

Tanja JUNGGEBURTH, Stollwerck 1839–1932. Unternehmerfamilie und Familienunternehmen (VSWG-Beihefte 225), Stuttgart: Steiner Verlag 2014. 604 S., 92 s/w Abb., 9 Stammtaf. ISBN 978-3-515-10458-6. Geb. € 82,–

Die anzuzeigende Dissertation beschäftigt sich mit der Kölner Schokoladenfabrik Stollwerck. Die Arbeit unterscheidet sich in ihrer Zielrichtung jedoch von den sonst üblichen Unternehmensgeschichten, die vor allem betriebswirtschaftliche, technische, soziale und gesellschaftliche Fragestellungen im Fokus haben. Die vorgelegte Studie geht darüber hinaus. Sie will in einer Gesamtschau das Wechselspiel von Familie und Unternehmen analysieren. Dieser methodische Ansatz verbindet die Bürgertumsforschung mit Unternehmensgeschichte. Dabei wird anhand von drei Generationen untersucht, inwieweit familiäre und ökonomische Denkstrukturen in die Handlungen und Entscheidungen einfließen. Damit verbunden ist die Fragestellung, ob durch diese Mischung von Handlungsdeterminanten eines Familienbetriebs Vorteile gegenüber fremdgeführten Kapitalgesellschaften auszumachen sind.

Die Autorin legt der Arbeit – nach einer eingehenden Auseinandersetzung mit theoretisch-methodischen Aspekten – die Annahme zugrunde, dass Unternehmer in erster Linie von ökonomischen Überlegungen geleitet werden. Bei der Untersuchung über die Verbindung von Familie und Unternehmen geht die Verfasserin der Frage nach, welche weiteren Faktoren wie Ideologie, Netzwerke und Unternehmenskultur eine Rolle spielen und auf Entscheidungsprozesse Einfluss nehmen könnten. Daran schließen sich die Fragen an, worauf diese Interessen basieren, wie sie verfolgt und umgesetzt werden, ob sie eine logische Folge von Handlungen sind und inwieweit Emotionen eine Rolle spielen. Zu Recht weist die Verfasserin auch darauf hin, dass die wechselseitige Verbindung von Familie und Unternehmen vor allem auch Netzwerke in den Blickpunkt rückt.

Nach Einleitung, Forschungsstand und Methodik gibt die Autorin zunächst einen knappen historischen Abriss über die Unternehmensgeschichte. Die Studie hat zwei Hauptkapitel: So werden in Kapitel 3 Themen wie Familie, Erziehung, Ausbildung und Lebensstil, Familiengründung, Heiratspolitik, Lebensstandard, die Einstellung zum Geld und zum Sparen und die Wohnsituation erarbeitet, um daraus das bürgerliche Selbstverständnis und die Lebensweise zu ermitteln. Ebenso behandelt die Verfasserin den Familiensinn und familiäre Befindlichkeiten sowie das Verhalten der Familie in der Öffentlichkeit wie in Politik und Kirche. Das zweite Hauptkapitel behandelt das Familienunternehmen unter den Aspekten der Unternehmensnachfolge, des Familienprinzips, der Unternehmenskultur sowie des Spannungsfelds von Markt und Familie.

Die Verfasserin konnte mit dieser Studie die von Chandler vertretene Auffassung, dass das Wachstum von einem kleinen Betrieb zu einem großen Unternehmen das Verhältnis zwischen Familie und Unternehmen verändert, belegen. Dies ist am Beispiel von Stollwerck insbesondere an den finanziellen Ressourcen der Familie sowie an der Anzahl der befähigten Familienmitglieder, die die Geschäftsführung für die Familie übernahmen, deutlich zu erkennen. Beides, die Notwendigkeit, immer stärker auf Fremdkapital zurückzugreifen, und der Mangel an familieneigenen Führungskräften, verstärkt durch externe Krisen, trieb das Unternehmen zwischen 1914 und 1932 immer mehr dazu, die Verbindung zwischen Familie und Unternehmen zu lösen.

Der Autorin ist es sehr anschaulich und durch umfangreiche Quellenanalysen gelungen, einen wichtigen Beitrag zu Chancen und Risiken von Familienunternehmen zu leisten.

Gert Kollmer-von Oheimb-Loup