

hätte man eine Erlaubnis bekommen, Geld zu drucken. Das galt aber nur bis zur Währungsreform 1948, danach waren publizistische Produkte einem scharfen Wettbewerb ausgesetzt. Daß die ZEIT die Phase der Marktberreinigung überstand und sich auch gegen die später gegründete Konkurrenz zu behaupten wußte, lag ebenso an den facettenreichen Inhalten wie an der geschickten ökonomischen Absicherung, zu der Bucerius den «Stern» als Brotblatt benutzte. Bis die ZEIT in den siebziger Jahren die Gewinnzone erreichte, wurden durch den Verleger, erwirtschaftet von Henri Nannens «Stern», 25 Millionen DM zugeschossen. Doch sind die wirtschaftlichen Schwierigkeiten keineswegs ausgestanden, wie die mühevoll Existenz des ZEIT-Magazins beweist.

In die Person Gerd Bucerius der eine roten Faden, der sich durch die ZEIT-Geschichte zieht, ist Marion Gräfin Dönhoff die andere. Die «Gräfin» prägte wie kaum eine andere die politische Ausprägung der Wochenzeitung. Ihr Renommee mußte sie sich aber erst mühsam erkämpfen, und nach innerredaktionellen Konflikten ging sie Anfang der fünfziger Jahre kurzzeitig ins Londoner Exil.

JanBens «Zeit in der ZEIT» ist sicherlich keine Arbeitsbeschaffungsmaßnahme für Historiker, es ist allenfalls eine Arbeitsbeschaffungsmaßnahme für Unternehmenshistoriker. JanBens hat Quellen zur Unternehmensgeschichte einer Zeitung zusammengetragen und geschickt beschrieben. Dabei hat er, das ist bei einer Festschrift legitim, das Bild um Nuancen ins Positive verändert. Für den Unternehmenshistoriker bleibt gleichwohl noch Arbeit.

Berlin/Dresden

Rudolf Stöber

**David Packard, *Die Hewlett-Packard Story. Wie Bill Hewlett und ich unser Unternehmen aufbauten.*** Campus, Frankfurt/M. u. New York 1996, 200 S. (26 Abb.), DM 48,-.

Hewlett-Packard ist in der noch jungen Geschichte der Elektronikindustrie vielleicht das Paradebeispiel für das kalifornische «Wirtschaftswunder» nach dem Zweiten Weltkrieg. Bill

Hewlett und David Packard gründeten Ende der dreißiger Jahre, noch unter dem Eindruck der Weltwirtschaftskrise in Palo Alto ein Unternehmen, das hochpräzise Meßgeräte herstellte. In den folgenden Jahren wurde Hewlett-Packard nicht nur zum führenden Hersteller von Meßgeräten aller Art, sondern entwickelte sich auch zum Kern des heute schon legendären Silicon Valley. Die beiden Firmengründer hatten im Verlauf der nunmehr fast sechzigjährigen Unternehmensgeschichte immer wieder den Weitblick, das Produktspektrum in entscheidenden Momenten durch Innovationen zu ergänzen. Dazu gehörte in den sechziger Jahren der Einstieg in die Produktion von Minicomputern als Ergänzung und Erweiterung der Meßtechnik, die Entwicklung von Taschenrechnern in den siebziger sowie von Laser- und Tintenstrahldruckern in den achtziger Jahren. Heute ist Hewlett-Packard, trotz der schnelllebigen Konjunktur, eines der größten und solidesten Unternehmen in der Computerbranche.

Die Autobiographie des 83jährigen David Packard könnte also wichtige Einsichten in HP's erfolgreiche Managementphilosophie liefern, wie es auch der englische Titel («The HP-Way») andeutet. Leider ist dies nicht der Fall.

Obwohl in dem Buch die wichtigsten Produkte und die entscheidenden Managementgrundsätze, insbesondere die auf Eigeninitiative und -verantwortung angelegte Personalführung, von Hewlett-Packard angesprochen werden, wird der akademisch interessierte Leser enttäuscht sein. Das Buch liefert wenig detaillierte Fakten und keine Beispiele für die Unternehmensstrategie bei zentralen technischen oder geschäftlichen Entscheidungen. Und obwohl Packard auf über 120 Seiten grundsätzliche Aussagen über das Unternehmenswachstum, die Akquisition von Kapital oder das Technologie- und Innovationsmanagement formuliert, bleibt doch die über 50 Jahre so erfolgreiche Unternehmenspraxis weitgehend im Dunkeln.

