Unternehmensgeschichte trifft Entrepreneurship

Veranstalter: Dorothea Schmidt, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften, Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin

Datum, Ort: 09.11.2012-10.11.2012, Berlin

Bericht von: Stefanie Lechner, Institut für Wirtschafts- und Sozialgeschichte, Philipps-Universität Marburg

Ob sich der Entrepreneur, also der innovationsfreudige Unternehmer, bald zusammen mit anderen, einst modischen Begriffen aus Politik und Wissenschaft in ein Seniorenheim der Schlagworte zurückziehen werde, fragte Gastgeberin Dorothea Schmidt (Berlin) eingangs der Jahrestagung 2012 des Arbeitskreises Kritische Unternehmens- und Industriegeschichte (AKKU) in der Hochschule für Wirtschaft und Recht, Berlin. Sie formulierte diese Frage teils ernst, teils ironisch, hofften doch die Veranstalter der Tagung viel mehr, dass sich der „Entrepreneur“ als möglichst vitales Konzept behaupten würde. In vier Sektionen versuchten die Teilnehmer auszuloten, auf welche Weise das Konzept „Entrepreneurship“ für die Unternehmensgeschichte fruchtbar gemacht werden könne. Möglicherweise könne die Figur des „Entrepreneurs“ dazu beitragen, die Kluft zwischen Sozialwissenschaften und Ökonomie zu überbrücken.

Anhand ihrer Untersuchung der Zeitschrift „Wirtschaftswoche“ zeichnete DOROTHEA SCHMIDT (Berlin) mit leichtem Federstrich nach, wie Unternehmer in den fünfziger Jahren zunächst als „Symbol der Freiheit“ inszeniert wurden, teils in Frontstellung zu Gewerkschaften und später auch zur staatlichen Bürokratie und zur Studentenbewegung, teils wehleidig in der Krise der 70er-Jahre. Doch selbst in den Debatten um die „Gründerszene“ der 1980er-Jahre – der „Entrepreneur“, so Schmidts Befund, sei in der „Wirtschaftswoche“ de facto nicht anzutreffen, sondern überlebe einsteilen „auf den gut ausgestatteten Inseln von Politik und Hochschule“.

Die Verständigung über eine analytisch angemessene Fassung des Begriffes war ein Anliegen der Teilnehmer, wobei Schumpeters klassisches Konzept des innovativen Unternehmers, von ALFRED RECKENDREES (Ko-

penhagen) präzise und kritisch präsentiert, als Folie diente. Dabei zeigten sich rasch methodische Herausforderungen: Wie beispielsweise kann Innovation adäquat gemessen werden, wenn Hilfsgrößen wie „Gründungsaktivität“ nicht unproblematisch sind? Zudem zeigte sich immer wieder, dass sich im Begriff des „Entrepreneur“ analytische und normative Elemente überschneiden. ALFRED KIESER (Mannheim) verwies auf eine allgegenwärtige Instrumentalisierung des Begriffes „Unternehmer“. Gegenläufige Tendenzen der medialen Heldenverehrung erfolgreicher Unternehmer einerseits und einer intendierten Ausdehnung unternehmerischen, das heißt innovativen Verhaltens auf alle Hierarchieebenen großer Organisationen andererseits motivierten potentielle Unternehmer, ihre Geschäftsideen ins Werk zu setzen, obgleich die Wahrscheinlichkeit zu scheitern extrem hoch sei.

Die seit Max Webers klassischen Aufsätzen¹ immer wieder aufgeworfene Frage nach einem möglichen Zusammenhang zwischen Religion und ökonomischer Performanz stellte MARTIN LUTZ (Berlin) in seinem Werkstattbericht neu. Lutz untersucht Unternehmer in den amischen und mennonitischen Gemeinschaften in den Vereinigten Staaten im 19. und 20. Jahrhundert. Beide Gruppen, die modernen Lebensformen und Technik kritisch bis ablehnend gegenüberstehen, zeichnen sich durch einen überraschend hohen Anteil von Unternehmern aus. Diese behaupten sich vor allem in Nischen im Agrarsektor, Möbelbau, Tourismus und Maschinenbau. Ihre innovative Leistung, vermutete Lutz in einer Umdeutung des Schumpeterschen Ansatzes, bestehe in der beständigen Herausforderung der Gemeinschaft, wenn sie beispielsweise deren Haltung zu Telefon und Internet neu aushandelten.

Eine rege Diskussion um die Frage, wie im Einzelfall unterschieden werden könne, ob Manager einem zeitgenössischen Trend folgen oder tatsächlich eine Vorreiterrolle einnehmen, entspann sich zu dem Vortrag von CHRISTIAN MARX (Saarbrücken) und BENJAMIN OBERMÜLLER (Bochum), die

¹ Max Weber, Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus. Herausgegeben und eingeleitet von Dirk Kaesler, München 2004.

