

Citation style

Scholtysseck, Joachim : recension de : Alfred Reckendrees, Beiersdorf. Die Geschichte des Unternehmens hinter den Marken NIVEA, tesa, Hansaplast & Co, München : C.H. Beck, 2018, dans : ~ Vierteljahrschrift für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte (bis 2021), 2019, 4, p. 559-560, DOI: 10.15463/rec.1075058277



copyright

This article may be downloaded and/or used within the private copying exemption. Any further use without permission of the rights owner shall be subject to legal licences (§§ 44a-63a UrhG / German Copyright Act).

VSWG 106, 2019/4, 559–560

Alfred Reckendrees

Beiersdorf. Die Geschichte des Unternehmens hinter den Marken NIVEA, tesa, Hansaplast & Co

C. H. Beck, München 2018, 410 S., 29,95 €.

Das im Jahr 1882 gegründete und aus einer Apotheke hervorgegangene Unternehmen Beiersdorf in Hamburg ist heute ein Global Player, dessen Produkte man auf allen Kontinenten in den Regalen der Supermärkte und Drogerien finden kann. Im Jahr 2014 entschied sich das Unternehmen, seine Geschichte auf unabhängiger Basis wissenschaftlich aufarbeiten zu lassen. Unterstützt von einem Geschichtsbüro hat der Verfasser akribische Quellenstudien betrieben und ein Werk vorgelegt, das rundum überzeugt. Vor allem die Vorstandsprotokolle, die seit 1956 lückenlos vorliegen, aber auch die Aufsichtsratsprotokolle, die Geschäftsberichte, die Prüfberichte der Wirtschaftsprüfungsgesellschaften und die Mitarbeiterzeitungen sowie über 20 Zeitzeugeninterviews bieten die Möglichkeit, die Beiersdorf-Geschichte bis ins 21. Jh. darzustellen. Erfreulicherweise hat der Verfasser auch seine Vorgehensweise und seine Zusammenarbeit mit dem Auftraggeber transparent gemacht; für den wissenschaftlichen Leser findet sich im Anhang ein instruktives „Nachwort für wissenschaftliche Leserinnen und Leser“, das die Genese der Veröffentlichung, die Konstruktion des Werkes und die Konstellation des für die Entstehung und Faktenüberprüfung geschaffenen „Lesekreises“ darlegt und weitere Forschungen zum Thema erleichtern wird.

Inhaltlich werden sämtliche Aspekte überzeugend abgehandelt, vor allem der zügige Ausbau unter Oscar Tropolowitz, dem strategischen Kopf des Unternehmens und Nachfolger des Gründers Paul Beiersdorf. Obwohl sich Reckendrees auf die Strategie des Unternehmens konzentriert, kommen andere wichtige Aspekte nicht zu kurz: das geschickte Marketing und die Werbung im Banne des deutschlandweiten Trends zur Hygiene und Körperpflege, die atemberaubende Internationalisierung vor 1914 und der ebenso atemberaubende Absturz in der Folge des Ersten Weltkrieges. Diese Zäsur war durch den Verlust v. a. der amerikanischen Tochtergesellschaft geprägt, deren mühsamen Wiedererwerb in den 1920er Jahren Reckendrees detailliert schildert. Instruktiv ist der Abschnitt zum „Dritten Reich“. Da einige der Inhaber und das finanziell hinter der Firma stehende Bankhaus Warburg schon 1933 als „jüdisch“ angegriffen wurden, versuchten die Inhaber vergleichsweise früh, durch eine „Selbstarisierung“ der Verfolgung zu entgehen. Die Lösung, die angesichts der Attacken der Nationalsozialisten gefunden wurde, nämlich wesentliche Teile des Unternehmens in verselbstständigte Auslandsgesellschaften in den Niederlanden zu verlagern, schützte zumindest für einige Jahre. Sie bot auch den jüdischen Inhabern Zuflucht. Im Tagesgeschäft unterschied sich Beiersdorf im „Dritten Reich“ kaum von anderen Großunternehmen, die sich opportunistisch dem Regime anpassten, um weiter produzieren zu können: Selbstklebende Pflaster und der 1936 eingeführte „Tesa-film“ wurden zu Verkaufsschlägern. Rüstungsaufträge und Zwangsarbeit gehörten ebenfalls dazu, wie Reckendrees darlegt. Der Zweite Weltkrieg und die Zerstörung der Produktionsanlagen bedeuteten erneut fast den Ruin. Dennoch arbeiteten 1950 bereits wieder 1.500 Menschen für Beiersdorf. Den Wiederaufbau in der Bundesrepublik kann der Verfasser über die üblichen Sperrfristen hinaus bis zum Jahr 2004 aus den Quellen im Archiv der Beiersdorf AG nachvollziehen, was durchaus bemerkenswert ist.

