

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	7
1. Vom Sinn und Nutzen der Unternehmensgeschichte	13
1.1 Für Ökonomen und Praktiker im Unternehmen	13
1.2 Für die historische Forschung	22
2. Warum gibt es Unternehmer und Unternehmen?	31
2.1 Statisten oder Titanen? Die Funktion des Unternehmers	31
2.2 Inseln der Hierarchie im Meer des Marktes? Zur Theorie der Unternehmung	42
3. Unternehmensstrukturen im historischen Wandel	63
3.1 Vom Kleinbetrieb zum Großunternehmen	63
3.2 Die Trennung von Kapitalbesitz und Unternehmensführung	73
3.3 Ursprünge des modernen Managements	82
3.4 Skalenerträge, Synergien und Wettbewerbsvorteile von Nationen ..	87
4. Totgesagte leben länger. Der „Mittelstand“	107
4.1 Überleben und Renaissance des „Mittelstandes“	107
4.2 Sind kleinere Unternehmen effizienter?	112
4.3 Vom klassischen zum neuen „Mittelstand“	120
5. Die Globalisierung des Unternehmens	127
5.1 Zur Theorie des multinationalen Unternehmens	127
5.2 Aufstieg und Funktionswandel der „Multinationals“	131
6. Das Unternehmen als soziokulturelles Handlungsfeld	147
6.1 Das Janusgesicht der Unternehmenskultur	147
6.2 Unternehmensethik. Erst der Gewinn, dann die Moral?	163
6.3 Netzwerke als vertrauensbasierte Kooperationsformen	172

7. Die politische Geschichte des Unternehmens	185
7.1 Wirtschaft und Staat im langen 19. Jahrhundert	185
7.2 Zwischen Diktatur und Demokratie. Die Systemumbrüche des 20. Jahrhunderts	198
7.3 Marktwirtschaft versus Sozialpartnerschaft? Arbeitsbeziehungen im Wandel	221
7.4 „All business is local“. Zur Bedeutung der Kommunalpolitik	235
 8. Sozial- und Kulturgeschichte des Wirtschaftsbürgertums ..	243
8.1 Der Mythos der offenen Leistungselite	243
8.2 Strateginnen im Verborgenen? Die Rolle der Frauen	252
 9. Verheißungen und Irrwege der Technologie	271
9.1 Dynamik und Tücken des technischen Fortschritts	271
9.2 Vorläufer, Aufstieg und Krise des Fordismus	288
9.3 Klasse statt Masse? Alternativen zur Massenproduktion	301
 10. Produktivkräfte jenseits der Produktion	313
10.1 Von der Produkt- zur Kundenorientierung. Grundzüge der Marketinggeschichte	313
10.2 Geheime Verführung? Werbung als Signum der Moderne	330
10.3 Zwischen Kramladen und E-Commerce. Wandel und Vielfalt des Einzelhandels	342
 11. Unternehmensgeschichte als akademische Disziplin	359
11.1 Geschichte und Institutionen der Unternehmensgeschichte	359
11.2 Wegweiser zur Fachliteratur	366
 Verzeichnis der Bildquellen	371
 Personenregister	373
 Unternehmensregister	377