

Bastian Blachut. *„Arisierung“ als Geschäftsprinzip?: Die Monopolisierung des deutschen Entzinnungsmarktes zwischen 1933 und 1939 durch die Th. Goldschmidt AG in Essen.* Essen: Klartext Verlag, 2012. 179 S. ISBN 978-3-8375-0666-2.

Reviewed by Jan Schleusener

Published on H-Soz-u-Kult (November, 2012)



B. Blachut: 'Arisierung' als Geschäftsprinzip?

Die Erforschung der wirtschaftlichen Existenzvernichtung der deutschen Juden – meist aus einem verbreiteten Desinteresse an präziser wissenschaftlicher Begriffsbildung mit dem zeitgenössischen Begriff „Arisierung“ bezeichnet – hat Ende der 1990er-Jahre starken Auftrieb durch die methodisch wie empirisch ergiebige Hamburger Studie Frank Bajohrs erhalten. Angespornt von dieser bahnbrechenden Arbeit, blühte in vielen Regionalstudien die Erforschung dessen auf, was in der Bewertung Bajohrs „einer der größten Besitzwechsel der neuzeitlichen deutschen Geschichte“ war. Frank Bajohr, „Arisierung“ in Hamburg. Die Verdrängung der jüdischen Unternehmer 1933–1945, Hamburg 1997. Weit hin rezipiert wurde auch Bajohrs Typologie des Verhaltens „arischer“ Erwerber, obschon er deren Aussagekraft selbst stark relativiert hatte. Als die drei Grundtypen des „arischen“ Erwerbers nennt Bajohr folgende: den skrupellosen Profiteur, der gnadenlos auf Kosten des jüdischen Verkäufers sein Geschäft zu machen suchte; den stillen Teilhaber des NS-Regimes, der Gewinn aus der antisemitischen Ausschaltungspolitik zu ziehen versuchte, ohne aber den jüdischen Verkäufer einzuschüchtern oder zu bedrohen; und schließlich die Minderheit der gutwilligen Erwerber, die vielleicht sogar mit dem Verkäufer ein „stilles Bündnis“ gegen die Genehmigungsbehörden schlossen und sich bereit erklärten, trotz anderslautender Anordnungen und Gesetze den immateriellen Firmenwert (Goodwill) zu berücksichtigen und die im Einzelfall auch zu illegalen Maßnahmen bereit waren.

Bastian Blachut, der unter Rückgriff auf die Ergeb-

nisse seiner Masterarbeit die Expansions- und Monopolisierungspolitik der Th. Goldschmidt AG in Essen untersucht hat, bereichert die Erforschung der wirtschaftlichen Existenzvernichtung der Juden nun dadurch, dass er den Goldschmidt-Konzern als gutwilligen Erwerber vorstellt, der jüdische Verkäufer fair entlohnte. Deutlich wird in Blachuts verdienstvoller Studie aber gleichzeitig, dass die Geschäftsinteressen bei der Übernahme der Metallwerke Lieberg & Co. GmbH und der Pappenheim & Co. OHG auf einem ganz anderen Feld lagen: Durch die Übernahmen – ergänzt durch den Kauf der nichtjüdischen Firma Mensching & Co, auf den Blachut auch eingeht, um den Erwerb jüdischen und nichtjüdischen Eigentums vergleichen zu können – avancierte der Konzern zum Monopolisten auf dem deutschen Entzinnungsmarkt. Die Übernahmen dienten also der Ausschaltung unliebsamer Konkurrenz. Angesichts dieser Umstände wird der etwas marktschreierische Buchtitel „Arisierung“ als Geschäftsprinzip?“ der durchweg differenziert argumentierenden und präzise gearbeiteten Studie nicht gerecht. Er passt auch insofern nicht, als es sich bei einer der drei untersuchten Übernahmen um den Erwerb eines nichtjüdischen Unternehmens handelte, in diesem Fall von „Arisierung“ also gar nicht geredet werden kann.

Liest man, wie die Übernahmen der Metallwerke Lieberg und der Pappenheim & Co. OHG abliefen, kann man ein Erstaunen nicht verhehlen. Die Initiative ging zumindest im Fall der Metallwerke Lieberg vom jüdischen Verkäufer aus, der emigrieren wollte. Die Goldschmidt AG akzeptierte alle vom Verkäufer aufgestellten Forde-

