

# Das Unternehmerbild in Festschriften der Montanwirtschaft von 1920 bis 1970

**Peter Jacob**

*Die Unternehmerpersönlichkeiten der Gründungsepoche der Ruhrindustrie – Franz Haniel, Mathias Stinnes, Alfred*

*Krupp, Friedrich Grillo – prägten die Wahrnehmung der Wirtschaftselite des Ruhrgebiets bis in die 1950er Jahre. Die*

*Unternehmer waren „die Herren an der Ruhr“, die als solche auch in einer entsprechenden Elitensemantik zum Ausdruck kamen<sup>1</sup>. Spätestens seit den 1970er Jahren ist von der Wirtschaftselite in der Öffentlichkeit und in den Diskursen der Region nur noch äußerst selten die Rede. Klaus Tenfelde stellt die These auf, dass die „Normalisierung des Schichtgefüges und der Klassenbeziehungen im Ruhrgebiet“ zu einem sozialen, kulturellen und semantischen Bedeutungsverlust der traditionellen Wirtschaftselite geführt habe<sup>2</sup>.*

## The picture of entrepreneurs as painted in commemorative volumes of the mining industry from 1920 to 1970

The entrepreneurial personalities of the Ruhr industry founding era shaped the public's perception of the Ruhr region's industrial elite well into the 1950's. The industrialists were the "Lords of the Ruhr" and as such were regarded as the elite of Ruhr society. However, since the 1970's, the public itself and discourses on the region have made little mention of the industrial elite. One central thesis is that the normalisation of the class structure and the relationship between the classes in the Ruhr area has led to a social, cultural and semantic loss of importance of the traditional industrial elite.

The change in the public's perception of the industrial elite is also illustrated by the way the coal, iron and steel industrialists are portrayed in the commemorative volumes published by the companies themselves.

These are publications describing the history of a company which appear to mark a company jubilee or the opening of a new production facility or in honour of an outstanding company personality or as a book of the year to be presented to the staff. Although these publications have never claimed to be based on scientifically researched facts and were written for a different purpose, they have gained a historical and near-scientific character. As they postulate the company's standpoint, they contain arguments with which the entrepreneurs and captains of industry substantiate and legitimise their position and significance both in the company and for the economy as a whole.

The article analyses the change in the picture of entrepreneurs in the Ruhr area from 1920 to 1970 on the basis of a representative cross-section of commemorative volumes published by the coal, iron and steel companies. It shows that the change in the picture of entrepreneurs can be divided into four periods which are determined by political and economic turning points and which can be identified by the characteristics attributed to the entrepreneurs of that particular time.

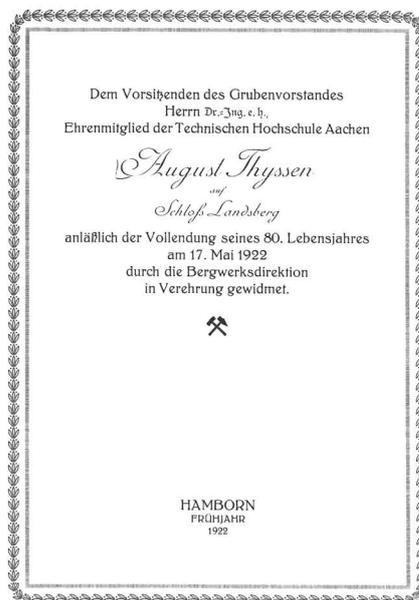
*Der Wandel in der öffentlichen Wahrnehmung der Wirtschaftselite lässt sich auch anhand des Selbstbildes der Montanunternehmer nachweisen, das sich in Festschriften der Unternehmen widerspiegelt. Hierbei handelt es sich um gedruckte Veröffentlichungen, die die Geschichte eines Unternehmens anlässlich eines Firmenjubiläums, der Eröffnung neuer Produktionsstätten, einer Jubilarerhöhung oder einer Jahresgabe an die Mitarbeiter in unterschiedlicher Weise darstellen. Aufgrund pragmatischer Absichten bleiben sie, trotz eines im Laufe der Zeit zunehmenden wissenschaftlichen Standards, von Tendenz und Zielsetzung her im vorwissenschaftlichen Raum<sup>3</sup>. Durch ihre programmatische Nähe zum Unternehmerstandpunkt enthalten sie jene Argumentationsmuster, mit denen die Unterneh-*

*mensführer ihre Position und Bedeutung sowohl innerhalb der Unternehmen als auch für die Volkswirtschaft insgesamt begründen und legitimieren.*

*Das Westfälische Wirtschaftsarchiv in Dortmund hat anlässlich einer Ausstellung im Jahre 1952 die Firmenfestschriften aus dem Raum Westfalen, Lippe und dem Ruhrgebiet erfasst und in einer Bibliographie zugänglich gemacht. In ihr wird bemerkt, dass die Anzahl der Festschriften (588) in keinem Verhältnis zur Gesamtzahl der Firmen (40 000) stehe, von denen in Westfalen allein zum damaligen Zeitpunkt 4400 über 50 Jahre alt gewesen seien<sup>4</sup>. Ein großer Teil dieser bis 1951 veröffentlichten und ein repräsentativer Durchschnitt der bis 1970 erschienenen Festschriften größerer Montanunternehmen wurde nun hinsichtlich des dargestellten Unternehmerbildes untersucht<sup>5</sup>. Es wurde deutlich, dass sich der Wandel des Unternehmerbildes von 1920 bis 1970 in vier Zeitabschnitte gliedern lässt, die durch politische und ökonomische Zäsuren in Deutschland bestimmt sind. Darüber hinaus wird dieser Wandel gekennzeichnet durch Veränderungen der den Unternehmern zugeschriebenen Eigenschaften – der dynamischen und statischen<sup>6</sup>, der rationalen und visionären<sup>7</sup> sowie der sozialen Eigenschaften<sup>8</sup> – und der Sichtweise bzw. Charakterisierung des Unternehmers als Person.*

## Anerkannter und genialer Schöpfer (1920-1932)

In den Festschriften, die im Zeitraum der Weimarer Republik verfasst wurden, dominierten zunächst die dynamischen und visionären Unternehmereigenschaften, während die statischen und rationalen Bestimmungen eher zurücktraten. Der jeweilige Unternehmer wurde vornehmlich als rastlos, unermüdlich, wagemutig und tatkräftig beschrieben, weil in ihm schöpferische Kräfte walteten. Intellektuelle Klugheit und Fachkompetenz reichten hier für die Erklärung des wirtschaftlichen Erfolges nicht aus. Die besonderen Fähigkeiten des Unternehmers entzogen sich rationalen Erklärungen.



