

Friederike Hehle hat vor zehn Jahren historizing – Agentur für Geschichte gegründet. Sie befasst sich dabei mit Betrieben und deren Historie. Ein Versäumnis aus der Gründungszeit ihrer Firma bereut die Unternehmerin bis heute.

Von Michael Steinlechner
michael.steinlechner@neue.at

Ein Artikel im früheren Lifestyle-Magazin „Week“ war es, der Friederike Hehle vor zehn Jahren zu ihrem Durchbruch mit ihrer Geschäftsidee verholfen hat. Im März 2013 hatte die studierte Kunsthistorikerin und Wirtschaftswissenschaftlerin mit Berufserfahrung im Marketing ihr Unternehmen historizing – Agentur für Geschichte gegründet. Doch so recht in Schwung kommen wollte das Geschäft nicht. „Ich habe erwartet und erwartet, aber bis auf ein paar kleinere Aufträge hat sich nichts getan“, erinnert sich die Unternehmerin. Bei unzähligen Firmen hat sie damals Klinken geputzt, aber all das führte nicht zum Erfolg: „Da stellt man sich schon die Frage, warum es nicht geht.“

Nach Erscheinen des Magazin-Artikels im Dezember 2013 sollte sich dies jedoch ändern. Denn kurz darauf erhielt Hehle ihren ersten „richtigen“ Auftrag und ihr Unternehmen gewann an Bekanntheit. Mundpropagan-

Die Suche nach dem Aha-Moment

da, ihre Webseite samt Blog und auch der eine oder andere Vortrag halfen dabei, neue Aufträge an Land zu ziehen. Mittlerweile hat die Unternehmerin einen Mitarbeiter zur Unterstützung eingestellt und im vergangenen September hat sie mit „historizing“ neue Büro-Räumlichkeiten in Schwarzach bezogen. Bei der Gründung hatte die Agentur für Geschichte ihren Sitz noch im Dornbirner Wohnhaus von Hehle und ihrer Familie. Später übersiedelte das Unternehmen in den Co-Working-Space am Campus V.

Das Interesse für Geschichte ist für die Unternehmerin nicht

nur eine berufliche, sondern auch eine private Leidenschaft. So hat sie beispielsweise die Historie ihres Wohnhauses in Dornbirn recherchiert. Das dabei gesammelte Wissen floss auch in die Renovierung des im Jahr 1912 erbauten Eigenheims ein. Auch die Geschichte ihrer neuen Büroräumlichkeiten hat sie recherchiert. So beherbergt das 100 Jahre alte Gebäude in der Schwarzacher Bahnhofstraße in seinen Anfangsjahren ein Gasthaus. Allerdings besteht dieses schon seit vielen Jahrzehnten nicht mehr. Die Darstellung eines Hirsches an der Eingangstüre erinnert jedoch an die

frühere Nutzung als „Gasthaus Hirschen“. Nicht nur Details wie dieses erfreuen die Historikerin, sondern natürlich auch die Tatsache, dass sie nun deutlich mehr Platz in ihren Büroräumlichkeiten hat.

Neuer Content. Dieser ist auch nötig, denn das Interesse an Unternehmensgeschichte und deren Nutzung für Marketing-Zwecke hat in den vergangenen Jahren durchaus zugenommen, wie Hehle berichtet. Ein Faktor seien dabei sicherlich die sozialen Medien. Schließlich werde laufend neuer Content – also neue Inhalte – benötigt. Geschichten aus der eigenen Firmengeschichte seien dafür gut geeignet. Einerseits gebe es ein Interesse für derartige historische Inhalte. Andererseits sei die eigene Unternehmensgeschichte eine Möglichkeit, sich von etwaigen Mitbewerbern abzuheben.

