

DER SPIEGEL

Deutschland

HOCHSCHULEN

Alte Akten, neue Fakten

Historiker, die an Unis und in Museen keine passenden Jobs finden, entdecken Geschichte als Geschäft.

Vier Jahre lang unterrichtete Sven Tode aushilfsweise an Hamburger Gymnasien Erdkunde und Geschichte. Der eigentlich überqualifizierte Historiker, der den Magister in Geschichte, ein Geografie-Diplom und sogar einen Dokortitel vorzuweisen hat, wurde jedoch nicht in den Staatsdienst übernommen – ihm fehlte das Staatsexamen.

Also ging Tode, 34, zurück in die Forschung – allerdings nicht an die Uni. 1998 gründete er sein eigenes „Institut für Firmen- und Wirtschaftsgeschichte“ und hat seither erstaunlichen Erfolg mit einer ungewöhnlichen Geschäftsidee: „History Marketing“.

Von einer stillvollen Altbauwohnung im Hamburger Stadtteil Hohenfelde aus vermarktet Tode die Vergangenheit: Er schreibt wissenschaftlich fundierte Unternehmensgeschichten, reorganisiert und betreut Firmenarchive oder spürt in staubigen Aktensammlungen nach verborgenen Schätzen.

Schon 1991 war Tode auf seine Geschäftsidee gestoßen. Für den Vater eines amerikanischen Studienfreundes hatte er in einem Berliner Archiv eine Patenturkunde aus dem Jahr 1935 ausgegraben und seinem Auftraggeber, der in den USA in einen Patentreit über einen Bajonettverschluss für Feuerwehrschräume verwickelt war, mit dem Papier auf einen Schlag sieben Millionen Dollar gespart.

Damals bekam der Historiker ein besseres Trinkgeld, heute würde er bei einem



Facts & Files-Gründer*: „Vermögenswerte gesichert“

solchen Auftrag je nach Aufwand bis zu 15.000 Mark in Rechnung stellen. Den Umsatz seines Instituts hat der dynamische Schnellredner im zweiten Jahr bereits vervierfacht, die Zahl der Mitarbeiter ist auf

* Jörg Rudolph, Frank Drauschke, Beate Schreiber in ihrem Berliner Büro.

über ein halbes Dutzend gestiegen. „Geschichte boomt“, sagt Tode.

Immer mehr Historiker machen sich wie der Hamburger mit pfiffigen Ideen selbstständig – und zwar nicht als Berufsumsteiger, sondern in dem Fach, das sie erlernt haben.

Wer mit seinen Ideen an den erstarreten Universitäten keine Resonanz findet, vermarktet seine Kreativität heute lieber, anstatt über die herrschende Ungerechtigkeit zu klagen. „Selbständig machen sich eher die guten und flexiblen Nachwuchshistoriker“, sagt Winfried Schulze, Professor für Neuere Geschichte in München und Vorsitzender des Wissenschaftsrates.

Etwa der Augsburger Tobias Berg, 29. Ende der Achtziger fing der geschichtsinteressierte Gymnasiast „aus einer Mischung von Langeweile und Computer-Faszination“ an, Informationen aus Fernsehzeitschriften über TV-Sendungen mit historischen Themen in seinen PC zu tippen, später kamen Stichworte aus Fischers Weltgeschichte dazu. Den eigentlichen Kick gab Berg, mittlerweile Geschichtsstudent an der Uni Augsburg, das Internet: 1995 gründete er den „Nachrichtendienst für Historiker“ (NFH).

Unter www.historiker.de bietet Berg inzwischen einen Service für Geschichtsinteressierte, der seinesgleichen sucht: Aktuelle TV-Programmhinweise, eine tägliche Presseschau mit den Veröffentlichungen der deutschen und internationalen Presse zu historischen Themen und ständig erweiterte Links in die weltumspannende Szene der Geschichtsenthusiasten.

Derzeit läuft der NFH zweisprachig auf Deutsch und Französisch, demnächst soll Englisch dazukommen. Ein Chatroom mit moderner Diskussion ist im Aufbau, über ein Call-Center für Historiker denkt Berg nach: „Wenn es mit der Seminararbeit klemmt, ruft man an und bekommt sofort Hilfe oder wird vermittelt.“

Statistisch fällt Berg nach zwölf Semestern unter die Langzeitstudis, demnächst wohl gar in die Kategorie Studienabbrecher. Seit ihm seine Professoren an der Uni Augsburg verwehrt haben, die Magisterarbeit über die Chancen des Internets für Historiker zu schreiben, hat Berg die Lust am Studium verloren. Anderthalb Jahre warb er als Fachschaftsvertreter für einen



Geschichtsstudenten in Münster
Vermarktung der Vergangenheit

Deutschland

Computerraum. Doch das einzig geeignete Zimmer wollte die Fakultät der Lagerung von Klopapier vorbehalten.

