
AKKUMULATION

INFORMATIONEN DES ARBEITSKREISES FÜR KRITISCHE UNTERNEHMENS- UND
INDUSTRIEGESCHICHTE

Nr. 18/2003

Die deutschen Wirtschaftseliten in der öffentlichen Wahrnehmung am Beispiel von „Spiegel“, „Stern“ und „Quick“

Andrea Rehling (Tübingen)

„Die Geschichte der Bundesrepublik Deutschland ist vor allem ihre Wirtschaftsgeschichte. Nichts hat den westdeutschen Staat stärker geprägt als seine wirtschaftliche Entwicklung.“¹ Mit diesen Worten ließ Werner Abelshausen seine Wirtschaftsgeschichte der Bundesrepublik Deutschland beginnen und stellte so einen zwingenden Zusammenhang zwischen wirtschaftlichem Aufschwung und Entfaltung einer stabilen demokratischen Ordnung her. Angesichts eines breiten Konsenses über die Bedeutung des wirtschaftlichen Erfolges für die Legitimierung der neuen Republik und die destruktive Wirkung, welche die demokratiefeindliche Haltung eines großen Teils der Eliten in der Weimarer Republik hatte, ist es erstaunlich, wie wenig Beachtung den Wirtschaftseliten auch in den aktuellen Gesamtdarstellungen zur Geschichte der Bundesrepublik Deutschland geschenkt wurde. Die Gründe für die mangelnden Kenntnisse über die Akteure der bundesdeutschen Wirtschaft wurden meist in ihrem Rückzug aus dem öffentlichen Raum gesehen, ohne aber den empirischen Beweis für dieses Verschwinden anzutreten. So machte Klaus Tenfelde für das Ruhrgebiet die Beobachtung, daß es sich hier seit den siebziger Jahren um eine eigentümlich „elitenfreie Zone“ gehandelt habe, in deren öffentlichen Reden und Diskursen die „Elite“ nicht mehr aufgetaucht sei.² Eine These, die zumindest in ihrem Ergebnis, dem Verschwinden der Wirtschaftselite aus dem öffentlichen Bewußtsein, 2000 in einer Studie zum Bekanntheitsgrad deutscher Manager³ für ganz Deutschland bestätigt wurde. Andererseits ist in funktionaler Hinsicht zweifellos eine wirtschaftliche Führungsschicht erhalten geblieben, so daß sich diese Arbeit darum bemüht, empirisch zu überprüfen, ob die Wirtschaftselite durch den geistig-kulturellen Einschnitt der späten sechziger Jahre und die damit verbundenen veränderten politischen, sozialen und ökonomischen Strukturen aus der öffentlichen Wahrnehmung verschwunden ist, bzw. wie sich der Diskurs über sie und ihre Tätigkeit verändert hat.

Quantitative Trends in der Berichterstattung über die Wirtschaftselite

Der Quellenkorpus, der die Basis für die Untersuchung bildete, bestand aus 373 Beiträgen aus Spiegel, Stern und Quick. Erhoben wurde aus den Originalausgaben von 1950 bis einschließlich 1975. Im Untersuchungszeitraum nahmen die Berichte über die Wirtschaftselite bis in die Mitte der sech-

¹ Abelshausen, Werner: Wirtschaftsgeschichte der Bundesrepublik Deutschland (1945-1980), Frankfurt a. M. 1983, S. 8.

² Tenfelde, Klaus: Soziale Schichtung, Klassenbildung und Konfliktlagen im Ruhrgebiet, in: Das Ruhrgebiet im Industriezeitalter. Geschichte und Entwicklung, Bd. 2, hrsg. v. Wolfgang Köllmann u. a., Düsseldorf 1990, S. 186.

³ Pressestelle der Ruhr-Universität Bochum, Pressemitteilung vom 11.1.2000: RUB-Kommunikationsforscher zur Bekanntheit von Managern.

