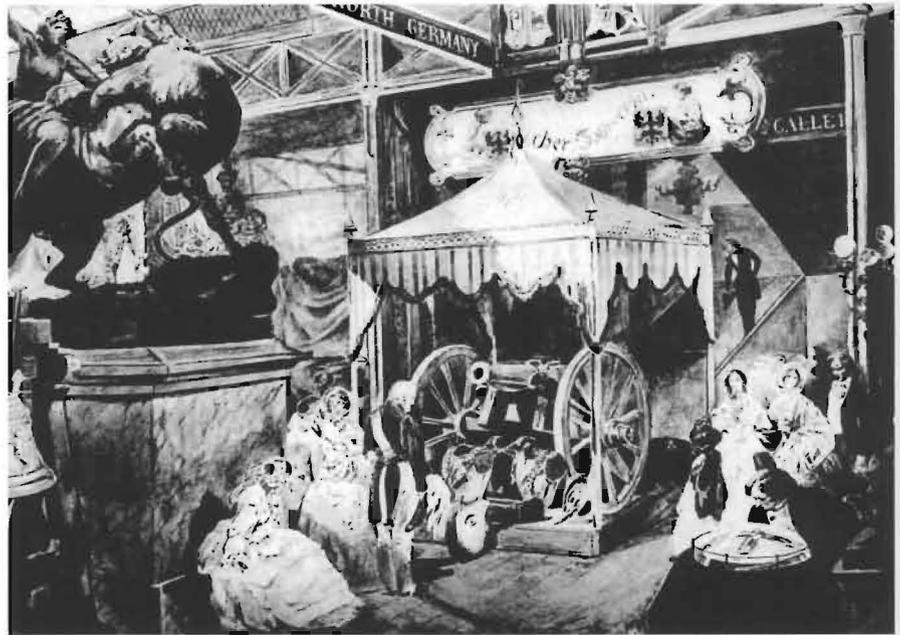


Krupp und die Öffentlichkeit im 19. Jahrhundert

Dieses Ding da wird einer der merkwürdigsten Denksteine in der Geschichte der industriellen Entwicklung Deutschlands werden.“ Mit diesen emphatischen Worten pries einer der angesehensten deutschen Industriellen, Friedrich Harkort, Krupps Beitrag zur ersten Weltausstellung 1851 in London. Der größte bis dahin aus Gussstahl gegossene Block war eine technische Meisterleistung, er wurde zum vielbestaunten Publikumsmagneten und machte Krupp mit einem Schlag berühmt. Wie ein Ausrufezeichen, ein „Denkstein“, wie Harkort gesagt hatte, steht er damit am Anfang des beispiellosen Aufstiegs der Firma Krupp vom Familienbetrieb zum Weltunternehmen. Die Firma Fried. Krupp war 1851 ein Unternehmen, das innovative Produkte etablieren musste und das hierfür die neuen Möglichkeiten der Öffentlichkeit aktiv zu nutzen verstand. Dazu gehörten neben den Weltausstellungen auch verschiedene Formen der Werbung und der Firmenpräsentation.

Der Block steht auch am Anfang jener Entwicklung, die die Firma im Verständnis Krupps aber auch der allgemeinen Wahrnehmung zu einem „Nationalwerk“ machte. Krupp stand später für die deutsche Industrie schlechthin, und schon 1851, das hat Harkort sofort erkannt, gewann sein Erfolg Bedeutung für Deutschland insgesamt. Er war ein „Denkstein für die industrielle Entwicklung Deutschlands“, weil er aller Welt zeigte, zu welcher Könnerschaft es die deutsche Stahlindustrie gebracht hatte. Bis dahin hatte Deutschland als industrielles Entwicklungsland gegolten. Krupp hat also mit dem Gussstahlblock die bis dahin besonders in der Eisen- und Stahlbereitung uneinholbar scheinenden Engländer geschlagen – und das vor den Augen der Welt, auf der ersten Weltausstellung, noch dazu in ihrem eigenen Land.

