

Zitierhinweis

Denzel, Markus A.: Rezension über: Alessandro Monti, Der Preis des "weißen Goldes". Preispolitik und -strategie im Merkantilssystem am Beispiel der Porzellanmanufaktur Meißen 1710-1830, München: Oldenbourg, 2011, in: ~ Vierteljahrschrift für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte (bis 2021), 2012, 2, S. 273-274, DOI: 10.15463/rec.1189723681



copyright

Dieser Beitrag kann vom Nutzer zu eigenen nicht-kommerziellen Zwecken heruntergeladen und/oder ausgedruckt werden. Darüber hinausgehende Nutzungen sind ohne weitere Genehmigung der Rechteinhaber nur im Rahmen der gesetzlichen Schrankenbestimmungen (§§ 44a-63a UrhG) zulässig.

ist. Nach einem 20-seitigen Überblick über die ebenfalls schon mehrfach publizierte Geschichte der Bayer AG beginnt der Kernbereich der empirischen Untersuchung dann ab Seite 124 (!) – interessanterweise und ohne Begründung zunächst mit der Globalisierungsphase ab 1985. Hier wird dann auch deutlich, was mit der „methodisch bemerkenswerten“ leitfadengestützten Dokumentenanalyse gemeint ist: dass nämlich jeweils eines der Kriterien, die für den Untersuchungsgegenstand „Wissen“ im Unternehmen als zentral erachtet werden, quellenorientiert (zumeist auf Basis von Geschäftsberichten) erläutert wird. Zum Thema „Internationaler Wettbewerbsdruck“ informiert die Autorin dann beispielsweise zunächst darüber, dass Bayer ein international ausgerichtetes Management einsetzte. Dieses Faktum wird dann durch ein entsprechendes Quellenzitat belegt. So heißt es etwa im Geschäftsbericht von 1988: „Um im globalen Wettbewerb langfristig zu bestehen, ist es notwendig, das internationale Konzerngeschäft mit einem international ausgerichtetem Management zu führen.“ (S. 132) Und so geht es weiter: Für die erste Globalisierungsphase und mit Blick auf die Kategorie „Forschung und Entwicklung“ wird konstatiert, dass „allein die Gründung eines eigenen wissenschaftlichen Labors die Bedeutung, die dem Bereich Forschung und Entwicklung in Bezug auf die interne Wissensvermittlung beigemessen wurde“, zeige. Belegt wird diese Feststellung mit einem Zitat aus der Bayer-Festschrift von 1988, in der es lapidar heißt: „Ein pharmazeutisch-wissenschaftliches Laboratorium wird in Elberfeld eingerichtet.“ (S. 184) Auf die Auswertung evtl. Archivmaterials zum Laboratorium verzichtet die Autorin. Dieses Prinzip durchzieht die gesamte Arbeit. Das ist nicht nur bisweilen belanglos und führt zu Redundanzen, sondern macht den Text, der aus einer endlosen Abfolge von Erläuterungen und Zitaten besteht, auch noch schwer lesbar. Insgesamt umfasst der auf diese Art gestaltete Text, der den Kern der Dissertation ausmacht, ganze 90 Seiten. Nun ist Quantität nicht gleich Qualität, aber wenn man auf die Auswertung ungedruckten Quellenmaterials weitgehend verzichtet und die Textanalyse auf die hier exemplarisch vorgestellte Weise durchführt, so bleibt der Erkenntnisfortschritt gering. Hier wurde eine Chance vertan.

Insgesamt entpuppt sich der vielversprechende Titel dieser Arbeit als eine weitgehend belanglose und den Kriterien an eine wissenschaftliche Unternehmensgeschichte nur in Ansätzen entsprechende Untersuchung. In Zeiten, in denen Dissertationen aus formalen Gründen ins Gerede kommen, sollten auch die inhaltlichen Ansprüche nicht zu niedrig gehängt werden.

Marburg

CHRISTIAN KLEINSCHMIDT

ALESSANDRO MONTI: *Der Preis des „weißen Goldes“. Preispolitik und -strategie im Merkantilssystem am Beispiel der Porzellanmanufaktur Meißen 1710–1830*. Oldenbourg, München 2011, 557 S., 59,80 €.

Mit seiner Kölner Dissertation von 2010 begibt sich Alessandro Monti auf ein wirtschaftshistorisches Forschungsfeld, das in den letzten Jahren gerade in Deutschland kaum vertiefte Beachtung gefunden hat: das der vorindustriellen Preisgeschichte. Dass er sich dabei nicht – wie in den meisten preishistorischen Arbeiten der vergangenen Jahrzehnte – auf Agrarpreise stützt und diese für konjunkturelle Aussagen heranzieht, sondern die Preispolitik und die Preisstrategie eines der modernsten Gewerbebetriebe des 18. Jh.s in ganz Europa analysiert, stellt ein bemerkenswertes Novum auf diesem Gebiet dar. Dabei nutzt er die Methoden der Geschichtswissenschaft wie die der Betriebswirtschaft gleichermaßen und gelangt durch seinen innovativen Forschungsansatz in bester wirtschaftshistorischer Manier zu überzeugenden Ergebnissen. Die Konzentration einer preishistorischen Arbeit auf eine einzelne Manufaktur mit ihrer Luxusgüterproduktion – hier das Porzellan – entbehrt nicht eines gewissen Wagnisses, denn eine Verallgemeinerung der getroffenen Aussagen auf gesamtwirtschaftlich-konjunkturelle Entwicklungen muss hier weitgehend unterbleiben, lag aber auch nicht in der Intention des Verfassers. Da ‚seine‘ Manufaktur, die Porzellanmanufaktur Meißen, aber die einzige dieser Art in Sachsen und eine von weniger als zwanzig (im ausgehenden 18. Jh.) im gesamten Alten

Reich war, kommt dieser Arbeit nicht zuletzt aufgrund der Fülle an ausgewerteten Quellen eine Pionierrolle in der Erforschung von Preisen im Groß- bzw. Manufakturgewerbe, des „einzelwirtschaftlichen Aspekt[s] der Preispolitik“ (S. 2), im 18. und frühen 19. Jh. zu.

