

Die Legende vom NS-Boom und die Krise der Unternehmensgeschichte

Von

Lutz Budrass

Ich lese den Fragenkatalog von Christian Marx, zugespitzt, wie eine Sorge über die Zukunft der Unternehmensgeschichte. Knapp wiedergegeben, habe ein NS-Boom seit den 1990ern goldene Jahre für die Unternehmensgeschichte anbrechen lassen. Das Verebben dieses Booms drohe zu einer wachsenden Konkurrenz zwischen universitären und freischaffenden Historikern zu führen. Verschärft werde das durch die latent stets vorhandenen, nun aber wieder versteiften Vorbehalte der Unternehmen gegen eine wissenschaftliche Betrachtung ihrer Geschichte, die sich vor allem in Druck auf die Archivare und in der Zurückhaltung von Archivalien äußern werde.

Um es kurz zu machen: ich teile die Sorge über die Unternehmensgeschichte, ich teile aber nicht die Begründung. Vor allem glaube ich nicht daran, dass es das Phänomen eines NS-Booms jemals gegeben hat – ich bin sogar der Meinung, dass die Beschwörung dieses angeblichen Booms selbst ein Symptom der Krise ist, in der sich die Unternehmensgeschichte in Deutschland befindet.

Die Idee des NS-Booms enthält die Vorstellung, dass der Nationalsozialismus ein Unglück in der Geschichte deutscher Unternehmen gewesen sei, das historisch „aufgearbeitet“ werden müsse – vor allem die Beschäftigung von Zwangsarbeitern. Wenn das abgeschlossen sei, also alle beteiligten Unternehmen eine entsprechende Studie besitzen, könne sich die Unternehmensgeschichte wieder dem widmen, was Unternehmen wirklich ausmacht: Modernisierung und struktureller Wandel, Wachstum und Fortschritt, unternehmerische Kraft, ihr unbezwingbarer Sturm auf immer neue Höhen. War es geradezu ein Axiom der älteren Unternehmensgeschichte, dass Unternehmen wegen der ihnen innewohnenden Rationalität immun gegen das NS-Regime waren und allenfalls unter Zwang kooperierten – also die Modernisierung auch dann nicht unterbrochen wurde – so hat die neue deutsche Unternehmensgeschichte deutlich herausgestellt, dass und wie diese Delle im Weg nach oben entstanden ist. Das ist eine ihrer wichtigsten Leistungen. Dabei ist sie aber auch stehen geblieben.

Im Daimler-Benz-Buch von Karl-Heinz Roth und anderen aus dem Jahr 1987, dem fulminanten Beginn der neuen Unternehmensgeschichte, war das ursprünglich ganz

anders gemeint. Für Roth zeichnete sich in der Zwangsarbeit vor allem eines ab: Der Kapitalismus entwickelte neue Formen unfreier Arbeit, die zwar als gewöhnliche Arbeitsverhältnisse bemäntelt wurden, aber dennoch mit den überkommenen Analyseinstrumentarien nicht zu fassen waren. Deshalb enthielt dieses Buch nicht nur die bis dahin brillianteste Analyse eines deutschen Unternehmens in der NS-Zeit, sondern auch ein Kapitel zu den Geschäften von Daimler-Benz mit dem Apartheid-Regime. Ich gebe gerne zu, dass ich damals auch zu denen gehörte, die Roth und seinen sehr langen Linien von der NS-Zeit zu den Aktivitäten deutscher Unternehmen in Afrika und Südamerika nicht immer folgen konnten. Aber er hat doch die fundamentale Bedeutung eindringlich hervorgehoben, die Nationalsozialismus und Holocaust für unser gegenwärtiges Geschichtsbild haben: Die Empörung über Alexander Gaulands Vogelschissdenken zeigt doch, dass die Ereignisse in den 1930er und 1940er Jahren und ihre Ausläufer als Gelenkstelle der europäischen Geschichte wahrgenommen werden. Die Grundannahme der vergleichenden Genozidforschung ist es doch gerade, dass dies nicht mehr allein ein deutsches Problem ist, sondern es im Horizont der Möglichkeiten liegt, dass sich solche oder ähnliche Ereignisse wiederholen können. Das ist der Grund, warum der Nationalsozialismus und vor allem seine vielfältigen Nachwirkungen in immer neuen Tiefen erforscht werden: um als Lehre für die Gegenwart die Mechanismen zu erkunden, die die nationalsozialistischen Verbrechen möglich gemacht haben. Die Unternehmensgeschichte als Fach nimmt zu dieser Aufwertung der nationalsozialistischen Verbrechen in unserem Geschichtsbild keine Stellung. Die Rede vom NS-Boom macht das mehr als deutlich.

