentinnen und Rezensenten oder gar um eine (medien)wissenschaftliche Analyse im engeren Sinne, sondern um eine Bestandsaufnahme, die Tendenzen aufzeigen, Fragen stellen und zu Widerspruch einladen will.

II. Kriterien für die Kritik von Kritiken

Diesem Beitrag liegt ein Sample von 93 Rezensionen zugrunde, das auf drei Kategorien (kritisch, bedingt kritisch, unkritisch) aufgeteilt wurde. Dieser vereinfachte, schematische Blick ist nur bedingt nachprüfbar, da die Einordnung ausschließlich aufgrund subjektiver Eindrücke erfolgte. Um diese dennoch einigermaßen transparent zu machen, werden im Folgenden die Kriterien für die drei Kategorien benannt.

„Kritisch“ ist eine Rezension dann, wenn sie die Leser in gegebener Kürze über Fragestellung und Inhalt des Buches informiert, es in Forschungsdiskussionen einordnet und seine sachlichen, methodischen, inhaltlichen und/oder sprachlichen Leistungen und Schwächen fundiert, detailliert und argumentativ aufzeigt.

Als „bedingt kritisch“ kann eine Rezension gelten, wenn sie diese Kriterien zwar grundsätzlich ebenfalls erfüllt, aber bei der Bewertung eher allgemeine Eindrücke schildert, generelle Fragen stellt oder punktuell Aspekte kritisiert, kurz: nicht die Analysetiefe „kritischer“ Rezensionen erreicht.

„Unkritisch“ sind Rezensionen, die sich auf Inhaltsangaben beschränken oder über Allgemeinplätze bei der Bewertung nicht hinausgehen. Dies bedeutet freilich nicht, dass es sich um belanglose oder gar schlechte Rezensionen handelt, denn manche Buchgattungen, etwa die Biographie und viele Sammelbände, lassen eine ausgewogene argumentative Auseinandersetzung schwerer zu als andere: Bei Sammelbänden würden Rezensionen tendenziell ungleichgewichtig, da eine kritische Auseinandersetzung auf zwei bis drei Seiten kaum für alle Beiträge geleistet werden kann, und bei Biographien sind die Informationen häufig so spezifisch, dass sie zwar auf Plausibilität und Kohärenz sowie Methodik, Quellenbasis und Wert für die Forschung überprüft, aber kaum kritisch-argumentativ besprochen werden können. In solchen Fällen sind eine sachgerechte Inhaltswiedergabe oder die Herausarbeitung wesentlicher Entwicklungen bereits eine Rezensionsleistung für sich.

III. Datenbasis

Die Erhebung basiert auf den Rezensionsteilen der ZUG und der VSWG der Jahrgänge 2009 und 2010 (2011).² Da dieser Beitrag generelle Entwicklungen vereinfacht darstellt, wurde aus arbeitsökonomischen Gründen darauf verzichtet, sämtliche Rezensionsorgane systematisch auf Besprechungen unternehmenshistorischer Arbeiten zu durchsuchen; der Mehrwert hätte wohl nur in „Vollständigkeit“ gelegen. Die ZUG als führende deutschsprachige unternehmenshistorische Zeitschrift und die VSWG als Organ mit dem umfassendsten sozial- und wirtschaftshistorischen Rezensionsteil bieten eine hinreichende Grundlage für diese Erhebung.³

Berücksichtigt wurden (fast⁴) alle Rezensionen unternehmenshistorischer Arbeiten, wobei es etliche Abgrenzungsschwierigkeiten gab: Branchenstudien, Verbandsgeschichten und Arbeiten zur Wirtschaftsordnung etwa wurden nur dann einbezogen, sofern sie einen offensichtlichen Bezug zur Unternehmensgeschichte hatten. Legt man demnach strengste Kriterien an, ist diese Erhebung unwissenschaftlich, da sie nicht nachprüfbar ist. Angesichts des Charakters als Diskussionsbeitrag scheint diese methodische Unsauberkeit aber wohl vernachlässigbar.

IV. Quantitative Ergebnisse und qualitative Eindrücke

Tabelle 1: Einteilung der Rezensionen nach Grad der Kritik

	ZUG		VSWG		Zusammen	
	Anzahl	in %	Anzahl	in %	Anzahl	in %
Kritisch	9	18,8%	7	14,6%	16	17,2%
Bedingt kritisch	22	45,8%	14	31,1%	36	38,7%
Unkritisch	17	35,4%	24	53,3%	41	44,1%
Summe	48		45		93	

Der quantitative Befund zeigt zunächst, dass die knapp Mehrheit der Rezensionen als kritisch oder zumindest bedingt kritisch einzustufen ist. Folglich hinterfragen die Rezensenten überwiegend Thesen, Inhalte und Konzeptionen, wenn auch eher punktuell. Bei den als „kritisch“ klassifizierten Besprechungen lassen sich zwei Strukturmerkmale hervorheben. Erstens waren die Rezensionen umfangreicher als die „Standardbesprechungen“ der Zeitschrift, bisweilen gar doppelt so lang; zweitens waren die Verfasser/innen ausgewiesene Experten, die zum selben oder einem angrenzenden Thema geforscht hatten, meist im Rahmen einer Qualifikationsarbeit. Expertise dürfte demnach die zentrale Voraussetzung für umfassende, fundierte Kritik sein. Dieser Befund mag nicht besonders überraschend sein, aber offensichtlich erhöht umfassendes Vorwissen neben der Fähigkeit auch die Bereitschaft zu substantieller Kritik.

