

Walter Iber, Institut für Wirtschafts-, Sozial und Unternehmensgeschichte
Der Historiker arbeitet die Vergangenheit von Unternehmen auf – beispielsweise aus der Erdöl-, der Stahl- oder der Holzindustrie. Damit bringt er nicht nur Licht in dunkle Kapitel, sondern liefert auch eine wesentliche Grundlage für Zukunftsentscheidungen und eine Corporate Identity.

#92

Noch eine Frage für die Zukunft:

Wie wird Geschichte zum Gewinn?

INWIEFERN IST IHRE ARBEIT RELEVANT FÜR DIE GESELLSCHAFT?

Vor allem große Firmen prägen oft eine ganze Region. Das Wohl und Weh eines Unternehmens hat damit direkte Auswirkungen auf einen nicht unwesentlichen Teil der Bevölkerung dort. Mit meiner Forschung will ich unter anderem zeigen, wie aus tiefen Krisen Erfolgsgeschichten werden können. Die für die Recherchen geführten Interviews stehen außerdem im Oral History Archiv der Uni Graz der Öffentlichkeit zur Verfügung.

VOR WELCHER HERAUSFORDERUNG STEHEN SIE?

Es ist nicht immer einfach, Unternehmen den Nutzen historischer Aufarbeitung bewusst zu machen. Sie ist mitunter essenziell für strategische Schritte, die Schaffung einer Corporate Identity, das Image.

WAS WOLLEN SIE IHREN STUDIERENDEN VERMITTELN?

Sie sollen lernen, Problemstellungen aus mehreren Perspektiven zu betrachten und zu hinterfragen. Die historisch-kritische Analyse ist auch für betriebswirtschaftliche Entscheidungen relevant. Und was sie noch beherrschen sollen: komplexe Sachverhalte nicht nur für die Scientific Community, sondern auch für die breite Öffentlichkeit darzustellen.

WARUM FORSCHEN SIE AN DER UNIVERSITÄT GRAZ?

Graz ist eine der wenigen Universitäten im deutschsprachigen Raum, die die Unternehmensgeschichte institutionalisiert hat. An der Schnittstelle zwischen Wirtschafts- und Geisteswissenschaft hat man hier die Möglichkeit, sich kreativ zu entfalten und viele Sichtweisen zu verknüpfen.

KEY FINDING

Modern aufbereitete Unternehmensgeschichte birgt viel Praxisnähe in sich. Historische Analyse kann den Verantwortlichen bei strategischen Entscheidungsprozessen helfen. Tradition und Geschichte eignen sich für Unternehmen zudem als Marketing-Tool.

We work for
tomorrow

www.uni-graz.at



Walter Iber, Institute of Economic, Social and Business History

Historian Walter Iber researches into the history of companies – for example the oil, steel or timber industries. He not only sheds light on the darker chapters in their history, but also provides an essential basis for future decisions and a corporate identity.

#92

Another question with an eye to the future:

How does history become profit?

HOW IS YOUR WORK RELEVANT TO SOCIETY?

Large companies in particular often shape an entire region. The prosperity and adversity a company faces thus directly impacts a not inconsiderable part of the population in an extensive location. With my research, I aim to show, among other things, how dramatic crises can become success stories. The interviews conducted for my research are also made available to the public via the Oral History Archive of the University of Graz.

WHICH CHALLENGE ARE YOU FACING?

It is not always easy to make companies aware of the benefits to be gained from historical processing. Their company history, however, can be the essential basis for strategic steps, the creation of a corporate identity or the formulation of their company image.

WHAT WOULD YOU LIKE TO CONVEY TO YOUR STUDENTS?

My students should learn to view and question problems from multiple perspectives. A historical-critical analysis is also relevant for business decisions. They should also be able to present complex issues not only for the scientific community, but also for the general public.

WHY ARE YOU RESEARCHING AT THE UNIVERSITY OF GRAZ?

Graz is one of the few universities in the German-speaking world that has institutionalised business history. At the interface between economics and humanities, this research area provides an opportunity to work creatively and to draw from many perspectives.

KEY FINDING

Business history, if prepared in a modern way, has a lot of practical applications. A historical analysis can help those responsible in strategic decision-making processes. Tradition and history are also suitable marketing tools for companies.

We work for
tomorrow

www.uni-graz.at

