

Tanja Junggeburth, Stollwerck 1839–1932. Unternehmerfamilie und Familienunternehmen (Vierteljahrschrift für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte, Beihefte, Bd. 225), Franz Steiner Verlag, Stuttgart 2014, 604 S., geb., 82,00 €.

Dass sich die Wirtschafts- und Sozialgeschichte in letzter Zeit verstärkt kulturgeschichtlichen Zugängen geöffnet hat, schlägt sich unter anderem in den neueren Studien zur Unternehmensgeschichte nieder, die in den vergangenen Jahren einen starken Aufschwung erlebt hat. Mit der überarbeiteten Fassung ihrer Dissertation über das Unternehmen und die Familie Stollwerck im Zeitraum von 1839, dem Jahr der Unternehmensgründung, bis 1932, dem Zeitpunkt, an dem die letzten Familienmitglieder aus der Leitung ausschieden, vollzieht die Autorin Tanja Junggeburth diese Öffnung auf gelungene Weise mit. Sie beleuchtet nicht nur die wirtschaftshistorischen Mechanismen beim Aufstieg und Niedergang des Familienunternehmens, sondern setzt diese in Zusammenhang mit den Verhaltensweisen und Einstellungen der Wirtschaftsbürger, die das Unternehmen über fast ein Jahrhundert besaßen und leiteten. Das Ziel der Arbeit ist es daher, die „Symbiose aus familialen und ökonomischen Handlungslogiken“ zu analysieren und Chancen und Risiken herauszuarbeiten, „die sich aus dieser Verschränkung ergaben“ (S. 10). Die Autorin geht dabei von der Prämisse aus, dass „dieses Wechselspiel zwischen Familie und Unternehmen, ökonomischen, sozialen und kulturellen Aspekten [...] maßgeblichen Einfluss auf das Handeln der Akteure“ hatte (S. 10) und sich daher die Art, wie Familienunternehmen geführt wurden, deutlich von dem Managementstil in Kapitalgesellschaften unterschied.

Um diese Annahmen zu untermauern, unterteilt sie ihre Studie in zwei Hauptteile, von denen sich der erste mit der Unternehmerfamilie Stollwerck, der zweite mit dem Familienunternehmen gleichen Namens beschäftigt.

Bei der Analyse der Unternehmerfamilie betrachtet Junggeburth Aspekte wie Sozialisation, Erziehung und Ausbildung, Heirat und Ehe, die Wohnsituation, die innerfamiliäre Sinnstiftung ebenso wie das Verhalten der Familie in der Öffentlichkeit. Ihr Vorgehen besteht dabei darin, allgemeine Befunde über bürgerliche Lebensführung und gesellschaftliche Entwicklungen in Verhältnis zu setzen zu den konkreten Verhaltensweisen und Verhältnissen in der Familie Stollwerck. So stellt die Autorin beispielsweise erst das im 19. Jahrhundert im Bürgertum entwickelte moderne Konzept der Kindheit dar, um dann den Verlauf der Kinder- und Jugendjahre der Sprösslinge aus der Kölner Unternehmerfamilie in Bezug darauf zu skizzieren. Gleiches gilt auch für die Untersuchung der schulischen Ausbildung, der „Wanderjahre“ der zweiten Generation als Teil der bürgerlichen (Aus-)Bildungsreise, der den Ehen zugrundeliegenden Konzepte von bürgerlicher Liebe und ehelichem Miteinander, der Grundsätze bürgerlicher Lebensführung, der bürgerlichen Festkultur sowie der Untersuchung des Familiengedächtnisses. Untermuert werden die Befunde anhand der Familie Stollwerck außerdem zumeist durch den Rückgriff auf bestehende Studien zum Wirtschaftsbürgertum in Deutschland, beispielsweise von Michael Schäfer oder Christina Lubinski.¹ Das Fallbeispiel macht aber auch Abweichungen von den allgemeinen Erkenntnissen der Forschung zu bestimmten Themen deutlich. So kommt die Autorin in der Analyse des Ehelebens der Gebrüder Stollwerck zu dem Schluss, dass die Ehe zwischen Peter Joseph, dem zweitältesten Bruder der zweiten Generation, und seiner Frau Agnes nicht von reiner Über- und Unterordnung geprägt war, sondern in der Ehe die Machtverhältnisse individuell ausgehandelt wurden. Junggeburth trägt mit solchen spezifischen Erkenntnissen dazu bei, nicht nur die Frage nach der Funktionsweise von Familienunternehmen zu klären, sondern auch die Bürgertumsforschung in einigen Aspekten zu bereichern. Überhaupt liefert die Autorin mit diesem Teil der Arbeit, über ihren speziellen Anspruch einer Analyse der Verschränkung von familiären und unternehmerischen Verhaltensweisen

¹ Vgl. *Michael Schäfer*, Familienunternehmen und Unternehmerfamilien. Zur Sozial- und Wirtschaftsgeschichte der sächsischen Unternehmer 1850–1940, München 2007; *Christina Lubinski*, Familienunternehmen in Westdeutschland. Corporate Governance und Gesellschafterstruktur seit den 1960er Jahren, München 2010.

hinaus, einen eindrucksvollen und umfassenden Einblick ins Leben des Wirtschaftsbürgertums im 19. Jahrhundert, der ähnlich informativ und eingängig zu lesen ist wie beispielsweise das Standardwerk von Lothar Gall über das „Bürgertum in Deutschland“².