Nicht zu unterschätzen ist aus Sicht der Expertin zudem, dass solch geschichtliche Inhalte nicht unbedingt zeitkritisch sind. Sie können also genutzt

werden, um den Social-Media-Account zu bespielen, wenn es gerade keine aktuellen Nachrichten aus dem Betrieb gibt. „Es ist wichtig, eine Balance zwischen aktuellen und historischen Beiträgen zu finden“, betont die Unternehmerin. Sie ist überzeugt davon, dass die Firmengeschichte auch dabei helfen kann, für neue Mitarbeiter attraktiv zu werden. Wenn ein Unternehmen schon lange auf dem Markt ist und möglicherweise schon die eine oder andere Krise bewältigt hat, könne dies ein positives Zeichen für mögliche Bewerber sein. Ebenso könne ein Eindruck von der Firmenphilosophie oder den Menschen, die hinter dem Unternehmen stehen, vermittelt werden.

Hehle gibt ihr Wissen in diesem Bereich in (Online-)Kursen oder auch Vorträgen weiter. Ebenso bietet sie Beratungen an. Hilfreiche Tipps zu unterschiedlichen Themen gibt sie zudem in ihrem Unternehmensblog. Eine weitere wichtige Quelle für Aufträge sind natürlich auch Firmenjubiläen. Denn vielfach sind diese ein Anlass für Wirt-

schaftstreibende, einen Blick zurück werfen zu wollen und die dabei gewonnenen Erkenntnisse festzuhalten. Bei historizing gibt es dafür individuelle Angebote für die Interessierten, wobei eine breite Palette an Dienstleistungen angeboten wird. Diese reichen von der Recherche über die Aufarbeitung der Ergebnisse in unterschiedlichster Form bis hin zur Unterstützung bei der Einrichtung eines eigenen Archivs.

Aha-Momente. Mehrere Firmengeschichten hat die Historikerin in den vergangenen zehn Jahren bereits aufgearbeitet. Ein Lieblingsprojekt hat sie dabei nicht: „Es gibt bei jedem Projekt irgendeinen Aha-Moment.“ Und diese Momente können sich auch durchaus auf die weitere Entwicklung eines Unternehmens auswirken. So hat Hehle beispielsweise kürzlich die Geschichte der Bäckerei Mangold aufgearbeitet. Klar war zu Beginn der Recherche lediglich, dass der Betrieb schon lange besteht. Die Historikerin fand schließlich einen schrift-



Foto links: Im Jahr 2013 hat sich die Unternehmerin selbstständig gemacht. Damals hatte sie ihr Büro noch im familieneigenen Wohnhaus in Dornbirn.

Friederike Hehle hat historizing vor zehn Jahren gegründet.

HARTINGER (4),
PAULITSCH



historizing

Gründung:

2013 von Friederike Hehle

Büroadresse: Bahnhofstraße 1,
6858 Schwarzach

Telefon: +43 664 4538495

E-Mail:

friederike.hehle@historizing.at

Webseite und Blog:

<https://www.historizing.at/>

nehmen fritz-kola. Dort werde die eigene Geschichte bewusst dokumentiert und auch für das Marketing genutzt. Ähnliches gelte für die 2007 gegründete Plattform mymuesli.de.

Hehle bemüht sich, auch die Geschichte ihres eigenen Unternehmens zu dokumentieren. So hat sie beispielsweise Dokumente, Zeitungsausschnitte und auch eine Mund-Nasen-Schutzmaske mit historizing-Logo in einer Schachtel archiviert, um festzuhalten, wie sich die Coronapandemie auf ihr Unternehmen ausgewirkt hat. Doch nicht alle Vorgänge in ihrer Firma hat sie so gut dokumentiert, gibt die Historikerin zu: „Es gibt leider kein Foto von der Gründung von historizing.“ Mit ihrer Arbeit möchte sie auch einen Beitrag dazu leisten, das Bewusstsein für Unternehmensgeschichte zu steigern. Auf diese Weise kann hoffentlich verhindert werden, dass andere Gründer später vielleicht bereuen, dass sie die Anfangszeit ihres Unternehmens nicht besser dokumentiert haben.

lichen Beleg dafür, dass die Geschichte des Unternehmens im Jahr 1850 begonnen hat. Die Jahreszahl wird seitdem bewusst für den Markenauftritt der Bäckerei genutzt.

Doch Firmengeschichte ist nicht nur für „alte“ Betriebe interessant. „Man kann nie früh genug anfangen, sich damit zu beschäftigen“, bringt es die Expertin auf den Punkt. Sie verweist dabei etwa auf das 2003 gegründete deutsche Unter-