Teilprojekt C4

Protokoll zur Tagung Unternehmertum und Öffentlichkeit im späten Zarenreich (19./20. Jahrhundert)

1. bis 3. November 2002 an der Universität Konstanz

Die Internationale Tagung, die als Veranstaltung im Rahmen des Sonderforschungsbereichs/Konstanzer Forschungskollegs „Norm und Symbol“ durchgeführt wurde, war Aspekten städtischer Modernisierung am Beispiel des Unternehmertums und der entstehenden Öffentlichkeit im europäischen Zarenreich von der Mitte des 19. Jahrhunderts bis zum Ersten Weltkrieg gewidmet. Mit den Methoden der Sozial- und Kulturgeschichte sowie des historischen Vergleichs sollte die neue Sozialschicht der Unternehmer am Beispiel ausgewählter Stadtgesellschaften beschrieben und danach gefragt werden, welche Wertvorstellungen und Normen sowie welche Formen kollektiver Identität und Aktivität sie entwickelte. Ferner gehörte zum Erkenntnisziel, wie sich soziale Kommunikation und Symbolwelt der Unternehmer gestalteten, um Öffentlichkeit mit zu formen und sich in die städtische Gesellschaft zu integrieren. Der Begriff der Integration konnte durch eine Erweiterung um die Dimensionen der Akkulturation und Assimilation methodisch flexibel gehalten werden. Insbesondere wurden die Kategorien Ethnos, Geschlecht und Religion bei der Analyse von Unternehmertum und Öffentlichkeit berücksichtigt. Die Außenwahrnehmung der entstehenden Stadtgesellschaften und ihrer Unternehmer sowie Städtekonkurrenzen konnten das Bild vom modernen Wirtschaftsbürger vervollständigen.

Eingeladen waren neben ausgewiesenen westlichen Wissenschaftler/-innen vor allem Spezialisten und Nachwuchswissenschaftler aus Ostmittel- und Osteuropa, die ihre neuesten Forschungsergebnisse vorstellten. An der Internationalen Konferenz „Unternehmertum und Öffentlichkeit im ausgehenden Zarenreich im 19. und 20. Jahrhundert“ nahmen 20 Wissenschaftler/-innen aus Deutschland, den USA, Polen, Lettland, Rußland und Weißrußland teil.

Die Konferenz „Unternehmertum und Öffentlichkeit im späten Zarenreich“ ermöglichte *erstens* eine vergleichende Analyse der Entstehungsbedingungen des Unternehmertums in verschiedenen Regionen des europäischen Zarenreiches von der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts bis zum Ersten Weltkrieg. *Zweitens* konnten die Forschungsergebnisse und neuerschlossene oder -interpretierte Quellenbestände präsentiert werden. *Drittens* wurden die im SFB 485 „Norm und Symbol. Die kulturelle Dimension sozialer und politischer Integration“ erarbeiteten kulturwissenschaftlichen Methoden in einem internationalen Forschungsumfeld der osteuropäischen Geschichte diskutiert und erweitert. Gegenstand der internationalen Konferenz waren Unternehmer, das in den Städten des zarischen Rußlands und des Königreichs Polen um die Mitte des 19. Jahrhunderts als sozial und symbolisch geprägte Statusgruppe hervortraten. Diskussionsgegenstände im engeren Sinne waren u.a. die Integrationsformen der Unternehmer (Vereine, Assoziationen, die Wohltätigkeit, öffentliches Engagement z.B. in der Selbstverwaltung), staatliche Normierungsprozesse (Zollgesetzgebung), Medien der Kommunikationen und Repräsentation (Presse, Werbung, Selbstinszenierung), Differenzierungsprozesse (Umgang mit Arbeiterprotesten), politische Integrationsformen (politisches Diskursverhalten von Unternehmern) etc. Für das Fachgebiet der osteuropäischen Geschichte konnten neue Erkenntnisse über die Entstehung von Öffentlichkeit, Formen der Kommunikation, der Symbolproduktion innerhalb einer normativ geordneten und autokratisch verfassten Gesellschaft gewonnen werden. Innovativ dabei war v.a. die Ausweitung der Forschungsperspektiven auf Provinzstädte und Peripherien des Imperiums, insbesondere wenn Aussagen über Integration und Desintegration in einem multiethnischen Raum getroffen wurden.