² ZUG 54, 2009; ZUG 55, 2010; VSWG 96, 2009; VSWG 97, 2010; Heft 3 des Jahrgangs 97 (2010) der VSWG war kurzfristig leider nicht verfügbar, es wurde durch Heft 1 des 98. Jahrgangs (2011) ersetzt.

³ Vgl. mit ähnlicher Herangehensweise Spoerer, Mark: Wider den Eklektizismus in der Unternehmensgeschichte, in: Boch, Rudolf u.a. (Hg.): Unternehmensgeschichte heute. Theorieangebote, Quellen, Forschungstrends, Leipzig 2005, S. 61–66.

⁴ Die vier thematisch einschlägigen Besprechungen des Verfassers wurden nicht berücksichtigt.

Eine große Bandbreite gab es naturgemäß bei den „bedingt kritischen“ Rezensionen: mal wurde auf vereinzelte inhaltliche Schwächen hingewiesen, mal die Konzeption oder der Wert für die Forschung in Frage gestellt, mal auf sachliche Lücken aufmerksam gemacht, mal die Quellengrundlage hinterfragt. Bei Büchern, die keine offensichtlichen Schwächen hatten, zeigten die Rezensenten in aller Regel präzise und in Abgrenzung zum Forschungsstand, worin der Wert des Buches konkret besteht.

Bei den „unkritischen“ Rezensionen handelt es sich vorwiegend – wie bereits vermutet – um Besprechungen von Arbeiten, die nur schwer umfassend kritisch zu rezensieren waren, etwa Biographien, Sammelbände oder Festschriften, die keinen dezidiert wissenschaftlichen Anspruch verfolgten. In letztgenanntem Fall kann man dies sogar positiv sehen: Die Rezensenten verzichteten darauf, dem Buch „unfaire“ Maßstäbe überzustülpen, indem z.B. mangelnder (und für die Erkenntnisziele objektiv verzichtbarer) Theoriebezug kritisiert wurde, der von den Autoren gar nicht beabsichtigt war. Wie das Vorwissen den Kritikgehalt von Rezensionen bestimmt, so scheint auch die zu besprechende Gattung diesen zu beeinflussen.

Im engeren Sinne ärgerliche Rezensionen, die den Eindruck erweckten, das Thema gar nicht erst kritisch durchdringen zu wollen, gab es kaum. Gewiss, bei etlichen Beiträgen, die sich in einer Inhaltswiedergabe erschöpften, konnte man den Eindruck gewinnen, die Rezension sei nicht mit höchstem Aufwand angefertigt worden, doch selbst in diesem Fall informierten die Besprechungen zuverlässig. Dies gilt insbesondere auch für die derzeit besonders im Fokus stehenden Arbeiten von Gregor Schöllgen.⁵ Bei diesen fiel indes auf, dass weder in der VSWG noch in der ZUG ausgewiesene Unternehmenshistoriker die Besprechung übernommen haben,⁶ sondern zum einen mit Hans Jürgen Teuteberg ein zweifellos herausragender Kenner der Ernährungsgeschichte, der Schöllgens Arbeit über Schoeller stark aus diesem Blickwinkel gelesen hat, und zum anderen mit Petra Boden eine „freie Firmenbiografin“⁷, die damit ein ähnliches Geschäftsmodell wie das „Zentrum für angewandte Geschichte“ verfolgt. Ob sich daraus auf eine generelle Ablehnung der Schöllgen-Arbeiten in der Fachwissenschaft schließen lässt, bleibt Spekulation.

Vergleicht man die beiden untersuchten Zeitschriften, scheinen auf den ersten Blick die Rezensionen in der VSWG unkritischer (sowie im Durchschnitt kürzer) zu sein als in der ZUG, doch – wie bereits erwähnt – könnte dies am unterschiedlichen Leser- (und Rezensenten)kreis liegen, der bei der VSWG nicht in dem Maße aus „reinen“ Unternehmenshistorikern besteht wie bei der ZUG. Bei der VSWG fiel zudem auf, dass unternehmenshistorische Arbeiten häufiger von Vertretern angrenzender Teildisziplinen, z.B. der Regional- oder der Technikgeschichte, oder von Wirtschaftshistorikern besprochen wurden, die zwar fraglos einschlägig, aber nicht in erster Linie als Unternehmenshistoriker ausgewiesen sind.

⁵ Vgl. die Ausführungen von Tim Schanetzky in dieser Ausgabe.

⁶ Hier Schöllgen, Gregor: Der Eiskönig. Theo Schöller, ein deutscher Unternehmer 1917–2004, München 2008, besprochen in VSWG 96, 2009, S. 286 f. und ZUG 54, 2009, S. 225 f.

