

# Reihenvorwort

„Zukunft der Unternehmensgeschichte und Geschichte der Unternehmenszukunft“, so lautet der Titel des neuen Bandes der Reihe „Wirtschaft kontrovers“. Das klingt zunächst wie ein Widerspruch: Die Zukunft der Geschichte und die Geschichte der Zukunft, wie könnten diese je geschrieben werden? Und das Ganze auch noch verknüpft mit Unternehmen, also der Ökonomie! Die Autoren<sup>1</sup> Jelena Mitsiadis und Manfred Pohl wissen aber, was sie tun, sind sie schließlich ausgewiesen kompetent in diesen nur scheinbar gegensätzlichen Feldern. Daher können wir vielmehr von einem bewussten Oxymoron bei diesem schönen, kontroversen Titel sprechen. Es ist die Steigerung der Aussage, wie sich Unternehmensgeschichte und Unternehmenszukunft gegenseitig prägen und bedingen, in einem Gegensatzpaar.

Was also unternehmen Jelena Mitsiadis und Manfred Pohl in diesem Band? Sie verbinden das Forschungsgebiet der Unternehmensgeschichte mit einem Ausblick auf die Zukunft eines Unternehmens. Die Erforschung der Unternehmensgeschichte bietet tiefgreifende Einblicke in die Evolution und die strategischen Wendepunkte von Organisationen. Sie zeigt, wie Unternehmen auf externe Veränderungen reagiert haben, welche Führungsstile dominierend waren und wie sich die unternehmerischen Kulturen im Laufe der Zeit entwickelt haben. Das Verständnis der Vergangenheit ist nicht nur von akademischem Interesse, sondern spielt auch eine zentrale Rolle in der Gestaltung der Unternehmenszukunft. In einer Welt, die sich durch Technologie, Globalisierung und soziale Dynamiken ständig verändert, kann die Unternehmensgeschichte wertvolle Lektionen

---

1 Im vorliegenden Werk wird zugunsten der Lesbarkeit das generische Maskulinum verwendet. Personenbezeichnungen beziehen sich – sofern nicht anders kenntlich gemacht – auf alle Geschlechter.

bereithalten, um zukünftige Herausforderungen zu meistern und Chancen zu nutzen.

Und so entsteht auch die Verbindung von Unternehmensgeschichte und Zukunft: Die Unternehmensgeschichte dient oft als Fundament für die Zukunftsplanung. Sie ermöglicht es Entscheidungsträgern, aus früheren Erfolgen und Fehlern zu lernen und diese Erkenntnisse in die strategische Ausrichtung einzubinden. Die Analyse historischer Daten hilft Unternehmen, Trends zu identifizieren, Szenarien zu entwickeln und resiliente Strategien zu entwerfen, die sowohl die Kontinuität als auch die innovative Transformation sicherstellen.

Zudem sind Unternehmensgeschichte und Unternehmenszukunft höchst relevant für ein besonderes Forschungsinteresse des Herausgebers dieser Reihe: der Unternehmensethik und des Wertemanagements. Unternehmensethik bezieht sich auf die Prinzipien und moralischen Werte, die das Handeln eines Unternehmens in seinem Geschäftsumfeld bestimmen. Sie umfasst die Entscheidungsfindung auf allen Ebenen eines Unternehmens und die Frage, wie diese Entscheidungen die internen und externen Stakeholder beeinflussen. Unternehmensethik schließt Themen wie Fairness, Transparenz, Verantwortlichkeit und Respekt vor rechtlichen und gesellschaftlichen Normen ein. Ein ethisch geführtes Unternehmen wird versuchen, in seinem Handeln stets das Wohl seiner Mitarbeiter, Kunden, Investoren und der Gesellschaft zu berücksichtigen. Dabei wird es auch Umweltaspekte und soziale Gerechtigkeit einbeziehen. Das Wertemanagement wiederum, oft auch als Wertekultur oder ethisches Management bezeichnet, ist der Prozess der Integration von Kernwerten in die täglichen Abläufe und die Unternehmenskultur. Es geht darum, konkrete Werte wie Integrität, Verantwortung, Exzellenz und Respekt in die Strukturen und Prozesse des Unternehmens einzubetten. Wertemanagement beinhaltet die Entwicklung von Richtlinien und Verhaltenskodizes, die Schulung von Mitarbeitern in Bezug auf diese Werte und die Schaffung von Mechanismen zur

Überwachung und Durchsetzung dieser Werte. Das Ziel ist es, eine Unternehmenskultur zu schaffen, die ethisches Verhalten fördert sowie unterstützt und so zur langfristigen Reputation und zum Erfolg des Unternehmens beiträgt.

Die Verbindung von Unternehmensgeschichte und Unternehmensethik ist besonders relevant, da sie zeigt, wie ethische Entscheidungen die Reputation und den Erfolg eines Unternehmens langfristig beeinflussen können. Unternehmen, die aus ihrer Geschichte lernen und ethische Grundsätze in ihre Unternehmenskultur integrieren, sind oft besser darauf vorbereitet, auf zukünftige ethische Dilemmata zu reagieren. Wertemanagement spielt hierbei eine entscheidende Rolle: Es geht darum, die in der Vergangenheit gebildeten Werte zu bewahren und gleichzeitig neue Werte zu entwickeln, die den gegenwärtigen und zukünftigen ethischen Herausforderungen gerecht werden.

Die Betrachtung der Unternehmensgeschichte im Kontext der Unternehmenszukunft und Ethik ist daher nicht nur retrospektiv, sondern auch prospektiv von Bedeutung. Sie fördert ein tiefes Verständnis dafür, wie unternehmerische Entscheidungen und Verhaltensweisen die gesellschaftliche Wahrnehmung und interne Kultur eines Unternehmens formen. Für Unternehmen, die nachhaltig und verantwortungsvoll wachsen möchten, ist das Zusammenspiel von historischem Bewusstsein, ethischer Reflexion und Wertemanagement entscheidend.

Mönchengladbach/Stuttgart, Oktober 2024  
Prof. Dr. Patrick Peters, MBA