

ARCHIV-VERSION

Dokserver des Zentrums für Zeithistorische Forschung  
Potsdam e.V.

<http://zeitgeschichte-digital.de/Doks>

ZENTRUM FÜR ZEITHISTORISCHE  
FORSCHUNG POTSDAM  
Institut der Leibniz-Gemeinschaft



## **Ralf Ahrens, Unternehmensgeschichte,**

Version: 1.0, in: Docupedia-Zeitgeschichte, 01.11.2010

[http://docupedia.de/zg/ahrens\\_unternehmensgeschichte\\_v1\\_de\\_2010](http://docupedia.de/zg/ahrens_unternehmensgeschichte_v1_de_2010)

DOI: <http://dx.doi.org/10.14765/zf.dok.2.314.v1>

Copyright (c) 2017 Clio-online e.V. und Autor, alle Rechte vorbehalten. Dieses Werk entstand im Rahmen des Clio-online Projekts „Docupedia-Zeitgeschichte“ und darf vervielfältigt und veröffentlicht werden, sofern die Einwilligung der Rechteinhaber vorliegt.  
Bitte kontaktieren Sie: <[redaktion@docupedia.de](mailto:redaktion@docupedia.de)>



Foto: Ian Britton, Office Building, 15.9.2010, Whitley, Reading, England, Flickr (CC BY-NC 2.0)

## Unternehmensgeschichte

von Ralf Ahrens

Unternehmen gehören zu den wichtigsten Akteuren der modernen Geschichte: Sie bilden die Basiseinheiten volkswirtschaftlicher Wertschöpfung, sind sowohl Schrittmacher als auch Objekte ökonomischen und technischen Strukturwandels, fungieren als Arbeitgeber für einen großen Teil der Bevölkerung, bilden als arbeitsteilige Organisationen soziale Hierarchien aus und sind Schauplatz materieller Verteilungskonflikte, prägen geografische und gesellschaftliche Räume ebenso wie kulturelle Wahrnehmungsmuster, und nicht zuletzt üben sie politischen Einfluss aus. Es gibt also nicht nur für Wirtschafts- und Unternehmenshistoriker/innen gute Gründe, sich für Unternehmensgeschichte zu interessieren.<sup>[1]</sup>

Die inhaltliche und methodische Breite, die diese Subdisziplin mittlerweile erreicht hat, kann hier nicht annähernd abgebildet werden.<sup>[2]</sup> Stattdessen fokussiert der Beitrag vor allem ihren Standort zwischen Wirtschafts- und „allgemeiner“ Geschichte. Dazu werden zunächst einige Grundfragen der theoretischen Diskussion über den Forschungsgegenstand „Unternehmen“ angeschnitten, um danach knapp die Institutionalisierung des Fachs in der deutschen Wissenschaftslandschaft zu skizzieren. Abschließend soll auf aktuelle inhaltliche Schwerpunkte der Forschung, thematische Perspektiven und ihre Anschlussmöglichkeiten an andere historische Forschungsbereiche hingewiesen werden. Wo dabei auf einzelne Unternehmensgeschichten verwiesen wird, verstehen diese sich nur als ausgewählte Beispiele. Der Schwerpunkt liegt schon aus Platzgründen auf der deutschen Unternehmenshistoriografie, und hier vor allem auf der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts – in dem Bewusstsein, dass damit höchst differenzierte internationale Forschungslandschaften ausgeblendet bleiben.<sup>[3]</sup>

### **Zwischen Geschichte und Ökonomie**

Das Spannungsverhältnis zwischen Geschichts- und Wirtschaftswissenschaften, zwischen induktiver und deduktiver Herangehensweise ist für die wissenschaftliche Unternehmensgeschichte seit ihren Anfängen charakteristisch.<sup>[4]</sup> Wie in der Wirtschaftsgeschichte insgesamt verweist dies auf das interdisziplinäre Potenzial des Fachs, aber auch auf methodische und theoretische Probleme. Unternehmen sind „gleichermaßen ökonomisch-funktionale und soziale Organisationen“: Sie produzieren Güter und Dienstleistungen für Märkte, sie tun dies auf arbeitsteilige Weise in einer funktional differenzierten Gesellschaft, und beide Dimensionen sind eng miteinander verknüpft.<sup>[5]</sup> Dabei unterliegen Unternehmen jedoch seit ihrer allmählichen Ausbildung in der frühen Neuzeit und vor allem seit der Entstehung des modernen kapitalistischen Großbetriebs in der Industrialisierung einem

permanenten historischen Wandel, der sich mit dem Instrumentarium der systematischen Wirtschaftswissenschaften nur begrenzt erfassen lässt.

Das gilt auch für das häufig als Analyserahmen herangezogene Theorienset der „Neuen Institutionenökonomik.“ Institutionenökonomisch betrachtet, dienen Unternehmen der Senkung von Transaktionskosten; darunter werden Kosten zusammengefasst, die beim Austausch von Gütern und Produktionsfaktoren auf Märkten anfallen, weil Informationen gesammelt, Vertragsverhandlungen durchgeführt und Leistungserbringungen überwacht werden müssen. Unternehmen können solche Kosten vermindern, indem sie einen Teil der Transaktionen nicht auf Märkten durchführen, sondern sie in die Hierarchie des eigenen Betriebs verlagern – also eigenen Beschäftigten und eigenen Produktionsstätten überantworten, die zu entsprechenden Leistungen verpflichtet werden. Dadurch drohen aber wiederum neue Kosten, weil Kapitaleigner, Manager und andere Beschäftigte jeweils unterschiedliche Interessen verfolgen und dafür Informationsvorsprünge einsetzen. Ein Unternehmen lässt sich daher auch als System von Verträgen interpretieren, in dem mittels Arbeitsverträgen, Bonusregelungen, Satzungen etc. die Folgen ungleicher Informationsverteilung reduziert werden sollen.<sup>[6]</sup>

Mit dem Aufschwung der Neuen Institutionenökonomik und der teils darauf aufbauenden „New Economic History“ hat die Integration ökonomischer Theorie in die empirische Unternehmenshistoriografie schon seit den 1970er-Jahren international deutlich zugenommen;<sup>[7]</sup> in der deutschen Forschung wurde dieser Trend relativ spät, aber umso intensiver aufgegriffen.<sup>[8]</sup>

Das institutionenökonomische Paradigma bietet zugleich Möglichkeiten, das traditionelle, insbesondere von Joseph Schumpeter geprägte Bild des Unternehmers als „kreativer Innovator“<sup>[9]</sup> in die Theorie des Unternehmens zu integrieren: Unternehmer sind Spezialisten für die kosteneffiziente Zusammenführung von Informationen und bringen diese Schlüsselqualifikation sowohl in der Organisation des Unternehmens als auch in der Nutzung sozialer Netzwerke zur Geltung.<sup>[10]</sup> Die Konzentration auf prominente Unternehmerfiguren hat gerade in der deutschen Geschichtsschreibung eine starke Tradition.<sup>[11]</sup> Eine theoretisch reflektierte Unternehmensgeschichte muss nicht unbedingt als klassische Biografie angelegt sein, kann die sozialen und politischen Aspekte unternehmerischen Handelns hinreichend erfassen<sup>[12]</sup> und gleichzeitig die unreflektierte Überhöhung ihrer Helden als „Titanen der Wirtschaft“<sup>[13]</sup> vermeiden. Sie ist dennoch zu unterscheiden von Unternehmenshistoriografie als Untersuchung arbeitsteiliger Organisationen, in denen sich Entscheidungen erst aus der mehr oder minder konflikthafter Interaktion von Eigentümern, Beschäftigten auf verschiedenen Hierarchieebenen und anderen Beteiligten ergeben.<sup>[14]</sup>

