

Die gesellschaftliche Rolle von Unternehmen nach dem Zweiten Weltkrieg – am Beispiel eines deutschen und eines niederländischen Unternehmens im Vergleich

UNTERNEHMEN stehen in einer permanenten Wechselbeziehung zu ihrem gesellschaftlichen Umfeld, dessen wirtschaftliche und soziokulturelle Rahmenbedingungen einem schnellen Wandel unterliegen. Seit den 1970er Jahren stehen Wirtschaftsakteure verstärkt in öffentlicher Kritik und in der nationalen und internationalen Öffentlichkeit ist eine Diskussion um die gesellschaftli-

che Rolle von Unternehmen entbrannt, in der die gesellschaftliche Verantwortung der Wirtschaft sowie deren ethische Fundierung erörtert werden.¹

In der modernen Unternehmensgeschichtsschreibung spielt die Wechselbeziehung zwischen Unternehmen und Gesellschaft eine sehr untergeordnete Rolle. Auch neuere theoretische Ansätze konzentrieren sich bei der Erklärung von Handlungs- und Unternehmensstrukturen auf den ökonomischen Kern der Unternehmung und rekurren unternehmerische Handlungspraxis ausschließlich auf interne Kontexte. Versuchen, welche die Unternehmensgesellschaftsbeziehung in den Blick nehmen, fehlt eine entsprechende theoretische Einbettung.² Diesem Mangel soll im Rahmen dieses Dissertationsprojektes mit Hilfe eines neoinstitutionalistischen Unternehmensverständnisses und einer zivilgesellschaftlichen Handlungslogik begegnet werden.

Auffallend ist bei der derzeitigen Diskussion um die Genese von Unternehmensverantwortung, dass der Blick zumeist nicht weiter als bis zur Mitte der 1990er zurückreicht.³ Diese verkürzte Perspektive verkennt zum Teil sehr lange Unternehmenstraditionen und -kontinuitäten. Denn in akademischer und praktischer Hinsicht lassen sich durchaus zeitlich vorgelagerte Konzepte finden, die ebenfalls freiwilliges und verantwortliches Unternehmenshandeln in der Nachkriegszeit bezeichnen. Dazu gehören die betriebliche Sozialpolitik – insbesondere die freiwilligen betrieblichen Sozialleistungen, Umweltschutz, Nachhaltigkeit sowie Corporate Social Responsibility (CSR) und Corporate Citizenship (CC). Die letztgenannten finden sich in der deutschen Diskussion häufig unter dem Titel »gesellschaftliche Verantwortung von Unternehmen« und »bürgerschaftliches Engagement« bzw. in der niederländischen Debatte »Maatschappelijk Verantwoordelijkheid« (MV) oder »Maatschappelijk Verantwoord Ondernemen« (MVO).

Ein deutsch-niederländischer Vergleich eignet sich im Bereich der unternehmerischen Verantwortungskonzepte besonders, da dieser bisher trotz geographischer und kultureller Nähe nicht vorgenommen wurde. Der Blick wurde zumeist auf den angloamerikanischen Raum gerichtet. Im Sinne des größtmöglichen Erkenntnisgewinns – mit Hinblick auf die historischen Forschungslücken zur gesellschaftliche Rolle von Unternehmen und einer deutsch-niederländischen Vergleichsperspektive – lautet die zentrale Forschungsfrage dieser Dissertation: *Wie hat sich die*

1 Vgl. u.a. M. DIERKES/K. HÄHNER/A. BERTHOIN ANTAL, *Das Unternehmen und sein Umfeld. Wahrnehmungsprozesse und Unternehmenskultur am Beispiel eines Chemiekonzerns*, Frankfurt 1997, S. 15.

2 Erste Versuche, die zeigen, wie soziokulturelle Kontexte und unternehmerisches Handeln in wechselseitiger Abhängigkeit stehen, wurden von Hartmut Berghoff unternommen, der in seiner Habilitationsschrift eine Unternehmensgeschichte als Gesellschaftsgeschichte postuliert. Ähnliche Intentionen verfolgt Markus Raasch mit einer Mentalitätsgeschichte der Stadt Dormagen am Beispiel des dort ansässigen Bayerwerkes. Diesen Untersuchungen fehlt allerdings eine fundierte theoretische Grundlage.

3 Vgl. u.a. A. HABISCH/J. JONKER u.a. (Hrsg): *Corporate Social Responsibility Across Europe*, Berlin/Heidelberg 2005.

gesellschaftliche Rolle von ausgewählten Unternehmen in Deutschland und den Niederlanden im Zeitverlauf nach dem Zweiten Weltkrieg gewandelt? Mittels eines synchronen, individualisierenden Unternehmensvergleichs und einer qualitativen Quellenanalyse werden Gemeinsamkeiten und Unterschiede zweier Fallstudien zur Chemie- bzw. Pharmaindustrie herausgearbeitet. Die Unternehmen Bayer und DSM stehen im Fokus dieser Untersuchung. Der Untersuchungszeitraum von 1945 bis Ende des 20. Jahrhunderts eignet sich für die entwickelte Fragestellung besonders, da er zum einen nach den sozial, kulturell, wirtschaftlich und politisch signifikanten (Um-)Brüchen des Zweiten Weltkriegs einsetzt. Zum anderen ist diese Spanne gerade im Hinblick auf die aktuelle Diskussion um Unternehmensverantwortung äußerst sinnvoll, da jüngere Debatten durch die historische Perspektive besonders bereichert und Kontinuitäten und Brüche sichtbar und analysierbar werden.

Die chemische Industrie ist eine Schlüsselbranche der beiden Volkswirtschaften und sieht sich aufgrund ihres Kerngeschäfts besonderen gesellschaftlichen Vorurteilen, Kritik und Unbehagen ausgesetzt. Laut dem sogenannten »Good Company Ranking«, einer Initiative des Manager Magazins und der Kommunikationsberatung Kirchhoff Consult, sind Unternehmen aus kritisch wahrgenommenen Branchen in ihrem Engagement führend.⁴ Gerade diese Unternehmen gingen offensiv mit ihrer Verantwortung um und übernahmen bei der Implementierung umfassender Strategien eine Vorreiterrolle.⁵ Inwieweit diese Entwicklung ebenfalls für Bayer und DSM zutrifft, wird zu untersuchen sein.

Das Dissertationsprojekt kann auf ein weites Spektrum an publizierten und unveröffentlichten Quellen zurückgreifen. Das umfangreiche Material der gesamten Nachkriegszeit deckt ein breites Spektrum von internen Korrespondenzen, Briefwechseln, Protokollen und Vorträgen aus unterschiedlichen Abteilungen und Hierarchieebenen sowie Geschäftsberichten, Mitarbeiterzeitschriften und Sozialberichten ab. Die Arbeit an dem Promotionsvorhaben wurde im Mai 2008 aufgenommen und wird voraussichtlich im Sommer 2011 abgeschlossen.

Inga Nuhn

4 A. BALZER/K. GAZDAR u.a.: *Das Good Company Ranking. Corporate Social Responsibility Wettbewerb der 90 größten Konzerne Europas*, online unter http://www.kirchhoff.de/uploads/media/090424_Good-Company-Ranking_DE.pdf.

5 BALZER/GAZDAR (wie Anm. 4), S. 4.