

Der lukrative Blick in die Vergangenheit

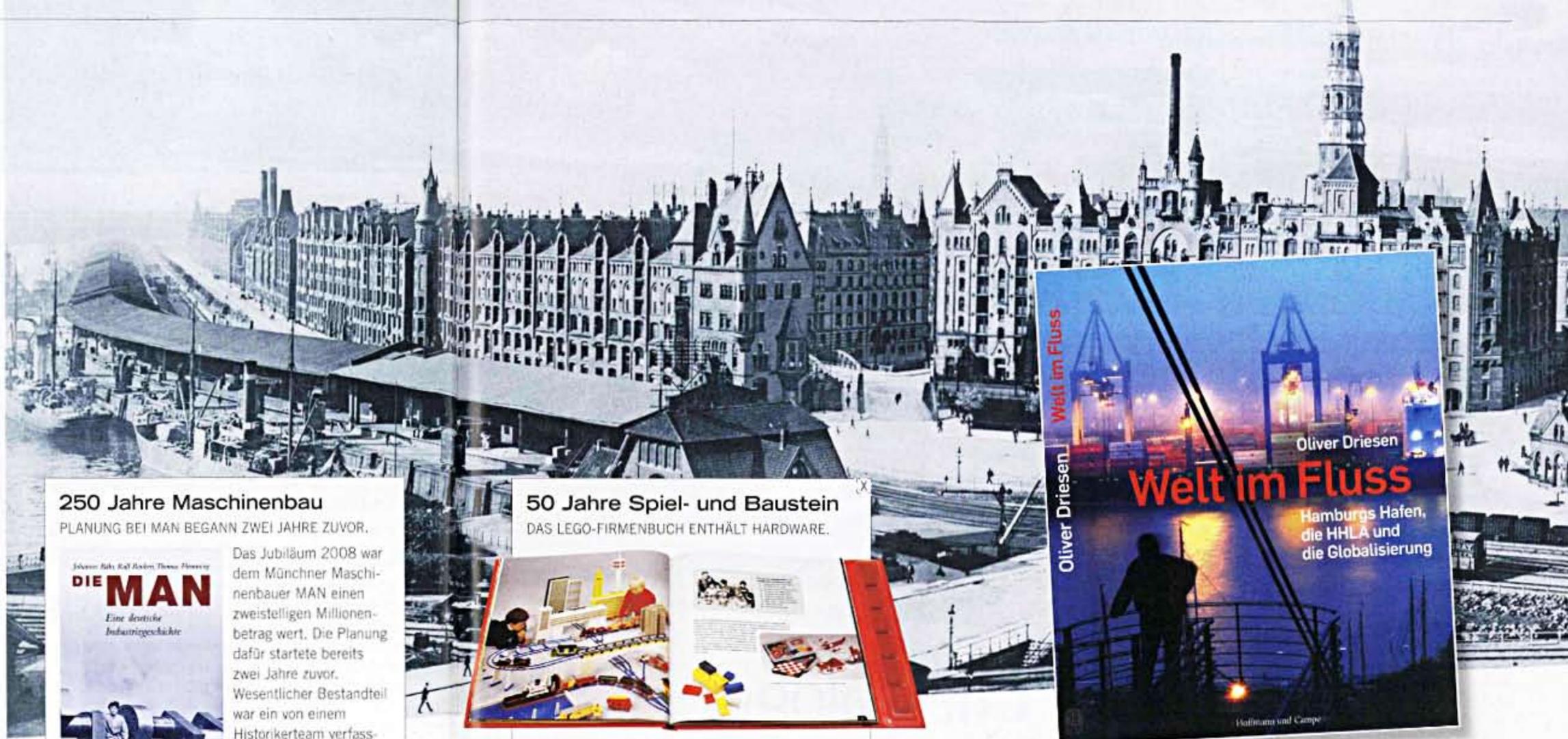
Immer mehr Firmen besinnen sich auf ihre langjährige **Tradition**, nutzen diese für Marketingzwecke und warten mit Jubiläumspublikationen auf – ganz zur Freude von Corporate-Publishing-Profis.