Institutionenökonomische Ansätze können den Bedarf an Unternehmen und Unternehmern erklären, aber nur begrenzt deren konkrete Entwicklung; sie müssen historische Kontingenz ausblenden, können Akteursverhalten nur als Ausdruck ökonomischer Rationalität verarbeiten und sind grundsätzlich auf Generalisierung angelegt. In der historischen Realität aber ist jedes Unternehmen ein Einzelfall, dessen Scheitern oder Überleben am Markt sich nicht hinreichend aus Transaktionskostenmodellen ableiten lässt.<sup>[15]</sup> Überdies tendiert auch dieses vergleichsweise realistische Paradigma dazu, politische und soziale Dimensionen des Wirtschaftens zu vernachlässigen. Dennoch ist aus dem wirtschaftswissenschaftlichen Theorienspektrum gerade der institutionenökonomische Zugang nützlich, weil er in der Forschungspraxis nicht

nur an andere wirtschaftswissenschaftliche Theoriestränge anschlussfähig ist, sondern auch prinzipiell offen für eine Erweiterung um Konzepte wie Mikropolitik, Unternehmenskultur oder Corporate Governance, auf die weiter unten zurückzukommen sein wird.<sup>[16]</sup> In vielen Detailfragen, etwa bei der Analyse von Bilanzen oder Rationalisierungsstrategien, ist der Werkzeugkasten der Wirtschaftswissenschaftler/innen ohnehin ein unverzichtbares Hilfsmittel. Auf der theoretischen Ebene könnten die Tendenzen der Ökonomik zu einem komplexeren, über das schlichte Handlungsmodell des Homo oeconomicus hinausweisenden Verständnis von ökonomischer Rationalität einerseits, der Historiker/innen zur akteurszentrierten Geschichtsschreibung andererseits die beiden Disziplinen gerade anhand unternehmenshistorischer Themen wieder in einen engeren Diskussionszusammenhang bringen.<sup>[17]</sup>

In der empirischen Forschung führt ohnehin kaum ein Weg an einer pragmatischen, am Einzelfall orientierten Kombination von „ökonomischen“ und „historischen“ Zugängen zum Unternehmen vorbei. Einen abstrakt-theoretischen Generalschlüssel zur Unternehmensgeschichte gibt es nicht – nur zahlreiche, mehr oder weniger in sich schlüssige Theorieangebote aus den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften, deren Nutzen von der jeweiligen Fragestellung abhängt. Dem Plädoyer für Theoriebezug mittels eines „reflektierten Eklektizismus in heuristischer Absicht“<sup>[18]</sup> ist daher sicher zuzustimmen, solange man es nicht als Freibrief für die Ausblendung der spezifischen Rationalitätskriterien missversteht, denen Unternehmen folgen müssen, um zu überleben. In diesem Sinne lässt sich auch die häufig verwendete Metapher vom „ökonomischen Kern“ des Unternehmens verstehen, die nicht unbedingt auf thematische Einschränkungen des Forschungsfelds zielen muss: Die verschiedenen im Unternehmen tätigen Akteure befinden sich zwar in steter Interaktion nicht nur mit anderen Marktteilnehmern, sondern auch mit einer gesellschaftlichen und politischen Umwelt. Um sinnvoll auf die Anforderungen dieser Umwelten reagieren zu können, müssen sie Informationen aber so filtern und reformulieren, dass diese mit ihrer eigenen Handlungslogik kompatibel werden.<sup>[19]</sup>

## **Traditionen und Institutionen**

Ebenso wie die amerikanische hat die deutsche Unternehmensgeschichte eine lange „vorwissenschaftliche“ Traditionslinie, die wiederum seit dem 19. Jahrhundert deutlich vom wachsenden Interesse der Wirtschaft an kommerziellen Festschriften beeinflusst wurde. Den Beginn einer eigenständigen akademischen Institutionalisierung markierte 1927 die Einrichtung des ersten Lehrstuhls für Business History an der Harvard University. Die Harvard Business School blieb bis heute der vielleicht prominenteste Standort der Disziplin.<sup>[20]</sup> International einflussreich waren vor allem die teilweise hier entstandenen Studien Alfred D. Chandlers über „Strategie und Struktur“ amerikanischer Großunternehmen, die er später zu internationalen Vergleichen ausbaute.<sup>[21]</sup> Unter der Devise „Structure follows Strategy“ rückte Chandler die Unternehmensorganisation ins Zentrum der Analyse und beschrieb sie „als bewusste Schöpfung des Managements infolge der ökonomischen Expansion und der Durchsetzung des Großunternehmens“.<sup>[22]</sup> Sein Ansatz stellte einen handhabbaren Rahmen für die analytische Verknüpfung der Entwicklung von Märkten und Unternehmen bereit, der systematische Vergleiche von Einzelfällen – auch über verschiedene Branchen hinweg – erlaubte. Die Verallgemeinerung der Fallstudien führte zu einer Art Musterlösung historisch erfolgreicher Unternehmensorganisation, die letztlich vor allem auf die Voraussetzungen einer erfolgreichen Nutzung von Größenvorteilen und Synergieeffekten abhob.

Das „Chandlerian Paradigm“ bildet immer noch einen zentralen Bezugspunkt vieler Studien. Die allzu schematische Generalisierung der Befunde zu einzelnen Großunternehmen und die einigermaßen schlichte Vorstellung, solche arbeitsteiligen Organisationen ließen sich einfach nach dem Belieben eines langfristig rationalen Managements durchstrukturieren, wird der Vielfalt der realen Unternehmensformen und -größen sowie der Vielzahl von Einflussfaktoren jedoch nicht gerecht. Schon in den 1990er-Jahren konnte daher auch in Deutschland ein Trend zur Ausdifferenzierung der Forschung „beyond Chandler“ konstatiert werden, indem Unternehmen nicht mehr nur als bewusst gesteuerte „Black Box“ konzeptualisiert wurden, sondern auch als Kommunikations- und (Aus-)Handlungsräume.<sup>[23]</sup> Nicht zuletzt wegen der Vielfalt der Ansätze gilt das Fach hierzulande inzwischen sogar als „produktivste Teildisziplin der Wirtschaftsgeschichte“.<sup>[24]</sup>

Mittlerweile ist Unternehmensgeschichte auch nicht mehr als reines Teilgebiet der Wirtschafts- und Sozialgeschichte einzuordnen, obwohl sie überwiegend an wirtschaftshistorischen Lehrstühlen betrieben wird (allerdings nicht, wie in den USA oder Großbritannien, an spezialisierten Forschungszentren oder Business Schools). Die starke Fixierung auf Unternehmerbiografien und das geringe Interesse an methodischer Innovation und Theoriebezug, die nach 1945 lange Zeit charakteristisch waren und durch einen hohen Anteil an Auftragsarbeiten gefördert wurden,<sup>[25]</sup> sind überwunden. Das 1956 unter dem bezeichnenden Titel „Tradition. Zeitschrift für Firmengeschichte und Unternehmerbiographie“ begründete wichtigste Fachorgan erhielt bereits 1977 den nüchternen Namen „Zeitschrift für Unternehmensgeschichte“. Hintergrund war die ein Jahr zuvor erfolgte Gründung der Gesellschaft für Unternehmensgeschichte (GUG), die seitdem ebenfalls einen Prozess der Verwissenschaftlichung gemäß internationalen Standards durchlief.<sup>[26]</sup> Noch 1989 signalisierte allerdings die Gründung des Arbeitskreises für kritische Unternehmens- und Industriegeschichte (AKKU), wie groß der Nachholbedarf an theoriegeleiteter, interdisziplinärer und unabhängiger Forschung war.<sup>[27]</sup> Ausdruck der fortschreitenden Institutionalisierung wissenschaftlicher Unternehmenshistoriografie war die erste, im Jahr 2000 vorgelegte Studieneinführung, die noch vor allem auf die Verortung im ökonomisch-wirtschaftshistorischen Umfeld abhob,<sup>[28]</sup> der aber vier Jahre später eine stärker gesellschaftsgeschichtlich angelegte Einführung folgte.<sup>[29]</sup>