⁷ http://www.bebraverlag.de/autoren/autor/396-Petra_Boden (9. März 2011)

Hierbei ist wohl in Rechnung zu stellen, dass sich der „Rezensenten-Pool“ der VSWG anders zusammensetzt als jener der ZUG. Es gibt freilich deutliche personelle Überschneidungen, aber Tabelle 2 legt nahe, dass der VSWG-Rezensent im Durchschnitt älter und akademisch etablierter ist:

Tabelle 2: Struktur der Rezensentinnen und Rezensenten nach akademischer Position

	ZUG		VSWG		Zusammen	
	Anzahl	in %	Anzahl	in %	Anzahl	in %
Doktoranden	9	18,8%	4	8,9%	13	14,0%
Post-Docs; Promovierte	31	64,6%	15	33,3%	46	49,5%
Professoren	6	12,5%	16	35,6%	22	23,7%
Emeriti	1	2,1%	10	22,2%	11	11,8%
Unbekannt	1	2,1%	0	0,0%	1	1,1%
Summe	48		45		93	

Auffällig ist, dass Universitäts- und Fachhochschul-Professoren sowie Emeriti im Rezensionsteil der ZUG nur eine untergeordnete Rolle spielen, während die Post-Docs zusammen mit den Promovierten, die keine universitäre Karriere verfolgen, die weit überwiegende Mehrheit stellen. Bei der VSWG hingegen sind oder waren über fünfzig Prozent der Rezensenten Universitätsprofessoren. Daraus könnte man ableiten, dass ein jüngeres Durchschnittsalter des Rezensenten-Pools kritischere Besprechungen begünstigt und dass offenbar doch nicht „taktisch“ rezensiert wird wie oben vermutet. Um diese Annahme zu belegen, bedürfte es allerdings einer weitergehenden qualitativen Analyse der Rezensionen, die z.B. untersucht, ob Bücher kritischer besprochen werden, wenn deren Autor für das berufliche Karriere der Rezensenten keine Rolle spielt. Oder es machen sich hierbei lediglich die Folgen des unternehmenshistorischen Booms bzw. der Spezialisierung bemerkbar: Viele jüngere Wissenschaftler/innen arbeiten dezidiert unternehmenshistorisch, verfügen über eine entsprechende Expertise und sehen in erster Linie in der ZUG ihr Forum und weniger in der VSWG, die ein deutlich breiteres thematisches Spektrum abdeckt.

Über die Gründe der unterschiedlichen Rezensentenstruktur kann man freilich nur spekulieren. Bei der VSWG und ähnlich der HZ tritt meist die Redaktion an potentielle Rezensenten heran, während die ZUG auf ihrer Homepage explizit dazu auffordert, ein Rezensitionsinteresse mitzuteilen. Gerade für Nachwuchswissenschaftler/innen dürfte demnach die Hemmschwelle, bei der ZUG zu rezensieren, geringer sein als bei der VSWG (die allerdings genauso offen für Rezensitionswünsche ist).

Zudem verfolgen Zeitschriften aus Eigeninteresse – u.a. Stabilität der „Produktion“, Bindung verlässlicher Autoren, Reputation des Besprechungsteils – die Vorgehensweise, einschlägige und zuverlässige Rezensenten immer wieder anzufragen, wodurch sich aber auch Strukturen verfestigen. Das ist aus Sicht der Zeitschriften rational, da sie seit dem Aufkommen von Online-Rezensitionsorganen wie sehepunkte und H-Soz-u-Kult unter größerem Druck stehen, Bücher zeitnah besprechen zu lassen. Dass die seitdem geringeren „Produktionszeiten“ von Rezensionen ihre Qualität negativ beeinflussen, dürfte wohl eher nicht der Fall sein. Vielmehr dürfte dies die

Rezensenten disziplinieren. Insofern hat das Aufkommen der digitalen Rezensionsorgane zu einem positiven Wettbewerbseffekt geführt, da Bücher nunmehr auch in den Zeitschriften vergleichsweise zeitnah besprochen werden.

V. Fazit

Diese kursorischen Ausführungen deuten darauf hin, dass die deutsche Unternehmensgeschichte (überraschend?) kritisch und fair mit Arbeiten von Kolleginnen und Kollegen umgeht. Zwar sind nur die wenigsten Rezensionen so kritisch, dass sie im Grunde eher Debattenbeitrag als Buchbesprechung sind, doch reine Inhaltswiedergaben sind zur Ausnahme geworden. Das Gros der Rezensionen bemüht sich um eine kritische Würdigung. Mag auch die ein oder andere Rezension Kritik lediglich suggerieren, weil es der Zeitgeist so will, so würde dies immerhin bedeuten, dass kritische Unternehmensgeschichte zum Mainstream geworden ist. Dies sollte jedoch nicht zur Genügsamkeit verleiten, sondern eher Ansporn sein, auch künftig substantielle Kritik in Rezensionen anzustreben, denn gerade angesichts der Vielzahl neuer unternehmenshistorischer Publikationen trägt (faire) Kritik nicht nur dazu bei, die Qualität zu erhalten bzw. zu erhöhen, sondern ist auch eine willkommene Hilfestellung bei der Literatursuche.