Die Episode wirft ein Schlaglicht auf das Geschick, mit dem Alfred Krupp seine Firma und seine Produkte öffentlich präsentierte. Er erkannte die Chance, die sich ihm auf der Weltausstellung bot, und unterschied sich damit von seinem Geschäftspartner Fritz Sölling, der über die Kosten des Unternehmens schimpfte, das keine unmittelbaren Aufträge brachte, und ebenso von vielen anderen Fabrikanten, die



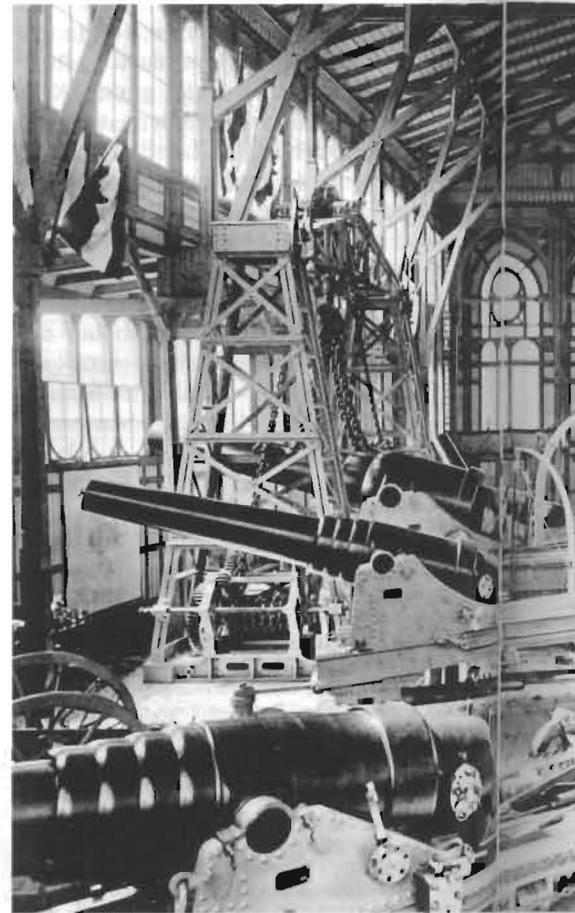
Bei der ersten Weltausstellung 1851 in London konnte Krupp zwei Attraktionen bieten: Neben dem größten bis dahin gegossenen Stahlblock eine Kanone aus Gussstahl. Krupp präsentierte sie effektiv unter einem Militärzelt, im Vordergrund drapierte er ebenfalls aus „seinem“ Stahl gefertigte Brustpanzer. Bei der Kanone handelte es sich um einen Prototyp, der noch keinen Schuss abgegeben hatte. Seine Serienreife war vollends ungewiss. Dennoch gelang es Krupp mit diesem Arrangement und vor allem mit der Kanone, die Aufmerksamkeit des preußischen Königs zu erringen.

neben den Kosten die neugierigen Blicke der Konkurrenz fürchteten.

Das tat Alfred Krupp sonst auch. Journalisten gegenüber war er verschlossen und befürchtete bei Besuchern der Fabrik stets Spionageabsichten. Auch sein Verhalten im deutsch-französischen Krieg scheint zunächst nicht zu seiner auf den Weltausstellungen demonstrierten Aufgeschlossenheit gegenüber der Öffentlichkeit zu passen, bat er doch darum, das großzügige Angebot einer Gratislieferung von Kanonen im Wert von einer Million Talern geheim zu halten. Dieses Verhalten zeigt, dass die Öffentlichkeit nicht der eigentliche Adressat des Stahlfabrikanten war. Er nutzte sie lediglich als Medium, um seine eigentlichen Kommunikationspartner, die Vertreter der Eisenbahngesellschaften, Militärs, Minister und den König selbst, seine Kunden also, auf sich und seine Fabrik aufmerksam zu machen. Das Urteil des „Publikums“, der allgemeinen Öffentlichkeit, schätzte er demgegenüber gering ein. Sein Unternehmen

betrachtete er als Privatangelegenheit, in die er sich jede Einmischung, sogar jede Einsichtnahme von außen verbat.