Zu dieser Zeit hatte sich das Feld nicht nur erheblich ausdifferenziert, sondern sich auch stärker der Gegenwart angenähert. Während bis in die 1980er-Jahre der wichtigste zeitliche Forschungsschwerpunkt das Zeitalter der Industrialisierung war,<sup>[30]</sup> hat sich das Gewicht seitdem eindeutig auf das 20. Jahrhundert verlagert.<sup>[31]</sup> Einen erheblichen Anteil daran hatte ein in den 1990er-Jahren einsetzender regelrechter Boom der „Aufarbeitung“ des Verhaltens deutscher Großunternehmen in der NS-Zeit. Diese wesentlich von außerwissenschaftlichen Faktoren, nämlich von den Debatten um Entschädigungen für Zwangsarbeit und die „Arisierung“ jüdischen Eigentums mitverursachte Sonderkonjunktur bescherte der Unternehmensgeschichte plötzlich ein enormes Interesse der Öffentlichkeit und der Zeithistoriker/innen. Die Studien konzentrierten sich in der Regel auf die „politische und moralische Ökonomie unternehmerischen Handelns“<sup>[32]</sup>: Sie stellten Handlungsspielräume in der Diktatur und die Beteiligung an den nationalsozialistischen Verbrechen in den Vordergrund, die bis dahin von Unternehmenshistorikern schon wegen des beschränkten Zugangs zu den Archiven wenig bearbeitet worden waren. Sie leisteten dadurch zwar zentrale Beiträge sowohl zum besseren Verständnis des NS-Regimes als auch zur Unternehmensgeschichte des „Dritten Reichs“.

interessierten sich aber nicht in jedem Fall für die Anschlussfähigkeit an epochenübergreifende, eher ökonomisch inspirierte Analyseansätze.<sup>[33]</sup>

Die Jahre der Weimarer Republik gerieten dabei deutlich in den Hintergrund, und die Nachkriegszeit war eher unter der Fragestellung personeller Kontinuitäten und Diskontinuitäten von Interesse. Parallel dazu nahm jedoch bald die Zahl der Arbeiten zu, die sich speziell oder in epochenübergreifenden Darstellungen mit den Jahren des „Wirtschaftswunders“ und seiner krisenhaften Ausläufer beschäftigten.<sup>[34]</sup> Mittlerweile ist die Forschung auch jenseits des Festschriften-Genres im Umbruchsjahrzehnt der 1970er-Jahre angekommen, das die zeithistorische Zunft so intensiv beschäftigt.<sup>[35]</sup> Nach dem Abflauen der NS-Konjunktur könnte die Diskussion über Strukturwandel und Wirtschaftskrisen, Wertewandel und Wissensgesellschaft neue Anknüpfungspunkte für eine ernsthafte Rezeption unternehmenshistorischer Arbeiten in der zeithistorischen Forschung bieten, die bislang kaum stattgefunden hat.<sup>[36]</sup> Die Quellenprobleme werden dabei freilich nicht geringer, weil sich die Untersuchungszeiträume den Archivsperrfristen annähern – ganz davon abgesehen, dass Unternehmensarchive (sofern überhaupt vorhanden) in Privatbesitz sind und es vielfach keinen freien Zugang gibt.

Zumindest dieses Quellenproblem stellte sich nicht mehr, als die in der Bundesrepublik erreichten Standards in den 1990er-Jahren auch auf die Geschichte der ostdeutschen Kombinate und Betriebe angewandt wurden.<sup>[37]</sup> Noch weit deutlicher als die frühe bundesdeutsche Unternehmensgeschichte war die „Betriebsgeschichte“ ostdeutscher Provenienz von Anfang an und im wörtlichen Sinne parteiisch. Mehr als 2.000 solcher Arbeiten wurden produziert, deren wissenschaftlicher Wert auch unabhängig von allem ideologischen Ballast oft fragwürdig blieb. Nach dem Scheitern früher politischer Bemühungen, die Geschichte des eigenen Betriebs mit eindeutigen ideologischen Auftrag als „Geschichte von Arbeitern für Arbeiter“ schreiben zu lassen, fand in späteren Jahrzehnten zwar eine gewisse Versachlichung und Verwissenschaftlichung statt. Doch ebenso wie die ostdeutschen Studien zu Unternehmen in der NS-Zeit sind die Arbeiten zur eigenen Betriebsgeschichte heute insgesamt eher als Quellen von Interesse denn als Forschungsliteratur, an deren Erkenntnisse die aktuelle Diskussion anknüpfen könnte.<sup>[38]</sup>

## **Themen und Perspektiven**

Unternehmensgeschichte ist durch ihren Gegenstand, aber nur teilweise durch ein daran geknüpftes Methodenarsenal definiert. Sowenig es methodische oder theoretische Königswege gibt, sowenig lässt sich eine allgemein verbindliche Aufgabenstellung zukünftiger Forschungen begründen. „Forschungslücken“ tun sich schon deshalb laufend neu auf, weil das Fach dem Wandel des Gegenstands gerecht werden muss, und der globalisierte wirtschaftliche Strukturwandel verändert Branchen, Unternehmen und Beschäftigungsverhältnisse heute schneller denn je.

Die folgenden Bemerkungen zu Themen und Trends erheben keinen Anspruch auf Vollständigkeit; sie weisen vor allem auf Forschungsfelder hin, die Anknüpfungspunkte für andere historische Arbeitsbereiche bieten. Entsprechende Anregungen hat die Unternehmensgeschichte immer wieder geboten. Auf der Quellenebene geschah dies beispielsweise durch den frühen Einsatz der Oral History (beginnend mit einem Großprojekt über die Ford Motor Company in den 1950er-Jahren, bei dem 150 Lebensgeschichten von Managern und „einfachen“ Beschäftigten gesammelt wurden)<sup>[39]</sup> oder die Nutzung von Unternehmensarchiven für andere Forschungsfelder. Der Blick auf Unternehmen

kann nicht nur das Verständnis wirtschaftlicher Krisen und Konjunkturen vertiefen, sondern auch den Wandel von gesellschaftlichen Leitvorstellungen, sozialer Ungleichheit oder Konsummustern miterklären. Umgekehrt schlagen sich natürlich die „turns“ der allgmeinhistorischen Forschung wie etwa der Aufstieg der Kultur-, Geschlechter- oder Wissenschaftsgeschichte in neuen unternehmenshistorischen Fragestellungen nieder.<sup>[40]</sup>

Ein großer Teil des „Angebots“ an unternehmenshistorischem Expertenwissen wird indes weiterhin von der Nachfrage der Unternehmen abhängen. Die Hoffnung, gegenwärtige Akteure könnten aus Fehlern ihrer Vorgänger lernen, sollte man als Historiker/in sicher nicht aufgeben. Unternehmensgeschichte tatsächlich als Managementleitfaden zu empfehlen,<sup>[41]</sup> unterschätzt aber den permanenten Wandel der Umwelt, in der unternehmerische Entscheidungen getroffen werden müssen, und die Tatsache, dass erfolgreiche „Traditionen“ eines Unternehmens zum guten Teil semantische Konstrukte der Unternehmer selbst sind. Das Festschriftengenre schließt jedoch keineswegs einen (impliziten) Theoriebezug und die kritische Durchleuchtung der Vergangenheit aus; insbesondere die NS-Studien scheinen bei manchen Unternehmen und ihren Archivaren die Bereitschaft gefördert zu haben, in Publikationen auf wissenschaftlichem Niveau zu investieren. Zudem sichern Auftragsarbeiten die häufig prekäre Existenz von Unternehmensarchiven, die für so manchen Controller schlicht Kostenfaktoren ohne messbare Erträge darstellen. Der Markt hat sich deutlich ausdifferenziert und umfasst ein sehr breites Spektrum von der historisch unterfütterten Werbebroschüre über unreflektierte Erfolgsgeschichten „genialer“ Unternehmer auf monopolisierter Aktenbasis bis hin zu Jubiläumsschriften, die sich auf der Höhe der aktuellen wissenschaftlichen Diskussion bewegen.<sup>[42]</sup>