rungen und ließ sich ebenso bereitwillig auf ein Verpachtungsmo-
 dell ein, wie sie akzeptierte, einen Goodwill zu zahlen. Die Verhandlungsergebnisse entsprachen, wie Blachut konstatiert, sowohl in der Preishöhe als auch in der Zahlungsmodalität exakt den Erwartungen der Verkäufer. Der Verkaufsprozess zog sich über Jahre hin, am Ende wies der Kaufvertrag einen „wahrscheinlich unangemessen niedrigen Kaufpreis“ aus (S. 110). Kurz vor dem endgültigen Verkauf war die GmbH in eine KG umgewandelt worden – vielleicht auch, wie Blachut zu Recht vermutet, um davon zu profitieren, dass einer der Komplementäre schweizerischer Staatsangehöriger war. Die Umstände dieses Eigentumstransfers mit fingierter Pacht, Berücksichtigung des Firmenwertes, Tarnung der Gesamtsumme sowie Auszahlung per Franken in der Schweiz – ein klarer Verstoß gegen die immer strengeren Devisenbestimmungen in NS-Deutschland – lassen Blachut auf ein „ausgesprochen ehrenhaftes Selbstverständnis“ der Erwerber schließen (ebd.). Der Fall zeigt in der Tat, dass es für einen jüdischen Unternehmer Handlungsspielräume geben konnte, wenn er sich frühzeitig zum Verkauf entschloss und an einen Erwerber geriet, der sich als ehrbarer Kaufmann verstand und lieber mit dem Gesetz in Konflikt zu kommen riskierte, als die Notlage des Verkäufers auszunutzen.

Im Fall der Pappenheim & Co. OHG, die Goldschmidt 1936 übernahm, wurde der Kauf über eine Treuhänderfirma abgewickelt, um die Übernahme zu tarnen und einen daraus abzuleitenden Monopolisierungsverdacht gar nicht erst aufkommen zu lassen. In Bezug auf das Verfahren des Eigentumstransfers sowie den ausgehandelten Preis konstatiert Blachut wieder ein hohes Entgegenkommen seitens der Erwerber, die sogar einen versteckten Goodwill zahlten. Anders als bei den Metallwerken Lieberg verkauften die Eigentümer der Pappenheim & Co. OHG allerdings nicht aus freien Stücken. Hier hatte offenbar die NSDAP Druck ausgeübt – wie in so vielen anderen Fällen, die die Forschung inzwischen analy-

siert hat, in denen es den Gauwirtschaftsberatern der Partei oder anderen Funktionären des Regimes darum ging, eine „Verkaufsreife“ zu erreichen, wie es zeitgenössisch hieß.

Obschon die Umstände der Veräußerung Blachut bilanzieren lassen, es habe sich auch hier um eine gutwillige „Arisierung“ gehandelt, fällt auch durch einen anderen Umstand ein kleiner Schatten auf die ansonsten offenbar weiße Weste der Goldschmidt AG bezüglich der Übernahme jüdischer Unternehmen: Nach 1945 erhoben die vormaligen Eigentümer Vorwürfe gegen den Konzern. Dieser verteidigte sich mit dem Argument, Pappenheim habe selbst verkaufen wollen. Da die Verkäufer nie einen Rückerstattungsantrag stellten, misst Blachut den Vorwürfen der Vor-Eigentümer nicht übermäßig viel Gewicht bei, konstatiert aber, die gegensätzlichen Erklärungen verhinderten eine eindeutige Klärung des Falls. Mit dem Erwerb der Mensching & Co., des neben Goldschmidt einzig verbliebenen Unternehmens mit einer Entzinnungsanlage auf dem deutschen Markt, schloss der Goldschmidt-Konzern die Monopolisierung ab. Auch diese Übernahme tarnte er wieder, um bei den Wirtschaftsbehörden keinen Argwohn zu erwecken.

In seinem Vergleich der drei Übernahmen hebt Blachut hervor, dass der Kaufpreis für die jüdischen Unternehmen keinesfalls auffallend niedrig, sondern eher verhältnismäßig hoch gewesen sei und dass das Gebaren der Goldschmidt AG einen seltenen Einzelfall intakter Kaufmannsmoral während der Spätphase der NS-Herrschaft markiere. Allerdings hätten die jüdischen Verkäufer unter dem allgemeinen politischen Druck eines aggressiv-antisemitischen Regimes gestanden, weswegen Goldschmidt insofern doch von einer Notlage der jüdischen Verkäufer profitiert habe. Das von Blachut vorbildlich genau untersuchte Beispiel zeigt aber, dass eine solche Notlage nicht zwingend zu einem finanziellen Verlust der Verkäufer führen musste.

If there is additional discussion of this review, you may access it through the network, at:

<http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/>

Citation: Jan Schleusener. Review of Blachut, Bastian, *„Arisierung“ als Geschäftsprinzip?: Die Monopolisierung des deutschen Entzinnungsmarktes zwischen 1933 und 1939 durch die Th. Goldschmidt AG in Essen*. H-Soz-u-Kult, H-Net Reviews. November, 2012.

URL: <http://www.h-net.org/reviews/showrev.php?id=37652>

Copyright © 2012 by H-Net, Clío-online, and the author, all rights reserved. This work may be copied and redistri-

buted for non-commercial, educational purposes, if permission is granted by the author and usage right holders. For permission please contact H-SOZ-U-KULT@H-NET.MSU.EDU.