Jetzt soll darum Schluss sein: „Es macht keinen Spaß mehr. Ich seh doch jetzt, wie frei ich bin“, sagt Berg, der im Web „die Würstchenbude für Existenzgründer von heute“ sieht. Die Einkünfte sind noch bescheiden, weil es zu wenige Werbekunden gibt. Berg ficht das nicht an, anderswo in

Ihre Kunden sind bereit, gutes Geld dafür zu zahlen. Das Trio, das inzwischen ein Dutzend Rechercheure beschäftigt, hat bereits in so delikaten Fragen wie Zwangsarbeit oder unausgezahlten Lebensversicherungen von NS-Opfern recherchiert. „Als Folge des Zweiten Weltkriegs liegen Akten aus deutschen Archiven heute auch in Washington und Wladiwostok“, weiß Rudolph. „Wir fungieren für unsere Kunden als Navigator

durch das Labyrinth der Archive und Informationsquellen.“

Inzwischen suchen auch deutsche Universitäten Hilfe bei den Archiv-Experten von Facts & Files. Einer der ersten war Professor Ludolf Herbst von der Berliner Humboldt-Universität. Im Auftrag der Commerzbank untersucht er die Geschichte des Geldinstituts, speziell im Dritten Reich. Schreiber & Co. fanden für Herbst heraus, in welchen Archiven welche Unterlagen zur Bank vorhanden waren. „Die hatten einfach ein Know-how, das wir uns hätten aneignen müssen“, erkennt Herbst neidlos an.

Das Geschäft mit der Geschichte entdeckte das Trio Anfang der neunziger Jahre. Als studentische Hilfskräfte für 18 Mark die Stunde suchten sie auf Rechnung der Gewerkschafts-Holding BGAG Belege für Rückübertragungsansprüche in Archiven. „Wir haben für die umfangliche Vermögenswerte gesichert“, erinnert sich Rudolph, „da kam uns der Gedanke, unser Fachwissen besser zu verkaufen.“

Ende 1998 beteiligten sich die drei an einem Businessplan-Wettbewerb der Investitionsbank Berlin – und stießen auf geteilte Reaktionen bei der Jury. „Der Herr

„Wir navigieren durch
das Labyrinth der Archive und
Informationsquellen“

von der Industrie- und Handelskammer war völlig konsterniert“, schmunzelt Schreiber. „Ein anderes Jurymitglied war total begeistert – die hatte selbst mal Geschichte studiert.“ Am Ende wurde den drei Historikern eine ehemalige Pixelpark-Managerin als Beraterin vermittelt.

Als nächstes erarbeiten sie ein Bestandsverzeichnis für das Archiv der Leipziger Verkehrsbetriebe. Und seit die Berliner IHK ihre Mitgliedsfirmen zur Beteiligung an der Stiftungsinitiative der deutschen Wirtschaft für Zwangsarbeiter aufrief, hoffen die Facts-&-Files-Gründer auf Aufträge von betroffenen Firmen. Drauschke: „Es wäre eine schöne Bestätigung, wenn die schärfsten Kritiker unserer Geschäftsidee uns neue Kunden zuführen würden.“ HANS MICHAEL KLOTH



Hamburger Institutschef Tode
Mit dem Boom in Geschichte den Umsatz vervierfacht

der Web-Wirtschaft sei das schließlich nicht anders. Eine klar definierte Zielgruppe – Akademiker und andere Wissensdurstige – macht seinen Dienst als Werbepartner interessant. „Der NFH ist ein Spartenportal, das funktioniert“, glaubt der Jungunternehmer. Er setzt darauf, dass mittelfristig ein Verlag beim NFH einsteigt; erste Interessenten gibt es bereits.

Anfragen, bei denen der NFH nicht helfen kann, werden an Experten weitergeleitet – zum Beispiel an den Münchner Matthias Rebel, 32. Der gelernte Historiker und Gründer des „Herodot Geschichtsservice“ organisiert schon mal Events im garantiert authentischen historischen Ambiente oder findet heraus, wo man in Italien die besten Repliken antiker Kaiserbüsten bekommt.

Hauptgeschäft von Herodot, benannt nach dem antiken Urvater aller Geschichtsschreibung, ist ein historischer Medien-Service. Rebel, der auch als freiberuflicher Nachrichtenredakteur für einen TV-Sender arbeitet, offeriert rund 200 Zeitungen in ganz Deutschland Artikel mit historischen Themen.

Eine Nische ganz dicht am klassischen Geschäft des Geschichtsforschers hat die Berliner Firma „Facts & Files“ erobert: Die drei Gründer Beate Schreiber, 28, Frank Drauschke, 29, und Jörg Rudolph, 34, verbringen den Großteil ihrer Zeit in Archiven und wälzen alte Akten auf der Suche nach neuen Fakten.