

Thomas Prüfer

Markt und Möglichkeiten angewandter Unternehmensgeschichte

GWU 66, 2015, H. 3/4, S. 133–140

Die Unternehmensgeschichte ist seit gut 20 Jahren ein expandierendes Feld, sowohl im wissenschaftlichen als auch im öffentlichen Raum. Seit Ende der 1990er Jahre bietet eine wachsende Zahl von Geschichtsenten und freiberuflichen Historikern Unternehmen Geschichtsberatung und -vermittlung als historische Dienstleistung an. Heute sind es etwa 40. Der Markt ist groß: Mehr als 400 mittlere und große Firmen können in Deutschland jedes Jahr ein rundes Jubiläum feiern. Immer häufiger greifen sie auf die Unterstützung von historischen Dienstleistern zurück, verbunden mit hohen Ansprüchen an die fachliche, kommunikative und organisatorische Professionalität.

Roman Köster

Zum Verhältnis von akademischer und angewandter Unternehmensgeschichte

GWU 66, 2015, H. 3/4, S. 141–151

Der vorliegende Text setzt sich mit dem Verhältnis von angewandter und akademischer Unternehmensgeschichte auseinander. Dabei wird zunächst dargelegt, dass sich die wissenschaftliche Unternehmensgeschichte gerade in Auseinandersetzung mit der bezahlten Auftragsforschung entwickelt hat, wobei nicht zuletzt die Frage der NS-Vergangenheit deutscher Unternehmen gleichfalls zu einer „Verwissenschaftlichung“ von letzterer führte. Gleichwohl bringt Auftragsforschung gewisse strukturelle Zwänge mit sich, die sie von der Forschung im akademischen Kontext notwendigerweise unterscheidet. Das führt jedoch nicht zwingend dazu, dass angewandte und akademische Unternehmensgeschichte im Gegensatz zueinander stehen müssen; vielmehr können sie sich produktiv ergänzen.

Cord Arendes/Angela Siebold
Zwischen akademischer Berufung und privatwirtschaftlichem Beruf

Für eine Debatte um Ethik und Verhaltenskodizes in der historischen Profession

GWU 66, 2015, H. 3/4, S. 152–166

Durch die Verzahnung der Geschichtswissenschaft mit außeruniversitären historischen Akteuren treten zunehmend ethische Herausforderungen auf. Sie reichen von Qualitätsstandards über Transparenzkriterien bis hin zu verwaltungs- und arbeitsrechtlichen Fragen und betreffen akademisch und privatwirtschaftlich arbeitende Historiker sowie Studierende, Auftraggeber und Rezipienten. Wo liegen die Kriterien für eine gute wissenschaftliche Praxis und in welchem Verhältnis stehen diese zu außeruniversitären Tätigkeitsfeldern? Können die internationalen und interdisziplinären Vorarbeiten zu Verhaltens- und Ethikkodizes hierfür nutzbar gemacht werden? Für Lösungswege ist ein breiter Austausch über die Grenzen der akademischen Geschichtswissenschaft hinaus notwendig.

Manfred Grieger

Unternehmensgeschichte aus dem Unternehmen

Die Historische Kommunikation der Volkswagen Aktiengesellschaft zwischen Wissenschaft, Marketing und Event

GWU 66, 2015, H. 3/4, S. 167–173

Als Ergebnis der öffentlichen Auseinandersetzungen um die Rolle von Unternehmen im Nationalsozialismus erfolgte seit den 1990er Jahren eine Verwissenschaftlichung der Unternehmenskommunikation zu historischen Themen. Am Beispiel von Volkswagen werden ergänzend die jüngeren Trends zur Nutzung von Geschichte für verkauf- und imagesteigernde Zwecke („History Marketing“) oder zur Eventisierung aufgezeigt. Hybride Geschichtsdarstellungen

nehmen zu, wissenschaftsfundierte Unternehmensgeschichten entstehen inzwischen auch innerhalb von Unternehmen.

Ingo Stader

Das Jubiläum als Kommunikationskampagne

GWU 66, 2015, H. 3/4, S. 174–180

Der Bedarf an historischen Dienstleistungen außerhalb öffentlicher Kultureinrichtungen ist in den letzten Jahren stark gewachsen. Dieses Marktbedürfnis spiegelt sich auch in der zunehmenden Professionalisierung der Geschichtsentwicklungen wider. Andererseits stellen gerade diese marktgetriebenen Anforderungen und die kommerziellen Interessen die Historiker vor die schwierige Aufgabe, sich nicht als „Schmuckwerk“ für Werbebotschaften des Marketing instrumentalisieren zu lassen. Die Geschichtsentwicklungen H&C Stader erläutert an Beispielen aus der Praxis, welche Aufgaben und welche Rolle einer modernen und professionell arbeitenden Geschichtsentwicklung zukommen, die ihren Schwerpunkt auf Firmenjubiläen gelegt hat.

Pierre Monnet

Die französische Geschichtswissenschaft auf dem Weg zur Globalgeschichte

GWU 66, 2015, H. 3/4, S. 181–197

Im Aufsatz wird versucht, die unterschiedlichen Etappen der für Frankreich spezifischen Entwicklung der Globalgeschichte zu rekonstruieren. Ausgangspunkt ist dabei das gesteigerte Interesse für Globalgeschichte. Es werden Schwierigkeiten bei der Rezeption und dem Schreiben einer weltumspannenden Geschichte dargelegt, die dort trotz der günstigen Ausgangssituation und dem Erbe Braudels existieren. Anschließend wird gezeigt, dass in den gegenwärtigen Tendenzen in Frankreich eine Geschichte der

Verbindungen und Kontakte bevorzugt wird und man sich dabei mit einer relativ ungenauen Begrifflichkeit bezüglich der „histoire-monde“ (Weltgeschichte) begnügt. Der Artikel unterstreicht den Gewinn einer Variation der Untersuchungsebenen und -maßstäbe. Abschließend wird das kollektive Unternehmen einer Globalgeschichte des 15. Jahrhunderts vorgestellt.

Joachim Rohlfes

Antidemokratische Einstellungen im Weimarer Staat und in der Bundesrepublik

GWU 66, 2015, H. 3/4, S. 198–215

Der Artikel geht der in der Fachliteratur wiederholt erörterten Frage nach, inwieweit es Parallelen oder sogar Gemeinsamkeiten zwischen antidemokratischen bzw. rechtskonservativen Einstellungen in der Weimarer und in der Bundesrepublik gegeben hat. Er bezieht sich dabei auf ausgewählte Beispiele, die sowohl Einzelpersonen als auch Berufsgruppen der Juristen, Theologen und Pädagogen betreffen. Es geht ihm insoweit um die intellektuellen Eliten, deren Einfluss auf die politische Meinungsbildung über die Epochen-schwellen von 1918 und 1945 hinweg deutliche Kontinuitäten erkennen lässt.