Im Kern seiner Arbeit untersucht Monti die Preispolitik und -strategie der Meißner Porzellanmanufaktur von ihren ersten Anfängen unter dem „Goldmacher“ Böttger über alle Brüche der politischen und wirtschaftlichen Entwicklung im Kurfürstentum bzw. Königreich Sachsen hinweg bis zum Vorabend des Industrialisierungsprozesses, d. h. über einen Zeitraum von etwa 130 Jahren. Die Langzeitanalyse macht es dem Verfasser möglich, sehr klar und detailliert herauszuarbeiten, welche Schwierigkeiten die kostendeckende Preiskalkulation der gefertigten Porzellanstücke und die Abstimmung der Preise auf die unterschiedlichen und sich rasch wandelnden Marktgegebenheiten bereiteten. Vor dem Hintergrund einer ausführlichen Erörterung allgemeiner Grundsätze von Preispolitik im Merkantilsystem legt er das Auf und Ab von strategischen Preisentscheidungen und ihren Konsequenzen für die Einnahmen der Manufaktur und damit auch des sie tragenden Staates dar. Dass es sich in Meißen – anders als bei zahlreichen anderen Manufakturen – keinesfalls um einen andauernd defizitären Staatsbetrieb gehandelt hat, auch wenn oft jahrelang Verluste eingefahren wurden, belegt die langfristige Perspektive: Zwischen 1719 und 1810 wurden mehr als 2,22 Mio. Taler in Geld (38 %) und Porzellan (62 %) an die verschiedenen Staatskassen bzw. das Fürstenhaus abgeführt; die höchsten Zahlungen im Jahresdurchschnitt gingen übrigens während des Siebenjährigen Krieges an Friedrich d. Großen. Nichtsdestoweniger produzierte die Manufaktur im Augusteischen Zeitalter Sachsens (bis 1763) zu mehr als der Hälfte für den Hof und den Regenten, was aber zugleich auch der Auslastung der Produktionskapazität in Zeiten geringer Nachfrage – bei einer schon aufgrund der Hochpreisigkeit des Produkts generell eher schwachen privaten Nachfrage – diente. Hinzu kam der Wettbewerb mit den Porzellanmanufakturen anderer deutscher Landesherren, der zu unvorteilhaften Rabattverkäufen und Auktionen führte, die letztlich für die Marke „Meißen“ schädlich waren. Eine langfristig klare Preispolitik war nicht erkennbar, und zusammen mit der Tatsache, dass die Verkaufspreise pro Stück stärker als die Stückkosten fielen, war dies einer der Hauptgründe für die immer kritischere finanzielle Situation der Manufaktur seit dem ausgehenden 18. Jh. Die dominierende Position in der Preisgestaltung, die Meißen aufgrund seiner monopolähnlichen Stellung bis zum Siebenjährigen Krieg innehatte, war danach unwiederbringlich verlorengegangen: „Die Manufaktur verlor den Nimbus des führenden Porzellanherstellers und des aktiven Preisführers im Markt.“ (S. 461) Erst durch die 1814 eingeleiteten Reformen, die u. a. auf Vollkostenrechnung, qualitative Preisdifferenzierung und eine Erweiterung der Produktlinie im Niedrigpreissegment abzielten, begann der ökonomische Wiederaufstieg der Manufaktur in der ausgehenden vorindustriellen Zeit.

Monti liefert mit seiner unternehmens- wie preishistorisch gleichermaßen interessanten wie wichtigen Studie ein geradezu ideales Beispiel für die sinnvolle und ertragreiche Verquickung historischer und betriebswirtschaftlicher Forschungsansätze. Er leistet zugleich eine auf vorzüglicher und minutiöser Quellenauswertung beruhende Pionierarbeit auf dem Gebiet der Preisgeschichte, die hierdurch einen durchaus innovativen Schub erhalten hat. Es bleibt zu wünschen, dass künftige Studien verstärkt Montis Ansatz, Preispolitik und -strategie anhand vorindustrieller Unternehmen zu analysieren, aufgreifen und weiterführen.

Leipzig/Bozen

MARKUS A. DENZEL

ROMAN SANDGRUBER: *Lenzing. Anatomie einer Industrie Gründung im Dritten Reich* (Oberösterreich in der Zeit des Nationalsozialismus 9). Oberösterreichisches Landesarchiv, Linz 2010, 476 S. (58 Tab., 18 Abb.), 35,00 €.

Im Zentrum dieses Werkes des österreichischen Wirtschaftshistorikers Roman Sandgruber steht die 1938 in Oberösterreich gegründete Lenzinger Zellwolle AG und ihre Entwicklung in der NS-Zeit