Schon zu Lebzeiten Alfred Krupps war dieses Konzept schließlich nicht mehr angemessen. Wie in so vie-



len anderen Bereichen der Firmenleitung versuchten auch hier die leitenden Angestellten Änderungen herbeizuführen, was dann nach dem Tod Alfred Krupps 1887 durch den Sohn und Erben Friedrich Alfred Krupp aufgegriffen und verstärkt wurde. Er trug der Tatsache Rechnung, dass das Unternehmen längst zu einem Gegenstand des öffentlichen Interesses geworden war.

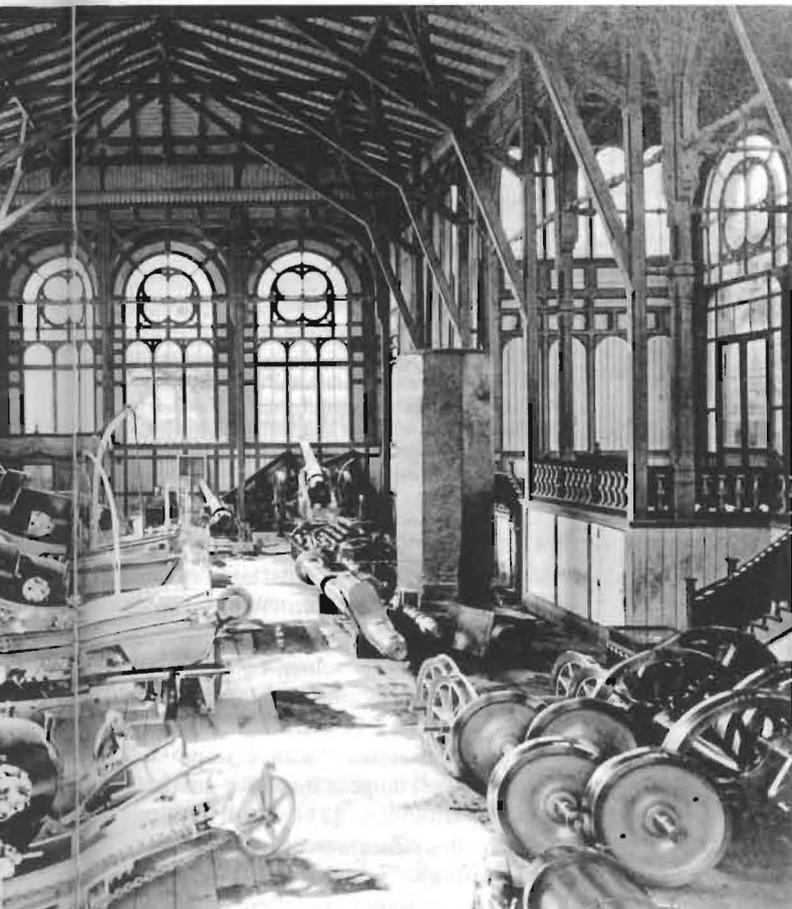
Dennoch geriet das Unternehmen, das gegen Ende des 19. Jahrhunderts wie kein zweites für die wirtschaftliche und militärische Macht des Deutschen Reiches stand, zunehmend in Verdacht, seine Ausnahmestellung auszunutzen und sich vor allem beim Flottenbau auf Kosten des Staates zu bereichern. Diese Stimmung, die vom Leiter des Reichsmarineamtes, Alfred von Tirpitz, teilweise bewusst geschürt wurde, um bei Preisverhandlungen Druck auf die Firma auszuüben, griff bis weit in die bürgerliche Öffentlichkeit hinein Platz. Von den Sozialdemokraten vorgebracht, meinte das gegen die Firma Krupp und ihren Inhaber gerichtete Misstrauen dabei in der Regel die Industrie und den Kapitalismus insgesamt. Besonders Friedrich Alfred Krupp schien seit den 1890er Jahren

wie kein anderer dieses System zu verkörpern. Er wurde als der personifizierte Klassenfeind zum bevorzugten Ziel sozialdemokratischer Attacken.

