

Corporate Images – Images of the Corporation

9. Jahrestagung der European Business History Association (EBHA)
Frankfurt am Main, 1. bis 3. September 2005

Im modernen Wissenschaftsbetrieb bliebe für die Professoren insbesondere an Business Schools letztlich nichts anders übrig, als sich selbst als Markenprodukte der studentischen Nachfrage anzupreisen. Dieser Schluss – so der Mannheimer Betriebswirt *Alfred Kieser* – liege nahe, wenn Betriebswirte die umfangreichen Ergebnisse der Untersuchungen von Identitätsbildungsprozessen in Unternehmen einmal konsequent auf sich selbst anwendeten. Kieser hatte mit seiner Keynotespeech „How Managers make Corporate Images – and Corporate Images make Managers“ die Leitfrage für die Jahrestagung der European Business History Association (EBHA) diskutiert, die vom 1. bis zum 3. September zum ersten Mal in Deutschland stattfand.

Rund 200 Unternehmenshistoriker aus aller Welt hatten sich nach Frankfurt locken lassen, um über „Corporate Images – Images of the Corporation“ zu diskutieren. Veranstaltet wurde die Tagung gemeinschaftlich vom Lehrstuhl für Wirtschafts- und Sozialgeschichte der Universität Frankfurt (Prof. Dr. Werner Plumpe), dem Arbeitskreis für kritische Unternehmens- und Industriegeschichte an der Universität Bochum (AKKU) und der Frankfurter Gesellschaft für Unternehmensgeschichte. Die thematische Bandbreite der 120 Vorträge reichte dabei von der Werbung von Coca-Cola im Dritten Reich, über die Öffentlichkeitspolitik von Beate Uhse bis hin zu Moden in der uniformierten Unternehmensbekleidung. Ein Vortrag über die Werbekampagne von Benetton gehörte fast zwangsläufig zum Programm, genauso wie Vorträge über die Politik deutscher Unternehmen im Ausland nach dem Zweiten Weltkrieg, als sie ihre eigene NS-Vergangenheit als Absatzproblem entdeckten. Unternehmenspolitik unter totalitären Regimen wurde für den deutschen, den italienischen und den sowjetischen Fall diskutiert sowie für das besetzte Dänemark. Unternehmensinterne Medien waren in Form von Hauszeitschriften und Industriefilmen diskutiert worden und die Darstellung von Unternehmen auf Weltausstellungen wurde anhand zahlreicher Fallbeispiele thematisiert. Schließlich gehörten auch Vorträge über die Management-Wissenschaft und die auf diese Weise vermittelten Bilder vom Unternehmen und den Unternehmern zum Gegenstandsbereich der Tagung.

Es kann hier kaum der Versuch unternommen werden, eine Tagung dieser Größe auch nur annähernd abzubilden. Der Tagungsbericht beschränkt sich daher auf zwei kurze Querschnitte:

1. Die Tagung zeigte die Interdisziplinarität, in der sich die Unternehmensgeschichte mittlerweile entfaltet. Längst gehört die Unternehmensgeschichte nicht mehr zu einer Spezialdisziplin für wenige Wirtschafts- oder Technikhistoriker, sondern sämtliche Felder der Geschichts- und Sozialwissenschaften verwenden den Zugriff auf die Unternehmensarchive, in denen zum Teil aussergewöhnliche Quellen schlummern, für ihre jeweiligen Fragestellungen. Natürlich waren Architekturhistoriker oder Textilhistoriker durch die besondere Themenstellung in besonderer Weise angesprochen und andernorts regte sich auch Kritik an der stark „kulturalistischen“ Ausrichtung, die zu einem bestimmten Grad das Themenspektrum limitiert habe. Die Tagung zeigte aber sehr nachdrücklich, dass eine derartige Unternehmensgeschichtsschreibung nur als Überbau auf der Basis eines stärker betriebswirtschaftlich ausgerichteten Ansatzes Sinn macht. Die zahlreichen Ausflüge in das Reich der Industriefilme und -fotographien, der Werbung und des öffentlichen Erscheinungsbildes von Unternehmen führten immer wieder zu der Frage zurück, mit welchen Kosten

„Corporate Images“ verbunden sind und ab wann sich die Produktion solcher Bilder lohnt, bzw. unter welchen sozio-ökonomischen Rahmenbedingungen sie ein Unternehmen gar nicht mehr verhindern kann.

2. Ein weiteres sehr wichtiges Thema für die Unternehmensgeschichte war die Frage nach dem europäischen oder internationalen Unternehmen. War die Unternehmensgeschichte hierzulande seit einigen Jahren in eine gewissen Sondersituation verfallen – durch die zahlreichen unternehmensfinanzierten Projekte zur NS-Geschichte einerseits, durch einen im internationalen Vergleich ebenso unkomplizierten wie umfassenden Archivzugriff andererseits –, so scheint in europäischen bzw. international vergleichenden Unternehmens- oder Branchenstudien die nähere Zukunft des Faches zu liegen. Diese Forschungsperspektive drängt sich schon für die Untersuchung von zahlreichen, sehr wirtschaftsstarken mittelständischen und Familienunternehmen förmlich auf, die sehr häufig mit wenig Beschäftigten für einen internationalen Markt produzieren und daher nur in diesem Kontext begriffen werden können. Aber auch für (multinationale) Großunternehmen liegt das zukünftige Forschungsfeld in deren internationalem Kontext, insbesondere wenn – ebenfalls ein jüngerer Forschungstrend – die Zeit seit den 1970er Jahren verstärkt in den Blick genommen werden soll. Bei der Internationalisierung der deutschen Unternehmensgeschichte geht es nicht darum, ein „Modell Deutschland“ oder einen „deutschen Stil“ der Unternehmensführung herauszuziselieren. Vielmehr ist mangels Forschung bislang überhaupt erst herauszufinden, welches die Gemeinsamkeiten und die Unterschiede deutscher, europäischer oder amerikanischer Unternehmensführung gewesen sind und zu welchen Wirtschaftsordnungen und Unternehmensverfassungen diese „Stile“ führen.

Das Programm der Frankfurter Konferenz steht noch einige Wochen auf der Site der Gesellschaft für Unternehmensgeschichte zur Verfügung (<http://www.unternehmensgeschichte.de/ebha2005>). Die nächste EBHA-Konferenz zum Thema „The Dynamics of Capitalism and Business Enterprise – 200 years of Business Success, Failure and Scandal“ wird an der Kopenhagen Business School am 17.–20.8.2006 stattfinden. Proposals sind bis zum 15. Januar 2006 an Jorgen Fink einzureichen (hisjf@hum.au.dk). Details unter <http://www.cbs.dk/ebha2006>

Jan-Otmar Hesse

Kontakt:

Jan-Otmar Hesse
J.W.Goethe-Universität Frankfurt am Main
Wirtschafts- und Sozialgeschichte
j.o.hesse@em.uni-frankfurt.de

Copyright

Arbeitsgemeinschaft außeruniversitärer historischer Forschungseinrichtungen
in der Bundesrepublik Deutschland e.V., 2005.

Kein Teil dieser Publikation darf ohne ausdrückliche schriftliche Genehmigung der AHF in irgendeiner Form reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

AHF, Aldringenstraße 11, 80639 München
Telefon: 089 – 13 47 29, Fax: 089 – 13 47 39
E-Mail: info@ahf-muenchen.de, Website: <http://www.ahf-muenchen.de>

Empfohlene Zitierweise / recommended citation style:

AHF-Information. 2005, Nr.098
URL: <http://www.ahf-muenchen.de/Tagungsberichte/Berichte/pdf/2005/098-05.pdf>