Wandel und Nutzen. Unternehmensarchive im digitalen Zeitalter

Florian Triebel

Es ist kein einfaches Geschäft, das die Unternehmensarchivare zu führen haben. In den eigenen Unternehmen meist als „Altpapierablage“ belächelt, von stetig wachsenden Beständen in unterschiedlichsten Qualitäten und wechselnden Formaten überrollt und mit der Ungeduld und Wissbegier interner und externer Nutzer konfrontiert, ist die Versuchung groß, sich in die Rollregalanlagen zurückzuziehen, um sich dort ungestört dem Tagesgeschäft des Verzeichnens, Konservierens und Archivierens widmen zu können. Andererseits bleiben die Unternehmensarchive die wichtigsten Partner der Unternehmensgeschichte. Ohne die Basisarbeit in den Archiven wäre die wissenschaftliche Aufarbeitung der historischen Fragen an die Unternehmen nicht oder nur schwer möglich.

Dieser Beitrag ist der Versuch, wesentliche Tendenzen im Umfeld der Unternehmensarchive zu umreißen und auf dieser Basis ein neues Selbstverständnis für die Unternehmensarchive zu formulieren.

Von Nibelungenhorten, Feuerwehren und Feuerwerken

Innerhalb des Unternehmens findet die Arbeit der Archive in der Regel nicht viel Anerkennung. Auch deswegen sind sie wieder und wieder damit beschäftigt, sich im jährlich neu auszufechtenden Kampf um Budgets und Ressourcen zu behaupten. Das Managementstreben nach schlanken Organisationen hält die Archivare zudem regelmäßig dazu an, die Sinnhaftigkeit ihres Tun und Frommens für den Gesamterfolg des Unternehmens und somit auch ihre Existenzberechtigung zu belegen.

Die hierzu ausgearbeiteten gängigen Argumentationsmuster verweisen meist auf die „kommunikative Brisanz“ einzelner Bestände, also deren Gefahr für den guten Ruf des Unternehmens. Hieraus wird abgeleitet, dass das Unternehmen selbst die Bestände kontrollieren muss und sich nur hierdurch die Möglichkeit erhält, im Einzelfall auch deren Benutzung zu versagen („Nibelungenhort“-Argumentation). Das Wissen über insbesondere „diese“ Bestände und über den darin schlummernden Zündstoff verschaffen dem Archiv eine gewisse Machtstellung, die jedoch vor Erosion nicht gefeit ist: wenn die relevanten Bestände ihre kommunikative Brisanz verlieren (durch „Enthüllungen“ Dritter oder intendierte, gezielte Aufarbeitung) oder wenn die Bestände (unabsichtlich oder gezielt aufgrund ihrer Brisanz) „verloren gehen“.

Daraus abgeleitet ist eine zweite Argumentationsvariante. Sie leitet aus den oben dargestellten Zusammenhängen die Notwendigkeit ab, für den „Public Relations Notfall“ – also für den Fall einer für das Unternehmen nachteiligen Berichterstattung zur Geschichte des Unternehmens –

eine professionell arbeitende Fachfunktion vorzuhalten, um in solchen Situationen die Deutungshoheit über die eigene Geschichte behalten zu können („Feuerwehr“-Argumentation).

Beiden Mustern ist zu Eigen, dass sie dezidiert defensiv argumentieren und dem Unternehmen als Existenzlegitimation für das Archiv den „Schutz vor der eigenen Geschichte“ anbieten. Gestützt werden sie durch das meist nur rudimentär ausgeprägte Verständnis und Wissen des Managements über die eigene Geschichte und die damit verbundene Furcht vor dem Kontrollverlust über diese „Unbekannte“. Mit dem fortgeschrittenen Stand der historischen Aufarbeitung der Geschichte vieler Unternehmen zwischen 1933 und 1945 ist die größte „Gefahrenquelle“ innerhalb dieser Terra Incognita jedoch im vergangenen Jahrzehnt beseitigt worden.¹ Damit die Unternehmensarchive diese Argumentation aufrecht erhalten können, müssen daher stets weitere kleinere oder größere Aktenfunde oder „historische Krisenherde“ präsentiert werden, die eine gewisse kommunikative Brisanz für das Unternehmen in sich tragen.

Die Unkenntnis der meisten Fachstellen in den Unternehmen über die eigene Geschichte ist auch Basis für ein drittes Argumentationsmuster. Demnach benötigt das Unternehmen eine kompetente Fachstelle für die kommunikative Nutzung der Historie für Public Relations- und Marketingmaßnahmen. Dieses Argumentationsmuster wird insbesondere im zeitlichen Umfeld großer Jubiläen des Unternehmens, einzelner Standorte oder Marken bemüht. Das Unternehmensarchiv hat somit eine Dienstleistungsfunktion für die unternehmenseigenen Kommunikations- und Marketingabteilungen („Feuerwerk-Argumentation“). Dieses Argumentationsmuster verfügt gewissermaßen über eine Art eigener historischer Legitimation, da eine Reihe bedeutender Firmenarchive anlässlich solcher Jubiläen gegründet worden sind oder durch sie maßgebliche Erweiterungen erfuhren.²

