

Inhalt

Reihenvorwort	9
Einleitung	13
1 Die Kenntnis der Geschichte: ein zentraler Faktor in der Planung des Unternehmens	21
1.1 Was kann die Unternehmensgeschichte leisten?	21
1.2 Die Zukunftschronik®	27
1.2.1 Unternehmensgeschichte der Zukunft	27
1.2.2 Zukunftschronik, Künstliche Intelligenz und das Anthropozän.....	33
1.2.3 Interview mit Wolfgang Wahlster	36
2 Ein neues Zeitalter der Wirtschafts- und Unter- nehmenskultur	43
2.1 Historische Ketten	43
2.2 Die „sechs Revolutionen“	46
2.3 Die Aktiengesellschaft – die dominante Unternehmensform	54
2.3.1 Strategische Neuausrichtung des Wirtschaftssystems.....	54
2.3.2 Die erste Aktienbank in Köln	57
2.3.3 Die Aktiengesellschaft setzt sich durch	61
2.3.4 Das Verhältnis zwischen Banken und Industrie.....	63
2.4 Kriege und Krisen	70

2.4.1	Erster Weltkrieg und Inflation: Konzentration als Folge	70
2.4.2	Weltwirtschafts- und Bankenkrise	75
2.5	Unternehmer im Nationalsozialismus	81
2.6	Zwei deutsche Staaten: BRD und DDR	84
2.6.1	Das Ende der privaten Unternehmen in der DDR	84
2.6.2	Die schwierige Reprivatisierung.....	88
3	Die Institutionalisierung der unternehmens- geschichtlichen Forschung	91
3.1	Erste Aktivitäten und Versuche	91
3.2	Wilhelm Treue, der Gründer der Zeitschrift TRADITION 1957	93
3.3	Gründung der Vereinigung Deutscher Werks- archivare 1957	95
3.3.1	Interview mit Dr. Martin L. Müller, Vor- sitzender Vereinigung der Wirtschaftsarchi- varinnen und Wirtschaftsarchivare e. V. (VdW) 2014–2024	99
3.4	Das Institut für bankhistorische Forschung ...	104
3.5	Die Gründung der Gesellschaft für Unter- nehmensgeschichte (GUG)	106
3.5.1	Vorgeschichte.....	106
3.5.2	Die Gründung als unabhängige Gesellschaft.....	112
3.6	Die Europainitiativen in der unternehmens- geschichtlichen Forschung	118
3.6.1	Der europäische Gedanke setzt sich durch	118
3.6.2	Die Gründung der European Association for Banking History (EABH)	122

3.6.3	Die Gründung der Society for Business History (SEBH)	126
3.7	Die Historische Gesellschaft der Deutschen Bank e. V.....	129
4	Die theoretischen und methodischen Ansätze in der unternehmensgeschichtlichen Forschung in den USA und in Deutschland nach 1945	131
4.1	Business History als Geschichtsmarketing.....	131
4.2	Die theoretische Basis der unternehmensgeschichtlichen Forschung: Alfred D. Chandler und Fritz Redlich.....	133
4.2.1	Alfred D. Chandler, Jr.: Strategy and Structure	133
4.2.2	Fritz Redlich: Die Verantwortung des Unternehmers	138
4.3	Unternehmensgeschichte in Deutschland	145
4.3.1	Erste Ansätze	145
4.3.2	Die Ausgangsbasis.....	146
4.3.3	Die Unternehmensgeschichte als wissenschaftliche Disziplin	150
4.3.4	Internationalisierung und Interdisziplinarität	152
4.3.5	Theoretische und methodische Diskussionen	154
5	Fazit	161
	Quellenverzeichnis	163