Symptomatisch für die Krise der Unternehmensgeschichte ist dies, weil unser Fach eigentlich zu gar nichts mehr Stellung bezieht. Das liegt daran, dass es irgendwann aufgehört hat, sich verbindlich seiner theoretischen und inhaltlichen Grundlagen zu vergewissern. Um das an einem Beispiel deutlich zu machen: Als Folge des skizzierten Wandels in unserem Geschichtsbild werden die Ghettos im besetzten Osteuropa als wirtschaftlicher und sozialer Mikrokosmos der nationalsozialistischen Unterdrückung seit 15 Jahren intensiv untersucht. Im Zuge dessen ist jedenfalls zu der Enzyklopädie des Holocausts, in ihren verschiedenen Auflagen und Neubearbeitungen aus den 1990er Jahren; dem neunbändigen Handbuch zur Geschichte der Konzentrationslager, das 2005 abgeschlossen wurde; der 2008 abgeschlossenen achtbändigen Enzyklopädie des Antisemitismus und der auf 16

Bände angelegten kritischen Publikation der wichtigsten Dokumente zur Verfolgung und Ermordung der Europäischen Juden noch hinzugekommen: eine sechsbändige kritische Ausgabe des kompletten Archivs des Ältesten der Juden im Ghetto Litzmannstadt 2007 und schließlich eine zweibändige Enzyklopädie aller Ghettos im besetzten Osteuropa, die 2015 in Englisch und Deutsch auf den Markt kam.

Unsere Wissenschaftlichkeit erschöpft sich doch nicht darin, dass wir Fußnoten setzen und Bilanzen lesen. Wissenschaftlichkeit beginnt mit einer für ein Fach verbindlichen Grundlegung seiner wichtigsten Gegenstände, Begriffe und Theorien – oder es sollte zumindest das Ziel eines Fachs sein, diese Grundlagen zu schaffen. Der deutschen Unternehmensgeschichte fehlt zur Zeit – außer einer Zeitschrift – eigentlich alles, was normalerweise die Wissenschaftlichkeit eines Fachs bedingt und dadurch auch Ecksteine für die weitere Forschung setzt. Mir fällt da eine Menge ein: Ein Handbuch unternehmenshistorischer Theorien, auf die wir ja so großen Wert legen? Fehlanzeige. Eine Enzyklopädie der deutschen Großunternehmen? Fehlanzeige. Eine kritische Ausgabe zentraler unternehmenshistorischer Quellen? Fehlanzeige.

Der Geldregen, der auf der Unternehmensgeschichte niedergegangen ist, hat gerade eben nicht dazu geführt, die wissenschaftlichen Grundlagen des Fach zu befestigen, sondern sie erodiert. Die Folge ist eine Beliebigkeit in der Anwendung: Unternehmenshistoriker tragen die Wissenschaftlichkeit wie eine Monstranz vor sich her, aber letztlich ist doch die Unterscheidung zwischen Geschichtsbüros und universitärer Forschung, die so sehr herausgestellt wird, eine Schimäre. Ein Fach, das seine Grundlagen so sehr verlottern lässt, ist am Ende auch nur noch history marketing.

Natürlich locken die vollen Töpfe Historiker von allen Seiten an. Da es keine Standards gibt, sie zu unterscheiden, wird sich die scharfe Konkurrenz, die es jetzt schon gibt, in absehbarer Zeit umso mehr verschärfen. Das wird, wie wir alle wissen, nicht nur die Preise verfallen lassen, sondern in unserem Fach auch dazu führen, dass die Willfährigkeit nicht ab-, sondern zunehmen wird. Mir scheint, dass das Wissen über die Beliebigkeit der Unternehmenshistoriker mittlerweile auch in den Unternehmen selbst angekommen ist. Die Gefahr für die Unternehmensgeschichte geht nicht von Unternehmen oder freien Historikern, erst recht nicht von Archivaren aus, sondern es sind die Unternehmenshistoriker selbst, die sie untergraben.