Nutzen und Frommen

Bei eingehender Betrachtung offenbart sich der all diesen Argumentationsmustern innewohnende Binnenfokus. Die Existenzberechtigung des Archivs wird vor allem mit dem Schutz des Unternehmensinteresses und mit der Nutzung der Historie durch das Unternehmen selbst begründet. Externe Nutzer, wie Wissenschaftler, Journalisten und sonstige Interessenten, spielen darin keine oder eine nur nachrangige Rolle. Sichtbares Zeichen hierfür sind die regelmäßig von Unternehmenshistorikern berichteten Zugangseinschränkungen für externe Nutzer durch einzelne Archive. Diese reichen von der Ablehnung eines Recherchebesuchs wegen „Kapazitätsmangels“, über zeitweilige Sperrungen von Beständen respektive des gesamten Archivs wegen Aktivitäten zur Vorbereitung eines Jubiläums oder einer Publikation bis hin zur Einrichtung von „Sonder-“ oder „Zwischenarchiven“, deren „unverzeichnete Bestände“ in Publikationen interner oder bevorzugter externer Nutzer als Quellenbelege genannt werden, externen Anfragenden jedoch verschlossen bleiben. Insbesondere junge Forscher ohne „Titel“, die für eine Seminar- oder Studienabschlussarbeit die Bestände der Unternehmensarchive benutzen wollen, werden nicht von allen Archiven bereitwillig bei ihren Recherchen unterstützt.

¹ Vgl. Ralf Banken, Der Nationalsozialismus in der Unternehmensgeschichte: Hinterlässt die Sonderkonjunktur Spuren?, in: AKKUmulation 20/2004, S. 1-18.

² Und dies obgleich Werner Plumpe in: Die Unwahrscheinlichkeit des Jubiläums – oder: warum sich Unternehmen nur historisch erklären lassen, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte 2003, Heft 1, S. 143-158, konstatiert, dass nur wenige Unternehmen überhaupt so alt werden, um Jubiläen feiern zu können.

Grundsätzlich finden der interne Fokus in den Legimitationsargumentationen und die Bevorzugung der internen Nutzergruppen ihre Grundlage in der rechtlichen Verfasstheit der Unternehmensarchive. Sie stellen, juristisch gesehen, freiwillig eingerichtete Privatarchive dar und sind somit ausschließlich ihrem Unternehmen verpflichtet und selbstredend darauf bedacht, dem Unternehmen Nachteile oder Schäden zu ersparen, die durch die Benutzung und Verwertung der ihnen anvertrauten Bestände entstehen könnten. Sie versehen, anders als die Archive des Bundes, der Länder und Gemeinden, keinen öffentlichen Auftrag und für sie gelten auch nicht die Regelungen der einschlägigen Archivgesetze. Alles Tun und Lassen der Unternehmensarchivare folgt somit eigenen, von den Unternehmen selbst gesetzten Regelungen und Zielsetzungen. Dies gilt nicht nur für die oben genannten „Sonderregeln“ für einzelne Benutzer, sondern auch für die Freigabe der Bestände zur allgemeinen Benutzung. Jedes Archiv macht somit seine eigenen Regeln – auch wenn sich ein guter Teil unter ihnen inzwischen bezüglich der Sperrfristen an die Richtlinien der öffentlichen Archive angelehnt hat.

Doch belegen diverse Beispiele aus jüngerer und jüngster Vergangenheit, dass die Kontrolle über die eigenen Archivbestände längst nicht mehr die Kontrolle über die Deutungshoheit zur Geschichte der Unternehmen sicherstellt. Gut erschlossene Parallelüberlieferungen in öffentlich zugänglichen Archiven, Zeitzeugeninterviews und die Auswertung zeitgenössischer Publikationen können bei verweigertem Zugang zum Unternehmensarchiv als Quellenbasis für unternehmenshistorische Studien dienen. Hierbei haben insbesondere der digitale Zugang zu Findbüchern und Bibliothekskatalogen sowie die Retrodigitalisierung zeitgenössischer Publikationen Forschern und Journalisten neue Recherchewelten eröffnet. Die Unternehmensarchive büßen hierdurch mehr und mehr ihre Funktion als Türwächter für Arbeiten über die Geschichte des „eigenen“ Unternehmens ein. Sie können, indem sie den Zugang zu ihren Beständen verwehren, Untersuchungen über „brillante“ Themen nicht mehr kategorisch verhindern, die Arbeit daran höchstens verzögern und erschweren.

Die neue Unübersichtlichkeit

Um weiterhin für das historische Verständnis ihres Unternehmens relevante Bestände aufbauen zu können, müssen die Unternehmensarchive die „neue Unübersichtlichkeit“ der abgegebenen Dokumente bewältigen. Und dies wird zunehmend schwieriger.

