



Unternehmensgeschichte trifft Entrepreneurship. Berlin: Dorothea Schmidt, Fachbereich Wirtschaftswissenschaften, Hochschule für Wirtschaft und Recht Berlin, 09.11.2012-10.11.2012.

Reviewed by Stefanie Lechner

Published on H-Soz-u-Kult (January, 2013)

Unternehmensgeschichte trifft Entrepreneurship

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 einstweilen „auf den gut ausgestatteten Inseln von Politik und Hochschule“.

Die Verständigung über eine analytisch angemessene Fassung des Begriffes war ein Anliegen der Teilneh-

mer, wobei Schumpeters klassisches Konzept des innovativen Unternehmers, von ALFRED RECKENDREES (Kopenhagen) 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 Aufsätzen Max Weber, *Die protestantische Ethik und der Geist des Kapitalismus*. Herausgegeben und eingeleitet von Dirk Käsler, München 2004. 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 An-

teil 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 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.

Obleich die große Mehrzahl der Firmengründungen nach kurzer Zeit wieder untergeht und generell das Jubiläum ein eher unwahrscheinliches Ereignis ist Werner Plumpe, Die Unwahrscheinlichkeit des Jubiläums - oder: warum Unternehmen nur historisch erklärt werden können, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte 2003/I, S.143–156. , 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 Brütsch'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 von den Referenten stark komprimiert vorgetragen werden mussten und trotz regen Interesses der Teilnehmern kaum noch angemessen diskutiert

werden konnten. ULRIKE SCHULZ (Bielefeld) und MARCUS BÖICK (Bochum) thematisierten Entrepreneurship in der ehemaligen DDR. Auch in der Planwirtschaft habe es Spielräume für unternehmerisches Handeln gegeben, zeigte Schulz am Beispiel der VEB „Fahrzeug und Gerätewerk Simson Suhl“ auf und verwies dabei auf die Ebene der Betriebsdirektoren. Diese seien in den Aushandlungsprozessen des Plansystems eben keine reinen Anweisungsempfänger gewesen. Die Betriebsleiter hätten einerseits keine Strukturrentscheidungen treffen können, andererseits sehr wohl Initiative gezeigt und durch ihr Know-How Spielräume ausgenutzt. Marcus Böick beschäftigte sich mit der Treuhand, an deren Beispiel wie in einem Brennglas zeitgenössische Wahrnehmung, Vorurteile und Erfahrungen über ostdeutsche 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 befruchten mögen. In anderen Fällen wurde den Teilnehmern einmal mehr bewusst, dass fachübergreifender Austausch nur dann tragfähige Ergebnisse liefern kann, wenn über die vermeintlich gemeinsamen Begriffe reflektiert wird. Das Ringen um einen operationalen Begriff des Entrepreneurs, der die verschiedenen an diesem Feld interessierten Disziplinen verbindet, ist keineswegs abgeschlossen.

Konferenzübersicht:

1. Entree:

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

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

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

2. Entrepreneurship und Innovation in verschiedenen

Perioden:

Martin Lutz (Berlin): Amisches und mennonitisches 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 Semantiken:

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

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

Heinz Zipprian (Berlin): Das Ideal als Wirklichkeit? Zur Kritik des Entrepreneurship-Konzepts am Beispiel der Gründungsforschung.

4. Entrepreneurship im real existierenden Sozialismus

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

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

5. Resümee:

Alfred Reckendrees (Kopenhagen)

If there is additional discussion of this review, you may access it through the network, at:

<http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/>

Citation: Stefanie Lechner. Review of , *Unternehmensgeschichte trifft Entrepreneurship*. H-Soz-u-Kult, H-Net Reviews. January, 2013.

URL: <http://www.h-net.org/reviews/showrev.php?id=38030>

Copyright © 2013 by H-Net, Clio-online, and the author, all rights reserved. This work may be copied and redistributed for non-commercial, educational purposes, if permission is granted by the author and usage right holders. For

permission please contact H-SOZ-U-KULT@H-NET.MSU.EDU.