

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 Schöllgen 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 Klass 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 Unternehmerbild 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 Leitfadens 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.