

Hartmut Berghoff. *Moderne Unternehmensgeschichte: Eine themen- und theorieorientierte Einführung.* Stuttgart: UTB, 2004. 380 S. EUR 17.90 (broschiert), ISBN 978-3-8252-2483-7.



Reviewed by Ralf Banken

Published on H-Soz-u-Kult (June, 2004)

H. Berghoff: Moderne Unternehmensgeschichte

Spätestens seit Anfang der 90er-Jahre zeigt sich auch in der deutschen Wirtschaftsgeschichte des 19. und 20. Jahrhunderts ein Paradigmenwechsel hin zu mikroökonomischen Untersuchungen, in denen sich die Forschung auch immer stärker der Entwicklung von Unternehmen widmet. Dieser Boom der Unternehmensgeschichte, der ab Mitte der 90er-Jahre zusätzlich durch die Sonderkonjunktur von Forschungsaufträgen verschiedener Großunternehmen (Allianz, Deutsche und Dresdner Bank, Degussa u.a.) zu ihren Geschäftsaktivitäten im „Dritten Reich“ verstärkt wurde, lässt sich dabei zumeist von der älteren Firmengeschichtsschreibung und fand immer mehr Anschluss an die angelsächsische Tradition der theoriegeleiteten, kritischen Business History.

Die gewachsene Bedeutung des wirtschaftsgeschichtlichen Teilfaches lässt sich dabei vor allem daran ablesen, dass kurze Zeit nach einer ersten Einführung in die Unternehmensgeschichte von Toni Pierenkemper Pierenkemper, Toni, Unternehmensgeschichte. Eine Einführung in ihre Methoden und Ergebnisse, Stuttgart 2000. nun ein zweites Lehrbuch auf dem Markt ist.

Hartmut Berghoffs „Moderne Unternehmensgeschichte“ zielt dabei nach seiner eigenen Intention weniger auf die Fachexperten, sondern stärker auf Studenten historischer und ökonomischer Fächer sowie auf interessierte Laien in Wissenschaft und Öffentlichkeit. Auf Basis eines „reflektierten Eklektizismus“ und einer Offenheit zu unterschiedlichsten Ansätzen strebt Berghoff mit seinem Werk eine multidimensionale, interdisziplinäre und theoriegeleitete, aber dennoch quellen-nahe und anschauliche Einführung an, die den Stoff anhand ausgesuchter theoretisch fundierter Themenfelder „berblicksartig“ präsentiert (S. 7-9). Er wählt dabei eine dezidiert internationale Perspektive, wobei deutsche, britische und amerikanische Beispiele dominieren. Die einzelnen Kapitel sind systematisch gegliedert und beschäftigen jeweils mit einer übergeordneten oder mehreren eng zusammenhängenden Fragestellungen.

Im ersten Abschnitt widmet sich Berghoff dem Nutzen der Unternehmensgeschichte für die Wirtschaftswissenschaften und Unternehmen selbst, aber auch ihrer Bedeutung für die historische Forschung. Die Bedeutung von Unternehmen für letztere sieht er dabei so-

wohl in ihrer Rolle als ökonomischer Motor wirtschaftlicher Entwicklung, als Handlungsfeld sozialer Interaktionen, als kulturschaffende Institutionen, aber auch als politische Akteure gegeben. Im zweiten Kapitel steht dann zunächst die Frage nach der Funktion der Unternehmer (Statisten oder Titanen?) anhand verschiedener Erklärungsversuche (u.a. Historische Schule, Schumpeter, Casson) im Vordergrund, bevor sich der Autor ausführlich der Theorie der Unternehmung widmet. Hierbei präsentiert Berghoff sowohl ökonomische (Neoklassik, Evolutionsökonomie und die von ihm favorisierten Institutionenökonomik), aber auch sozialwissenschaftliche Ansätze (Bürokratiethese Max Webers, Systemtheorie u.a.) und plädiert nachdrücklich für die pragmatische Nutzung dieses Theorieangebotes. Die sich wandelnden Unternehmensstrukturen bilden dann den dritten Teil des Lehrbuches. Umfassend werden hier anhand von Chandlers Forschungen und dessen Kritikern vor allem die Entwicklung zu Großbetrieben, die Organisationsstrukturen, das Aufkommen von Managern und Management sowie deren Unternehmensführung und -strategien dargestellt. Die Entwicklung mittelständischer Unternehmen, insbesondere deren Überlebensstrategien (Qualitäts-, Nischen- und Spezialisierungsstrategien) werden anschließend im vierten Abschnitt thematisiert, bevor im fünften die Entwicklung der multinationalen Unternehmen in ihren jeweiligen Phasen (1840-1914, 1914-45, 1945-73, 1973-2000) beschrieben wird. Anhand verschiedener Konzepte der Unternehmenskultur (Deal/Kennedy, Matis) sowie der Bedeutung von Unternehmensethik und Netzwerken (Familien, strategische und regionale Netzwerke) für Firmen werden in einem weiteren Abschnitt Unternehmen auch als soziokulturelle Handlungsfelder vorgestellt und die Erkenntnismöglichkeiten dieses Untersuchungsgebietes durch eine Vielzahl an Beispielen illustriert.