ziger Jahre beinahe proportional zum Umfang der Artikel zu, um danach ebenso synchron wieder abzunehmen. Um den Anteil der Berichterstattung über die Wirtschaftsbesitzer an der Gesamtberichterstattung einschätzen zu können, wurden Stichjahre⁴ gebildet, für die der Anteil der Beiträge am Gesamtumfang der Zeitschriften berechnet wurde. Dabei ergab sich, daß die Frage, ob die Wirtschaftseliten als ein für Zeitschriften interessantes Thema betrachtet wurden, verneint werden muß. Keines der Magazine überschritt in den Stichjahren einen dreiprozentigen Anteil an den Gesamtausgaben. Selbst wenn man in Rechnung stellt, daß der redaktionelle Teil einer Zeitschrift nur etwa 50% ausmachte, ergab sich für die personenbezogene Wirtschaftsberichterstattung ein Wert von unter 6%, so daß festzuhalten ist, daß auch vor 1968 das Interesse der Zeitschriften und der Öffentlichkeit an den Wirtschaftseliten nur gering war. Ein Anfang der siebziger Jahre eingetretener Rückzug der Wirtschaftseliten aus dem öffentlichen Raum und eine damit verbundene Reduktion der öffentlichen Wahrnehmung ist nur graduell gewesen. Differenzierte man die Berichterstattung danach, wer als Wirtschaftselite wahrgenommen wurde, so kam man zu dem Ergebnis, daß die Publikumszeitschriften nur Vertreter von überregionalen Unternehmen berücksichtigten, die mehrstellige Millionenbeträge umsetzten. Mittelständische Unternehmen kamen in den Publikumszeitschriften kaum vor. Unterschied man nach Berichten über Eigentümerunternehmer und über Manager, wurde klar, daß erstere dreimal häufiger beachtet wurden als letztere. Im öffentlichen Bewußtsein war die Wirtschaftselite also eine Elite der Firmenbesitzer.

Darstellung der Wirtschaftseliten

Näherte man sich den Zeitschriftenbeiträgen mit dem Fokus auf die Art und Weise, in der über die Wirtschaftseliten kommuniziert wurde, so stellte man schnell fest, daß sich die Bilder, die von der Wirtschaftselite entworfen wurden, wiederholten. Man hatte es mit verfestigten Redeweisen zu tun. Um diese Strukturen zu erfassen, bot sich der Begriff der Stereotype an.⁵ Dabei ist das erste Indiz für eine Stereotype die Benennung. Mit diesem Vorgang sind immer auch Attribute verbunden, die etwas, was in der Realität keineswegs unveränderlich und in jedem Fall komplexer ist, auf einen vereinfachten Nenner bringen, indem sie aus der Vielfalt möglicher Charakterisierungen einige wirkliche oder vermeintliche Eigenschaften herausnehmen und sie als ausreichend für die Typisierung und damit die Identifizierung eines Menschen bestimmen.⁶ In den Zeitschriften ließen sich aufgrund solcher Attribute und Benennungen die folgenden Stereotypen der Wirtschaftselitenbeschreibung festmachen.

Die Dynastie - Patriarch, Nachfolger/ Playboy, Statthalter

Seit dem Aufkommen der Industrialisierung fiel es schwer zu definieren, ob das moderne Unternehmertum eher dem Bürgertum zuzuschlagen war oder ob seine Machtfülle und sein Reichtum es nicht eher in die Nähe des Adels rückten. So wurden die Unternehmer als „Fabrikherren“, „Schlotbarone“ oder „Handelsdespoten“ diffamiert, womit ihre Stereotypisierung als Pseudoadel begann. Im Verlauf der industriellen Revolution wurden diese negativen Topoi, die eine Stereotype des den

⁴ 1950, 1955, 1960, 1965, 1970, 1975.

⁵ Bausinger, Hermann: Name und Stereotyp, in: Stereotypenvorstellungen im Alltagsleben. Beiträge zum Themenkreis Fremdbilder – Selbstbilder – Identität. Festschrift für Georg R. Schroubek, hrsg. v. Helge Gerndt, München 1988, S. 13.

⁶ Bausinger: Name und Stereotyp, S. 16.

