

Vertrackte Geschichte(n): Krupp und der Mythos im 20. Jahrhundert [Habitationsvorhaben]

Jun.-Prof. Dr. Eva-Maria Roelevink (Johannes Gutenberg-Universität Mainz)

Zusammenfassung

Krupp war im 20. Jahrhundert das wohl bekannteste deutsche Unternehmen. Gerade aber, weil es für Krupp keine Bilanzen zu interpretieren oder Expansionsstrategien zu beschreiben gab, war die Perspektive sowohl von Konzern als auch von unabhängigen Medienakteuren auf das Unternehmen eine rundweg historische. Eine tagesaktuelle wirtschaftsjournalistische Gegenwartsauseinandersetzung fand erst seit den späten 1950er Jahren und in sehr reduziertem Maße statt. Wer im 20. Jahrhundert über Krupp schrieb, war gezwungen buchstäblich Geschichte zu schreiben: Immer war die Wahrnehmung und Darstellung des Konzerns dabei eine vergangenheitsbezogene Gegenwartsannäherung. Deshalb waren die historisierten Narrative, vom Unternehmen selbst oder wirtschaftsliterarisch formuliert, öffentlichkeitswirksam und relevant. Die historisierenden und größeren Publikationen stellen von ihrem Entstehungsprozess bis zur Publikation und Vermarktung die empirische Grundlage für die Untersuchung dar. Damit geht es insbesondere um Geschichtspolitik des Unternehmens und die Frage, was und v.a. wer Krupp zum „Mythos“ machte.