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 Unternehmenskultur 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 unternehmensgeschichtlichen 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 Werksarchivare 1957 95
3.3.1 Interview mit Dr. Martin L. Müller, Vorsitzender Vereinigung der Wirtschaftsarchivarinnen und Wirtschaftsarchivare e. V. (VdW) 2014–2024 99
3.4 Das Institut für bankhistorische Forschung ... 104
3.5 Die Gründung der Gesellschaft für Unternehmensgeschichte (GUG) 106
3.5.1 Vorgeschichte..... 106
3.5.2 Die Gründung als unabhängige Gesellschaft..... 112
3.6 Die Europainitiativen in der unternehmensgeschichtlichen 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