Widmung in der Festschrift „Thyssen-Bergbau am Niederrhein 1871-1921“ aus dem Jahre 1922

gen. Indem sie nicht oder nur in geringem Maße von formaler Bildung, nationaler Herkunft oder familiärer Vorphrügung abgeleitet wurden, waren sie dem Unternehmer gleichsam „gegeben“ und somit Ausdruck persönlicher Genialität: „Das Entscheidende entzieht sich der nachspürenden Analyse und stellt sich als eine in seltenem Maße fruchtbare Mischung von Anlagen dar, die ein Geschenk der Natur waren.“<sup>9</sup>

Die Genialität des Unternehmers begründete seine Kreativität, mit der er fähig war, technische, kaufmännische und unternehmensorganisatorische Neuerungen zu erkennen und umzusetzen. Ferner wurden die Leistungen und die Persönlichkeit des Unternehmers in den Festschriften der Weimarer Periode durchweg anerkannt und mit dem „guten Ruf“ des Unternehmers verbunden. Seine sozialen Eigenschaften bezogen sich auf seine Position in der Gesellschaft, wobei die sozialen Einrichtungen der Unternehmen als Ausdruck einer Orientierung des Unternehmers am Gemeinwohl beschrieben wurden. Darin drückte sich ein elitärer Anspruch aus, der die führende Stellung des Unternehmers in der Gesellschaft legitimieren sollte. Im Sinne Max Webers war der „anerkannte, geniale Schöpfer“ der Idealtyp des Unternehmers in den Zeiten der Weimarer Republik<sup>10</sup>.

Dieses Unternehmerbild ist als reaktionärer Reflex auf die Revolution von 1918/19 und das demokratische Weimarer System zu sehen, das die Position der Unternehmer gegenüber der Arbeiterbewegung und dem Staat zu schwächen drohte. Mit ideologischem Rückgriff auf autoritäre politische Ordnungsvorstellungen des Kaiserreichs und der Verwendung eines Genie- bzw. Führerbegriffs, der ein nicht-rational und nicht-demokratisch legitimes Elitenbewusstsein zum Ausdruck brachte, richtete sich das Unternehmerbild offensiv gegen das gesamte politische System von Weimar. Die Ursachen für dieses Elitenbewusstsein liegen in der Kontinuität der Sozialstruktur der Unternehmer, ihrer Orientierung am monarchischen Beamtenstaat und dem Festhalten an rückständigen bürgerlichen Vorstellungen des individuellen „Schöpferturns“ gegen die nivellierenden Effekte einer modernen Massengesellschaft.

## Arbeitender und kluger Unternehmer (1933-1945)

Offene nationalsozialistische Propaganda in Text und Bild blieb in den zwischen 1933 und 1945 veröffentlichten Festschriften eine Ausnahme. Nur in zwei Publikationen lässt sich ein starker Bezug zur nationalsozialistischen Ideologie erkennen<sup>11</sup>. So fallen etwa in der Festschrift zum 75-jährigen Bestehen der Firma Eickhoff zwei Fotos auf, auf denen die Lehrlinge beim Morgenappell mit Hitlergruß abgebildet sind und der Hitler-Stellvertreter Rudolf Hess bei einer Firmenveranstaltung gezeigt wird. In keiner anderen Festschrift sind ähnliche Abbildungen zu finden<sup>12</sup>.

Die vorherrschende Verbindung rationaler Eigenschaften wie Weitblick, Tatkraft, Zähigkeit und Fleiß mit den dynamischen Fähigkeiten zeichneten ein Unternehmerbild im Sinne des energischen, unermüdlichen und rastlosen Arbeiters. Intelligenz und Zielsicherheit waren nicht nur Ausdruck der Fachkompetenz des Unternehmers, sondern versinnbildlichten die für die unternehmerische Tätigkeit notwendigen intel-

lektuellen Fähigkeiten. Dies wird auch in der Formulierung „Arbeiter der Stirn“ im Gegensatz zum „Arbeiter der Faust“ deutlich<sup>13</sup>. Die hohe soziale Kompetenz, die sich in der starken Akzentuierung der sozialen Eigenschaften der Unternehmer ausdrückte, stand im Zusammenhang

mit dem Gemeinschaftsgedanken und einer Gemeinwohlorientierung. Unternehmer und Arbeiter wurden als Teil einer Werkgemeinschaft geschildert, in der jeder seinen Platz gemäß seiner Qualifikation auszufüllen hatte. Soziale und fachliche Kompetenz bedingten sich

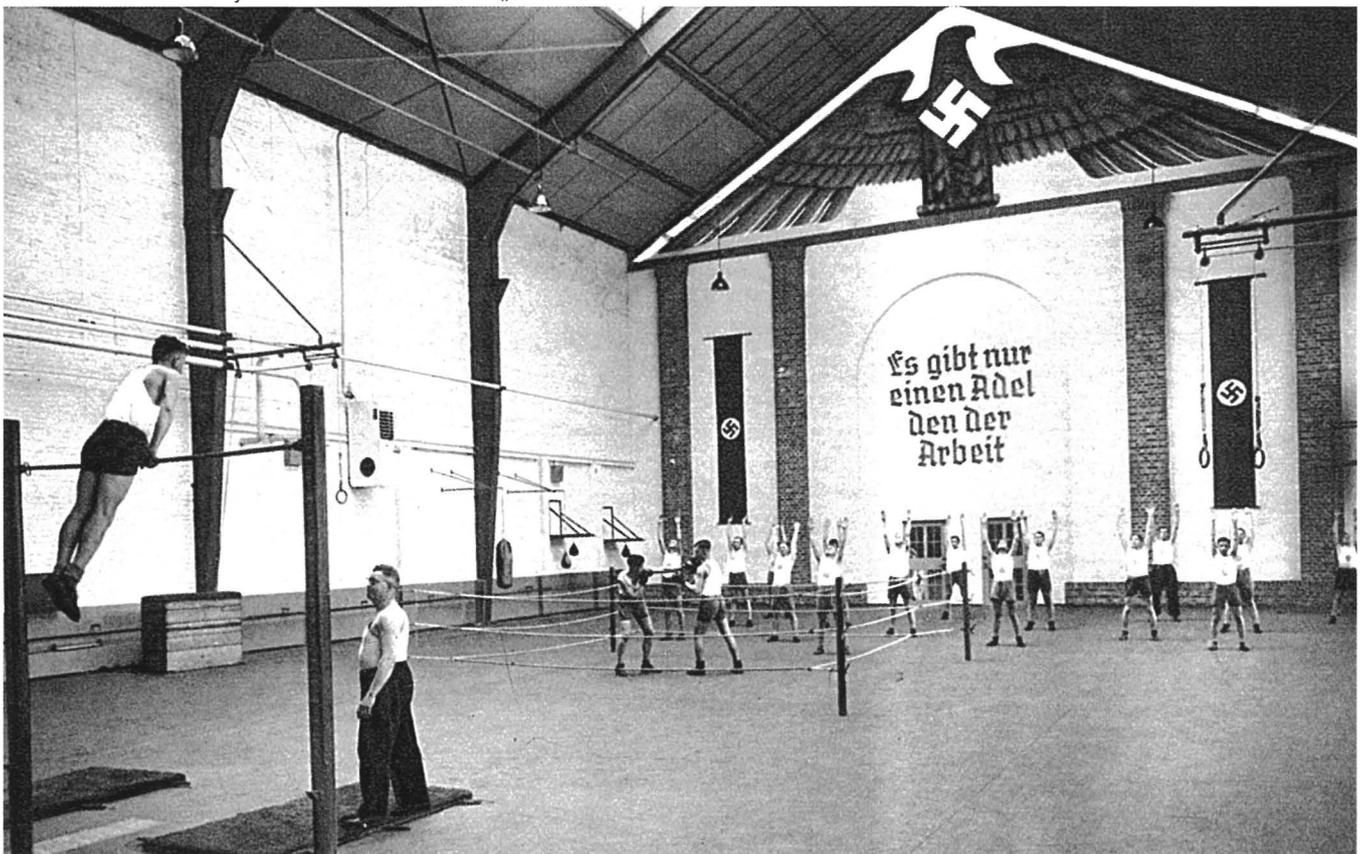
deshalb in dieser Argumentation: „Noch so hohe unternehmerische Leistung kann aber nur bestehen auf der Grundlage vertrauensvollster Gemeinschaftsarbeit aller derer, die am gleichen Werk beteiligt sind. Die Herstellung und Erhaltung der Zusammenarbeit zwischen Führer und Gefolgschaft wird immer ein besonderes Kennzeichen eines wahren Unternehmers sein.“<sup>14</sup>