Dass sich die Forschung wie in anderen Ländern traditionell stark auf die Großindustrie und die Großbanken konzentriert, obwohl diese stets nur einen kleinen Teil der Unternehmenslandschaft darstellten,<sup>[43]</sup> mag auch ein Nebeneffekt des Festschriftenmarktes sein. Es hat aber zum einen ganz pragmatische Gründe, denn die bekannteren (und der Forschung überhaupt zugänglichen) Unternehmensarchive werden von Großunternehmen insbesondere der Automobil-, Stahl- und Chemiebranche unterhalten. Zum anderen wirkte hier der nicht nur marxistisch inspirierte, sondern auch von Chandler genährte Irrtum nach, kleine und mittlere Unternehmen müssten gegenüber der Marktmacht und Kapitalstärke der großindustriellen Konkurrenz zwangsläufig ins Hintertreffen geraten. Diese Prognosen haben sich spätestens mit den Anpassungskrisen vieler Industriekonzerne seit den 1960er-Jahren als falsch erwiesen; Flexibilität und Innovationsstärke von Mittelständlern geraten derzeit vor allem durch die verstärkte Erforschung von Familienunternehmen in den Blick.<sup>[44]</sup>

Die 1960er-Jahre markieren insofern den Beginn einer unternehmenshistorischen Umbruchphase, als mit dem Abflauen des „Wirtschaftswunders“ die Konkurrenz um die Absatzmärkte schärfer und die rechtzeitige Reaktion auf Veränderungen der Nachfrage nicht nur im Konsumgütersektor zusehends wichtiger wurde; die deutsche Wirtschaft musste darauf mit neuen Produkten, aber auch mit einer organisatorischen und verkaufsstrategischen Modernisierung reagieren. Das wachsende Interesse an gegenwartsnahen Untersuchungszeiträumen lenkt daher die Forschung zunehmend auf die „nicht produzierenden“ Bereiche der Industrie wie Marketing und Werbung<sup>[45]</sup> oder das Personalmanagement.<sup>[46]</sup> Dies sind offenkundig nicht nur Spezialthemen der Unternehmensorganisation, die dahinter stehende Ausdifferenzierung von Konsummustern und

Erwerbsbiografien verweist vielmehr unmittelbar auf den Wandel gesellschaftlicher Wertvorstellungen und Ungleichheiten. Hinzu kommt, auch wenn das Schlagwort von der „Dienstleistungsgesellschaft“ der empirischen Prüfung nur begrenzt standhält,<sup>[47]</sup> eine wachsende gesamtwirtschaftliche Bedeutung des tertiären Sektors, die auch den historischen Blick von Industrie- zu Dienstleistungsunternehmen verschiebt. Die Beschäftigung mit Handel, Tourismus oder der Gesundheitsbranche schafft ebenfalls Verbindungslinien zur häufig eher kulturalistisch inspirierten Konsumgeschichte.<sup>[48]</sup>

Was nicht heißen soll, dass Unternehmens- und Kulturgeschichte verschiedenen Welten angehören. Im Gegenteil stellen Unternehmenskultur und Unternehmenskommunikation seit geraumer Zeit ein Experimentierfeld für die wissenssoziologische Anreicherung institutionenökonomischer Argumente, aber auch für die Abgrenzung von ökonomistischen Interpretationen dar.<sup>[49]</sup> Kulturgeschichte im Sinne der „kulturalistischen Wende“, also die Beschäftigung mit Lebenspraktiken und Sinnkonstruktionen historischer Subjekte, die gesellschaftliche Regelsysteme herstellen,<sup>[50]</sup> kann gerade in Unternehmen ein reichhaltiges Arbeitsfeld beackern, das die Bedeutung von Loyalitäten für die Streikfreudigkeit der Beschäftigten ebenso umfasst wie die Konstruktion unternehmerischer Selbstbilder und Führungsstile oder die Imagepolitik nach außen.<sup>[51]</sup> Dabei ist allerdings an die soziale Komplexität von Unternehmen mit all ihren „eigensinnigen“ Akteuren zu erinnern: Unternehmenskultur lässt sich nicht beliebig verordnen, ist also nicht nur ein Managementproblem im Sinne der betriebswirtschaftlichen Ratgeberliteratur. Eine reflektierte Kulturgeschichte des Unternehmens handelt auch nicht von nachrangigen Faktoren, die den „ökonomischen Kern“ irgendwie umschwirren; sondern von Kommunikationsakten, in denen auf der Grundlage von Wahrnehmungsmustern betriebsinterne Maßnahmen und Marktstrategien ausgehandelt, integrierende „Sinndeutungsgemeinschaften“ konstruiert und Deutungskonflikte ausgetragen werden.<sup>[52]</sup>

In der sozialen Organisation „Unternehmen“ kommunizieren und handeln konkrete Akteure, die unterschiedlichen sozialen Schichten angehören; die Geschichte jedes Unternehmens hat mithin eine sozialhistorische Dimension. Von der langen Tradition der Unternehmerbiografie war bereits die Rede.<sup>[53]</sup> Dass der Buchmarkt derzeit ein erhebliches Interesse an der plastischen Erzählung von Unternehmerleben zeigt, kann man auch als Unternehmenshistoriker/in zunächst nur begrüßen; der größere Teil dieses Marktsegments wird allerdings von eher journalistischen Arbeiten bedient, die historische Komplexität oft stark reduzieren. Das wissenschaftliche Potenzial von Unternehmerbiografien liegt hingegen eher darin, die Aktivitäten der Zentralakteure stets an die jeweiligen Unternehmen zurückzubinden, zugleich aber ihre gesellschaftlichen und politischen Funktionen ernstzunehmen. Wichtige Beiträge zu einer solchen Einbettung hat in den vergangenen Jahren die Forschung zum Wirtschaftsbürgertum geleistet. Von den derzeit viel bemühten unternehmerischen Netzwerken könnten ähnliche Impulse ausgehen, falls sich zumindest auf diesem Feld eine klare Bestimmung des allorts inflationär verwendeten Netzwerk-Begriffs herauschälen sollte.<sup>[54]</sup> Nicht zuletzt hat die Unternehmer(innen)geschichte eine geschlechtergeschichtliche Dimension, die freilich erst in Ansätzen sichtbar wird.<sup>[55]</sup>

Gegenüber der Unternehmensgeschichte deutlich in den Hintergrund gerückt, aber keineswegs verschwunden ist in den letzten Jahren die betriebliche Ebene der Arbeitergeschichte.<sup>[56]</sup> Der „Betrieb als soziales Handlungsfeld“<sup>[57]</sup> eröffnet den Blick auf eine Komplexität, die in der schlichten Gegenüberstellung von Arbeit



und Kapital oder den Chandlerschen Vorstellungen einer zentralen Steuerbarkeit des Unternehmens nicht aufgeht. Vor allem mit dem soziologischen Konzept der Mikropolitik, das seit den 1990er-Jahren von Historiker/innen aufgegriffen wurde, wird versucht, das Geflecht von Machtbeziehungen und Aushandlungsprozessen zwischen den betrieblichen Hierarchieebenen aufzuhellen und zugleich die Verbindung zur Unternehmensgeschichte zu sichern.<sup>[58]</sup>

Viele der bislang erwähnten Aspekte bilden gleichzeitig Bausteine einer „Unternehmensgeschichte als Gesellschaftsgeschichte“, die die historischen „Basisdimensionen“ Wirtschaft, soziale Ungleichheit, Herrschaft und Kultur auf die Mikroebene eines Unternehmens und seines lokalen Umfelds herunterbricht.<sup>[59]</sup> Die Vorteile dieses Zugangs liegen nicht nur in der Integration ganz unterschiedlicher Felder durch den Fokus auf ein Unternehmen, sondern auch in der Anschaulichkeit und in der Anschlussfähigkeit an die Lokal- und Milieugeschichte. Abgesehen davon, dass ein solch umfassender Ansatz eine ausgesprochen glückliche Quellenlage benötigt, stößt er allerdings gerade wegen der thematischen Vielfalt auf das Problem einer systematischen Generalisierung zu vergleichenden Zwecken. Ein Teil dieses Problems lässt sich möglicherweise durch die Verknüpfung mit dem Corporate Governance-Ansatz beheben, dessen historischer Nutzen sich noch in der Erprobungsphase befindet: Unternehmen sind schon dadurch in die Gesellschaft eingebunden, dass sie nicht nur „Shareholder“ haben, also Kapitaleigner, die allein am finanziellen Ertrag ihrer Kapitalanlage interessiert sind. Darüber hinaus gibt es mit Politik, Gewerkschaften, Arbeitnehmern, Gläubigern oder Geschäftspartnern etliche weitere „Stakeholder“, die den Kurs eines Unternehmens mitbestimmen, in seine „Governance“ eingreifen.<sup>[60]</sup>

