

AKKU-Jahrestagung 2013

Arbeitsgruppe „Wissenschaftlicher Nachwuchs“

Zusammenfassung von Rabea Limbach und Florian Triebel

An der Arbeitsgruppe mit einem Impuls von Eva-Maria Roelevink und Florian Triebel nahmen über die zwei Vorstandsmitglieder hinaus drei Doktorand_innen teil (Rabea Limbach, Benjamin Schulz (Göttingen) und Wiebke Glässer (Berlin)). Aufgrund der geringen Größe der Gruppe können die Diskussionspunkte nicht als repräsentativ gelten. Im Besonderen wurde folgende Punkte diskutiert:

- Eine Vernetzung und ein engerer Austausch des wissenschaftlichen Nachwuchses der Disziplin ist in den Augen der Gruppe durchaus wünschenswert.
 - Die Lehrstühle und die in Graduate Schools organisierten Doktoranden sind an ihren Universitäten oft sehr wenige und relativ isoliert. Die Doktorand_innen suchen nach Möglichkeiten, sich auszutauschen und zu vernetzen.
 - Der AKKU und sein Nachwuchspreis sind unter Student_innen und Doktorand_innen nicht genug bekannt. Die Werbemaßnahmen (Rundmail des Vorstands) der letzten Jahre könnten schon gewinnbringend gewesen sein. An den Universitäten ist der AKKU den Erfahrungen der Anwesenden zufolge kaum Thema, obwohl viele, auch ältere Mitglieder an den Universitäten arbeiten.
Für wirtschaftshistorische/unternehmenshistorische Doktorand_innen existieren sonst keinerlei Foren, die man nutzen kann, um sich auszutauschen und v.a. um sich in die laufenden Diskussionen einzubringen und offen zu diskutieren, obwohl eine Reihe von Möglichkeiten über das Internet vorhanden sind. Der AKKU könnte ein sehr attraktives Forum sein, das Nachwuchswissenschaftler_innen vernetzt.
- Der AKKU braucht den wissenschaftlichen Nachwuchs, um am Puls der Zeit/innovativ zu bleiben. Ohne Nachwuchs verliert AKKU an Lebendigkeit und Attraktivität.
 - Der AKKU soll in den Augen der Workshopteilnehmer_innen keine „Nachwuchsorganisation“ sein oder werden, sondern alle „Generationen“ von Unternehmenshistoriker_innen vereinen, um zukünftig gewinnbringend weiterarbeiten zu können.
 - Innerhalb der Gruppe sprach man sich neben der gezielten Ansprache von Studienabsolvent_innen und Doktorand_innen auch für eine Integration/Ansprache bereits der Masterstudent_innen aus. Dies würde nicht nur beim „Nachwuchs“ bereits in einem frühen Stadium das Interesse für das Fach „Unternehmensgeschichte“ wecken. Eine gezieltere Ansprache von Masterstudent_innen könnte auch eine effektive Werbepattform für den „AKKU Nachwuchspreis“ darstellen.
- Mögliche/diskutierte Gründe für die zu geringe Bekanntheit des AKKU beim „Nachwuchs“, zu denen es unterschiedliche Einstellungen gab:
 - „Unternehmensgeschichte“ – der Name wirke abschreckend, da jenen Student_innen/Doktorand_innen, bei denen Unternehmen zwar eine Rolle spielen, die sich aber nicht der klassischen, unternehmenshistorischen Tradition zuordnen, Unternehmensgeschichte noch an Festschriften/monographische Abhandlungen

über die (isoliert gedachte) Entwicklung eines Unternehmens durch seine Bestandszeit und die Geschichte des „großen Unternehmers“ erinnert. Man müsse auch nach außen stärker deutlicher machen, wie stark sich die Disziplin geöffnet und entwickelt hat und wie unterschiedlich sich „Unternehmensgeschichte“ heute denken lässt.