Letztlich schwebt über diesem Hauptkapitel wie über der ganzen Studie – leider ohne eine konkrete Zuspitzung durch die Autorin – die Frage nach den Gründen für das Ende der Verschränkung von Unternehmen und Familie knapp hundert Jahre nach der Gründung. Die Gründe, die Junggeburth dazu herausarbeitet, liegen in der nicht mehr gelingenden Sozialisation entlang bürgerlicher Tugenden und der fehlenden familiären Sinnstiftung in der dritten Generation der Unternehmer, weshalb die Lebenseinstellung und die Einstellung zum Unternehmen nicht mehr dazu geeignet waren, die Führung eines Familienunternehmens sicherzustellen. Das Unternehmen wurde nicht mehr als primäre Verpflichtung, sondern nur noch als materielle Absicherung begriffen.

Auf Basis und im Rückgriff auf diese Erkenntnisse untersucht die Autorin in ihrem zweiten Hauptkapitel die Methoden der Unternehmensführung im Familienunternehmen Stollwerck schwerpunktmäßig anhand der Verfügungsrechtsstruktur, der Werbestrategien und der Unternehmenskultur. Hierbei zeigt sich, dass nahezu alle unternehmerischen Verhaltensweisen auf in der Familie erlernten Handlungsmustern beruhten. In der Unternehmerfamilie generierte Werte spielten in den Werbestrategien eine Rolle, indem verstärkt auf sie rekurriert wurde, um die Qualität der Produkte herauszustellen und ihnen ein positives Image zu verleihen. In der Unternehmenskultur schlugen sie sich vor allem im paternalistischen Führungsstil nieder. Der Generationenkonflikt zwischen Franz Stollwerck und seinen Söhnen um die Übergabe des väterlichen Unternehmens spiegelte ebenso den innerfamiliären Konflikt wider, wie das „Senioritätsprinzip“ als Leitungsprinzip der Firma auf familiäre Loyalitäten, soziale Rangordnungen und Rollenbilder rekurrierte. Die Auflösung dieses Prinzips vollzog sich dann zeitgleich im Unternehmen wie in der Familie und läutete – neben weiteren Aspekten wie etwa der gesamtwirtschaftlichen Situation nach dem Ersten Weltkrieg – den Niedergang der Familie wie der familiär strukturierten Geschäftsleitung ein. Insgesamt, so das Fazit der Autorin, war die Übereinstimmung von familiären und individuellen Interessen und den Anforderungen der Unternehmensleitung in der dritten Generation nicht mehr herzustellen.

Tanja Junggeburth liefert mit ihrer Darstellung eine solide, teilweise innovative Untersuchung. Sie wertet umfangreiches Quellenmaterial, das über den Horizont der Wirtschaftsgeschichte hinausweist, versiert mit kulturgeschichtlichen Methoden aus. So werden beispielsweise die Grundrisszeichnungen der Häuser der Familie herangezogen, um das wachsende Repräsentationsbedürfnis einer wirtschaftsbürgerlichen Familie am Ende des 19. Jahrhunderts zu dokumentieren, oder Serien von Familienporträts untersucht, um der bürgerlichen Selbstdarstellung nachzuspüren. Der Verbindung von Familie und Unternehmen geht die Autorin mit einer Kombination aus „Kategorien und Fragestellungen der Bürgertumsforschung und Unternehmensgeschichte“ (S. 27) nach, was die Erkenntnisse der Studie erst möglich macht. Allerdings hätte auf diese und weitere in der Einleitung benannte Vorgehensweisen und theoretischen Annahmen (Property-Rights-Ansatz, Transaktionskostenansatz, Neue Institutionenökonomik) im Hauptteil der Arbeit stärker Bezug genommen werden können.

In der teilweise fehlenden analytischen Schärfe und dem bisweilen eher deskriptiven denn argumentativen Stil liegt generell – neben einigen Wiederholungen, die sich aufgrund der gewählten Struktur der Studie ergeben – der Hauptanlass für Kritik an dieser ansonsten sehr fundierten Arbeit. Streckenweise verliert sich die Autorin in reinen Beschreibungen, etwa der Werbestrategien des Unternehmens, ohne der Leserschaft hieraus konkrete Erkenntnisse mit Blick auf das Forschungsziel der Studie vor Augen zu führen. Klar formulierte Zwischenergebnisse sind kaum zu finden. Vielmehr bleiben die Rezipientinnen und Rezipienten mit der Aufgabe, die dargestellten Fakten auf ein spezielles Erkenntnisinteresse zu beziehen, häufig auf sich allein gestellt. Das mag daran liegen, dass das Forschungsziel der Autorin anfangs eher als ein deskriptives formuliert und erst im Fazit auf die Frage „Familie und Unternehmen. Handicap oder Ressource“ zugespitzt wird (S. 511), eine Frage, deren Beantwortung die Autorin aber in Teilen der Arbeit schuldig bleibt.

Daniela Fleiß, Siegen

² Lothar Gall, Bürgertum in Deutschland, Berlin 1989.

Zitierempfehlung:

Daniela Fleiß: Rezension von: Tanja Junggeburch, Stollwerck 1839–1932. Unternehmerfamilie und Familienunternehmen (Vierteljahrschrift für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte, Beihefte, Bd. 225), Franz Steiner Verlag, Stuttgart 2014, in: Archiv für Sozialgeschichte (online) 56, 2016, URL: <<http://www.fes.de/cgi-bin/afs.cgi?id=81722>> [29.4.2016].