Besuch von Rudolf Hess bei einer KdF-Veranstaltung der Firma Eickhoff 1939

Die visionären Eigenschaften Phantasie und Wagemut traten ebenso in den Hintergrund wie die Genialität. Sie verweisen aber auf den nicht rational begründeten Herrschaftsanspruch der Unternehmer und stehen in der Tradition des Unternehmertyps im vorhergehenden Zeitraum. Der kooperative Aspekt der Betriebsgemeinschaft wurde dadurch eingeschränkt. Dem Unternehmerbild der nationalsozialistischen Phase hafteten im Gegensatz zum manifesten Unternehmerbild des vorherigen Zeitraums programmatische Züge an. Trotz der uneinheitlichen Darstellungen in den Festschriften traf der Idealtyp des „arbei-

Nationalsozialistische Symbolik aus der Festschrift „75 Jahre Eickhoff“ von 1939



tenden, klugen Unternehmers“ nunmehr den Kern des Unternehmerbildes<sup>15</sup>.

Es wurde dadurch geprägt, dass die Unternehmer die ideologischen Vorgaben der NS-Diktatur aufnahmen und in ihrem Sinne interpretierten. Es legitimierte damit nicht nur die Position des Unternehmers gegenüber der Arbeiterschaft, sondern darüber hinaus auch das politische System an sich. Diese Legitimationspraxis gründete zum einen darin, dass die nationalsozialistische Wirtschaftspolitik, der autoritäre Führerstaat und die Maßnahmen der Nationalsozialisten gegen die organisierte Arbeiterbewegung zum großen Teil im Interesse der Unternehmer lagen. Zum anderen hatte das politische System des Nationalsozialismus die Tendenz, die Autonomie der Unternehmer auszuhöhlen, so dass diese gezwungen waren, sich auch gegenüber dem politischen System zu legitimieren. Im Gegensatz zur Zeit der Weimarer Republik war das Unternehmerbild deshalb weniger manifest. In einigen Festschriften dieser Periode wurde die Autonomie der Unternehmer dezidiert verteidigt.

## Bodenständiger und kompetenter Unternehmer (1946-1959)

Die Festschriften der Nachkriegszeit beschrieben die Unternehmer einerseits als Persönlichkeiten, die über die rationalen Eigenschaften Weitblick, Tatkraft und Zielsicherheit verfügten und eine herausragende Fachkompetenz besaßen, die in der Regel durch eine akademische Ausbildung erworben worden war: „... nicht die Gnade der Begabung schuf die eigentliche Leistung, sondern unermüdliche Selbstarbeit, gepaart mit intensiver fachlicher Ausbildung und Weiterbildung“<sup>16</sup>. Andererseits deuteten die visionären Eigenschaften Mut und Wille auf eine spezifische persönliche Disposition hin, die sich rationalen Erklärungen entzog.

Wenngleich sich das nun gepflegte Unternehmerbild wieder stärker dem Idealtypus des „anerkannten, genialen

Schöpfers“ aus der Weimarer Zeit annäherte, wurde es jedoch nicht mehr in diesem Maße überhöht. Unternehmerische Fähigkeiten galten nun als Ausdruck der Individualität, die sich aus familiärer und landsmannschaftlicher Herkunft erklärte: „Hier bewährt sich in anderer Form der Geist seiner Vorfahren, die auch mit westfälischer Energie stolz an ihrer Scholle gehangen und als selbstständige Handwerker immer ihr Leben vollendet haben.“<sup>17</sup> Besagte Individualität zeigte sich auch in den Darstellungen von positiven und negativen sozialen Eigenschaften, und ihre ausdrückliche Betonung geriet bewusst in Gegensatz zum auf den Gemeinschaftsgedanken orientierten Unternehmerbild des Nationalsozialismus.

Das Unternehmerbild der Nachkriegszeit beschwor vor allem dessen Aufgaben, unternehmerische Ziele zu definieren und Entscheidungen zu fällen, wobei er mit großer Dynamik und fachlicher Kompetenz auftrat. Diese Dynamik, gepaart mit hoher sozialer Kompetenz begründete auch seinen elitären Anspruch gegenüber den Arbeitnehmern.

Das Unternehmerbild bis zum Ende der 1950er Jahre ist in seiner Einheitlichkeit somit zum einen als Reaktion auf die Bedrohung der kapitalistischen Wirtschaftsordnung in den ersten Nachkriegsjahren zu sehen. Andererseits stand die darin enthaltene Propagierung der Marktwirtschaft und des freien Unternehmertums nicht in Opposition zum politischen System, sondern zu den ökonomischen Ordnungsvorstellungen der KPD, SPD und der Gewerkschaften. Die demokratische Entscheidungsfindung und die gewerkschaftliche Interessenvertretung der Arbeitnehmer wurden im Prinzip akzeptiert, wobei begünstigend wirkte, dass sich Unternehmer und bürgerliche Parteien mit ihren wirtschaftspolitischen Vorstellungen in der frühen Bundesrepublik weitgehend durchsetzen konnten. Das vorhandene Elitenbewusstsein der Unternehmer gründete sich zunehmend auf rationale und funktionale Werte. Als Ursachen für diese Entwicklung können der generationelle Elitenwandel, die stärkere Orientierung an westlichen Vorbildern und die zunehmende Bedeutung formaler Bildung genannt werden. Darüber hinaus scheinbar spezifische Nachkriegserfahrungen

wie die Sicherung der Betriebsanlagen in den letzten Kriegstagen und die Bekämpfung der alliierten Demontagepolitik zu einer größeren Akzeptanz korporativer Formen des Interessenausgleichs zwischen Unternehmern und Arbeitnehmern geführt zu haben.