Adel hofierenden „Geldsacks“ konstituierten, um den des paternalistischen Hausvaters ergänzt, der sich in sozialer Fürsorge seinen Arbeitern annimmt.⁷ Im Laufe der Zeit und mit fortschreitender Etablierung der wirtschaftlichen als auch gesellschaftlichen Führungsschicht verschmolzen beide Typen zunehmend. Bei der Stereotype des Pseudoaristokraten, der für den Bürger zu mächtig und für den Adligen zu machtlos war und der je nach Bewertungszusammenhang mehr zum „Geldsack“ oder zum paternalistischen Patriarchen tendierte, handelt es sich um eine der ältesten Stereotypen des Unternehmers. Die Anwendung des semantischen Feldes der Aristokratie fand sich bei allen Unternehmerfamilien. Der Begriff war, wie seine ursprüngliche Wortbedeutung, nach wie vor mit dem der Herrschaft eng verbunden. Die Herrschaft der Unternehmersdynastien sei durch die geniale Idee eines Vorfahren begründet worden, die in Zeitschriften die Legitimation für die Gründung eines Unternehmens bildete, mittlerweile aber qua Tradition ausgeübt wurde,⁸ die auf dem Recht der Geburt und des Erbes beruhte. Die Dynastien umfaßten mindestens zwei Generationen, die durch die Stereotype des Patriarchen und Erben umschrieben wurden. Eine Unternehmersdynastie konnte, ebenso wie ein Adelshaus, degenerieren und eine Generation hervorbringen, die nicht mehr Willens oder in der Lage war, das Unternehmen weiterzuführen. Dabei wurde, um die Degeneration der Familien zu dokumentieren, auf den übertrieben luxuriösen Lebensstil, das ausschweifende, unmoralische Sexualleben und die Zerstrittenheit der Erbengeneration als Ursache des Verfalls verwiesen. Bei der Beschreibung der Erben war die Arbeitsethik von entscheidender Bedeutung, denn je nachdem, ob sie nach Ansicht der Zeitschriften engagiert arbeiteten, um das Werk der Väter auszubauen oder ob sie nur die schönen Seiten des Erbes genossen, entschied sich, ob sie als würdige Nachfolger, die später zu Patriarchen wurden, oder als verwöhnte Playboys dargestellt wurden. Insbesondere letztere faszinierten als Teil des Jetset den Zeitschriftenleser mit ihren Hochzeiten und Scheidungen, wurden von ihnen aber auch als maßlos verurteilt.

Weil Unternehmen als eine Art Staatswesen gesehen wurden, in denen der Eigentümer die Regierungsgeschäfte als „Souverän“ führte, ein Simile, das sich auch schon bei Max Weber findet,⁹ gab es in der Stereotype der Dynastie auch den Topos der Regierungskrise, der Revolution und des Umsturzes. Geradezu prototypisch für eine Dynastie, die über ein staatsförmiges Unternehmen regierte, war die Darstellung der Familie Krupp. Zu Beginn des Untersuchungszeitraums befand sie sich in der fünften Generation. Die Familie Krupp und das Unternehmen wurden von Alfried Krupp geleitet, der 1951 aus Landsberg entlassen worden war, wo er als derjenige, welcher „unter acht Geschwistern der Kronprinz“¹⁰ gewesen sei, „an Vaters Statt nach Nürnberg und als Sohn des letzten deutschen Kanonenkönigs büßen“¹¹ mußte. Als seine ersten Taten in der Funktion als Regent des Krupp-Imperiums wurden Versuche gesehen, das Unternehmen von den Verkaufsaufgaben der Alliierten zu befreien. Dementsprechend begann 1955 ein Artikel im „Spiegel“ über „Krupp. Das tödliche Symbol“¹² mit einem Bericht über einen Diplomatenempfang, bei dem Krupp sich bemüht habe

⁷ Hodenberg, Christina von: Der Fluch des Geldsacks. Der Aufstieg des Industriellen als Herausforderung bürgerlicher Werte, in: Der bürgerliche Wertehimmel. Innenansichten des 19. Jahrhunderts, hrsg. v. Manfred Hettling u. Stefan-Ludwig Hoffmann, Göttingen 2000, S. 79-104.

⁸ Weber, Max: Politik als Beruf. Stuttgart 1992, S. 8.

⁹ Ebd., S. 26-27.

¹⁰ Krupp. Stahl für Rasierklingen, Der Spiegel (1951), Jg. 5, Nr. 8, S. 6.

¹¹ Ebd. S. 6.

¹² Krupp. Das tödliche Symbol, Der Spiegel (1955), Jg. 9, Nr. 47, S. 20-33.

