

Unternehmensbiographie - eine Fundgrube wirtschaftlicher Leitbilder

Matis, Herbert

Published in:

Firmengeschichte, Unternehmerbiographie, historische Betriebsanalyse

Published: 01/10/1971

Document Version

Publisher's PDF, also known as Version of record

[Link to publication](#)

Citation for published version (APA):

Matis, H. (1971). Unternehmensbiographie - eine Fundgrube wirtschaftlicher Leitbilder. In Hg. vom Verein der wissenschaftlichen Forschung auf dem Gebiete der Unternehmerbiographie und Firmengeschichte (Ed.), *Firmengeschichte, Unternehmerbiographie, historische Betriebsanalyse* (Veröffentlichungen des Vereines der wissenschaftlichen Forschung ed., pp. 12-14). Verein der wissenschaftlichen Forschung auf dem Gebiete der Unternehmerbiographie und Firmengeschichte.
https://www.wu.ac.at/fileadmin/wu/d/i/geschichte/Oegu/oegu_band1.pdf

Unternehmerbiographie — eine Fundgrube wirtschaftlicher Leitbilder

Das Bild des Unternehmers hat durch die wirtschaftliche Entwicklung der letzten Jahrzehnte einen großen Wandel erfahren. Der Unternehmer als Kapitalgeber, Risikoträger und als Eigentümer der Betriebsmittel tritt immer mehr zu Gunsten desjenigen zurück, der seine organisatorischen Fähigkeiten, seine Dispositionsgewalt, seine Energie und Beharrlichkeit in den Dienst der Firma stellt.

Aus diesem Grund wird die Firmengeschichte immer wichtiger und genießt Vorrang gegenüber monographischen Studien über einzelne Unternehmerpersönlichkeiten.

Nach den Vorstellungen der mehr theoretisch orientierten amerikanischen Wissenschaftler am früheren „Research Center in Entrepreneurial History“ der Harvard University charakterisiert „Unternehmertum“ ein Verhalten eines bestimmten organisierten Personenkreises, gewöhnlich einer Firma, nicht hingegen das Handeln einzelner Personen. Ein „biographischer Antiquarismus“ erscheint aus dieser Sicht nur dann gerechtfertigt, wenn diese ein Licht auf das Verhalten des Wirtschaftskörpers bzw. der Firma, der sie angehören, werfen. Der Begriff des Unternehmers wird mitunter völlig funktionalisiert und dient nur mehr als zusammenfassende Bezeichnung für diejenigen, die Ziele setzen und Führungsentscheidungen treffen, wobei unternehmerische Entscheidungen grundsätzlich auf allen Führungsebenen der Unternehmung abverlangt werden.

Der „klassische Unternehmer“ wird häufig als „Repräsentant der kapitalistisch-liberalen Verkehrswirtschaft“ (E. Gutenberg) gesehen und damit als einmalige historisch-soziologische Kategorie verstanden. Die zunehmende Auflösung der überschaubaren Formen individueller Entscheidungen in der Anonymität sozio-ökonomischer Prozesse in der modernen Industriegesellschaft verlangt auch für die Unternehmensgeschichte die Anwendung einer typologisierenden Vorgehensweise, wobei der Unternehmer entweder als Idealtypus im

Sinne Max Webers oder als echt historischer Realtypus verstanden werden kann. Das Bild des Unternehmers orientiert sich dabei vielfach an einer idealtypischen Modellvorstellung, die mit der Realität nur selten übereinstimmt.

Die Frage, wer Unternehmer sei, wurde theoretisch-begrifflich vielfach erörtert, wobei auf die Unternehmertheoreme hingewiesen werden soll, die die Wirtschaftstheorie zur begrifflichen Bestimmung des Unternehmers und zur Darstellung des Idealtypus entwickelt hat. Als Kriterien für diesen Unternehmerbegriff werden unter anderem das der wirtschaftlichen Risikotragung, das der maßgeblichen Entscheidungen oder das Schumpetersche der schöpferischen Neuerung und das der ständigen Bereitschaft zur mutativen Unternehmensvergrößerung hervorgehoben. Es zeigt sich jedoch eine gewisse Diskrepanz zwischen diesen modellhaften Vorstellungen und der wirtschaftlichen Realität.

Österreich – ein Land ohne Unternehmertradition?