## Rationale Mitarbeiterführung (1960-1970)

In den 1960er Jahren gewann die Darstellung der Unternehmer in den Festschriften gegenüber den vorherigen Zeiträumen an Heterogenität. Zahlreiche Beispiele blieben dem Idealtypus des „bodenständigen, kompetenten Unternehmers“ der Nachkriegszeit verhaftet, wobei unternehmerische Fachkompetenz sowie soziale Eigenschaften und deren Begründung durch familiäre und landsmannschaftliche Herkunft weiterhin bestimmend blieben. Die weit gehende Vermeidung der Schilderung visionärer Fähigkeiten und ein Verlust der Betonung dynamischer Handlungskompetenz stellten jedoch wichtige Unterschiede dar. Die Beschreibung der Person des Unternehmers verlor zunehmend zu Gunsten der Darstellung unternehmerischer Funktion, die vornehmlich in der richtigen Mitarbeiterführung und einer Zusammenarbeit mit den Arbeitnehmern gesehen wurde: „Mit der Delegation von Verantwortung als dem Kernstück im Mitarbeiterverhältnis erhielt jeder ein Höchstmaß an Freiheit, aber auch ein höheres Maß an Verantwortung. Durch bessere Entfaltung des Könnens und Wissens der Mitarbeiter wurden zusätzliche Kräfte mobilisiert und dem Unternehmen nutzbar gemacht.“<sup>18</sup>

Bezeichneter Wandel des Unternehmerbildes ist im Zusammenhang mit der Einführung der Montanmitbestimmung zu sehen. Er kann als Ergebnis des Unternehmenswachstums und der Divisionalisierung interpretiert werden, die ein höheres Maß an Mitverantwortung der Arbeitnehmer für den Unternehmer rational erscheinen ließen. Im Unterschied zum Idealtypus des „arbeitenden, klugen Unternehmers“ im Nationalsozialismus erfolgte dessen Begründung



Tradition und Moderne werden in der Festschrift „225 Jahre J. D. Neuhaus Hebezeuge“ von 1970 humoristisch ins Bild gesetzt

nun jedoch nicht mehr über die Formel der „Werksgemeinschaft“ und war damit nicht allein ideologisch begründet. Im Gegensatz zu den vorherigen Zeiträumen trat der Unternehmer als handelnde Person tendenziell in den Hintergrund: „Wenn Sie in unserer Jubiläums-Broschüre Worte wie ‚Fortschritt aus Tradition‘, ‚unwandelbares Qualitätsbewusstsein‘, ‚unermüdliches Schaffen‘ und dergleichen Verbalismus nicht finden, so liegt das daran, dass solche Vokabeln weder unseren Altvorderen noch uns je gefallen haben. Unsere ganze Ahnenreihe war sicherlich ebenso wenig unfehlbar wie wir, aber sicherlich auch rechtschaffen, reel, fleißig und ordentlich in der Arbeit, wie sich das

gehört.“<sup>19</sup> Das weit weniger manifeste und programmatische Unternehmerbild in den Festschriften der 1960er Jahre lässt sich deshalb am ehesten mit „rationaler Mitarbeiterführung“ beschreiben.

Die in den 1950er Jahren beginnende Rationalisierung der industriellen Beziehungen in der Montanindustrie erreichte mit diesem Unternehmerbild ihren vorläufigen Abschluss. Die Person des Unternehmers trat nun in den Hintergrund, wobei die kooperative und erfolgreiche Ausgestaltung der Unternehmensorganisation die hierarchische Ableitung des Unternehmenserfolgs von der Führung durch den Unternehmer ersetzte. Für diese Entwicklung waren sicher der

Karikiertes „Brain storming“ leitender Mitarbeiter der Firma J. D. Neuhaus Hebezeuge im Jahre 1970





Fabrikationsprogramm der Firma C. Eickhoff Wwe. aus dem Jahr 1865

infolge der Kohlenkrise wachsende Bedeutungsverlust der Montanindustrie gegenüber den modernen Industrien sowie die tripartistischen Lösungsmodelle dieser Krise verantwortlich. Der sich fortsetzende generationelle Elitenwandel, die Durchsetzung der Montanmitbestimmung und der sozio-kulturelle Wandel, der eine autoritäre Selbstdarstellung nicht mehr zeitgemäß erscheinen ließ, können als weitere Ursachen für das gewandelte Unternehmerbild identifiziert werden. Die geringe Einheitlich-

keit des Unternehmerbildes der 1960er Jahre verweist somit auf den Prozesscharakter, den die Entwicklung des semantischen Verschwindens der Wirtschaftselite hat. Die Montanindustriellen folgten damit verspätet einem Trend, der in den modernen exportorientierten Industrien der Bundesrepublik Deutschland schon früher eingesetzt hatte<sup>20</sup>.

## Das Bild der Unternehmerinnen

Wenig bekannt und deshalb von besonderem Interesse ist schließlich das Bild, das im gesamten Untersuchungszeitraum von Unternehmerinnen im weitesten Sinne gezeichnet wurde. Sie kamen insgesamt nur in einem kleinen Teil der untersuchten Festschriften der Montanindustrie zur Darstellung<sup>21</sup> und lassen sich grob in drei unterschiedliche Typen unterscheiden, die sich teilweise überschneiden: die Gattin, die privat dem Ehemann und Unternehmer Rückhalt bot, die Erbin, die den Betrieb nach dem Tod des Unternehmers übernahm und später dem ältesten Sohn übertrug und schließlich jene Unternehmerin, die selbst bzw. mitgestaltend in der Geschäftsleitung tätig war.

Der erste Typus behandelt keine Unternehmerinnen im eigentlichen Sinne, da diese Frauen nicht selbst unternehmerisch tätig waren. Ihre Bedeutung wurde dementsprechend nur mit Bezug auf ihre handelnden Männer bestimmt: „Wenngleich Heinrich Koppers ... auch in seinem häuslichen Leben nie frei werden konnte von den vielseitigen Problemen der Arbeit, so hatte Elisabeth Koppers zu jeder Zeit dafür Verstehen und sie wusste, jene Atmosphäre um sich zu verbreiten, der auch ein Mann wie er bedurfte.“<sup>22</sup> Diese Art der Unternehmerfrauen steigerte die soziale Kompetenz des Mannes, indem sie den privaten Rückzugsraum schuf, der die geschäftliche Arbeit des Mannes erleichterte.

Der zweite Frauentyp wird bereits als im eigentlichen Sinn unternehmerisch Handelnde bestimmt, die jedoch eher ungewollt und zwanghaft in die Rolle des Mannes trat, nachdem dieser verstorben

war. Zudem war der gegebenenfalls vorhandene Sohn in diesen Fällen meist noch zu jung oder aus anderen Gründen verhindert, die Geschäfte des Vaters unmittelbar weiter zu führen: „Wie oft war es eine Frau, die die Zügel fest in beide Hände nahm, nachdem der Tod die Persönlichkeit des Gründers hinweggerafft hatte. Klug und geschickt steuerten Frauen ihre Unternehmen um wirtschaftliche Klippen, bis Söhne oder Schwiegersöhne das Erbe übernehmen konnten.“<sup>23</sup> Zugleich sind die Übergänge zum dritten Unternehmerinnen-Typus fließend, wenn beispielsweise die Unternehmensführung durch Erbe erfolgte und dann nicht nur als Übergangszeit erhalten blieb: „Mit bewundernswerter Entschlossenheit und Zähigkeit nahm die 56-jährige Frau die Fortführung des Lebenswerkes ihres Mannes in die eigene Hand. Der gute Name ihres Mannes, ihre eigene Energie und die Begünstigung durch die Zeiten wirtschaftlichen Aufstieges halfen ihr, ein Werk zu vollbringen, an das kaum jemand zu glauben wagte.“<sup>24</sup> Die Betonung liegt offenkundig auf dem „Fortführen“ bzw. „Bewahren“ des männlichen Werkes „in seinem Geiste und nach seinen Ideen und Planungen.“<sup>25</sup>

Selten wurde geschildert, dass die Frau nicht nur „das Erbe weiterführt“, sondern das Unternehmen selbst gestaltend weiterentwickelte. Beispiele hierfür sind etwa die Unternehmerin Margot von Linsingen, Leiterin der Eisenhütte Heintzmann & Co., die 1939 Geschäftsreisen nach Indien und Japan unternahm, um neue Märkte zu erschließen, sowie die Unternehmerin Helene Lohmann, die Mitte des 19. Jahrhunderts 30 Jahre lang die geerbte Firma Friedr. Lohmann in Herbede leitete<sup>26</sup>. Bei den Eigenschaften, die den Unternehmerinnen zugesprochen werden, ist zwischen den Unternehmerrgattinnen, die in erster Linie über ihre familiäre Funktion definiert werden, und den Unternehmerinnen, die geschäftlich tätig sind, zu unterscheiden. Während im ersten Fall allein die soziale Kompetenz hervorgehoben wird, erfolgt im zweiten Fall eine Betonung der rationalen und dynamischen Eigenschaften. Die visionären Eigenschaften „Wagemut“ und „schöpferische Initiative“ sprechen die Festschriften allein Margot von Linsingen zu; darüber hinaus wird ihr „die Fähigkeit, Menschen zu füh-

ren und für ein gemeinsames Ziel zu begeistern“ attestiert<sup>27</sup>.