Die Aufwertung des Shareholder Value zur handlungsleitenden Maxime auch in deutschen Unternehmen verweist im Übrigen darauf, dass historische Corporate Governance-Forschung auch Ansatzpunkte für die neuerliche Frage nach der „Amerikanisierung“ der deutschen Wirtschaft bietet, nachdem in den letzten Jahren vor allem die selektive Wahrnehmung und Anwendung amerikanischer Management- und Produktionsmethoden in deutschen Unternehmen der ersten Nachkriegsjahrzehnte herausgearbeitet wurde.<sup>[61]</sup> Zugleich wird europäischen Gemeinsamkeiten, Eigenarten und Expansionsstrategien mehr Aufmerksamkeit geschenkt,<sup>[62]</sup> und die beschleunigte Globalisierung wird sehr wahrscheinlich die Untersuchung multinationaler Unternehmen stimulieren.<sup>[63]</sup>

Nicht nur „Multis“ unterliegen indes einem Globalisierungsdruck, der das amerikanische Modell der Kapitalmarktfinanzierung von Unternehmen international verbreitet. Die Finanzierungsfrage ist kein beliebiges Detail: Die „Deutschland AG“, das traditionelle Geflecht aus Industriekonzernen und ihren Hausbanken mit engen Verbindungen zu Gewerkschaften und Politik, befindet sich deswegen nach Ansicht mancher Ökonom/innen und Sozialwissenschaftler/innen in rapider Auflösung; das historisch gewachsene Modell informeller Wirtschaftslenkung scheint einem „Finanzmarktkapitalismus“ zu weichen, der Stakeholder-Interessen wenig Raum lässt.<sup>[64]</sup> Solide historische Studien zu diesem Prozess, die wie üblich zu einer Differenzierung allzu holzschnittartiger Kontraste führen dürften, stehen jedoch noch aus. Dasselbe gilt für den angeblichen, in gewisser Hinsicht analogen Prozess einer Erosion gesellschaftlicher Bindungskräfte durch marktradikale Ideologien, die soziale Wesen flächendeckend in Nutzenmaximierer aller Lebenslagen verwandeln und jedem Einzelnen die Risiken der „Entrepreneurship“ aufbürden.<sup>[65]</sup>

Es kann hier nur cursorisch erwähnt werden, dass es nach wie vor Non-Profit-Unternehmen gibt und weiter geben wird, die sich dieser Verwertungslogik zu entziehen versuchen und deren Analyse mit unternehmenshistorischen Interpretationen deshalb einen eigenen Reiz hat.<sup>[66]</sup> Festzustellen ist des Weiteren eine allmähliche Kontaktaufnahme zur Umweltgeschichte, die Unternehmen zunächst kaum anders denn als Verschmutzungsemitter konzeptualisieren konnte, während die Unternehmensgeschichte Chandlerscher Prägung ökologische Faktoren oder die Rolle von Umweltbewegungen lediglich als Randbedingungen betrachtete. Ob sich daraus tatsächlich eine „Ecocultural History of Business“ entwickelt, bleibt abzuwarten.<sup>[67]</sup> Dabei wären wiederum neue Verbindungslinien zur Technikgeschichte zu prüfen, die sich zum guten Teil in Unternehmen abspielt, derzeit aber kein besonders prominentes Thema des Fachs ist.<sup>[68]</sup> Einer systematischeren Bearbeitung harret auch das Verhältnis von Unternehmen zur Politik jenseits der sehr speziellen Situation der NS-Diktatur; deutlich unterbelichtet ist schließlich die Geschichte der Unternehmensverbände, die sich wiederum mit einem Teil der hier angedeuteten Konzepte analysieren ließen, weil sie ebenfalls „ökonomische Kerne“ besitzen.<sup>[69]</sup>

Diese kurze Tour d` Horizon zeigt, dass sich die unternehmenshistorische Forschung kaum auf ein zusammenfassendes Fazit bringen lässt: Das Themenspektrum wird sich auch weiterhin vergrößern, die Theorieangebote aus angrenzenden Disziplinen werden eher zu- als abnehmen. Man muss kein Wirtschaftshistoriker sein, um von der Beschäftigung mit Unternehmensgeschichte zu profitieren. Unternehmen lassen sich wie andere historische Organisationsformen analysieren, indem ihre Akteure bei der Arbeit beobachtet werden. Nur ist dabei eben zu berücksichtigen, dass es sich um Organisationen mit ökonomischer Zwecksetzung handelt: Unternehmen „funktionieren“ nun einmal, indem sie ihre Umwelt in Zahlen verwandeln, sich selbst und ihre Beschäftigten anhand von Kennziffern bewerten. Gerade weil sie diesen Prozess ernstnimmt, bietet Unternehmensgeschichte grundlegende Einblicke in die Geschichte moderner Gesellschaften.

## Anmerkungen

1. ↑ Vgl. Hartmut Berghoff, Wozu Unternehmensgeschichte? Erkenntnisinteressen, Forschungsansätze und Perspektiven des Faches, in: Zeitschrift für Unternehmensgeschichte 49 (2004), S. 131-148.
2. ↑ Einen umfassenden Einblick (nicht nur) in die deutsche Forschungslandschaft bieten drei Literaturberichte von Paul Erker: Aufbruch zu neuen Paradigmen. Unternehmensgeschichte zwischen sozialgeschichtlicher und betriebswirtschaftlicher Erweiterung, in: Archiv für Sozialgeschichte 37 (1997), S. 321-365; „A New Business History“? Neuere Ansätze und Entwicklungen in der Unternehmensgeschichte, in: Archiv für Sozialgeschichte 42 (2002), S. 557-604; „Externalisierungsmaschine“ oder „Lizenznehmer der Gesellschaft“? Trends, Themen und Theorien in der jüngsten Unternehmensgeschichtsschreibung, in: Archiv für Sozialgeschichte 46 (2006), S. 605-658. Für die ältere Forschung vgl. Hans Jaeger, Unternehmensgeschichte in Deutschland seit 1945. Schwerpunkte – Tendenzen – Ergebnisse, in: Geschichte und Gesellschaft 18 (1992), S. 107-132. Zum Spezialgebiet der Bankengeschichte sei auf den Docupedia-Artikel Geschichte der Banken und Finanzmärkte von Friederike Sattler verwiesen.
3. ↑ Vgl. Franco Amatori/Geoffrey Jones (Hrsg.), Business History around the World, Cambridge 2003; systematisch gegliedert, aber mit zahlreichen Verweisen auf unterschiedliche internationale Trends: Geoffrey Jones/Jonathan Zeitlin (Hrsg.), The Oxford Handbook of Business History, Oxford 2008.
4. ↑ Naomi R. Lamoreaux/Daniel M.G. Raff/Peter Temin, Economic Theory and Business History, in: Jones/Zeitlin (Hrsg.), Oxford Handbook, S. 37-66, hier S. 39.
5. ↑ Werner Plumpe, Unternehmen, in: Gerold Ambrosius/Dietmar Petzina/Werner Plumpe (Hrsg.), Moderne Wirtschaftsgeschichte. Eine Einführung für Historiker und Ökonomen, München 2006, S. 61-94, Zitat S. 61.
6. ↑ Plumpe, Unternehmen, S. 73-76; Hartmut Berghoff, Moderne Unternehmensgeschichte. Eine themen- und theorieorientierte Einführung, Paderborn 2004, S. 42-52.
7. ↑ Lamoreaux/Raff/Temin, Economic Theory, S. 44-52.
8. ↑ Erker, New Business History, S. 563-568.
9. ↑ Berghoff, Moderne Unternehmensgeschichte, S. 34; vgl. den Überblick ebd., S. 31-38.
10. ↑ Mark Casson, Der Unternehmer. Versuch einer historisch-theoretischen Deutung, in: Geschichte und Gesellschaft 27 (2001), S. 524-544; ausführlicher ders., The Entrepreneur. An Economic Theory, Oxford 1982.