Mit dem Wachstum der Unternehmen steigt auch die Anzahl der täglich in ihnen entstehenden Dokumente an. Mit einer gewissen Zeitverzögerung rollt somit eine Informationslawine auf die Archive zu, auf die sie vorbereitet sein müssen. Ein wesentlicher Einflussfaktor hierfür stellt die seit den 1990er Jahren großzügig gehandhabte Ausstattung mit Druckern und Kopierern in den Unternehmen dar. Die einfache und günstige Form der Vervielfältigung der Dokumente führt seither dazu, dass unterschiedliche Fachfunktionen innerhalb der Unternehmen diese zunehmend mehrfach ablegen; diese Multiplikatoren landen daher aus unterschiedlichsten Aktenabgaben im Archiv an. Diese Tatsache kann interessante Hinweise auf die Art und Weise geben, wie Informationen das Unternehmen durchwandern, doch wird bei einer flächendeckenden Archivierung der Mehrfachüberlieferungen sehr bald die Kapazitätsgrenze der Archive erreicht sein.

Nicht nur die Masse an Dokumenten steigt progressiv an, sondern auch deren Umfang, ohne dass damit zwangsläufig die Qualität ihrer Inhalte proportional korreliert. Immer häufiger entstehen für die historische Dokumentation relevante Dokumente als sogenannte „Präsentationen“, deren Folien wenig Text in großen Schriftgraden mit Raum füllenden Grafiken und Bildern kombinieren. Auf den ersten Blick erschließt sich dem damit konfrontierten „Nicht-Eingeweihten“ – zu denen meist auch der Archivar gehört – nicht immer die Bedeutung und Relevanz dieser Dokumente. Die sich verstärkende internationale Vernetzung der Unternehmen führt zudem zur Zunahme der Mehrsprachigkeit in den abgegebenen Beständen, die das Verständnis über die Akten und ihre Relevanz für die Archivierung zusätzlich erschwert. Allzu oft ist die Reaktion darauf, diese Dokumente zunächst einfach ohne vorherige Relevanzprüfung in die Registraturen einzustellen, bevor sie vorschnell kassiert (also: vernichtet) werden.

Ferner geriet die „Kunst der Aktenanlage“ in den Unternehmen zunehmend in Vergessenheit und reduzierte sich parallel mit der Ausdünnung der Sekretariatsfunktionen innerhalb der Unternehmen. Die Archivare sind immer häufiger mit Akten-„Einheiten“ konfrontiert, deren unstrukturiert abgelegte Dokumente auf den ersten Blick keinen und bei genauerem Hinsehen auch nur gelegentlich oder nach fachkundiger Erklärung einen inhaltlichen Zusammenhang offenbaren. Sie können sich längst nicht mehr darauf verlassen, dass eindeutig identifizierbare Abteilungen des Unternehmens kondensierte, strukturierte und homogene Akten hoher Relevanz übergeben.

Zudem stellt die „digitale Revolution“, die seit den 1980er Jahren immer weitere Teile der Unternehmen erfasst hat, neue Anforderungen an die Archivierung. Bei digitalen Beständen genügt es nicht mehr, die Datenträger bei Übernahme grob verzeichnet in die Registratur zu stellen und zu warten, ob sie eines Tages relevant und damit verzeichnungswürdig werden (wie bei den analogen Datenträgern traditionell praktiziert). Die Eigenarten der digitalen Datenträger bergen die Gefahr, dass bereits nach fünf, zehn oder zwanzig Jahren die Daten nicht mehr lesbar gemacht werden können; sei es, weil die gespeicherten Informationen auf den Datenträgern sukzessive unlesbar werden, sei es, weil die Geräte zum Lesen der Datenträger nicht mehr vorhanden sind oder nur schwer zu beschaffen sind, sei es, weil deren Bedienung und Behandlung nicht mehr geläufig sind, oder sei es, weil die geeignete Software nicht mehr verfügbar ist oder auf den verfügbaren Rechnern nicht mehr „läuft“. Und nicht zuletzt spült die „digitale Revolution“ nicht nur zunehmend digitale Abbilder analoger Dokumente in die Archive, sondern hat dafür gesorgt, dass ausschliesslich digital verfügbare und nutzbare Dokumentenarten entstehen (d.h. ohne entsprechende analoge Entsprechung, bei „digital born“ Dokumenten geschieht dies in der Regel durch Ausdrucke); hierzu gehören beispielsweise z.B. Internetauftritte oder „3D-Visualisierungsdaten“, die nicht oder nur sehr unzureichend und unter Verlust wesentlicher Funktionalitäten in analoger Form archiviert werden können. Aus diesen Gründen müssen für die Langzeitarchivierung digitaler Bestände spezifische, diese Eigenheiten berücksichtigende Methoden und Routinen entwickelt und in die Archivarbeit einbezogen werden. Andernfalls drohen den Archiven zunehmend wichtige Informationen über die Entwicklung der Unternehmen verloren zu gehen.

Ein neues Verständnis

Diese Tendenzen und Herausforderungen sind nicht wirklich unbekannt. Die einschlägigen Fachverbände, wie die Vereinigung deutscher Wirtschaftsarchivare, haben in den vergangenen Jahren für einzelne Aspekte dieser Gemengelage Tagungen oder Symposien veranstaltet und Arbeitsgruppen eingerichtet. Die dort geführten Diskussionen und die ersten Arbeitsergebnisse haben für Detailfragen zu Lösungen geführt, ersetzen jedoch nicht ein neues Verständnis und Rollenbild für Unternehmensarchive.