Die Befähigung der Frauen zu unternehmerischen Leistungen lag für die Verfasser der Festschriften vor allem in ihrer Intelligenz und Energie. Gleichwohl lässt sich über den gesamten Untersuchungszeitraum kein Idealtyp der Unternehmerin in der Festschriftenliteratur erkennen. Ein wichtiges Kriterium kommt dem Legitimierungsargument zu. Während sich für Männer das Problem prinzipiell nicht stellte, musste für Frauen erklärt werden, warum sie eine Führungsposition in der Wirtschaft erfolgreich einnehmen konnten. Der „Notfall“ des Erbes trat dabei neben die Zubilli-

gung von Intelligenz und Energie, die mit den herrschenden Frauenbildern eher vereinbar schienen als visionäre Eigenschaften, die zu stark männlich besetzt waren<sup>28</sup>.

Wie bedeutsam das Faktum des Unternehmererbes für die Darstellung der Unternehmerinnen war, zeigt auch die Zeit nach Beendigung des Zweiten Weltkrieges<sup>29</sup>. So bezeichnete es die 1954 gegründete Vereinigung von Unternehmerinnen (VvU) in ihrer Gründungszeit als wichtigste Aufgabe, „... auf die Bedürfnisse jener Unternehmerinnen einzugehen, die, weil Ehemann, Vater, Bruder oder Sohn nicht aus dem Krieg zurückgekehrt sind, unvorbereitet – oft mehr der

Not gehorchend als dem eigenen Triebe – die Leitung des Familienunternehmens übernommen haben.“<sup>30</sup> Schon die Gründung des Vereins war eine Reaktion auf die mangelnde Akzeptanz der Unternehmerinnen in den Wirtschaftsverbänden, wenn beispielsweise der damalige Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Industrie (BDI), Fritz Berg, meinte: „Die Unternehmerinnen sind Kriegsfolgeerscheinungen und werden in wenigen Jahren ganz von der Bildfläche verschwunden sein.“<sup>31</sup>

Die VvU, die nur Unternehmerinnen aufnahm, deren Firmen mindestens 10 Beschäftigte und einen Umsatz von über 1 Mio. DM verzeichneten<sup>32</sup>, organisierte 1961 ca. 1200 Mitglieder von insgesamt 24 000 Unternehmerinnen, die die genannten Voraussetzungen erfüllten. Etwa die Hälfte davon arbeitete „auf Tätigkeitsfeldern, die traditionell als männlich angesehen werden“. So waren 68 Unternehmerinnen der Metall- und 62 der Maschinenbranche zuzuordnen<sup>33</sup>. Bis 1970 – als 33 863 Unternehmen mit 10 und mehr Beschäftigten (6,7 % aller Unternehmen dieser Größe) von Frauen geleitet wurden – nahm die unternehmerische Tätigkeit von Frauen nochmals erheblich zu. Die Hälfte dieser Unternehmen war im produzierenden Gewerbe tätig<sup>34</sup>. Der 1991 in Verband der deutschen Unternehmerinnen (VdU) umbenannte Verein fungiert seit seiner Gründung als Organ der Interessenvertretung, der sich mit gezielter „public relations“-Arbeit um das gesellschaftliche Ansehen weiblicher Unternehmensführer bemüht. Einmal mehr wird darin der bis heute fortlebende Legitimationszwang weiblicher unternehmerischer Tätigkeit deutlich<sup>35</sup>.

Obgleich Frauen in der Montanwirtschaft des Ruhrgebietes folglich keine unbedeutende Rolle einnahmen<sup>36</sup>, hat die historische Forschung dies bislang nur sehr selten thematisiert. Dafür ist zum einen die relativ schlechte Quellenlage verantwortlich und „... zum anderen erscheint gerade der Unternehmerberuf so männlich definiert, dass die Übernahme dieser Funktion durch eine Frau kaum ins Blickfeld rückt.“<sup>37</sup> Es kommt hinzu, dass Unternehmerinnen häufig in Klein- und Mittelbetrieben tätig waren und sind, weil sich bereits mit dem Übergang vom Eigentümer- zum Manager-

Elisabeth Eickhoff geb. Cohlmann (1808-1888) führte das Unternehmen nach dem Tod des Mannes erfolgreich weiter





Margot von Linsingen – erfolgreiche Unternehmerin der 1930er Jahre

kapitalismus Ende des 19. Jahrhunderts die Möglichkeiten von Frauen, eine Unternehmertätigkeit auszuüben, verschlechterten<sup>38</sup>. Darüber hinaus wurden Frauen in den sich konstituierenden Selbstverwaltungsorganen und anderen Institutionen der Wirtschaft wie etwa den Handelskammern häufig ausgeschlossen<sup>39</sup>. Bei einer Betrachtung von Unternehmerschaft bzw. Wirtschaftselite aus struktureller Perspektive – Verbandstätigkeit, Vorstands- und Aufsichtsratssitze von Großunternehmen und Banken – verschwinden Unternehmerinnen schließlich fast gänzlich aus dem historischen Blickfeld<sup>40</sup>.

## Zusammenfassung

Im durch die Festschriftenliteratur vermittelten Unternehmerbild bis in die 1960er Jahre steht die Person des Unternehmers im Vordergrund. Er ist es, der für die Gründung, Führung und den Erfolg des Unternehmens verantwortlich ist. Mit dem entworfenen Bild wird versucht, die Eigenschaften und die Persönlichkeitsmerkmale des Unternehmers zu identifizieren, die nur ihn zu besagter Funktion befähigen. Seit Ende der 1950er Jahre ist festzustellen, dass es zu einer zunehmenden „Rationalisierung“ dieser Begründungen kommt. Während der

Unternehmer in der Weimarer Zeit im Grunde einfach „genial“ erscheint und über besondere „Gaben“ verfügt, unterscheidet ihn seine Darstellung in der Zeit des Nationalsozialismus durch seine intellektuellen Fähigkeiten von der Arbeiterschaft. In der Nachkriegszeit gilt er vor allem als kompetent, weil er entsprechend ausgebildet wurde. Zugleich soll das allmählich differenzierte Unternehmerbild die hierarchische Ordnung innerhalb der Unternehmen und die Unterordnung der Arbeitnehmer unter die Führung des Unternehmers legitimieren. Es fungiert als Ausdruck eines unterschiedlich begründeten Elitenbewusstseins der Unternehmer.