11. ↑ Fritz Redlich, Unternehmungs- und Unternehmensgeschichte, in: Handwörterbuch der Sozialwissenschaften, Bd. 10, Göttingen 1959, S. 532-549; ders., Der Unternehmer. Wirtschafts- und sozialgeschichtliche Studien, Göttingen 1964; vgl. auch Jaeger, Unternehmensgeschichte.
12. ↑ Vgl. im Anschluss an Redlichs deskriptive Typologie von Unternehmerfunktionen insbesondere Boris Gehlen, Paul Silverberg (1876-1959). Ein Unternehmer, Stuttgart 2007, S. 25-41.
13. ↑ Explizit Eckart Conze, „Titane der modernen Wirtschaft“: Otto Wolff (1881-1940), in: Peter Danylow/Ulrich S. Soénius (Hrsg.), Otto Wolff. Ein Unternehmen zwischen Wirtschaft und Politik, München 2005, S. 99-151.
14. ↑ Vgl. die insbesondere gegen Casson gerichtete Polemik von Jan-Otmar Hesse, Intentionalisten und Funktionalisten in der Unternehmensgeschichte, in: Akkumulation 17 (2003), S. 1-6.
15. ↑ Werner Plumpe, Die Unwahrscheinlichkeit des Jubiläums – oder: warum Unternehmen nur historisch erklärt werden können, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte 2003, H. 1, S. 143-156; Hartmut Berghoff, Transaktionskosten: Generalschlüssel zum Verständnis langfristiger Unternehmensentwicklung? Zum Verhältnis von neuer Institutionenökonomie und moderner Unternehmensgeschichte, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte 1999, H. 2, S. 159-176.
16. ↑ Plumpe, Unternehmen, S. 76.
17. ↑ Vgl. Hansjörg Siegenthaler, Geschichte und Ökonomie nach der kulturalistischen Wende, in: Geschichte und Gesellschaft 25 (1999), S. 276-301; Jakob Tanner, „Kultur“ in den Wirtschaftswissenschaften und kulturwissenschaftliche Interpretationen ökonomischen Handelns, in: Friedrich Jaeger/Jörn Rüsen (Hrsg.), Handbuch der Kulturwissenschaften, Bd. 3: Themen und Tendenzen, Stuttgart 2004, S. 195-224.
18. ↑ Berghoff, Wozu Unternehmensgeschichte, S. 141.
19. ↑ Plumpe, Unternehmen, S. 80; vgl. aber als Plädoyers für inhaltliche Selbstbeschränkung Toni Pierenkemper, Was kann eine moderne Unternehmensgeschichtsschreibung leisten? Und was sollte sie tunlichst vermeiden, in: Zeitschrift für Unternehmensgeschichte 44 (1999), S. 15-31; Peter Borscheid, Der ökonomische Kern der Unternehmensgeschichte, in: Zeitschrift für Unternehmensgeschichte 46 (2001), S. 5-10.
20. ↑ Toni Pierenkemper, Unternehmensgeschichte. Eine Einführung in ihre Methoden und Ergebnisse, Stuttgart 2000, S. 25-50; Berghoff, Moderne Unternehmensgeschichte, S. 359 f.
21. ↑ Alfred D. Chandler, Strategy and Structure. Chapters in the History of the Industrial Enterprise, zuerst Cambridge 1962; ders., Scale and Scope. The Dynamics of Industrial Capitalism, Cambridge 1990. Zum Einfluss vgl. Lamoreaux/Raff/Temin, Economic Theory, S. 39-45. Eine prägnante Darstellung von Chandlers Argumenten und der Kritik daran bietet Berghoff, Moderne Unternehmensgeschichte, S. 63-106; vgl. für den deutschen Fall auch die Kritik von Christian Kleinschmidt/Thomas Welskopp, Zu viel „Scale“ zu wenig „Scope“. Eine Auseinandersetzung mit Alfred D. Chandlers Analyse der deutschen Eisen- und Stahlindustrie in der Zwischenkriegszeit, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte 1993, H. 2, S. 251-297.
22. ↑ Plumpe, Unternehmen, S. 63.
23. ↑ Erker, Aufbruch, S. 322.
24. ↑ Plumpe, Unternehmen, S. 64. Einen guten Einblick in die schon vor rund einem Jahrzehnt erreichte methodisch-theoretische Vielfalt bieten Jan-Otmar Hesse/Christian Kleinschmidt/Karl Lausckhe (Hrsg.), Kulturalismus, Neue Institutionenökonomik oder Theorienvielfalt. Eine Zwischenbilanz der Unternehmensgeschichte, Essen 2002.
25. ↑ Vgl. Jaeger, Unternehmensgeschichte. Jaeger, einer der ersten Lehrbeauftragten für Unternehmensgeschichte, schrieb gar noch Anfang der 1990er-Jahre, die „geringe Fähigkeit zur Theoriebildung“ sei „sozusagen eine konstitutionelle Schwäche der Unternehmensgeschichte“; ebd., S. 127. Die wohl bekannteste frühe Ausnahme – bezeichnenderweise mit primär sozialhistorischem Interesse – war Jürgen Kocka, Unternehmensverwaltung und Angestelltenschaft am Beispiel Siemens 1847-1914. Zum Verhältnis von Kapitalismus und Bürokratie in der deutschen Industrialisierung, Stuttgart 1969.
26. ↑ Vgl. zu den Hintergründen Sandra Hartig, Die Gründung der Gesellschaft für Unternehmensgeschichte, in: Zeitschrift für Unternehmensgeschichte 46 (2001), S. 221-236; allgemein Harm G. Schröter, Die Institutionalisierung der Unternehmensgeschichte im deutschen Sprachraum, in: Zeitschrift für Unternehmensgeschichte 45 (2000), S. 30-48.
27. ↑ Siehe <http://www.ruhr-uni-bochum.de/akku>.
28. ↑ Pierenkemper, Unternehmensgeschichte.
29. ↑ Berghoff, Moderne Unternehmensgeschichte.
30. ↑ Jaeger, Unternehmensgeschichte, S. 130 f.
31. ↑ Vgl. nur die online recherchierbaren Inhaltsverzeichnisse der Zeitschrift für Unternehmensgeschichte unter <http://unternehmensgeschichte.de>.
32. ↑ Gerald D. Feldman, Die Allianz und die deutsche Versicherungswirtschaft 1933-1945, München 2001, S. 11.