Die Debatten stellten der Firmenleitung mit übergroßer Deutlichkeit die Tatsache vor Augen, dass Krupp, dass die Firma und ihre Inhaber nicht einfach private Geschäftsleute waren, sondern dass sie in allem auf der Bühne der Öffentlichkeit agierten und dabei von allen beobachtet wurden, von vielen sogar äußerst misstrauisch beäugt. Was Alfred Krupp systematisch grundgelegt und 1851 in London eindrucksvoll demonstriert hatte, die enge Verbindung seines Namens mit Deutschland insgesamt, kehrte hier unter anderen Vorzeichen zurück. Es genügte fortan nicht mehr, Öffentlichkeit als Medium zu nutzen, es wurde vielmehr unumgänglich, den eigenen Standpunkt, ja, das Unternehmen selbst, allgemein zu vermitteln und um das Vertrauen der Öffentlichkeit zu werben.

Barbara Wolbring

Barbara Wolbring, Krupp und die Öffentlichkeit im 19. Jahrhundert – Selbstdarstellung, öffentliche Wahrnehmung und gesellschaftliche Kommunikation, München 2000, Verlag C. H. Beck, ISBN 3-406-46527-7380, Seiten, 84 DM



Der Krupp-Pavillon auf der Weltausstellung in Wien 1873. Die Präsentation der Erzeugnisse zeigt die Aufteilung der Produkte in die Bereiche Kriegs- und Friedensmaterial. Auf der linken Seite stehen Geschütze unterschiedlicher Bauart, rechts vorn zunächst Eisenbahnräder, dahinter eine große Kurbelwelle, ein massiver Stahlblock aus Tiegelstahl und ganz hinten Achsen und Federn für die Eisenbahn. Die Präsenz der einzelnen Produkte auf der Ausstellung entsprach nur bedingt der Bedeutung für den Umsatz der Firma, die „Waffenschmiede“ lebte immer zum überwiegenden Teil von den nichtmilitärischen Erzeugnissen.

zahl. Und vor allem: Es gab in Wahrheit niemand, der ihn haben wollte, schon gar nicht das Land, vor dessen Fahne er präsentiert wurde, nämlich Preußen. Zwar hatte Krupp eine Prunklafette für das Londoner Geschütz bei den Deutzer Artilleriewerkstätten bestellt, um es in dieser Form dem preußischen König zu schenken. Aber er war sich wohl völlig im Klaren darüber, dass das nur eine weitere Werbeaktion sein werde, ein Werbebeschenk, berechnet auf eine ganz unabsehbare Zukunft. Immerhin war der Prinz von Preußen, der Bruder des kinderlosen Monarchen und ein an technischen Neuerungen stets interessierter langgedienter Soldat, auf die Sache aufmerksam geworden und hatte den Wunsch geäußert, das Wunderding vorgeführt zu bekommen. Es war der gleiche Prinz von Preußen, der so genannte Kartätschenprinz von 1848, der knapp acht Jahre später, nunmehr „Prinzregent“ in Vertretung seines für geisteskrank erklärten Bruders Friedrich Wilhelm IV., die Erhöhung der geplanten Bestellung von 72 auf 300 Kanonenrohrblöcke verfügte und Krupp damit gewissermaßen, zwei Jahre vor seiner eigenen Krönung als Wilhelm I. von Preußen, auf den Thron des „Kanonenkönigs“ erhob.

Diese acht Jahre zwischen der Londoner Weltausstellung und dem Entscheidungsjahr des italienischen Krieges waren Jahre des Experimentierens und immer neuer Vorstöße bei potenziellen Bestellern, vor allem stets aufs Neue in Berlin. 1853 hatte Prinz Wilhelm das Essener Werk besucht. 1854 hatten erste, wieder sehr erfolgreiche Schießproben mit einem Zwölfpfünder auf dem Übungsplatz der braunschweigischen Artillerie stattgefunden. Ein Jahr später zeigte er ihn zusammen mit einem nun fünftausend Kilo schweren Gussstahlblock – „la sacrée tête carrée d'Allemand“, wie die Pariser sagten – auf der diesmal in Paris stattfindenden zweiten Weltausstellung. Man befand sich auf dem Höhepunkt des so genannten Krimkrieges zwischen Russland und den beiden Westmächten, England und Frankreich. Dabei setzte sich Österreich mit seiner Neutralitätspolitik zwischen alle Stühle, und der einzige italienische Staat mit einer eingeborenen Dynastie, auf dem die Hoffnungen zahlreicher Vertreter der italienischen Nationalbewegung ruhten, das kleine Piemont-Sardinien-Savoyen, sicherte sich durch seine Teilnahme an diesem Krieg die Sympathien und die Unterstützung sowohl von Paris als auch von London; die antiösterreichische französisch-italienische Allianz zeichnete sich hier bereits ab.