Das siebte und längste Kapitel des Buches beschäftigt sich anschließend mit der politischen Geschichte des Unternehmens, d. h. das Verhältnis zwischen Politik, Staat und den Unternehmen. Präsentiert wird dieses anhand des deutschen Falls und zahlreichen Themen von der Preussischen Gewerbeförderung über den Korporatismus des Kaiserreiches, der Weimarer Republikfeindschaft, den NS-Verstrickungen bis zu den bundesrepublikanischen Spendenskandalen. Ausführlicher geht Berghoff hier zudem auf die Entwicklung der Arbeitsbeziehungen und das Engagement von Unternehmern und Unternehmen in der Kommunalpolitik ein. In den weiteren Kapiteln stehen die soziale Herkunft der Unternehmer und Manager, deren Akade-

misierung, die Rolle der Frauen als Unternehmerinnen bzw. Ehefrauen von Unternehmern (Sozial- und Kulturgeschichte des Wirtschaftsbergertums, Kapitel 8) sowie der Einsatz unterschiedlicher Produktionstechniken (Kapitel 9) im Vordergrund der Ausführungen. Bei letzterem Thema diskutiert der Autor dabei u.a. die Bedeutung des technischen Fortschritts, die Institutionalisierung der Forschung und Entwicklung und die Herausbildung nationaler Technikpfade. Besonders detailliert geht Berghoff auf verschiedene Produktionssysteme ein, wobei er nicht nur das der Massenproduktion (Fordismus, Taylorismus), sondern auch alternative Konzepte, u.a. die neuere Typologie von Philip Scranton (batch, custom, mass oder bulk production), erörtert. Ausführlich wird dann schließlich im zehnten Abschnitt die ansonsten übliche Zentrierung der deutschen Wirtschafts- und Unternehmensgeschichte auf die Produktion aufgebrochen und die Vermarktung thematisiert. In den drei Unterkapiteln werden die Geschichte des Marketings sowie die Entwicklung der Werbung und des Einzelhandels umfassend dargestellt. Im letzten Kapitel geht Berghoff kurz auf die Geschichte der Disziplin ein und bietet dem Leser eine Übersicht der wichtigsten Institutionen und Adressen im Internet. Abschließend enthält der Band ein Personen- und Unternehmensregister.

Deutlich ist erkennbar, dass Berghoffs moderne Unternehmensgeschichte auf seinem eigenen unternehmensgeschichtlichen Forschungskonzept der „Unternehmensgeschichte als Gesellschaftsgeschichte“ basiert. Zum Konzept siehe die Habilitationsschrift Berghoffs: Berghoff, Hartmut, Zwischen Kleinmarkt und Weltmarkt. Hohner und die Harmonika 1857-1961. Unternehmensgeschichte als Gesellschaftsgeschichte, Paderborn 1997, S. 13-17. Er nimmt damit eine eigenständige Position in der Fachdiskussion ein, ob die Unternehmensgeschichte sich in einem ersten Schritt auf den ökonomischen Kern konzentrieren oder als Teil der allgemeinen Geschichte alle wirtschaftlichen, politischen, sozial- und kulturgeschichtlichen Fragestellungen gleichberechtigt betreiben soll. Siehe hierzu die Diskussionsbeiträge von Toni Pierenkemper, Manfred Pohl, Harm G. Schröter, Florian Triebel, Jürgen Seidl und Peter Borscheid in der Zeitschrift für Unternehmensgeschichte 1999-2001. Berghoffs Konzept zufolge soll die Geschichte von Unternehmen anhand der vier Achsen Wirtschaft, Politik, Gesellschaft und Kultur integrativ und multidimensional erfasst werden, um so einen Beitrag zur Klärung makrohistorischer Transformationsprozesse zu leisten, statt sich – wie Ansätze rein betriebswirtschaftlicher Art – nur auf einen Aspekt un-