Seit Beginn der 1960er Jahre ist ein zunehmendes semantisches Verschwinden der Person des Unternehmers in den Festschriften zu konstatieren. Im Mittelpunkt dieses Unternehmerbildes steht nicht mehr die Person, sondern die Funktion der Unternehmensleitung und -organisation, in die alle Mitarbeiter einbezogen werden. Dieser Prozess endet in der Legitimationsfigur der „Leistungselite“, die für die Wirtschaftselite heute maßgeblich geworden ist: „[Das] Elitenbewusstsein wird bestimmt von der Vorstellung, eine reine Leistungselite darzustellen, die Spitzenpositionen – im Unterschied etwa zu den Politikern oder zum Adel – nur dem eigenen Können und sonst nichts zu verdanken [hat].“<sup>41</sup>

Der in der Ausgangsthese angesprochene soziale, kulturelle und semantische Bedeutungsverlust der traditionellen Wirtschaftselite spiegelt sich somit im durch die Festschriften der Montanwirtschaft vermittelten Unternehmerbild wider. Das heißt jedoch nicht, dass die Wirtschaftselite an gesellschaftlicher Macht verloren und sich ihr Bewusstsein als „wirklich entscheidender Elite der Gesellschaft“ grundlegend geändert hat<sup>42</sup>. Dafür sprechen auch die Forschungen zur Elitenzirkulation im 20. Jahrhundert, bei der sich die sozialhistorische Bürgertumsforschung und die soziologische Elitenforschung weitgehend einig sind: „Eine Elitenzirkulation im Sinne des Wechsels innerhalb fest umrissener Spitzenpositionen der Wirtschaft fand nicht statt. Veränderungen bei den sozialen Merkmalen der Elitenmitglieder lassen sich bestenfalls in einer

langfristigen, Generationen übergreifenden Entwicklung ausmachen. Dieser Prozeß war ein evolutionärer, der durch die politischen Umbrüche in Deutschland nur marginal tangiert wurde. Wenn es nach 1918, 1933 und 1945 zu einem Teilaustausch von Personen kam, dann wiesen die Nachfolger in der Regel dieselben sozialen Merkmale (soziale Herkunft, Bildungsniveau etc.) auf wie ihre Vorgänger.<sup>43</sup>

An dieser sozial-strukturellen Kontinuität hat sich bis heute kaum etwas geändert<sup>44</sup>, wengleich die Semantik der Montanindustriellen diese Elitenkontinuität nur bedingt veranschaulicht. Die bis in die 1960er Jahre reichende personale Legitimationspraxis verweist noch auf diese Kontinuität, wird aber seitdem durch „unpersönliche“, funktionale und rationale Legitimationsstrategien ersetzt, die eine vermeintlich „offene“, dem Leistungsprinzip folgende Elitenrekrutierung vorspiegeln<sup>45</sup>. Dass die Elitenrekrutierung weit weniger offen ist, als es die Geltung des Leistungsprinzip erscheinen lässt, wird an der geringen Zahl der Unternehmerinnen bzw. Managerinnen deutlich<sup>46</sup>.

Gerade für die wirtschaftsbürgerliche Elitenbildung sind die Geschlechterkonstruktionen von großer Bedeutung. Die Wirtschaftselite zeichnet sich noch heute durch eine klare geschlechtsspezifische Arbeitsteilung aus: 96 % aller Topmanager sind verheiratet und nur 22 % ihrer Ehefrauen gehen einem Beruf nach<sup>47</sup>. Um „ein anerkanntes Mitglied hoher gesellschaftlicher Kreise zu sein und die mit der Position eines Managers verbundenen repräsentativen Aufgaben wahrnehmen zu können, genügt es nicht, viel Geld zu besitzen. Um den Status eines manageriellen Haushalts zu erhalten ... ist vielmehr eine Lebensweise unerlässlich, an deren Herstellung die nicht-berufstätigen Ehefrauen maßgeblich beteiligt sind.“<sup>48</sup> Die Kontinuität einer Geschlechterkonzeption, deren zentrales Moment die geschlechtsspezifische Arbeitsteilung ist und die so auch in den Definitionen der Unternehmerrinnen in den untersuchten Festschriften zum Ausdruck kam, ist „sowohl die Voraussetzung für die Klassenposition von Männern als auch für den gesellschaftlichen Status, den die nicht-berufstätigen Frauen im Rahmen ihres Milieus genießen.

Oder anders gesagt: Klassenspezifische Privilegien werden erhalten, indem Arbeit geschlechtsspezifisch geteilt und als Maßstab einer ordentlichen Lebensführung aufrecht erhalten wird.“<sup>49</sup>

## Anmerkungen

- 1 Faulenbach 1984, S. 76.
- 2 „Was heute im Ruhrgebiet Oberschicht sei, läßt sich nur schwer fassen: etwa die vornehmlich sozialdemokratisch geprägte Politiker-Elite?“ Tenfelde 1990, S. 185 f.
- 3 Plumpe 1996, S. 47 f. und Pierenkemper 2000, S. 195 f.
- 4 WWA 1952, S. 7.
- 5 Jacob 2001.
- 6 „Dynamisch“ kennzeichnet Eigenschaften wie „rastlos“ und „arbeitsam“, die im Gegensatz zu „statischen“ Eigenschaften wie „überlegt“ und „umsichtig“ stehen.
- 7 Als „rational“ werden die Eigenschaften definiert, die sich stärker auf die Vernunft des Unternehmers beziehen, z. B. „Weitblick“ und „Tatkraft“. Im Gegensatz dazu bezeichnet „visionär“ die Eigenschaften, die mit dem Verstand nicht fassbar und dem logischen Denken nicht zugänglich sind, z. B. „seherisch“.
- 8 Als „sozial“ werden die Eigenschaften des Unternehmers definiert, die seine Beziehungen zu seiner Familie bzw. zu seinen Arbeitnehmern charakterisieren sollen, z. B. „fürsorglich“, „liebenswert“.
- 9 Däbritz 1931, S. 19. Das Motiv der Nähe von „Genie und Irrsinn“ wird im Falle von Friedrich Grillo bemüht, dessen „rastlos schaffender Geist, der sich schon zu unnachten beginnt, in diesen letzten Stunden eine seiner besten Eingebungen hat.“ Freundt 1927, S. 41.
- 10 Es werden damit „reine“ (Ideal-)Typen von Gebilden jener Art entworfen, welche je in sich die konsequente Einheit möglichst vollständiger Sinnadäquanz zeigen, eben deshalb aber in dieser absolut idealen reinen Form vielleicht ebenso wenig je in der Realität auftreten, wie eine physikalische Reaktion, die unter Voraussetzung eines absolut leeren Raums errechnet ist.“ Weber 1964, S. 14.
- 11 Heinrichsbauer 1936.
- 12 Eickhoff 1939, S. 60 f.
- 13 Wörtlich in Heinrichsbauer 1936, S. 287: „Männer von Stirn und Faust“.
- 14 Ebd. Ähnlich in: Eickhoff 1939, S. 61 f.
- 15 Beispielhaft für die Uneinheitlichkeit des Unternehmersbildes ist die Verteidigung des selbstständigen und eher patriarchalisch geführten Familienbetriebes gegen die „Betriebsformen der Großwirtschaft“, in: Lohmann 1940, S. 57, S. 62.
- 16 Flottmann 1952, S. 15.
- 17 Ebd., S. 12. Die Betonung der landmannschaftlichen Herkunft ist wesentlich wichtiger als die nationale. Nur in einer Festschrift wird von einem „großen Deutschen“ und „gewissenhaften Patrioten“ gesprochen. Mariaux 1956, S. 196, S. 282.