Alle Welt war überzeugt, dass dies, nach Jahrzehnten lokal begrenzter Kriege,

griffe von See wirksamer zu schützen, standen dabei, anders als in den meisten übrigen europäischen Staaten, keine Instanzen gegenüber, die die Ausgabenpolitik des Selbstherrschers kontrollierten und notfalls auch beschränkten. Russland war also ein geradezu idealer Partner für ein Unternehmen, dessen Inhaber und Leiter sich seinerseits in seine Entschlüsse von niemandem hineinreden lassen wollte und dazu zunehmend auch die Macht hatte.

Mit Russland über Kanonen ins Geschäft zu kommen musste ihn auch von daher reizen. Bis 1862 hatte Krupp an Russland eben einmal neun Kanonen geliefert, dann aber folgten bis 1870 nicht weniger als 1.157 Stück, überwiegend Feldkanonen mit einem Kaliber von 8,7 bzw. 10,7 cm und massiert im Jahr des preußisch-österreichischen Krieges 1866. [12] Daneben lieferte man auch noch Kürasse und Granaten, die Stahl durchschlagend konnten. Dabei wirkten russische Offiziere bei der Konzeption und Weiterentwicklung der Kanonen zunächst entscheidend mit, da Krupp anfangs weder über eine eigene Konstruktionsabteilung noch über Techniker verfügte, die mit der Berechnung von Geschützen vertraut waren. Diese Aufträge wurden generell nach den eingereichten Zeichnungen der Besteller ausgeführt. Allerdings blieben die Waffenexporte Krupps nach Russland in den 1860er Jahren noch erheblich hinter der englischen Konkurrenz, hinter Armstrong, Vickers, Broadwell oder Brown & Co. zurück.

Dies wurde jedoch dadurch kompensiert, dass Krupp gleichzeitig erhebliche Mengen an Eisenbahnmaterial, vor allem Bandagen, aber auch Federn, Federstahl und Speichenradsätze, daneben in kleinerem Umfang auch Schienen an Russland lieferte – immerhin zwischen 1864 und Mitte 1873 im Wert von rund 8 Millionen Mark. [13]

Krupp durchbricht das Staatsmonopol

Zunächst allerdings war es, man kann es gar nicht nachdrücklich genug betonen, der preußische Großauftrag vom Mai 1859, der den entscheidenden Wendepunkt markierte – nicht nur zur Waffenproduktion im großen Stil, sondern auch hinsichtlich der inneren Konsolidierung des in den letzten Jahren so rasch und immer etwas hektisch gewachsenen Unternehmens. Dabei spielte neben der Tatsache, dass der Auftrag exakt mit einer Konjunkturflaute zusammenfiel, die für ein Unternehmen in dieser Phase seiner Entwicklung besonders bedrohlich war, noch etwas anderes eine sehr wichtige, ja, viel-