Ausbildungs- und Karrierewege von Paul und Hermann Reusch nachzeichneten. Benjamin Obermüller arbeitete heraus, dass Hermann Reusch als Manager der Gutehoffnungshütte keineswegs nur „Frühstücksdirektor“ oder „Verwalter des Erbes“ gewesen sei, sondern durch strategische Entscheidungen insbesondere zur Unternehmensstruktur hervorgetreten sei.

Obgleich die große Mehrzahl der Firmen Gründungen nach kurzer Zeit wieder untergeht und generell das Jubiläum ein eher unwahrscheinliches Ereignis ist², dominieren in der Forschung Erfolgsgeschichten. Diesem oft beklagten Ungleichgewicht stellte nun THOMAS SCHÜTZ (Stuttgart) seine Fallbeispiele entgegen – zwei Erfinder, die mit ihren Startup-Unternehmen vergeblich versuchten, in der Microcar-Welle der 1950er-Jahre zu reüssieren. Arthur Hurst, der Marktchancen in der Entwicklung von Fahrzeugen für Versehrte witterte, scheiterte an dem Versuch, eine eigene Aluminiumgießerei aufzubauen. Egon Brüttsch'ens Kunststoff-Karosserien hingegen erwiesen sich im Wortsinn als brandgefährlich und fielen im Praxistest durch. Ein wenig aus dem Rahmen der Tagung insgesamt fiel der Beitrag von SONJA NIEDERACHER (Wien), die sich mit der Ungleichbehandlung von männlichen und weiblichen Erben in Wien zu Beginn des 20. Jahrhunderts beschäftigte und dabei mit ihrem über den Besitz definierten Unternehmerbegriff keinen Anschluss an die Entrepreneurship-Forschung herstellte.

Wie aber wirken die im Diskurs gepflegten Selbstbilder auf das Handeln der Unternehmer zurück? ALBRECHT FRANZ (Heidelberg), der in seinem Dissertationsprojekt das Verhalten von Unternehmern im Kaiserreich und in der Bundesrepublik zur Frage der Arbeitszeit vergleicht, vertrat die These, dass Selbstbeschreibungen in maßgeblicher Weise die Optionen in Verhandlungen einschränkten. Die Semantik vom „Herr im Hause“ sei eben mehr als Rhetorik gewesen, da sie die Gewerkschaften als legitime Verhandlungspartner ausgegrenzt habe. In der frühen Bundesrepublik hingegen habe der semantische Bezug auf ein sozialpartnerschaftliches Selbstbild konsensuale Lösungen begünstigt. RONALD KROEZE und SJOERD KEULEN (beide Amsterdam) wandten sich

der Funktion von Unternehmensgeschichte in der Außendarstellung und in der Mitarbeitermotivation von deutschen Unternehmen zu. Sie warben für einen methodische Öffnung zum „Linguistic Turn“ in der Unternehmensgeschichte. Beide Vorträge boten reichlich Ansatzpunkte für eine kritische Auseinandersetzung zum einen mit der Differenzierung zwischen Oberflächensemantik, zum Beispiel im „Historymarketing“, und tatsächlicher Selbstbeschreibung im Unternehmen sowie der Frage, wie diese bei strategischen Entscheidungen mit konkreten wirtschaftlichen Interessen zusammenwirken.

Scharfe Kritik an einem in der Gründungsforschung und -beratung verwandten Begriff des Entrepreneurs übte HEINZ ZIPPRIAN (Berlin). Dieser sei normativ aufgeladen und verdeckte beschönigend eine aus der Not heraus geborene Selbstvermarktung in Gestalt von „Ich-AGs“ und anderen Formen prekären Freiberufertums. Ein solcher zur „Sammelkategorie“ erweiterter Entrepreneurbegriff schien denn auch den Teilnehmern ungeeignet für die unternehmenshistorische Forschung.

Von einem tatsächlichen oder vermeintlichen „Verschwinden“ von Unternehmerinnen sowohl aus den Führungsetagen der Unternehmen als auch aus dem wissenschaftlichen Diskurs über Unternehmer und Unternehmen sprach STEFANIE VAN DE KERKHOF (Mannheim). In der frühen Industrialisierung sehr wohl präsent, brachten Frauen wie Aletta Haniel oder Helene Krupp als innovative Unternehmerinnen Kapital ein und trafen strategische Entscheidungen. Als im Kaiserreich Geschlechterrollen zunehmend separaten Sphären zugeordnet wurden, traten Frauen aus der Öffentlichkeit zurück, wirkten aber zum Teil „hinter den Kulissen“ an der Unternehmensleitung mit. Van de Kerkhof plädierte nachdrücklich dafür, diese Formen verdeckten weiblichen Unternehmertums zu untersuchen.