- 18 GBAG Dortmund 1967, S. 94; ähnlich in: HOAG 1965, S. 84.
- 19 Neuhaus 1970, S. 5.
- 20 Schroeder 2000, S. 509-513.
- 21 Klönne 1929; Heinrichsbauer 1936; Eickhoff 1939; Lohmann 1940; Wüstenfeld 1950; Heintzmann 1951; Koppers 1951; Flottmann 1952; Klass 1952; Korfmann 1955; Düsterloh 1956; Mariaux 1956; Esch 1957; Eickhoff 1964; GEA 1970.
- 22 Koppers 1951, S. 20; ähnlich in: Klönne 1929, S. 13; Flottmann 1952, S. 10; Düsterloh 1956, S. 29; Esch 1957, S. 60.
- 23 Korfmann 1955, S. 39; ähnlich in: Eickhoff 1939, S. 6; Eickhoff 1964, S. 15 f. Einmal wird die gemeinsame Führung des Unternehmens durch Sohn und Witwe beschrieben: Klass 1952, S. 10.
- 24 Eickhoff 1939, S. 6 f. Dort auch das Faksimile einer Anzeige der Firma von 1865 mit dem Firmennamen „C. Eickhoff Wwe.“ Diese Darstellung wird in einer späteren Festschrift ganz ähnlich übernommen: Eickhoff 1964, S. 16 f.
- 25 GEA 1970, S. 158; Wüstenfeld 1950, S. 61 f.
- 26 Heintzmann 1951, S. 20, S. 46, S. 61. Die Firma Heintzmann wurde sogar zweimal in ihrer Geschichte von einer Frau geleitet: 1874 und 1935; Lohmann 1940, S. 44-50.
- 27 Heintzmann 1951, S. 61.
- 28 Die Ausnahme bei Margot von Linsingen wird in der Festschrift damit erklärt, dass es sich bei ihr um eine „außergewöhnliche Frau“ handelt. Heintzmann 1951, S. 46.
- 29 Der hohe Anteil von Eigentümer-Unternehmerinnen verweist auf diesen Zusammenhang. Biermann 1971, S. 72 ff. In einer statistischen Erhebung von 1980 wurde festgestellt, dass 60 % der Unternehmerinnen, die 60 Jahre und älter waren, das Unternehmen von ihrem Vater oder Ehemann geerbt hatten. Auch der Anteil der Eigentümer-Unternehmerinnen nahm mit dem Alter der Unternehmerinnen zu: Schlemper-Kubista/Wollrab 1980, S. 81 f.
- 30 Verband 1994, S. 11.
- 31 Ebd., S. 6.
- 32 Ebd., S. 17 f.
- 33 Alle Angaben aus: Roesch 1970, S. 216.
- 34 Schlemper-Kubista/Wollrab 1980, S. 41.
- 35 Hartmann 1968, S. 14, S. 135 sowie Verband 1994, S. 6 f., S. 11.
- 36 Bestätigt wird diese These durch nach wie vor eher wenige Veröffentlichungen: Probst 1985; Hlawatschek 1985; van Eyll 1989.
- 37 Hlawatschek 1985, S. 127.
- 38 Bis 1990 sind „Frauen im Management in der Bundesrepublik Deutschland nur zu 1-3 % vertreten. Besondere Kennzeichen einer weiblichen Managementtätigkeit sind: Aufstieg in kleineren Unternehmen, geringeres Bruttojahresgehalt bei gleicher Position im Vergleich zu männlichen Kollegen und ein branchenabhängiger Aufstieg.“ Nerge/Stahmann 1991, S. 35.
- 39 Hlawatschek 1985, S. 144 f., S. 147 f.
- 40 Beispielsweise: „Unter 318 Vorstandsmitgliedern findet sich nur eine Frau; ihre biographischen Daten sind nicht bekannt. Deshalb wird im Text von ‚Männern‘ bzw. ‚Söhnen‘ gesprochen“, Zapf 1965, S. 160; ähnlich: Ziegler 2000, S. 18.
- 41 Hartmann 2000, S. 98. Das „Manager Magazin“ charakterisierte diese Haltung vor einigen Jahren in einem Artikel über Spitzenmanager treffend mit der Überschrift „Wo nur die Leistung zählt“.
- 42 Ebd.

- 43 Ziegler 2000, S. 14 f.  
 44 Hartmann 2000, S. 99 ff.  
 45 Neben der Leistung ist die Herkunft aus dem gehobenen Bürgertum und die spezifische Sozialisation durch dieses Milieu für den Aufstieg in die Wirtschaftselite nach wie vor von großer Bedeutung. Vgl. ebd., S. 101 ff.  
 46 Nerge/Stahmann 1991, S. 35.  
 47 Angaben aus Böhnisch 1999, S. 7. Frauen in Führungspositionen sind dagegen zu ca. 40 % ohne festen Lebenspartner. Vgl. Nerge/Stahmann 1991, S. 58 f.  
 48 Böhnisch 1999, S. 8.  
 49 Ebd., S. 235.

## Bibliographie

- BIERMANN, Benno:**  
 1971 Die soziale Struktur der Unternehmerrschafft, Stuttgart 1971.  
**BÖHNISCH, Tomke:**  
 1999 Gattinnen – Die Frauen der Elite, Frankfurt a. M. 1999 (= Kritische Theorie und Kulturforschung. 2).  
**DÄBRITZ, Walther (Bearb.):**  
 1931 Fünfzig Jahre Metallgesellschaft, 1881-1931. Denkschrift zum 50jährigen Bestehen, Frankfurt a. M. 1931.  
**DÜSTERLOH:**  
 1956 Düsterloh 1906-1956 – 50 Jahre Dienst am Bergbau (bearb. von Herbert Sinz) Darmstadt 1956.  
**EICKHOFF:**  
 1939 75 Jahre Eickhoff. Gebr. Eickhoff/Bochum Maschinenfabrik und Eisengießerei, Berlin 1939.  
 1964 Vier Generationen, Vier Epochen 1864-1964. Herausgegeben aus Anlaß des 100jährigen Bestehens von Gebr. Eickhoff Maschinenfabrik und Eisengießerei mbH (unter Mitarbeit von Kurt Repetzki), Bochum 1964.  
**EYLL, Klara van:**  
 1989 Gewerkinen – Unternehmerinnen – das Beispiel Christine Englerth, in: Kroker, Evelyn/Kroker, Werner (Bearb.): Frauen im Bergbau. Zeugnisse aus fünf Jahrhunderten, Bochum 1989 (= Veröffentlichungen aus dem Deutschen Bergbaumuseum. 45), S. 76-83.  
**ESCH:**  
 1957 Esch – Ein Firmenbild im Wandel von 100 Jahren, 1857-1957, Essen 1957.  
**FAULENBACH, Bernd:**  
 1984 Die Herren an der Ruhr. Zum Typus des Unternehmers in der Schwerindustrie, in: Niethammer, Lutz (u. a.) (Hrsg.): „Die Menschen machen ihre Geschichte nicht aus freien Stücken, aber sie machen sie selbst.“ Einladung zu einer Geschichte des Volkes in NRW, Berlin/Bonn 1984, S. 76-88.  
**FLOTTMANN:**  
 1952 80 Jahre Flottmann Unternehmen 1872-1952, o. O. 1952.  
**FREUNDT, F. A.:**  
 1927 Kapital und Arbeit – Gelsenkirchener Bergwerks-Aktien-Gesellschaft 1873-1927, Herrn Geh. Kommerzienrat Dr.-Ing. eh. Emil Kirdorf zu seinem 80. Geburtstag am 08.04.1927 überreicht, Düsseldorf 1927.