Professor Dr. Lothar Gall (63) lehrt seit 1975 als ordentlicher Professor an der Frankfurter Goethe-Universität Neuere Geschichte. In den letzten Jahren hat sich Gall verstärkt wirtschaftshistorischen Themen zugewandt, die er stets im Zusammenhang der allgemeinen Geschichte betrachtet. Von diesem Interesse zeugen bereits sein Beitrag „Die Deutsche Bank von ihrer Gründung bis zum Ersten Weltkrieg 1870-1914“ in der gemeinsam mit Gerald D. Feldman, Harold James, Carl-Ludwig Holtfrerich und Hans E. Büschgen verfassten Darstellung „Die Deutsche Bank 1870-1995“ (1995) und „Die Eisenbahn in Deutschland von den Anfängen bis zur Gegenwart“, das er 1999 gemeinsam mit Manfred Pohl herausgegeben und in dem er den Beitrag „Von den Anfängen bis zum Ersten Weltkrieg“ geleistet hat. Derzeit arbeitet Gall an einer Biografie des Bankiers Hermann Josef Abs, einer der prägenden Gestalten der Wirtschaft der Bundesrepublik. Einem größeren Publikum wurde er durch seine 1980 erschienene Biografie des ersten deutschen Kanzlers bekannt. „Bismarck. Der weiße Revolutionär“ ist mittlerweile in achter Auflage erschienen und wurde auch ins Englische, Französische, Italienische und Japanische übersetzt. Weitere Forschungsschwerpunkte Galls sind der Liberalismus und die Entwicklung der bürgerlichen Gesellschaft. Seine wichtigsten Arbeiten zum Liberalismus sind die Untersuchung „Benjamin Constant. Seine politische Ideenwelt und der deutsche Vormärz“ (1963) und seine 1968 erschienene Habilitationsschrift „Der Liberalismus als regierende Partei. Das Großherzogtum Baden zwischen Restauration und Reichsgründung“. Zur Entwicklung der bürgerlichen Gesellschaft hat Gall ein von der Deutschen Forschungsgemeinschaft finanziertes Forschungsprojekt geleitet mit dem Titel „Stadt und Bürgertum im 19. Jahrhundert“ [vgl. FORSCHUNG FRANKFURT 3/1997], in dessen Rahmen 1989 auch sein Buch über „Bürgertum in Deutschland“ erschien, die Geschichte einer bürgerlichen Familie, der

Bassermanns, über neun Generationen vom Dreißigjährigen Krieg bis in unsere unmittelbare Gegenwart. Außerdem gingen aus diesem Projekt eine Fülle von Einzelstudien und mehrere Sammelwerke hervor. Gall ist Präsident der Historischen Kommission bei der Bayerischen Akademie der Wissenschaften, er war bis 1998 Vizepräsident der Deutschen Forschungsgemeinschaft und von 1992 bis 1996 Vorsitzender des Verbandes der Historiker Deutschlands. Er ist darüber hinaus Mitglied zahlreicher wissenschaftlicher Gesellschaften und Kommissionen. Seit 1975 ist er Herausgeber der „Historischen Zeitschrift“, des wichtigsten Publikationsorgans der deutschen Geschichtswissenschaft. Für sein wissenschaftliches Werk erhielt Gall zahlreiche Preise, darunter 1987 den Gottfried Wilhelm Leibniz-Preis der Deutschen Forschungsgemeinschaft, 1990 den Herbert-Quandt-Medienpreis und vor allem 1993 den renommierten, vielfach mit dem Nobel-Preis verglichenen Balzan-Preis der internationalen Balzan-Stiftung.

Dr. Barbara Wolbring (35), studierte in Paris, Aix-en-Provence und Frankfurt am Main Geschichte, Rechtsgeschichte und Germanistik. Nach ihrem Magisterexamen 1992 war sie zunächst wissenschaftliche Mitarbeiterin im Historischen Institut der Deutschen Bank. 1995 kehrte sie an die Universität zurück, als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Historischen Seminar, wo sie 1999 promoviert wurde. In ihrer Dissertation, die im Herbst dieses Jahres unter dem Titel „Krupp und die Öffentlichkeit im 19. Jahrhundert. Selbstdarstellung, öffentliche Wahrnehmung und gesellschaftliche Kommunikation“ als Band 6 der Schriftenreihe zur Zeitschrift für Unternehmensgeschichte erscheint, zeigt sie, wie sich eines der großen deutschen Unternehmen allmählich zu einer Instanz des öffentlichen Lebens entwickelte und – zum Teil gegen den Willen der Inhaber – zum politischen Akteur wurde. Für die Arbeit erhielt sie einen der von der Gesellschaft für Unternehmensgeschichte verliehenen Preise für Unternehmensgeschichte und den Friedrich Sperl-Preis der Vereinigung von Freunden und Förderern der Johann Wolfgang Goethe-Universität.

