

„Industrieunternehmen sind keine leblosen Gebilde“

Eiskönige und Marktlücken: Der Erlanger Geschichtsprofessor Gregor Schöllgen als Sachbuch-Experte beim Poetenfest

Erlanger Nachrichten Online, 28. August 2008

Auch wenn bei Literaturfestivals meist die Belletristik im Mittelpunkt steht: Der stationäre Buchhandel macht seit Jahren den größten Umsatz mit Ratgebern und Sachbüchern. Zeit für das Poetenfest, dieses Thema genauer zu beleuchten. So stellt beispielsweise der Erlanger Geschichtsprofessor Gregor Schöllgen am Samstag um 12 Uhr im Markgrafentheater sein neues Buch «Der Eiskönig» über den Unternehmer Theo Schöller vor. Bereits am Vortag nimmt er dort um 17 Uhr an einer Diskussionsrunde teil. Im Vorfeld sprachen wir mit Schöllgen über den Reiz für Historiker an diesem Genre.

«Der Eiskönig» beschäftigt sich mit Theo Schöller. «Brose» beleuchtet die Geschichte eines «deutschen Familienunternehmens». Worin liegt für einen Historiker der Reiz, sich mit Personen des Wirtschaftslebens auseinanderzusetzen?

Gregor Schöllgen: Industrieunternehmen sind keine leblosen Gebilde. Sie sind Mikrokosmen, in denen sich die Stärken und Schwächen, die Leistungen oder auch das Versagen einer Gesellschaft spiegelt. Im Umkehrschluss bedeutet das: Die an der Spitze dieser Unternehmen stehenden Persönlichkeiten tragen immer auch eine Mitverantwortung für die Richtung, in die sich eine Gesellschaft bewegt. Das gilt in besonderem Maße für familiengeführte Unternehmen, weil sie diese Verantwortung als Herausforderung begreifen und wohl auch begreifen müssen. Denn die Gesellschafter können nicht einfach ihren Hut nehmen und gehen. Das sind spannende Geschichten.

Gibt es so etwas wie «typisch deutsche» Unternehmensentwicklungen - speziell nach dem Zweiten Weltkrieg?

Schöllgen: Ja, die gibt es. Ich nenne nur zwei Aspekte von vielen: Einmal hatten sich die deutschen Unternehmen nach dem Krieg immer wieder mit ihrer Geschichte zu beschäftigen, ob sie das wollten oder nicht. Die Diskussion um die Entschädigung der Zwangsarbeiter war die vorläufig letzte Runde in diesem Prozess. Und dann ist die deutsche Unternehmenslandschaft seit 1945 wie die keines zweiten vergleichbaren Landes von Familienunternehmen geprägt. Rund 80 Prozent aller Betriebe sind heute in Familienbesitz.

Am Institut für Geschichte der FAU wird seit Jahren regelmäßig wissenschaftlich auf Unternehmen und Unternehmer geblickt. War dies eine «Marktlücke» im universitären Bereich?

Schöllgen: Ja, das war eine Marktlücke. Das «Zentrum für angewandte Geschichte» (ZAG) der FAU, das wir mit Hilfe der Universitätsleitung auf die Beine stellen konnten, beschäftigt sich mit bedeutenden familiengeführten Unternehmen beziehungsweise Unternehmerfamilien in Deutschland. Dank des Vertrauens, das uns seit vielen Jahren von diesen entgegengebracht wird, haben wir einen Wissensstand aufbauen und ein Profil entwickeln können, das derzeit nicht nur im deutschsprachigen Raum konkurrenzlos ist. Das Buch über das Familienunternehmen Brose erscheint beispielsweise gleichzeitig in fünf Sprachen.

Firmen achten auf ihr Image. Gibt es da nicht zwangsläufig Probleme, wenn Historiker Firmen-Akten wälzen und auch unangenehme Themen beleuchten?

Schöllgen: Natürlich kann es vorkommen, dass unsere Recherchen Befunde zutage fördern, von denen die Firmen - positiv oder eben auch negativ - überrascht sind. Allerdings lassen wir uns in jedem Fall vertraglich zusichern, dass wir erstens ungehinderten Zugang zu allen relevanten Unterlagen erhalten und dass wir zweitens in Darstellung und Gewichtung frei sind. Bis heute hat es nicht einen einzigen Konfliktfall gegeben.

Biografien über bekannte Wirtschaftsbosse sind nicht nur für «Experten» interessant. Erfordert ein Buch über ein populäres Thema wie den «Eiskönig Schöller» eine andere Sprache von einem Historiker?

Schöllgen: Ja, gewiss. Historiker, die ihr Handwerk verstehen, schreiben ja nicht nur für Experten. Gerade wenn es um ein biografisches Porträt geht, erwartet das Publikum von uns eine lebendige und farbige, eine facettenreiche und nuancierte Sprache. Das können wir leisten, und das müssen wir leisten.

Aktuelle Bücher: Gregor Schöllgen, «Der Eiskönig. Theo Schöller - Ein deutscher Unternehmer 1917-2004». C.H. Beck Verlag, 191 Seiten, 19,90 Euro; «Brose. Ein deutsches Familienunternehmen 1908-2008». Econ-Verlag, 303 Seiten, 22,90 Euro.

Interview: S. Mössler-Rademacher

<http://www.erlanger-nachrichten.de/artikel.asp?art=873587&kat=56>