- GEA:**  
 1970 50 Jahre GEA Luftkühlergesellschaft mbH, o. O. 1970.  
**HARTMANN, Heinz:**  
 1968 Die Unternehmerin. Selbstverständnis und soziale Rolle, Köln/Opladen 1968.  
 2000 Aus gutem Stall. Elitenbewusstsein der deutschen Spitzenmanager, in: Michel, Karl Markus/Karlsruhe, Ingrid/Spengler, Tilman (Hrsg.): Die neuen Eliten, Berlin 2000 (= Kursbuch. 139), S. 97-109.  
**HEINRICHSBAUER, A.:**  
 1936 Harpener Bergbau-Aktien-Gesellschaft 1856-1936. Achtzig Jahre Ruhrkohlen-Bergbau, Essen 1936.  
**HEINTZMANN:**  
 1951 100 Jahre Bochumer Eisenhütte Bochum 1851-1951, Bochumer Eisenhütte Heintzmann GmbH & Co., Bochum 1951.  
**HLAWATSCHEK, Elke:**  
 1985 Die Unternehmerin (1800-1945), in: Pohl, Hans: Die Frau in der deutschen Wirtschaft. Referate und Diskussionsbeiträge des 8. Wissenschaftlichen Symposiums der Gesellschaft für Unternehmensgeschichte e.V. am 8. und 9. Dezember 1983, Stuttgart 1985 (= ZUG, Beiheft 35), S. 127-154.  
**HOAG:**  
 1965 Hüttenwerk Oberhausen Aktiengesellschaft Oberhausen/Rheinland, Gütersloh 1965.  
**JACOB, Peter:**  
 2001 Das Unternehmer-Bild in Festschriften der Montanindustrie im Ruhrgebiet 1920-1970, Bochum 2001 (= ms. Magisterarbeit, Ruhr-Universität Bochum).  
**KLASS, Gert:**  
 1952 100 Jahre G. Wolff jr. Bochum-Linden, Mainz 1952.  
**KLÖNNE:**  
 1929 Aug. Klönne 1879-1929. Denkschrift zum Goldenen Jubiläum am 1. Juli 1929, Dortmund 1929.  
**KOPPERS:**  
 1951 Koppers: Ein halbes Jahrhundert im Dienste der Kohleveredelung, 1901-1951, Essen 1951.  
**KORFMANN:**  
 1955 75 Jahre Maschinenfabrik Korfmann GmbH Witten, 1880-1955, Frankfurt 1955.  
**LOHMANN:**  
 1940 150 Jahre Friedr. Lohmann GmbH, Herbede/Ruhr, o. O. 1940.  
**MARIAUX, Franz:**  
 1956 Gedenkwort zum hundertjährigen Bestehen der Harpener Bergbau-Aktien-Gesellschaft 1846-1956, Dortmund 1956.  
**NERGE, Sonja/STAHMANN, Marina:**  
 1991 Mit Seidentuch und ohne Schlips – Frauen im Management, Frankfurt a. M. 1991 (= Europäische Hochschulschriften, Reihe 23, Soziologie. 216).  
**NEUHAUS:**  
 1970 225 Jahre J. D. Neuhaus Hebezeuge, Witten-Heven. Seit 225 Jahren nehmen wir alles ernst – ausser uns selbst, Köln 1970.  
**PIERENKEMPER, Toni:**  
 2000 Unternehmensgeschichte. Eine Einführung in ihre Methoden und Ergebnisse, Stuttgart 2000 (= Grundzüge der modernen Unternehmensgeschichte. 1).

- PLUMPE, Werner:**  
 1996 Unternehmer, in: Ambrosius, Gerold/Petzina, Dietmar/Plumpe, Werner (Hrsg.): Moderne Wirtschaftsgeschichte. Eine Einführung für Historiker und Ökonomen, München 1996, S. 47-68.  
**PROBST, Anke:**  
 1985 Helene Amalie Krupp. Eine Essener Unternehmerin um 1800, Stuttgart 1985 (= ZUG, Beiheft 33).  
**ROESCH, Hans:**  
 1970 Das dritte Talent. Die Leistungen der Frau als Unternehmerin gestern, heute, morgen, Frankfurt a. M./Berlin 1970.  
**SCHLEMPER-KUBISTA, Annemarie/WOLL-RAB, Helmut:**  
 1980 Die wirtschafts- und gesellschaftspolitische Bedeutung der selbstständigen Unternehmerinnen und mitarbeitenden Unternehmerinnen, Göttingen 1980 (= Schriften zur Mittelstandsforschung. 79).  
**SCHROEDER, Wolfgang:**  
 2000 Industrielle Beziehungen in den 60er Jahren – unter besonderer Berücksichtigung der Metallindustrie, in: Schildt, Axel/Siegfried, Detlef/Lammers, Karl Christian (Hrsg.): Dynamische Zeiten. Die 60er Jahre in beiden deutschen Gesellschaften, Hamburg 2000 (= Hamburger Beiträge zur Sozial- und Zeitgeschichte, Darstellungen. 37), S. 493-527.  
**TENFELDE, Klaus:**  
 1990 Soziale Schichtung und soziale Konflikte, in: Korte, Hermann/Petzina, Dietmar/Weber, Wolfhard (Hrsg.): Das Ruhrgebiet im Industriezeitalter. Geschichte und Entwicklung, Bd. 2, Düsseldorf 1990, 121-217.  
**VERBAND:**  
 1994 1954-1994, Spuren des VdU, hrsg. vom Verband der deutschen Unternehmerinnen, Berlin 1994.  
**WEBER, Max:**  
 1964 Wirtschaft und Gesellschaft, Köln/Berlin 1964 (= Studienausgabe, hrsg. von Johannes Winkelmann, erster Halbband).  
**WÜSTENFELD, Wilhelm:**  
 1950 Erinnerungsschrift der Windenfabrik J. D. Neuhaus Witten-Heven, 1745-1950, Witten 1950.  
**WWA:**  
 1952 Die Wirtschaft Westfalens und des Ruhrgebiets in Firmen-Festschriften, hrsg. vom Westfälischen Wirtschaftsarchiv Dortmund, Dortmund 1952.  
**ZAPF, Wolfgang:**  
 1965 Wandlungen der deutschen Elite. Ein Zirkulationsmodell deutscher Führungsgruppen 1916-1961, München 1965.  
**ZIEGLER, Dieter:**  
 2000 Die wirtschaftsbürgerliche Elite im 20. Jahrhundert: Eine Bilanz, in: Ders. (Hrsg.): Großbürger und Unternehmer, Göttingen 2000 (= Bürgertum. 17), S. 7-30.

## Anschrift des Verfassers:

Peter Jacob M.A.  
 Deutsches Bergbau-Museum Bochum  
 Am Bergbaumuseum 28  
 D-44791 Bochum