In Ihrem Eröffnungsvortrag erläuterte Elzbieta Kaczynska (Warschau) die Motive unternehmerischer Wohltätigkeit und die Entstehungsbedingungen von öffentlicher und privater Sozialfürsorge im Königreich Polen. Mariola Sienicka-Kondracka (Elk) leitete die Wohltätigkeit von Warschauer Unternehmerinnen u.a. aus Erziehung und Wertevermittlung der neuen Bürgerfamilien ab. Schwerpunkt Ihrer Analyse war die Salonkultur. Veronika Lindenthal (Leipzig) thematisierte die unterschiedlichen Integrationsstrategien deutscher und jüdischer Unternehmer in Lodz, die nicht selten über ethnische Grenzen hinweg kooperierten. Lodz stand auch im Zentrum des Referates von Bianka Pietrow-Ennker (Konstanz), die kulturelle Leitwerte, öffentliches Engagement und Probleme der Sozialintegration von Unternehmern vorstellte, u.a. am Beispiel des Vereinswesens oder der Symbolik von Firmenzeichen. Auch in diesem Beitrag wurde interethnisches karitatives Engagement im Königreich Polen, jenseits einer staatlichen Russifizierungspolitik beobachtet. Ein ausgefallenes Symbol der Herausbildung eines unternehmerischen Selbstbildes stellte Anna Zarnowska (Warschau) anhand von Visitenkarten vor und berührte damit noch einmal die Diskussion um die Sozialbeziehungen von Adel und Bürgern. Die Eheschließung als Hauptmethode des sozialen Ausgleichs und Aufstiegs sowie die zahlreichen Mischehen im Lodzer Bürgermilieu bestimmten den Themenbogen von Jolanta Zyndul (Warschau), die beeindruckende Zahlenbelege anführen konnte, wie 3000 gemischte Ehen in Lodz zwischen 1885-1914.

Von der sozialen Integration zu Formen sozialer Desintegration führte der Beitrag von Andreas Hofmann (Leipzig) über Krisenmanagment von kongreßpolnischen Unternehmern. Von den Maschinenstürmern der 1860er Jahre bis zu pogromartigen Ausschreitungen in den 1890er Jahren und den Barrikadenkämpfen von 1905 reichten die Beispiele für Auseinandersetzungen zwischen Lodzer Arbeitern und den Unternehmern, die berufsständische Solidarität entwickelten. Den Vergleich mit Westeuropa strebte Andreas Kossert in seiner Etüde zu Lodz und Manchester im langen 19. Jahrhundert an, wobei er vor allem die große Bedeutung der Religion und Ethik für unternehmerischen Geist und dessen Motivationsstruktur in beiden Industriezentren ausmachte.