Das Bild des Unternehmensarchivars ist nach wie vor geprägt von seiner spezifischen historischen Fachkompetenz. Er kann und soll auf alle Fach- und Spezialfragen zur Geschichte des Unternehmens möglichst schnell und kompetent Auskunft erteilen können; dabei hilft ihm die tiefreichende Kenntnis der Archivbestände. Die oben benannten Ursachen und Auswirkungen der „neuen Unübersichtlichkeit“ machen künftig ein anderes (Selbst-)Verständnis des Archivars notwendig. Mehr und mehr werden von ihm die Qualifikationen eines „Informationsmanagers“ verlangt. Statt aus dem Stand heraus zu wissen „wie es war“, wird von ihm künftig erwartet werden, schnell zu wissen „wo die Information ist“. Das „wo“ meint dabei nicht nur den physischen Ablageort der Akteneinheit oder des Datenträgers, sondern den möglichen logischen Ort der Information in der Akteneinheit oder auf dem Datenträger. Hierzu ist es nicht nur unabdingbar, dass die Bestände fachlich einwandfrei und inhaltlich aussagekräftig verzeichnet sind, sondern dass der Archivar auch die notwendigen Werkzeuge und Methoden beherrscht, um

- aus großen, inhaltlich unstrukturierten digitalen Beständen die relevanten Informationen herauszufiltern und zu bewerten,
- analoge Bestände bedarfsgerecht zu digitalisieren und dadurch deren Verwertbarkeit zu erhöhen,
- die hierbei entstehenden und aus dem Unternehmen zu übernehmenden großen Mengen digitaler Daten zukunftssicher und für die langfristige Nutzung zu archivieren und authentisch, d.h. im Original zu erhalten,
- über externe Wissensdatenbanken additive Informationen zu recherchieren und
- die recherchierten Informationen inhaltlich adäquat aufbereitet und in zeitgemäßer Form (also in gängigen Formaten und über gebräuchliche Kommunikationskanäle) den Nutzern zuzuleiten.

Die zunehmend unüberschaubare Informationsflut macht diese Kenntnisse zu einem das Unternehmen übergreifenden strategischen Faktor – nicht nur für ihre „historischen Gedächtnisse“. Das Archiv kann dem Unternehmen diese Kompetenzen und Qualifikationen anbieten und damit über die reine Archivfunktion hinaus nutzbringend für das Unternehmen wirken.

Verweigern sich die Unternehmensarchive diesem Wandel zum integrierten Informationsmanagement, verlieren sie nicht nur zunehmend den Zugang zu aussagekräftigen (digital vorliegenden) Beständen zur historischen Dokumentation ihres Unternehmens, sondern werden

dadurch sukzessive zu „toten Archiven“ ohne wesentliche Relevanz für ihr Unternehmen. Hierdurch steigt die Wahrscheinlichkeit eines „outsourcings“ des Archivs zu einem Dienstleister.

Diese oben genannten Kenntnisse helfen den Archivaren nicht nur, die Relevanz ihrer Funktion zu stärken, sondern bieten ihnen auch die Möglichkeit, Geschichte nicht nur anlässlich von „Feuerwerken“, sondern aktiv und gezielt in die Prozesse und Projekte des Unternehmens einfließen zu lassen.

Da das Management solche strategischen Kompetenzen meist nicht in den Archiven vermutet, sollten die Archivare ihr Unternehmen mittels zielgerichtetem „Eigenmarketing“ darauf hinweisen. Idealerweise werden diese Fingerzeige auf die Methodenkompetenzen mit relevanten und attraktiven historische Beiträgen mit Bezügen zu aktuellen Themen des Unternehmens unterstützt und flankiert, die nicht nur wertvolle Impulse liefern können, sondern auch die „Angst des Managements vor der Geschichte“ abbauen helfen.

Für die Identifizierung und Aufbereitung solcher Themen sollten die Archive das Wissen und Unterstützung von Unternehmenshistorikern nutzen und gegebenenfalls gemeinsam Studien initiieren. Neben dieser inhaltlichen Symbiose kann ein intensiverer Kontakt zwischen unternehmenshistorischer Forschung und unternehmensarchivarischer Praxis darüber hinaus bei der Einschätzung und Relevanz von Beständen für die historische Dokumentation dienen. Und nicht zuletzt wirkt ein guter Service – nicht nur für etablierte, titelgeschmückte unternehmenshistorische Forscher – als „PR-Maßnahme“ und hebt den Ruf der eigenen Institution wie des Unternehmens. Über diese Kontakte gewinnt der Archivar, quasi nebenbei, Kenntnisse darüber, wer über welche Themen mit Bezug zum eigenen Unternehmen forscht und kann gegebenenfalls diese Studien unterstützend begleiten.