Schon nach der Lektüre weniger Seiten fällt auf, daß David Packard auch kein großer Erzähler ist, der die vielschichtige und spannende Geschichte der amerikanischen Elektronikindustrie in so unterhaltsamer Weise darstellen könnte wie vor einigen Jahren Thomas Wolfe in seinem Buch «Die neue Welt des Robert Noyce». Dies braucht nicht zu verwundern, denn Packard zieht eine kurze Anekdote stets einer ausformulierten Geschichte oder gar einer

Analyse vor. Das führt beispielsweise dazu, daß er ernstgemeinte Parallelen zwischen seinen Erfahrungen als Rinderzüchter und einer effektiven Personalführung herstellt. Schließlich erzählt Packard seine «Hewlett-Packard Story» mit Vorliebe in kurzen Aussagesätzen, die das schmale Buch zwar leicht lesbar machen, aber für eine differenzierte Darstellung insgesamt kaum Raum lassen.

So anerkennenswert das Anliegen dieses Buches ist, den Leser am Erfolgsgeheimnis von Hewlett-Packard teilhaben zu lassen, so ist es doch ein weiteres Beispiel dafür, daß die Memoiren von Zeitzeugen häufig von zweifelhaftem Wert sind.

Aachen

Michael Friedewald

**Kreuzberg Museum (Hrsg.), *Made in Kreuzberg. Produkte aus Handwerk und Industrie.*** Jovis, Berlin 1996, 142 S. (zahlr. Abb.), DM 19,80.

Bei dem vorzustellenden Buch, herausgegeben vom Kunstamt Kreuzberg und dem Kreuzberger Museum für Stadtentwicklung und Sozialgeschichte, handelt es sich um den Begleitband zu einer gleichnamigen Ausstellung. Es ist kein Katalog, der im herkömmlichen Sinne Exponat für Exponat beschreibt. Vielmehr findet der Leser 15 reich bebilderte Firmenporträts und zwei einleitende Kapitel zur Kreuzberger Wirtschaftsgeschichte von 1800 bis zur Gegenwart. Verzichtet wird auf einen wissenschaftlichen Anmerkungsapparat; Literaturhinweise sind am Schluß des Buchs auf vier Seiten zusammengestellt.

Kreuzberg gehört zu den wichtigsten industriellen Standorten in Berlin. Gute Verkehrsanbindungen und eine günstige Topographie förderten die Industrialisierung. Zudem profitierte Kreuzberg im 19. Jahrhundert von der Randwanderung jener Industrien, die größere Betriebsflächen suchten. Wichtigste Kreuzberger Branche war um 1900 die Textilindustrie, an zweiter Stelle folgte die Metallverarbeitung. In den 20er Jahren spielten jedoch Dienstleistungen sowie die Druck- und Papierindustrie die

führende Rolle. Das Kreuzberger Zeitungsviertel entstand.

Im einzelnen stellt der Band folgende Firmen vor: Kattundruckerei Dannenberger, Tonwarenfabrik Feilner, Hopfsche Bockbrauerei, Siemens, Pianofortefabrik Bechstein, Bruckmaschinenhersteller Berthold, Waschmaschinenhersteller Ziegler, Schokoladenfabrik Sarotti, Bundesdruckerei, Buchbinderei Lüderitz & Bauer, Verlagshaus «Vorwärts», Buchdruckwerkstätte GmbH, Goldleisten- und Rahmenfabrik Wehner, Schallplattkhersteller Carl Lindström, Zigarettenhersteller Muratti.

Die einzelnen Beiträge umfassen maximal acht Seiten. Ihr Schwerpunkt liegt auf dem 19. und frühen 20. Jahrhundert, nur cursorisch wird die Linie bis zur Gegenwart fortgeführt. Gern hätte man mehr über die jüngere Kreuzberger Wirtschaftsgeschichte erfahren. Welche Bedeutung haben etwa heute die von Gastarbeitern und Immigranten geführten Unternehmen? Alle Darstellungen fußen auf gedruckt vorliegender Literatur, in der Regel auf (älteren) Festschriften der Firmen. Daraus erklären sich wahrscheinlich auch die thematischen Schwerpunkte. Man erfährt beispielsweise wenig zu Unternehmensbiographien oder zu Arbeitsverhältnissen (hier liefern lediglich die Abbildungen manche Information). Die Texte zu Ziegler und Muratti rücken jedoch alltags- und kulturgeschichtliche Fragen in den Vordergrund.

Insgesamt ein Buch, das auf anschauliche, lockere und doch fundierte Art und Weise die Wirtschaftsgeschichte eines Berliner Bezirks lebendig werden läßt. Und dabei bringt es wohl so manches festgefügte Kreuzberg-Vorurteil ins Wanken.

Dortmund

Ralf Stremmel

Erschienen in: Zeitschrift für Unternehmensgeschichte, 43. Jg., Nr. 1, 1998