Dem engen Zeitrahmen der Tagung – 13 Vorträge in vier Sektionen – fielen zwei profunde Beiträge beinahe zum Opfer, da sie

² Werner Plumpe, Die Unwahrscheinlichkeit des Jubiläums - oder: warum Unternehmen nur historisch erklärt werden können, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte 2003/1, S.143–156.

von den Referenten stark komprimiert vorge-
tragen werden mussten und trotz regen In-
teresses der Teilnehmern kaum noch ange-
messenen diskutiert werden konnten. ULRIKE
SCHULZ (Bielefeld) und MARCUS BÖICK
(Bochum) thematisierten Entrepreneurship in
der ehemaligen DDR. Auch in der Planwirt-
schaft habe es Spielräume für unternehmer-
isches Handeln gegeben, zeigte Schulz am
Beispiel der VEB „Fahrzeug und Gerätewerk
Simson Suhl“ auf und verwies dabei auf
die Ebene der Betriebsdirektoren. Diese sei-
en in den Aushandlungsprozessen des Plan-
systems eben keine reinen Anweisungsemp-
fänger gewesen. Die Betriebsleiter hätten ei-
nerseits keine Strukturentscheidungen tref-
fen können, andererseits sehr wohl Initia-
tive gezeigt und durch ihr Know-How Spiel-
räume ausgenutzt. Marcus Böick beschäftigte
sich mit der Treuhand, an deren Beispiel wie
in einem Brennglas zeitgenössische Wahrneh-
mung, Vorurteile und Erfahrungen über ost-
deutsche Manager im Übergang vom Plan zu
Markt deutlich sichtbar wurden.

Unter dem weiten Rock der
„Entrepreneurship“-Forschung, so zeigte
diese Tagung, finden viele, disparate
Konzepte Platz, von denen sich einige be-
fruchten mögen. In anderen Fällen wurde
den Teilnehmern einmal mehr bewusst, dass
fachübergreifender Austausch nur dann trag-
fähige Ergebnisse liefern kann, wenn über die
vermeintlich gemeinsamen Begriffe reflektiert
wird. Das Ringen um einen operationalen
Begriff des Entrepreneurs, der die verschiede-
nen an diesem Feld interessierten Disziplinen
verbindet, ist keineswegs abgeschlossen.

Konferenzübersicht:

1. Entree:

Dorothea Schmidt (Berlin): Entrepreneurship
– Die Karriere eine Begriffs.

Alfred Reckendrees (Kopenhagen): Schumpeter.
Entrepreneurship als Innovation.

Alfred Kieser (Mannheim): Selbst- und
Fremdbilder von Unternehmen.

2. Entrepreneurship und Innovation in ver- schiedenen Perioden:

Martin Lutz (Berlin): Amisches und mennoni-
tisches Unternehmertum in den USA.

Sonja Niederacher (Wien): Firmen-Erbinnen
und Erben zu Beginn des 20. Jahrhunderts in
Wien.

Christian Marx (Saarbrücken) / Benjamin
Obermüller (Bochum): How to Become an
Entrepreneur? Paul und Hermann Reusch
als erfolgreiche Managerdynastie im 20.
Jahrhundert.

Thomas Schütz (Stuttgart): Vom schlechten
Beispiel lernen – Gescheiterte Startups am
Beispiel der Microcar-Welle der 1950er Jahre
in Stuttgart.

3. Das Unternehmerbild und seine Semanti- ken:

Albrecht Franz (Heidelberg): Vom Patriar-
chen zum Sozialpartner: Mehr als Semantik?
Folgen unternehmerischer Selbstdeutung am
Beispiel der Arbeitszeitfrage.

Ronald Kroeze (Amsterdam)/ Sjoerd Keu-
len (Amsterdam): The Legacy of Great
Dutch/European Entrepreneurs And How
The Modern Management Uses Them.

Heinz Zipprian (Berlin): Das Ideal als Wirk-
lichkeit? Zur Kritik des Entrepreneurship-
Konzepts am Beispiel der Gründungsfor-
schung.

4. Entrepreneurship im real existierenden So- zialismus

Ulrike Schulz (Bielefeld): Eigentum und
Entrepreneurship. Methodisch-theoretische
Überlegungen zum „Unternehmen als Kör-
perschaft“.

Marcus Böick (Bochum): Rote Adepten des
Kapitalismus? Zeitgenössische Perspektiven
auf ostdeutsche ‚Manager‘ im Übergang von
der Plan- zur Marktwirtschaft.

5. Resümee:

Alfred Reckendrees (Kopenhagen)

Tagungsbericht *Unternehmensgeschichte trifft
Entrepreneurship*. 09.11.2012-10.11.2012, Ber-
lin, in: H-Soz-u-Kult 08.01.2013.