ternehmerischer Entwicklung zu beschränken (S. 29). Berghoff betont allerdings, dass die einzelnen Dimensionen des Konzeptes nicht gleichgewichtig nebeneinander stehen und die ökonomische Eigenlogik für das betriebliche Handeln bzw. für die historische Analyse von Unternehmen eine größere Bedeutung besitze. Jedoch wird anhand seiner Ausführungen nicht genau deutlich, welches Gewicht und Erklärungskraft er jeweils den vier Dimensionen zumisst. Auch geht aus seinen einleitenden Ausführungen nicht hervor, nach welchen Kriterien er die im Buch behandelten Themenfelder von zentraler Bedeutung ausgesucht hat und warum er sie so und nicht anders gewichtet. Auffallend ist zudem, dass man sieht einmal vom Kapitel über die Organisationsstrukturen sowie einigen Fallbeispielen ab die Entwicklung der Unternehmen überwiegend anhand von Marktanalysen und Unternehmensvergleichen, d.h. durch die Sicht von außen auf Unternehmen dargestellt wird. Im Unterschied zu Pierenkempers Einführung wird die Entwicklung interner Firmenabläufe und betriebswirtschaftlicher Vorgänge (Buchhaltung, Controlling, Beschaffung, Finanzierung u.a.) zu meist nur implizit thematisiert, d.h. sie bilden keine eigenen Untersuchungsobjekte. Anders als diese legitime Grundkonzeption, die allerdings eine genauere Erläuterung verdient hätte, ist der Verzicht auf Belege und ausführlichere Literaturhinweise wirklich zu bemängeln, da die am Ende eines jeden Kapitels aufgeführte benutzte Literatur nicht immer vollständig ist und für eine Einführung ins Fach keineswegs ausreicht. Gerade aufgrund der zahlreichen internationalen Beispiele wären genauere bibliografische Verweise

am ehesten sinnvoll gewesen, vor allem für das Zielpublikum der Studenten und Fachfremden.

Trotz dieses Einwands kann man jedoch festhalten, dass Berghoffs sein Ziel, mit dem Band ein interdisziplinäres und theoriegeleitetes Lehrbuch für Studenten und Fachfremde zu verfassen, vollumfänglich erreicht hat, was vor allem auf seinen anschaulichen Stil und die zahlreichen Fallbeispiele zurückzuführen ist. Die Ausführungen, die sich insgesamt stärker auf die Entwicklung der Unternehmen im 20. Jahrhundert konzentrieren und das 19. Jahrhundert schwächer gewichten, bewegen sich immer auf der Höhe der Forschung und verschaffen nicht nur dem Fachfremden einen konzisen Überblick über das Wesentliche des Gegenstandes, sondern bieten auch Unternehmenshistorikern zusätzliche Erkenntnisse. Besonders positiv ist hervorzuheben, dass immer wieder eine internationale Perspektive eingenommen wird, wodurch sich die Geschichte deutscher Unternehmen in allgemeine Entwicklungsstränge einordnen lässt und zugleich dem hiesigen Fach auch neue Forschungsfelder aufgezeigt werden. Zudem wird der Forschungsstand einiger im deutschsprachigen Raum bisher vernachlässigter Themen (z. B. Frauen und Unternehmen, Geschichte des Einzelhandels) erstmalig sehr gut präsentiert. Berghoffs vielschichtige Einführung bietet damit insgesamt einen sehr guten Überblick über die umfangreichen Erkenntnismöglichkeiten der neueren Unternehmensgeschichte für die allgemeine Geschichtswissenschaft und interessierte Nachbardi disziplinen.

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

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

Citation: Ralf Banken. Review of Berghoff, Hartmut, *Moderne Unternehmensgeschichte: Eine themen- und theorieorientierte Einführung*. H-Soz-u-Kult, H-Net Reviews. June, 2004.

URL: <http://www.h-net.org/reviews/showrev.php?id=18694>

Copyright © 2004 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.