

Kim Christian Priemel

## Gekaufte Geschichte.

### Der «Freundeskreis Albert Vögler», Gert von Klass und die Entwicklung der historischen Unternehmerforschung nach 1945\*

#### ABSTRACT:

*Bought History. The «Friends of Albert Vögler», Gert von Klass, and the Development of German Entrepreneurial Historiography after 1945*

The reinvention of German business history as a serious, widely respected and institutionalised academic discipline in the past two decades has somewhat obscured the shadier ancestral lines it goes back to. Biographical studies, especially of leading entrepreneurs and managers, long enjoyed a doubtful reputation as uncritical, if not outright untrue hagiographies, meant to show a lighter side to the stark world of capitalism. This was particularly true for the post-war decades which saw many a pre-1945 business leader rise to prominence again. Facing actual and possible challenges from Allied rule as well as from the German labour movement, corporate business embarked on a course of apologetic

public relations by rewriting the historical record of state-business relations under Nazi rule. Among the instruments chosen for this purpose, commissioned biographical works of well-known industrialists like the late Albert Vögler featured prominently. The Vögler-book by German playwright Gert von Klass set a precedent for a range of follow-up publications. It was not only paid for by a superb selection of Ruhr managers, but to a large extent the study was also corrected, amended, and drawn up by these men. In the end, this led to a strategy of least resistance, «reconciling» not only historical facts with PR tenets but also conflicting narratives among Klass's customers. While both the intellectual credentials and the sales performance of the published book turned out to be unimpressive, it contributed manifestly to the perception of German business histories as bought history, written by hired guns and financed by «big business».

## Einführung

Die nun bereits anderthalb Jahrzehnte andauernde Hausse der Unternehmensgeschichte, getragen von den in einer breiten Öffentlichkeit geführten Kontroversen um Zwangsarbeiterentschädigung, Raubgold, die Degussa als Lieferant beim Bau des Holocaust-Mahnmals und die Flick-Collection, hat zuletzt in Vergessenheit geraten lassen, dass Firmengeschichte und Unternehmerbiografie bis in die jüngste Zeit Disziplinen von «fragwürdig[em]» wissenschaftlichen Wert darstellten.<sup>1</sup> Über Jahrzehnte hinweg war der Ruf der Unternehmensgeschichte ein bestenfalls zweifelhafter, geprägt von wissenschaftlich gering qualifizierten Autoren «vom Pamphletisten über den Satiriker bis hin zu den Jubelschriften verfassenden Journalisten»<sup>2</sup> ebenso wie von den «bunt bebilderten «Pop-Broschüre[n]», die Manfred Rasch als unternehmensgeschichtliches Signum der

\* Für zahlreiche Anregungen und ihre konstruktive Kritik zu einer früheren Fassung des vorliegenden Textes danke ich Jonathan Wiesen sowie den anonymen Gutachtern der ZUG.

<sup>1</sup> Toni Pierenkemper, *Unternehmensgeschichte. Eine Einführung in ihre Methoden und Ergebnisse*, Stuttgart 2000, 30.

<sup>2</sup> Ebd., 13.