

IMMER AUF DER SUCHE?

Westerwelle



virtuelle 3D Job-Messe

---

Community-Login

[Umfragen](#) | [Karriere Partner](#) | [Virtuelle Jobmesse](#)

BUSINESS-CENTER  
Firmen-Login

---

PROFESSIONALS

KARRIEREPORTAL

News

- > Guide
- > Chats & Foren
- > Jobcoaching
- > Fragen24
- > Studien
- > Termine
- > Karriere Seminare

**YOUNG PROFESSIONALS**

- > Guide
- > Chats & Foren
- > Karriereberatung
- > Fragen24
- > Bewerbungstipps
- > Studien
- > Termine

**EXISTENZGRÜNDUNG**

- > Guide
- > Chats & Foren
- > Fragen24
- > Studien
- > Termine
- > Wettbewerbe

**STUDIUM**

- > Guide
- > Chats & Foren
- > Hochschulen
- > Erfahrungsberichte
- > Fragen24
- > Studien
- > Bewerbungstipps
- > Studentsnetwork
- > Termine

> Zurück

**Ein Historiker als Gründer**

**Am Anfang war ein Feuerwehrschauch**

*Tatjana Timoschenko*

Akademiker mit geisteswissenschaftlichem Abschluss haben es nicht gerade einfach auf dem Arbeitsmarkt. Freie Stellen für Historiker in den traditionellen Berufsfeldern in Museen und an Universitäten sind eher dünn gesät. Doch Not macht erfinderisch: Immer mehr Akademiker suchen sich Nischen und schlagen aus ihren Spezialgebieten Profit, indem sie den Schritt in die Selbstständigkeit wagen. Zu ihnen gehört der promovierte Historiker Dr. Sven Tode, 36, der vor dreieinhalb Jahren das private Institut für Firmen- und Wirtschaftsgeschichte (ifw) in Hamburg gründete.

**Der klärende Fund: eine Patenturkunde**

Die Geschichte des ifw beginnt mit einer Erfindung: Zu Beginn der 90er Jahre stritten sich zwei amerikanische Firmen um das Urheberrecht für einen Bajonettverschluss von Feuerwehrschräuchen. Der Hamburger Historiker durchstöberte im Auftrag des einen Unternehmens deutsche Archive und fand eine Patenturkunde für die Schlauchkupplung aus dem Jahre 1935, mittels derer neuere Patentansprüche zurückgewiesen werden konnten. Der Auftraggeber aus den USA sparte mehrere Millionen Dollar Entschädigungszahlungen und Tode war zu seiner Geschäftsidee gekommen.

**Eine ungewöhnliche Geschäftsidee: "History Marketing"**

Am 8. Januar 1998 gründete der gebürtige Hamburger das Institut für Firmen- und Wirtschaftsgeschichte in Hamburg, das historische Fachkompetenz mit werbestrategischer Erfahrung verbindet. Unter dem Motto "Ohne Herkunft keine Zukunft" untersucht das ifw die Geschichte einzelner Firmen sowie ihrer Produkte. Damit bietet es Unternehmen die Möglichkeit, ihre Geschichte, meist anlässlich von Jubiläen, für die Öffentlichkeit spannend darzustellen. Die Ergebnisse werden je nach Wunsch in einer Ausstellung, einer Chronik oder auf einer Homepage publikumswirksam präsentiert.

"Professionell recherchierte Unternehmens- und Produktgeschichte kann werbetechnisch eingesetzt werden. Markengeschichte bedeutet immer einen Vertrauensvorsprung, denn sie verweist gleichzeitig auf Qualitätsbeständigkeit und Weiterentwicklung eines Produkts. Dies stärkt die Kundenbindung, fördert die Mitarbeitermotivation und hilft, sich von den Mitbewerbern abzugrenzen. Das ist "History Marketing", so Tode. Neben diesen Bereichen übernimmt das ifw Recherche-Aufträge und erforscht beispielsweise, ob eine Produktidee wirklich neu oder eine bestimmte Marke bereits patentrechtlich geschützt ist. Des Weiteren hilft das ifw beim Aufbau eines Archivsystems oder kümmert sich um die Pflege eines bereits bestehenden Archivs. Laut Tode "schlummern hier häufig wertvolle Ideen, die von den Unternehmen bisher nicht genutzt wurden".

**Die Erforschung der Vergangenheit ist eine echte Marktlücke**

"Mein eigener Chef zu sein war nicht die Motivation dafür, ein eigenes Unternehmen zu gründen. Hauptpunkt war, dass es so etwas wie das ifw noch nicht gab: es galt eine echte Marktlücke auszufüllen", erklärt der promovierte Historiker. Der Zeitpunkt, um Geschichte zur Geschäftsidee zu machen, war günstig: "Im Rahmen der Diskussion über die Verwicklung deutscher Firmen in der NS-Zeit und die Entschädigung der Zwangsarbeiter stellen sich viele Unternehmen die Frage, wie sie mit ihrer Geschichte umgehen sollen. Hier leistet das ifw als unabhängiges Institut Hilfestellung für einen offenen Umgang mit der Vergangenheit. Hinzu kam, dass der Jahrtausendwechsel bevorstand und dadurch die Nachfrage nach Firmenjubiläumsschriften besonders groß war."