► Wenn die Deutschen in die Jahre kommen, ist das oft ein Grund zum Feiern. Das sieht die reifere Bevölkerung genauso wie jedes Unternehmen, das stolz auf seine Tradition ist. Während aber für die einen die Torte mit Kerzen unbedingt zum Fest gehört, gönnen sich die anderen Jubiläumsbroschüren, -bücher oder -Websites und schlachten runde Firmengeburtstage weidlich fürs Marketing aus. Das bietet sich schließlich an. Das Dekor reicht von selbst gestrickten Rückblicken über von unabhängigen Historikern verfasste Werke bis hin zu mit Millionenaufwand inszenierten Jubiläumsmaßnahmen.

Derartige Ambitionen nehmen nicht zuletzt die Experten für Kundenpublikationen mit Freuden zur Kenntnis. Firmenjubiläen spielen schon immer eine Rolle in ihrem Geschäft. Die Nachfrage in diesem Bereich sei in den letzten Jahren aber merklich angestiegen, sagt Kai Laakmann, Geschäftsführer von Hoffmann und Campe Corporate Publishing in Hamburg. Begleitende Aktivitäten sieht er als guten Anlass, das Unternehmen von seiner besten Seite zu zeigen. Ideales Medium sei das Corporate Book. Zu Laakmanns jüngsten Projekten zählt ein Werk zum 125-jährigen Bestehen der Hamburger Hafen und Logistik AG (siehe rechte Seite).

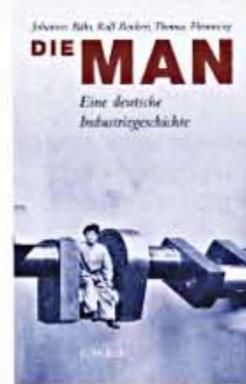
Andere Buchverlage nehmen solche Aufträge ebenfalls gerne an – jedenfalls, wenn sie ins Programm passen, schränken Lektoren ein. Oft lasse sich damit ein eigenes Thema besetzen, außerdem nimmt der Jubilar einen Gutteil der Auflage ab. So gab es vom Münchner Piper-Verlag 2009 „Die Stimme des Verbrauchers zum Klingen bringen – 75 Jahre GfK“. Der technisch ausgerichtete Heel-Verlag (Königswinter) brachte unter anderem „50 Jahre Legostein“ (2008). „125 Jahre Steiff“ mit der Geschichte des Teddybärenherstellers (2005) und „30 Jahre Playmobil“ (2004), teils in Deutsch und Englisch, auf den Markt.

Als weitere Wettbewerber für Dienste und Publikationen rund um die Vergangenheit buhlen Agenturen für History-



250 Jahre Maschinenbau

PLANUNG BEI MAN BEGANN ZWEI JAHRE ZUVOR.



Das Jubiläum 2008 war dem Münchner Maschinenbauer MAN einen zweistelligen Millionenbetrag wert. Die Planung dafür startete bereits zwei Jahre zuvor. Wesentlicher Bestandteil war ein von einem Historikerteam verfasstes und vom Münchner C.H. Beck-Verlag produziertes Buch mit der Firmengeschichte.

Die Inhalte wurden auch für eine Ausstellung im Deutschen Museum, für Broschüren und für eine Jubiläums-Website aufbereitet. Weitere Maßnahmen waren Events.

50 Jahre Spiel- und Baustein

DAS LEGO-FIRMENBUCH ENTHÄLT HARDWARE.



Das 2008 in Deutsch und Englisch erschienene Jubiläumsbuch mit Geschichten rund um den Spielstein inklusive diverser Beilagen und Reprints wurde von Lego (inter)national zur Unterstützung von Werbeaktionen eingesetzt, an die Mitarbeiter verteilt und in den Lego-Stores, im Legoland sowie im Buchhandel vertrieben. Konzept und Realisierung oblagen dem Heel-Verlag (Königswinter).