- Ein Flyer ersetzt eine gezielte und wirksame Akquise nicht, die Flyer werden zu wenig wahrgenommen. Rundmails an Doktorand_innen, wie die von Eva verschickte Mail vor der Jahrestagung, wurden als effektiver angesehen. Insgesamt müsste der AKKU mehr Präsenz nach außen zeigen. Vielleicht ließe sich auch mal über Plakate an den Universitäten werben (wurden bisher keine wahrgenommen) – und über neue Werbestrategien nachdenken (Web 2.0: Facebook, Twitter, Blogs o.ä.). Darüber hinaus müssen die Mitglieder des AKKUs an ihren Universitäten und Institutionen den Verein auch wieder mehr ins Gespräch bringen.
- Der Akku sollte gezielte Angebote machen, um den wissenschaftlichen Nachwuchs in die Disziplin zu integrieren.
 - Mögliche Veranstaltungen: Nachwuchsworkshops zu relevanten Themen für die Arbeit innerhalb der Unternehmensgeschichte (z.B. zu Unternehmensarchiven und Archivarbeit; Drittmittelakquise; Methoden und Theorien in der Unternehmensgeschichte); die Workshops sollten im Vorfeld der Jahrestagung des AKKU stattfinden (am Tag davor), damit die Teilnehmer dann im Anschluss an dieser teilnehmen können; wenn möglich sollte der AKKU die Kosten für die Teilnehmer möglichst gering halten (z.B. einen Reisekostenzuschuss gewähren; günstige Unterkünfte vorreservieren etc.)
 - Innerhalb des Vereins bedarf es mehr Transparenz, wie viele und welche (Nachwuchs-)Wissenschaftler_innen Teil dieses „Netzwerkes“ sind. Eva gab an, dass unter 20% der Mitglieder Doktorand_innen seien. Für die Workshopgruppe schien es jedoch wichtig, dass die einzelnen Mitglieder einen Überblick gewinnen können, wer im Verein ist und an welchen Forschungsfragen und –projekten gearbeitet wird. Dies würde helfen, sich auszutauschen, zusammenzuarbeiten, Workshops oder Veranstaltungen ins Leben zu rufen - und allgemein innerhalb des AKKUs mitzuwirken. Bisher haben die Doktorand_innen das Gefühl, dass sie lange brauchen, bis sie sich auf den Jahrestagungen einen Überblick über die partizipierenden Personen verschafft haben und Personen kennenlernen, die zu ähnlichen/kompatiblen Themenbereichen arbeiten, wie sie selbst oder ähnliche Interessen haben.
 - Intensiv diskutiert wurde ein (online einsehbares) Verzeichnis von Nachwuchswissenschaftler_innen mit weiterführenden Angaben (Thema, Ort, Institution, etc.) oder eine Art Forum, in dem man sich austauschen könnte. Einerseits würde ein solches Verzeichnis die Vernetzung deutlich fördern. Zudem erhielte AKKU als Vernetzungsplattform eine relevante Stellung für den „Nachwuchs“. Dieses Verzeichnis stünde jedoch in Konkurrenz zu existierenden (übergreifenden) Plattformen wie etwa dem „CLIO-online Forscherverzeichnis“. Ferner würde ein solches Verzeichnis einigen Betreuungsaufwand erfordern (regelmäßige Überprüfung der Angaben, Technik, etc.).

- Der Vorstand alleine kann die Aufgaben rund um eine stärkere Integration des wissenschaftlichen Nachwuchses nicht alleine stemmen. Wesentlich effektiver erscheint es, hierfür Mitglieder des wissenschaftlichen Nachwuchses zu aktivieren (Organisation eines Workshops in Ergänzung zur Jahrestagung etc.). Dies würde auch sicherstellen, dass die Maßnahmen zielgenauer die Interessen und Bedürfnisse des Nachwuchses bedienen.
 - Aus den Reihen der Diskussionsteilnehmer wurde Interesse bekundet, an der Organisation und Durchführung eines Nachwuchsworkshops mitzuwirken (u.a. von Benjamin Schulz (Göttingen) und Wiebke Glässer (Berlin)).