War alles Glück, oder war Beiersdorf einfach nur, trotz aller existenzbedrohenden Rückschläge, immer zur rechten Zeit am rechten Ort? Reckendrees gibt in seiner überzeugenden und informativen Studie die Antwort auf die Frage nach der Markenstrategie: „Der Erfolg basierte darauf, sozialen und kulturellen Wandel frühzeitig erkannt und mit ansprechenden, nützlichen und erstrebenswerten Markenprodukten darauf reagiert zu haben.“

JOACHIM SCHOLTYSECK

Bonn

VSWG 106, 2019/4, 560–561

Winfried Schmähl

Alterssicherungspolitik in Deutschland. Vorgeschichte und Entwicklung von 1945 bis 1998

Mohr Siebeck, Tübingen 2018, 1.151 S. (zahlreiche Tabellen und Grafiken), 159,00 €.

Soziale Sicherung und insbesondere Alterssicherung stehen seit rund 50 Jahren im Zentrum der wissenschaftlichen Interessen des Autors. Ziel des nun vorliegenden umfangreichen Bandes ist eine „erste Gesamtdarstellung“ der Entwicklung ab 1945. In einem knappen Einleitungskapitel skizziert der Autor Grundprobleme der Alterssicherungspolitik und ihrer wissenschaftlichen Analyse. Darauf folgt eine ausführliche „Vorgeschichte“, die von den Anfängen staatlicher Altersvorsorge bis 1945 reicht. Den Hauptteil des Buches bilden acht chronologisch geordnete Kapitel, die jeweils eine allgemein- und/oder sozialpolitisch signifikante Periode umfassen. Der Schwerpunkt liegt auf der alten Bundesrepublik, aber auch parallele Entwicklungen in der DDR und die wechselseitigen Wahrnehmungen und Einflüsse zwischen den beiden deutschen Staaten werden einbezogen, und schließlich die Integration der beiden Alterssicherungssysteme nach der Wende. Beide Staaten werden auch in die langen Traditionslinien der „Vorgeschichte“ gestellt, mit ihren erstaunlichen Kontinuitäten besonders im diskursiven und im organisatorisch-administrativen Bereich.

Eckpunkte der Darstellung sind die beiden großen Wendepunkte der deutschen Alterssicherungspolitik: zunächst die Rentenreform 1957 mit dem Prinzip der Lebensstandardsicherung durch die Gesetzliche Rentenversicherung; und dann die Abkehr von diesem Prinzip, durch den sich ab Mitte der 1990er Jahre anbahnenden „grundlegenden Paradigmenwechsel“, der endgültig aber erst nach dem Regierungswechsel 1998 (und damit nach dem Zeithorizont dieses Buches) zum Durchbruch kam. Die Periode dazwischen beschreibt Schmähl – abgesehen von einer kurzen „Konsolidierungsphase“ in den späten 1950er und frühen 1960er Jahren – als kontinuierlichen Veränderungs- bzw. Reformprozess. Er macht dabei den hochkomplexen Charakter rentenpolitischer Aushandlungsprozesse sichtbar, indem er eine Vielzahl an beteiligten Akteuren zu Wort kommen lässt, und ihre Positionen und deren Wandel detailliert beschreibt. Hierzu gehören die vielen unterschiedlichen Gruppierungen innerhalb der einzelnen politischen Parteien (einschließlich ihrer Jugendorganisationen), die politikberatende und -begleitende Wissenschaft, aber auch die Medien, bis hin zur „öffentlichen Meinung“. Das Buch bietet eine detaillierte Rekonstruktion der sich wider-