175 Jahre Medien

BERTELSMANN BLICKT ZURÜCK UND NACH VORN.

Das Gütersloher Medienhaus Bertelsmann stellte seinen Geburtstag 2010 unter das Motto „175 Jahre Bertelsmann – eine Zukunftsgeschichte“. Highlights waren ein Mitarbeiterfest am Stammsitz und ein Festakt in Berlin. Der im März veröffentlichte 200-seitige Geschäftsbericht hatte einen umfassenden Historie-Teil, dazu gab es eine Jubiläums-Website und als Buch eine kiloschwere Firmengeschichte



(Verlag C. Bertelsmann). Begleitmaßnahme war eine Image-Kampagne (Agentur Kempertrautmann).

125 Jahre Krankenkasse

DIE TK LÄSST EIN ARCHIV AUFBAUEN.

Die Hamburger Techniker Krankenkasse (TK) wartete zum 125. Geburtstag 2009 unter anderem mit einer 200-seitigen Jubiläumsschrift, einem kurzen Jubiläumsvideo auf der Website, einer kleinen



Ausstellung im Foyer der Zentrale sowie einer Poster- und Postkartenaktion auf. Als Dienstleister fungierte die Hamburger Agentur ifw Institut für Firmen- und Wirtschaftsgeschichte, die auch ein Unternehmensarchiv für den Versicherer aufbaute.

Marketing um Kunden. Sven Tode vom Hamburger ifw Institut für Firmen- und Wirtschaftsgeschichte ist ebenfalls der Auffassung, dass jenseits reiner Verkaufsförderungsaktionen mit Jubiläumsbezug das Bewusstsein für Tradition steige. Zwei Jahre Vorlauf seien in der Regel für die Arbeit erforderlich, zu Publikationen käme oft die multimediale Aufbereitung wie etwa Filme mit Zeitzeugeninterviews. Derzeit ist Tode für den Maschinen- und Anlagenbauer Borsig tätig, der 2012 auf 175 Jahre zurückblicken kann. Andere Arbeiten setzten den Gebäudeausrüster Imtech (2008: 150 Jahre) oder die Techniker Krankenkasse (2009: 125 Jahre) ins Szene.

Früher waren es Großkonzerne, die ihre Historie auschlachteten, aber auch ihre Vergangenheit nicht zuletzt im „Dritten Reich“ aufarbeiten ließen, erklärt Alexander Schug, Geschäftsführer der Berliner Vergangenheitsagentur. Neben den Konzernen, die meist über ein eigenes Firmenarchiv verfügen, befassten sich nun auch kleinere Betriebe mit dem Thema; die Maßnahmen seien stärker auf einzelne Ziele und Zielgruppen ausgerichtet. Zwei bis vier Projekte bewältigt seine Agentur pro Jahr. Tätig war Schug mit Publikationen, Interviews und Recherchen etwa für das Deutsche Institut für Wirtschaftsforschung (DIW), die BASF sowie die Spendenorganisation Brot für die Welt. Zugenommen hat nach Schugs Beobachtungen jedenfalls die Zahl entsprechender Historien-Dienstleister. Waren es vor einigen Jahren nur einige wenige, schätzt sie der Historiker nun auf 30 bis 40.

Christof Wadlinger ► specials@wuv.de

Hafenstory 1885 wurde der Vorläufer der Hamburger Hafen und Logistik AG (HHLA) gegründet. Zum 125-jährigen Jubiläum beschenkte sich der (seit 2007 börsennotierte) Hafenbetreiber mit einer von Hoffmann und Campe Corporate Publishing realisierten Geschichte des Hafens und der Globalisierung. Weitere Maßnahmen zum Geburtstag der HHLA waren Events, eine Ausstellung, ein Kalender und ein Theaterstück.

Fotos: Unternehmen