33. † Vgl. die Resümees von Werner Plumpe, Unternehmen im Nationalsozialismus. Eine Zwischenbilanz, in: Werner Abelshäuser/Jan-Otmar Hesse/Werner Plumpe (Hrsg.), Wirtschaftsordnung, Staat und Unternehmen. Neue Forschungen zur Wirtschaftsgeschichte des Nationalsozialismus, Essen 2003, S. 243-266; Ralf Banken, Kurzfristiger Boom oder langfristiger Forschungsschwerpunkt? Die neuere deutsche Unternehmensgeschichte und die Zeit des Nationalsozialismus, in: Geschichte in Wissenschaft und Unterricht 56 (2005), S. 183-196; Christoph Buchheim, Unternehmen in Deutschland und NS-Regime 1933-1945. Versuch einer Synthese, in: Historische Zeitschrift 282 (2006), S. 351-390. Eine Sammlung konkreter Beispiele für die Erträge der einschlägigen Forschungen bieten Hartmut Berghoff/Jürgen Kocka/Dieter Ziegler (Hrsg.), Wirtschaft im Zeitalter der Extreme. Beiträge zur Unternehmensgeschichte Österreichs und Deutschlands. Im Gedenken an Gerald D. Feldman, München 2010; einen ersten Einstieg in eine substantielle Historisierung des Forschungsbooms jetzt Norbert Frei/Tim Schanetzky (Hrsg.), Unternehmen im Nationalsozialismus. Zur Historisierung einer Forschungskonjunktur, Göttingen 2010.
34. † Etwa Volker Wellhöner, „Wirtschaftswunder“ – Weltmarkt – westdeutscher Fordismus. Der Fall Volkswagen, Münster 1996; Bernhard Lorentz/Paul Erker, Chemie und Politik. Die Geschichte der Chemischen Werke Hüls 1938-1979, München 2003; Clemens Reichel, Vom Verbund zum Konzern. Die Metallgesellschaft AG 1945-1975, Darmstadt 2008.
35. † Vgl. Morten Reitmayer/Ruth Rosenberger (Hrsg.), Unternehmen am Ende des „goldenen Zeitalters“. Die 1970er Jahre in unternehmens- und wirtschaftshistorischer Perspektive, Essen 2008; und bereits Erker, New Business History, S. 584-590.
36. † Vgl. das Plädoyer bei Anselm Doering-Manteuffel/Lutz Raphael, Nach dem Boom. Perspektiven auf die Zeitgeschichte seit 1970, Göttingen 2008, S. 101.
37. † Beispielsweise Johannes Bähr/Dietmar Petzina (Hrsg.), Innovationsverhalten und Entscheidungsstrukturen. Vergleichende Studien zur wirtschaftlichen Entwicklung im geteilten Deutschland 1945-1990, Berlin 1996.
38. † Arnd Kluge, Betriebsgeschichte in der DDR – ein Rückblick, in: Zeitschrift für Unternehmensgeschichte 38 (1993), S. 49-62; Pierenkemper, Unternehmensgeschichte, S. 54-64.
39. † Allan Nevins/Frank Ernest Hill, Ford, 3 Bde., New York 1954-1963.
40. † Patrick Fridenson, Business History and History, in: Jones/Zeitlin (Hrsg.), Oxford Handbook, S. 9-36.
41. † Manfred Pohl, Zwischen Weihrauch und Wissenschaft? Zum Standort der modernen Unternehmensgeschichte. Eine Replik auf Toni Pierenkemper, in: Zeitschrift für Unternehmensgeschichte 44 (1999), S. 150-163; Sybille Schwarz, Die Inspiration aus der Unternehmensgeschichte, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 7.7.2010, S. U12.
42. † Beispielhaft für das letztgenannte Segment: Paul Erker, Wachsen im Wettbewerb. Eine Zeitgeschichte der Continental Aktiengesellschaft (1971-1996), Düsseldorf 1996; Johannes Bähr/Ralf Banken/Thomas Flemming, Die MAN. Eine deutsche Industriegeschichte, München 2008.
43. † Zur historischen Entwicklung von Unternehmensgrößen und Organisationsformen vgl. die Skizzen bei Plumpe, Unternehmen, S. 66-72, und Berghoff, Moderne Unternehmensgeschichte, S. 63-126.
44. † Erker, Aufbruch, S. 325 f.; ders., Externalisierungsmaschine, S. 623-632. Beispielhaft: Jörg Leszczynski, 100 Prozent Messer. Die Rückkehr des Familienunternehmens. 1898 bis heute, München 2007; Christina Lubinski, Familienunternehmen in Westdeutschland. Corporate Governance und Gesellschafterkultur seit den 1960er Jahren, München 2010. Zur gesamtwirtschaftlichen Rolle vgl. Gary Herrigel, Industrial Constructions. The Sources of German Industrial Power, Cambridge 1996.
45. † Christian Kleinschmidt/Florian Triebel (Hrsg.), Marketing. Historische Aspekte der Wettbewerbs- und Absatzpolitik, Essen 2004; Hartmut Berghoff (Hrsg.), Marketinggeschichte. Die Genese einer modernen Sozialtechnik, Frankfurt a. M. 2007.
46. † Ruth Rosenberger, Experten für Humankapital. Die Entdeckung des Personalmanagements in der Bundesrepublik Deutschland, München 2008.
47. † Gerold Ambrosius, Agrarstaat oder Industriestaat – Industriegesellschaft oder Dienstleistungsgesellschaft? Zum sektoralen Strukturwandel im 20. Jahrhundert, in: Reinhard Spree (Hrsg.), Geschichte der deutschen Wirtschaft im 20. Jahrhundert, München 2001, S. 50-69; André Steiner, Die siebziger Jahre als Kristallisationspunkt des wirtschaftlichen Strukturwandels in West und Ost?, in: Konrad H. Jarausch (Hrsg.), Das Ende der Zuversicht? Die siebziger Jahre als Geschichte, Göttingen 2008, S. 29-48.
48. † Vgl. etwa das Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte 2007, H. 2, über „Die bundesdeutsche Massenkonsumgesellschaft 1950-2000“; Karsten Linne, „[...] bisher nur Sonnentage [...]“. Der Aufbau der Volkswagen-Händlerorganisation 1948 bis 1967, in: Zeitschrift für Unternehmensgeschichte 53 (2008), S. 5-32; Raja Scheepers, Ökonomie und Theologie – die Entwicklung des Unternehmens Diakonie in den Scharnierjahrzehnten 1960 bis 1980, in: Zeitschrift für Unternehmensgeschichte 54 (2009), S. 26-49.
49. † Clemens Wischermann, Unternehmensgeschichte als Geschichte der Unternehmenskommunikation: Von der Koordination zur Kooperation, in: ders./Peter Borscheid/Karl-Peter Ellerbrock (Hrsg.), Unternehmenskommunikation im 19. und 20. Jahrhundert. Neue Wege der Unternehmensgeschichte, Dortmund 2000, S. 31-40; ders., Unternehmenskultur, Unternehmenskommunikation, Unternehmensidentität, in: ders. unter Mitwirkung von Anne Nieberding und Britta Stücker (Hrsg.), Unternehmenskommunikation deutscher Mittel- und Großunternehmen. Theorie und Praxis in historischer Perspektive, Dortmund 2003, S. 21-40. Vgl. auch bereits die einschlägigen Beiträge im Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte 1993, H. 2.
50. † Vgl. Ute Daniel, Kompendium Kulturgeschichte. Theorien, Praxis, Schlüsselwörter, Frankfurt a. M. 2001, S. 11-18; Tanner, „Kultur“, S. 214-217.
51. † Vgl. etwa Christoph Fieber, Unternehmensführung durch Mitarbeiterkommunikation in den Ankerwerken im 20. Jahrhundert, in: Wischermann (Hrsg.), Unternehmenskommunikation, S. 147-180; Anne Nieberding, Unternehmenskultur im Kaiserreich. Die Gießerei J.M. Voith und die Farbenfabriken vorm. Friedrich Bayer & Co., München 2002; Berghoff, Moderne Unternehmensgeschichte, S. 147-162.

