

ifw
Institut für Firmen-
und Wirtschafts-
geschichte GmbH

Güntherstraße 51
22087 Hamburg

Telefon:
040 / 41 35 20 58

Fax:
040 / 41 35 20 59

e-mail:
Tode@ifw-homepage.de

Internet:
www.ifw-homepage.de

Tief gegraben

Ein Historiker hat eine Marktlücke entdeckt

Die Aktion war peinlich. Mit einem haushohen Plakat warb die Pilsner Urquell Brauerei aus Anlaß des 150. Geburtstags für ihr Traditionsbier. Neben einer Flasche Pilsner Urquell prangte ein historisches Photo, angeblich die Hamburger Reeperbahn im Jahre 1938. „Die Zeiten ändern sich – das Original bleibt“, hieß es da. Doch das Photo zeigt weder die Hamburger Sündenmeile, noch ist es im Jahre 1938 aufgenommen worden. „Solch einen folgenschweren Fauxpas hätte man leicht vermeiden können“, sagt Sven Tode. Der 33jährige Historiker hat jüngst das Institut für Firmen- und Wirtschaftsgeschichte (IFW) gegründet, Deutschlands ersten privaten Anbieter für historische Dienstleistungen.

Die Geschäftsidee hatte der gebürtige Hamburger bereits 1991. Damals stritten sich zwei amerikanische Firmen um das Patentrecht an einem Bajonnettverschluß für Feuerwehrschräuche. Weil die eine Firma kein Patent vorweisen konnte, wurde sie von der Konkurrenz mit Patent auf sieben Millionen Dollar Schadensersatz verklagt. Im Auftrag des angeklagten Unternehmens fand Tode in einem Berliner Archiv ein älteres Patent aus dem Jahre 1935. Die Schadensersatzforderungen des Klägers wurden hinfällig.

Sein Institut bietet nicht nur Hilfe beim Streit von Patent- und Markenrechten, es recherchiert und verfaßt auch Firmengeschichten. Dafür besteht Nachfrage, erkannte Tode 1995, als sich die Beiersdorf AG auf der Suche nach einem Autor für die eigene Unternehmensgeschichte an das Historische Seminar der Universität Hamburg wandte. Der Lehrbeauftragte für die Geschichte der Frühen Neuzeit bot seine Dienste an und bekam den Auftrag. Die Beiersdorfer waren so zufrieden, daß sie ihn anschließend die 75jährige Geschichte des Pflasters Hansaplast niederschreiben ließen.

Daß er als Lehrbeauftragter der Uni Hamburg mit seinen Studenten über Bauernkriege und Reformation diskutiert, sieht der Jungunternehmer keineswegs als Manko. „Historiker arbeiten exemplarisch. Es ist völlig egal, ob ich nach Karl dem Großen suche oder die Geschichte von Nivea erforsche“, sagt er.

Besonders zu Werbezwecken eignet sich die eigene Firmengeschichte. „Wenn ich Kunde bin, kaufe ich natürlich eher Sachen, von denen ich weiß, daß die sich schon bei meiner Großmutter bewährt haben“, erklärt Tode und verweist auf die Marke Nivea. Was als Signet einer Universalcreme begann, zielt heute auch Shampoos und Lippenstifte.

Zunehmend werden sich Manager bewußt, daß Profitorientierung allein nicht die Ultima ratio eines Unternehmens sein kann. Nur wenn eine spezifische Kultur entsteht, überlebt ein Unternehmen über die Generationen hinweg.

Voraussetzung für die sinnvolle Verwertung der eigenen Firmenhistorie ist ein gut geführtes Archiv. Das gelte, so Institutsgründer Tode, bei deutschen Unternehmen vor allem für die Zeit des Nationalsozialismus. Viele große deutsche Unternehmen mußten sich in jüngster Zeit ihrer NS-Vergangenheit stellen.

Wie brisant ein nachlässiger Umgang mit der Vergangenheit sein kann, zeigt das Beispiel Allianz. Lediglich eine Halbtagskraft hatte sich der Versicherungsriese für den Aufbau eines Firmenarchivs geleistet, bis Überlebende des Holocaust den Münchner Konzern auf milliardenschweren Schadensersatz verklagten.

Ihr Image aufpolieren will nun auch die Pilsner Urquell Brauerei nach dem verpatzten Plakat. Die Beratung durch einen Historiker hätte die Panne vermeiden können, glaubt Holger Brommer von der verantwortlichen Werbeagentur Grünwald. „Uns sind Details nicht aufgefallen.“
CHRISTOPH SCHULT

BfG AG Hamburg
BLZ 200 101 11
Konto: 18 33734 700
Postbank
BLZ 200 100 20
Konto: 55 246 – 204

Geschäftsführer
Dr. Sven Tode
Handelsregister
Amtsgericht Hamburg
HRB 67270