Unabdingbare Grundlage für dieses symbiotische Verhältnis zwischen Archivaren und Historikern ist, dass die Unternehmensarchive allen externen Nutzern gleichermaßen die größtmögliche Transparenz über die freigegebenen Bestände schaffen. Selbstredend wird jedes Unternehmensarchiv bestimmte, wegen ihrer Laufzeit gewisse, noch „junge“ Bestände zum Schutz des Unternehmensinteressen weiterhin für die Benutzung sperren oder nur zur internen Nutzung freigeben. Eine Kategorisierung in „bevorzugte“ externe Nutzer, die Bestände verwerten können, die anderen externen Nutzern verschlossen bleiben, wird auf allen Seiten Mißtrauen säen, da selbst „bevorzugte“ Nutzer sich immer fragen werden, ob ihnen alles vorgelegt wurde, was anderen möglicherweise offensteht. Zudem widerspricht diese Praxis den Grundsätzen wissenschaftlicher Arbeitsweise, da somit die Ergebnisse und ihre Quellen der Überprüfung durch „benachteiligte“ Dritte entzogen werden. Deshalb können dem wissenschaftlichen Ethos verpflichtete Unternehmenshistoriker weder als „Bevorzugte“ noch als „Benachteiligte“ diese Praxis akzeptieren. Eine umfassende und für alle externen Nutzer geltende Transparenz über die Bestände legt somit die unentbehrliche Basis für ein vertrauensvolles Verhältnis zwischen Archiven und unternehmenshistorischer Forschung.

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die neuen Informationstechnologien das Aufgabenfeld der Unternehmensarchivare einer starken Veränderung unterwerfen werden. Die Methodenkompetenzen, die sie sich zur Bewältigung dieser Herausforderungen aneignen müssen, bieten Chancen, die über die reine Archivarbeit hinausreichen. Dies wird ihnen dabei helfen, die Wahrnehmung des Archivs und der Geschichte innerhalb des Unternehmens zu verändern. Der stärkere Fokus auf das Informationsmanagement macht neue Formen der Kooperation zwischen Unternehmensarchivaren und unternehmenshistorischer Forschung sinnvoll – wovon beide Seiten profitieren werden.

Mitteilungen aus dem AKKU e.V.

1. Bei der letzten Jahreshauptversammlung am 12.11.2010 in Rüsselsheim sind folgende Mitglieder in den Vorstand gewählt worden:
Alfred Reckendrees (Vorsitzender); Boris Gehlen (Schatzmeister); Jens Scholten (Schriftführer); Stefanie van de Kerkhof (Beisitzerin); Dorothea Schmidt (Beisitzerin); Ulrike Schulz (Beisitzerin); Florian Triebel (Beisitzer).
Als Kassenprüfer wurden Michael Kanther und Jörg Lesczenski gewählt.
2. Die Jahrestagung 2011 wird vom 10. bis 12.11.11 in Potsdam in Zusammenarbeit mit dem Zentrum für zeithistorische Forschung stattfinden. Hierbei soll die „Deutschland AG“ einer langfristigen, systematischen Prüfung unterzogen werden.
Als Thema für die Jahrestagung 2012 wird der Vorschlag „Unternehmer und Unternehmertum“ begrüßt.
3. Von Mitgliedern des Vereins konzipierte Sammelbände für die AKKU Schriftenreihe „Bochumer Schriften zur Unternehmens- und Industriegeschichte, können künftig durch den AKKU finanziell unterstützt werden.
Workshops von Nachwuchswissenschaftlern, die von mindestens einem AKKU Mitglied beantragt werden, können künftig bezuschusst werden.
Diese beiden Instrumente sind von der Kassenlage des Vereins abhängig. Anträge sind an den Vorstand zu richten.

Inhalt

<i>Stefanie van de Kerkhof, Editorial</i>	<i>1</i>
<i>Tim Schanetzky, Die Mitläuferfabrik</i>	<i>3</i>
<i>Alfred Reckendrees, Was du darfst, darf ich auch?</i>	<i>11</i>
<i>Boris Gehlen, Wie kritisch ist die deutsche Unternehmensgeschichte</i>	<i>18</i>
<i>Florian Triebel, Wandel und Nutzen</i>	<i>24</i>
<i>Mitteilungen aus dem AKKU e.V.</i>	<i>31</i>



IMPRESSUM

Akkumulation. Informationen des Arbeitskreises für kritische Unternehmens- und Industriegeschichte, im April 2011.

Herausgegeben vom Vorstand des Arbeitskreises für kritische Unternehmens- und Industriegeschichte e.V., c/o Lehrstuhl für Wirtschafts- und Unternehmensgeschichte, Fakultät für Geschichtswissenschaft, Ruhr-Universität Bochum, 44780 Bochum. Fax: 0234/32-14464.

Redaktion: Stefanie van de Kerkhof, Jens Scholten und Florian Triebel. An dieser Ausgabe arbeiteten ferner mit: Boris Gehlen, Alfred Reckendrees und Tim Schanetzky.

Akkumulation wird Mitgliedern des Arbeitskreises kostenfrei zugesandt. Das Abonnement von vier Ausgaben kostet € 15. Bankverbindung: Konto-Nr. 333 070 59 bei der Sparkasse Bochum, BLZ 430 500 01.

ISSN-Nr. 1436-0047