52. ↑ Thomas Welskopp, Unternehmenskulturen im internationalen Vergleich – oder integrale Unternehmensgeschichte in typisierender Absicht?, in: Hartmut Berghoff/Jakob Vogel (Hrsg.), Wirtschaftsgeschichte als Kulturgeschichte. Dimensionen eines Perspektivenwechsels, Frankfurt a. M. 2004, S. 265-294, insb. S. 273.
53. ↑ Um die aktuelle Spannweite des Genres mit drei Beispielen zu markieren: Hartmut Berghoff/Cornelia Rauh-Kühne, Fritz K. Ein deutsches Leben im zwanzigsten Jahrhundert, München 2000; Lothar Gall, Der Bankier. Hermann Josef Abs. Eine Biographie, München 2004; Richard Tilly, Willy H. Schlieker. Aufstieg und Fall eines Unternehmers (1914-1980), Berlin 2008.
54. ↑ Volker R. Berghahn/Stefan Unger/Dieter Ziegler (Hrsg.), Die deutsche Wirtschaftselite im 20. Jahrhundert: Kontinuität und Mentalität, Essen 2003; Dieter Ziegler (Hrsg.), Großbürger und Unternehmer. Die deutsche Wirtschaftselite im 20. Jahrhundert, Göttingen 2000; Hartmut Berghoff/Jörg Sydow (Hrsg.), Unternehmerische Netzwerke. Eine historische Organisationsform mit Zukunft?, Stuttgart 2007.
55. ↑ Vgl. Christiane Eifert, Auf dem Weg in die wirtschaftliche Elite: Unternehmerinnen in der Bundesrepublik Deutschland, in: Berghahn/Unger/Ziegler (Hrsg.), Wirtschaftselite, S. 353-375.
56. ↑ Vgl. Karl Lauschke, Die Hoesch-Arbeiter und ihr Werk. Sozialgeschichte der Dortmunder Westfalenhütte während der Jahre des Wiederaufbaus 1945-1966, Essen 2000; Dietmar Süß, Kumpel und Genossen. Arbeiterschaft, Betrieb und Sozialdemokratie in der bayerischen Montanindustrie 1945 bis 1976, München 2003; Hermann-Josef Rupieper/Friederike Sattler/Georg Wagner-Kyora (Hrsg.), Die mitteldeutsche Chemieindustrie und ihre Arbeiter im 20. Jahrhundert, Halle 2005.
57. ↑ Thomas Welskopp, Der Betrieb als soziales Handlungsfeld. Neuere Forschungsansätze in der Industrie- und Arbeitergeschichte, in: Geschichte und Gesellschaft 22 (1996), S. 118-142.
58. ↑ Dietmar Süß, Mikropolitik und Spiele. Zu einem neuen Konzept für die Arbeiter- und Unternehmensgeschichte, in: Hesse/Kleinschmidt/Lauschke (Hrsg.), Kulturalismus, S. 117-136.
59. ↑ Hartmut Berghoff, Zwischen Kleinstadt und Weltmarkt. Hohner und die Harmonika 1857-1961. Unternehmensgeschichte als Gesellschaftsgeschichte, Paderborn 1997; vgl. Hans-Ulrich Wehler, Deutsche Gesellschaftsgeschichte, insb. Bd. 1: Vom Feudalismus des Alten Reiches bis zur Defensiven Modernisierung der Reformära 1700-1815, München 1987, S. 6-30.
60. ↑ Vgl. Erker, Externalisierungsmaschine, S. 620-623; beispielhaft: Lorentz/Erker, Chemie.
61. ↑ Christian Kleinschmidt, Der produktive Blick. Wahrnehmung amerikanischer und japanischer Management- und Produktionsmethoden durch deutsche Unternehmer 1950-1985, Berlin 2002; Susanne Hilger, „Amerikanisierung“ deutscher Unternehmen. Wettbewerbsstrategien und Unternehmenspolitik bei Henkel, Siemens und Daimler-Benz (1945/49-1975), Stuttgart 2004. Die Debatte um die „Amerikanisierung“ der deutschen Wirtschaft nach 1945 begann mit den Thesen Volker Berghahns, die jetzt in einer Aufsatzsammlung vorliegen: Industriegesellschaft und Kulturtransfer. Die deutsch-amerikanischen Beziehungen im 20. Jahrhundert, Göttingen 2010.
62. ↑ Vgl. Harm G. Schröter (Hrsg.), The European Enterprise. Historical Investigation into a Future Species, Berlin 2007; ein Bindeglied stellt dabei die Präsenz amerikanischer Unternehmen in Europa dar: Hubert Bonin/Ferry de Goey (Hrsg.), American Firms in Europe. Strategy, Identity, Perception and Performance (1880-1980), Genf 2009.
63. ↑ Vgl. im Überblick Erker, Externalisierungsmaschine, S. 632-640.
64. ↑ Vgl. Paul Windolf (Hrsg.), Finanzmarkt-Kapitalismus. Analysen zum Wandel von Produktionsregimes, Wiesbaden 2005; Werner Plumpe, Das Ende des deutschen Kapitalismus, in: Westend. Neue Zeitschrift für Sozialforschung 2 (2005), H. 2, S. 3-26; aus den einschlägigen Publikationen des Kölner Max-Planck-Instituts für Gesellschaftsforschung: Wolfgang Streeck/Martin Höpner (Hrsg.), Alle Macht dem Markt? Fallstudien zur Abwicklung der Deutschland AG, Frankfurt a. M. 2003, oder jüngst Saskia Freye, Führungswechsel. Die Wirtschaftselite und das Ende der Deutschland AG, Frankfurt a. M. 2009.
65. ↑ Ulrich Bröckling, Das unternehmerische Selbst. Soziologie einer Subjektivierungsform, Frankfurt a. M. 2007; kritisch dazu Jan-Otmar Hesse, Der Konsument als Unternehmer. Fünf Einwände und ein Interpretationsvorschlag, in: Reitmayer/Rosenberger (Hrsg.), Unternehmen, S. 319-335.
66. ↑ Jan-Otmar Hesse/Tim Schanetzky/Jens Scholten (Hrsg.), Das Unternehmen als gesellschaftliches Reformprojekt. Strukturen und Entwicklungen von Unternehmen der „moralischen Ökonomie“ nach 1945, Essen 2004.
67. ↑ Christine Meisner Rosen/Christopher R. Sellers, The Nature of the Firm: Towards an Ecocultural History of Business, in: Business History Review 73 (1999), S. 577-600; Hartmut Berghoff/Matthias Mutz, Missing Links? Business History and Environmental Change, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte 2009, H. 2, S. 9-22; Beispiele aus der empirischen Forschung ebd.
68. ↑ Vgl. aber Silke Fengler, Entwickelt und fixiert. Zur Unternehmens- und Technikgeschichte der deutschen Fotoindustrie, dargestellt am Beispiel der Agfa AG Leverkusen und des VEB Filmfabrik Wolfen (1945-1995), Essen 2009; im Überblick Christian Kleinschmidt, Technik und Wirtschaft im 19. und 20. Jahrhundert, München 2007.
69. ↑ Boris Gehlen, Prolegomena zu einer kritischen Verbandsgeschichte, in: Akkumulation 29 (2010), S. 6-16.

### Empfohlene Literatur zum Thema

Geoffrey Jones, Franco Amatori (Hrsg.), *Business History around the World*, Cambridge University Press, Cambridge 2003, ISBN 9780521821070.

Hartmut Berghoff, *Moderne Unternehmensgeschichte. Eine themen- und theorieorientierte Einführung*, UVK Utb, Paderborn 2004, ISBN 9783825224837.

Paul Erker, *Aufbruch zu neuen Paradigmen. Unternehmensgeschichte zwischen sozialgeschichtlicher und betriebswirtschaftlicher Erweiterung*, in: *Archiv für Sozialgeschichte*. 37, 1997, ISSN 0066-6505, S. 321-65 (online).

Paul Erker, „Externalisierungsmaschine“ oder „Lizenznehmer der Gesellschaft“? *Trends, Themen und Theorien in der jüngsten Unternehmensgeschichtsschreibung*, in: *Archiv für Sozialgeschichte*. 46, 2006, ISSN 0066-6505, S. 605-58.

Paul Erker, „A New Business History“? *Neuere Ansätze und Entwicklungen in der Unternehmensgeschichte*, in: *Archiv für Sozialgeschichte*. 42, 2002, ISSN 0066-6505, S. 557-604.

Karl Lauschke, Christian Kleinschmidt, Jan-Otmar Hesse (Hrsg.), *Kulturalismus, Neue Institutionenökonomik oder Theorienvielfalt. Eine Zwischenbilanz der Unternehmensgeschichte*, Klartext, Essen 2002, ISBN 9783898611084.

Jonathan Zeitlin, Geoffrey Jones (Hrsg.), *The Oxford Handbook of Business History*, Oxford University Press, Oxford 2008, ISBN 9780199263684.

Toni Pierenkemper, *Unternehmensgeschichte. Eine Einführung in ihre Methoden und Ergebnisse*, Steiner, Stuttgart 2000, ISBN 9783515076746.

Werner Plumpe, *Perspektiven der Unternehmensgeschichte*, in: Günther Schulz (Hrsg.), *Sozial- und Wirtschaftsgeschichte. Arbeitsgebiete – Probleme – Perspektiven*. Steiner, Stuttgart 2004, ISBN 9783515084352, S. 403-25.

Werner Plumpe, *Unternehmen*, in: Werner Plumpe, Dietmar Petzina, Gerold Ambrosius (Hrsg.), *Moderne Wirtschaftsgeschichte. Eine Einführung für Historiker und Ökonomen*. 2. Auflage. Oldenbourg, München 2006, ISBN 9783486578782, S. 61-94.