Am Beispiel Lublins, das bis zur Mitte des 19. Jahrhunderts als „Stadt-Dorf-Zwitter" galt, wies Jörg Gebhard (Konstanz) auf die heterogene ethnische Struktur der Unternehmerschaft in Ostmitteleuropa hin, die eine differenzierte (polnische, jüdische, deutsche) Symbolik besaß und zugleich gemeinsame Integrationsstrategien erkennen ließ. Galizische Unternehmer und ihre Rolle in der städtischen Selbstverwaltung thematisierte Hanna Kozinska-Witt (Leipzig). Multiethnisch geprägt war auch die Unternehmerschaft in den Ostprovinzen der zerfallenen polnisch-litauischen Adelsrepublik. Für die weißrussischen Provinzen zeigte Andrej Kischtymau (Minsk), daß Warenproduktion und Handel (84,5 Prozent) „ein jüdisches Gesicht" hatten. Über die Hälfte der Industriebetriebe gehörte um 1900 jüdischen Unternehmern. In seinem Beitrag zu Unternehmerschaft und Öffentlichkeit in Ekaterinoslav behandelte Rainer Lindner (Konstanz) die Stahlbrücke über den Dnepr als Symbol unternehmerischen Handelns und städtischer Modernisierungsstrategien. Die symbolische Repräsentation unternehmerischer Tätigkeit war auch das Thema Lutz Häfners (Bielefeld), der am Beispiel von Moskauer Geschäftsreklame die Selbstdarstellung der industrialisierten Gesellschaft untersuchte. Galina Uljanova (Moskau) und Kristina Küntzel (Halle/S.) wandten sich Nižnij Novgorod und Herausbildung einer Industrie- und Handelsmetropole in der Provinz zu. Die Messe mit ihrer historischen Tradition war der Integrationskern des neuen Unternehmer- und Großhändlermilieus der Stadt. Kommunikationsräume waren die Restaurants, die Kommunikationsgrenzen bildete nicht selten die Sprache. Auffällig war auch in Nižnij Novgorod die ethnische Zusammensetzung der Unternehmerschaft, die – wie in anderen Städten auch – die Zusammensetzung der Duma beeinflußte. Nigel Raabs (New York) Abriß zur Geschichte der Freiwilligen Feuerwehr im westlichen Zarenreich ergänzte das Bild öffentlichen Engagements von Städtebürgern. Seine These vom konservativen Milieu der Feuerwehrvereine, das auch für Honoratioren der Stadt und der überregionalen Administration offen war, wurde kontrovers diskutiert. Dittmar Dahlmann (Bonn) griff das Thema Religion und Geschäft wieder auf und zeigte, dass die Webersche These von der protestantischen Wirtschaftsethik für die Gruppe der St. Petersburger deutschen Industriellen durchaus zutraf, nicht nur da der Mitgliedsbeitrag der deutschen Wirtschaftsbürger in der Petrigemeinde der Stadt grundsätzlich höher war als der Durchschnitt. Vervollständigt wurde das Bild der Unternehmerschaft durch Ulrike von Hirschhausens (München/Riga) Beitrag zu Riga, in dem ungeachtet aller Integrationsprozesse das „deutsche Wirtschaftsbürgertum" dominierte. Über das Gemeinwohl indessen wurde eine Brücke zu den russischen Ethnien gefundnen, die gemeinsame Reformbemühungen in Schul-, Sozial- und Kulturpolitik freisetzte. In Riga sei, im Unterschied zu vielen anderen Städten des Zarenreiches, der Prozeß von Urbanisierung und Modernisierung erfolgreich gewesen.

Am Ende stand das Plädoyer für eine grenzüberschreitende, vergleichende Betrachtung, für eine stärkere Hinwendung zur Begriffsgeschichte (Unternehmer, Wohltätigkeit, Öffentlichkeit). Vergleichsebenen seien: die Rolle des Staates, die Rolle der Religion und der nationalen Aspirationen, für eine Analyse der Steuerungsfaktoren von Wirtschaftstätigkeit, zu Geschlechter- und Generationenverhalten. Untersucht werden müssen stärker als bisher Symbole (Visitenkarte, Kleidung, Architektur, Messe, Brücken) und Kommunikationsstrategien (Vereinswesen, politisches Engagement, Medien, Geschäftsreklame). Ein Paradigma städtischer Entwicklung und unternehmerischen Handels konnten die Tagungsteilnehmer dennoch nicht konstatieren, zu heterogen sei die historische Landschaft und ihre Prägungen. Analysieren lassen sich indes vergleichend die Strukturen von Öffentlichkeit, die Konsistenz und Inkonsistenz der beteiligen Sozialgruppen sowie deren Sozial- und Nationalprofil. Stadt, städtische Öffentlichkeit und die Unternehmer gingen im späten Zarenreich enge Wechselbeziehungen ein. Dies hat die Konferenz eindrucksvoll gezeigt. Das Zarenreich besaß zwar kein Bürgertum, Bürger aber konnten sich in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts mit einem eigenen Wertegerüst und Symbolhaushalt fest im Sozialspektrum etablieren.