Das Interesse des Historikers wird daher in erster Linie auf die Formulierung eines Realtypus gerichtet sein, der als Ergebnis seines empirisch-induktiven Forschungsbemühens bestehen kann. Dabei handelt es sich jedoch durchaus nicht nur um ein rein akademisches Problem, vielmehr ist die Formulierung und Vermittlung eines zeitgemäßen Unternehmerbildes nach wie vor von großer Aktualität. Denn nur eine offene Diskussion über diese Fragen kann eine der heutigen Zeit adäquate Unternehmerhaltung ergeben. Die Position des Unternehmers als eines bestehenden Faktors der gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Ordnung ist dabei noch nicht von allen Seiten anerkannt worden. Vor allem ist immer eine gewisse Diskrepanz zwischen der Stellung des Unternehmers und dem Bild, das man sich von ihm macht, festzustellen. Dabei vergißt man nur selten, seine Auffassung mit „historischen Beispielen“ zu untermauern, die dann allerdings vorwiegend der Wirtschafts- und Sozialgeschichte Westeuropas oder Nordamerikas, weniger der Österreichs entnommen sind.

Den allgemeinen Tenor solcher Argumentation faßte Franz Geißler in den „Wirtschaftspolitischen Blättern“ treffend zusammen (15. Jahrgang, S. 1 ff.): „Unternehmer von rechtem Schrot und Korn hat es in Österreich nie gegeben; zumindest seien sie auch in der Vergangenheit so seltene Ausnahmerscheinungen gewesen, daß es nicht

wundernehmen darf, wenn Österreich auch heute an einem akuten Unternehmermangel leidet.“ In dieser Anschauung treffen sich selbst resignierende Anhänger einer von freien Unternehmerentscheidungen gesteuerten Wirtschaftsordnung mit den Befürwortern und Vertretern einer zentral gelenkten Planwirtschaft.

Die Frage, ob Österreich ein „Land ohne Unternehmertradition“ sei, und das Problem, wieweit das Geschichtsbild des österreichischen Unternehmers mit der historischen Wirklichkeit übereinstimmt, gewinnt daher an Gewicht.

Zielsetzung der Unternehmerbiographie

Es finden sich in der Wirtschaftsgeschichte zahlreiche Beispiele für den unlösbaren Zusammenhang zwischen dem Vorhandensein von unternehmerischer Haltung und einem hohen Lebensstandard eines Landes; es zeigt sich auch, daß das Fehlen von Unternehmerbewußtsein eine übermäßige Verbürokratisierung zur Folge haben kann. Die Rolle des Unternehmertums für die Wirtschaft und die Erkenntnis, daß die beiden Produktionsfaktoren Arbeit und Kapital erst durch die permanente unternehmerisch-innovatorische Leistung sinnvoll belebt und zu optimalem Einsatz gebracht werden, läßt sich anhand historischen Tatsachenmaterials dokumentieren.

Der „Verein der wissenschaftlichen Forschung auf dem Gebiete der Unternehmerbiographie und Firmengeschichte“ hat sich das Ziel gesetzt, die großen Leistungen österreichischer Firmen und Unternehmer zu erforschen. Auf diese Weise soll die Bedeutung und die Verantwortung, welche der Unternehmer – im weitesten Sinn – für die Allgemeinheit in der Vergangenheit getragen hat, ins rechte Licht gesetzt werden, damit nicht länger Vorstellungen, sondern wissenschaftlich-sachlich begründete Urteile, die frei von jeglicher Apologetik sein sollen, für das Image eines Unternehmens maßgeblich sind.

Als Ergänzung zur Unternehmensforschung (Operations Research), die ein wissenschaftliches Instrument zur optimalen Lösung sachlicher Einzelprobleme ist, hat die Unternehmerforschung das persönliche Element, den Entscheidungsträger und dessen Motivationen, Funktionen, Eigenschaften und Fähigkeiten, seinen sozialen Hintergrund, seine Stellung im Betrieb und in der Öffentlichkeit und alle sich daraus weiter ableitenden Folgen zum Wissenschaftsobjekt. Ge-

stützt auf konkretes historisches Erfahrungsmaterial und ausgehend von einzelnen Firmen- und Unternehmensgeschichten als den kleinsten Bausteinen für eine spätere Typologie des österreichischen Unternehmers, soll umfassend und gründlich untersucht werden, welche Faktoren die Qualität unternehmerischen Handelns und die Persönlichkeit des Unternehmers bestimmen und beeinflussen.

Dr. Wilfried Haslauer, Kammeramtsdirektor der Kammer der Gewerblichen Wirtschaft für Salzburg:

...Ihre Initiative ist sehr zu begrüßen, und ich könnte mir eine Mitarbeit der Handelskammer Salzburg in dem von Ihnen gegründeten Verein sehr nutzbringend vorstellen...