

# Auch kleinere Unternehmen entdecken ihre Geschichte

Jubiläum oder PR-Kampagne: Unternehmenshistorien haben Konjunktur

ANN-KATRIN JOHANNSMANN

HANDELSBLATT, 2.6.2003

DÜSSELDORF. Die Firmengeschichte von Grundig ist in diesen Tagen sehr gefragt: Wer hat wann die Führung übernommen, welcher Auftrag ist warum geplatzt? Wenn Dirk Reeder für Unternehmen im Archiv forscht, ist der Anlass meist nicht so traurig wie eine Insolvenz. Im Gegenteil: Der Historiker klopft bei Unternehmen an, wenn eine Feier ins Haus steht. Ein rundes Firmenjubiläum, der Geburtstag des Firmengründers oder eine neue Marketing-Kampagne sind für immer mehr Unternehmen ein Anlass, ihre Geschichte schreiben zu lassen.

Seit Reeder 1998 in Köln das **Geschichtsbüro** gegründet hat, lässt er sich diese Anlässe nicht mehr entgehen: „Wir forschen nach Firmenjubiläen und schreiben die Unternehmen an“, sagt er. Meistens schon zwei Jahre vor dem Anlass. Wenn sie den Auftrag bekommen, tauchen Reeder und seine Partner Severin Roeseling und Thomas Prüfer in Unternehmensarchive, Geschäftsberichte und Behördenakten ein.

**„Die Unternehmen haben gemerkt, dass ihre Geschichte ein ganz wichtiger Bestandteil ihrer Identität ist“**

DIRK REEDER

Da sich viele Unternehmen kein Archiv leisten, lassen sich manche Jahre schwer rekonstruieren. „Manchmal finden wir nur Bauakten oder Wasserrechtsverträge, dann flechten wir die Geschichte der Branche und der Stadt in diesen Jahren mit ein“, sagt Prüfer. Für ihre Puzzlearbeit verlangen die Historiker zwischen 10 000 und 30 000 Euro.

Die Nachfrage unter den mittelständischen Unternehmen wächst. 2002 gehörten der Brillenhersteller



Last der Geschichte: Das VW-Amphibienfahrzeug bekam Adolf Hitler 1941 persönlich von Ferdinand Porsche (links neben ihm) präsentiert.

Rodenstock und der Besteckproduzent WMF zu den Kunden des Geschichtsbüros. „Im Rahmen der Corporate-Identity-Welle haben viele Unternehmen gemerkt, dass ihre Geschichte ein ganz wichtiger Bestandteil ihrer Identität ist“, sagt Reeder. Die Konkurrenz ist gewachsen. Schon ein Dutzend Historiker-Büros bieten ihre Dienste in Deutschland an. Daneben schreiben zahllose Journalisten und Heimatforscher Firmengeschichten.

Viele Gründungen sind aus dem Geschichtsstudium heraus entstanden. So auch **Facts and Files** in Berlin. Die Gründer Frank Drauschke, Beate Schreiber und Jörg Rudolph haben sich an der Uni kennen gelernt. „Wir haben uns auf die Recherche in Archiven und Datenbanken spezialisiert“, sagt Drauschke. Für die „International Commission on Holocaust Era Insurance Claims“ haben sie nach Versicherungspolicen von NS-Opfern geforscht.

Auch im Geschichtsbüro arbeiten nur Historiker, alle promoviert. „Um Quellen richtig zu erfassen und einzuordnen, braucht man ein Geschichtsstudium“, sagt Reeder. In vielen Punkten ähneln sich die Firmenchroniken: In der Industrialisierung erste Arbeitnehmerrechte, in der Weltwirtschaftskrise der Kampf ums Überleben. Auch Zwangsarbei-

ter sind für die meisten Firmen ein Thema. „Fast alle Unternehmen haben Zwangsarbeiter gehabt – wichtiger ist, wie sie behandelt wurden“, gibt Reeder zu bedenken.

Die Diskussion um die Rolle der Wirtschaft im Dritten Reich und die Entschädigung der Zwangsarbeiter hat in vielen Unternehmen den Bedarf nach Aufklärung geweckt. Je größer die Sorge um die eigene Vergangenheit, desto größer scheint der Name des Historikers, der beauftragt wird: Der Bertelsmann-Konzern ließ seine Vergangenheit von dem israelischen Historiker Saul Friedländer untersuchen. Mit einer Kommission durchforstete Friedländer rund 20 Archive im In- und Ausland und befragte ehemalige Mitarbeiter. Die Volkswagen AG hatte bereits 1986 den Historiker Hans Mommsen beauftragt – auf gemeinsamen Vorschlag von Vorstand und Betriebsrat. „Die Zwangsarbeiter-Debatte hat dazu geführt, dass auch kleine Firmen zu ihrer NS-Vergangenheit stehen“, sagt Drauschke.

Vorsichtig zeigen sich nach Reeder Erfahrung viele Unternehmen, wenn es um die jüngere Geschichte geht: „Aus dieser Zeit leben noch alle Geschäftsführer und Geschäftspartner, da lassen sich die Betriebswirte nicht so gern von einem Historiker sagen, was falsch gelaufen ist.“