zu zeigen, daß die gefürchtete Produktion der Firma Krupp friedfertig geworden sei. In diesem Artikel erschien Alfried Krupp zum ersten Mal in seiner ganzen monarchischen Pracht. Der Empfang sei „einem minuziösen Protokoll“¹³ gefolgt, „nach dem auf Villa Hügel schon Kaiser und Könige empfangen wurden“¹⁴. Er, „der Sohn der letzten direkten Nachfahrin aus dem Kanonengeschlecht“¹⁵, sei von Anfang an als Erbprinz vorgesehen gewesen: „Alfrieds Taufpate war Kaiser Wilhelm. Auf Villa Hügel wurden die Tauffeierlichkeiten mit allem Pomp für einen Thronfolger begangen.“¹⁶ Nach einer Erziehung, die ihn zum Nachfolger in einem Industrieimperium formen sollte, sei durch den Hitlererlaß von 1943 das deutsche Erbrecht für Krupp außer Kraft gesetzt worden, um so zu ermöglichen, daß der Konzern „wie ein Erbhof ungeteilt auf den ältesten Sohn übergehen“¹⁷ könne. Damit habe gewährleistet werden sollen, daß Krupp von nur einem Mann geleitet werden könne, um zu verhindern, daß sich die Familie in Erbauseinandersetzungen aufreibe, wie es bei anderen Familienunternehmen, die gegen das Prinzip der Primogenitur „verstoßen“ hätten, der Fall gewesen sei. 1961 beim 150jährigen Jubiläum seines Unternehmens stand Alfried Krupp aus Sicht der Zeitschriften auf dem Zenit seiner Herrschaft, die er zusammen mit seinem Sohn Arndt und dem Generalbevollmächtigten Berthold Beitz ausgeübt habe,¹⁸ die auch als Kronprinz¹⁹ und Statthalter²⁰ bezeichnet wurden. Selbst ein ironisch-kritischer Artikel über die Jubiläumsfeierlichkeiten erkannte die Aristokratie der Krupp-Dynastie semantisch an: „Einem Herrscher gleich, der es gewohnt ist, Adelstitel zu verleihen, verliert Alfried Felix Alwyn Krupp von Bohlen und Halbach die Namen jener Kruppianer, die in den vergangenen Jahrzehnten seinem Erbe am wackersten dienten“²¹.

Für Krupp war der Weg in die Zukunft, in die er mit Beitz' Hilfe das Unternehmen führen wollte, schon sechs Jahre noch dem 150jährigen Jubiläum zu Ende und „Krupp in Nöten“.²² In den Zeitschriften wurde diese Unternehmenskrise wie eine Regierungskrise behandelt, die sich zu einer Revolution steigerte, die teilweise Züge eines Putsches oder Umsturzes gegen König Krupp und seinen Statthalter trug. Beitz sei es gewesen, der als Krupps „Reichsverweser“²³ die „Abdankungsurkunde“²⁴ hätte unterschreiben müssen, während der Chef der Dynastie, dem „gerade die landesväterliche Nächstenliebe“²⁵ zum wirtschaftlichen Verhängnis geworden wäre, auf Auslandsreise sei. Als sich dann herausstellte, daß Alfried Krupp todkrank war und kurz darauf starb, war für die Zeitschriften klar, daß „der letzte König des Krupp-Reichs“²⁶ ein tragischer Held gewesen sei. Er, mit

¹³ Ebd. S. 20.

¹⁴ Ebd. S. 20.

¹⁵ Ebd. S. 21.

¹⁶ Ebd. S. 22.

¹⁷ Ahrens, Wilfried: Krupp auf Leibrente, Stern (1967), Jg. 20, Nr. 13, S. 28.

¹⁸ Krupp. Das tödliche Symbol, Der Spiegel (1955), Jg. 9, Nr. 47, S. 20-33; 150 Jahre Krupp. Auch daran ist Napoleon schuld, Quick (1961), Jg. 14, Nr. 47, S. 20-28; Kornatzki, Jürgen von / Ebelseder, Sepp: Hoftag auf Villa Hügel, Stern (1961), Jg. 14, Nr. 21, S. 30-41.

¹⁹ Kornatzki, Jürgen von / Ebelseder, Sepp: Hoftag auf Villa Hügel, Stern (1961), Jg. 14, Nr. 21, S. 31.

²⁰ 150 Jahre Krupp. Auch daran ist Napoleon schuld, Quick (1961), Jg. 14, Nr. 47, S. 28.

²¹ Ebd. S. 61.

²² Titelblatt des Spiegel (1967), Jg. 21, Nr. 12.

²³ Ebd. S. 28.

²⁴ Ebd. S. 22.

²⁵ Ebd. S. 24.

²⁶ Ahrens, Wilfried: Krupp auf Leibrente, Stern (1967), Jg. 20, Nr. 13, S. 24.

dessen Tod die Dynastie erloschen sei, weil sein Sohn Arndt sich nicht zum Nachfolger, sondern nur zum Playboy eignete, habe sterben müssen und damit seine unauflösbare Verbundenheit mit dem Familienunternehmen bewiesen. So wie in der klassischen Mythologie die herrschenden Göttergeschlechter gewechselt haben sollen, wurde in den Zeitschriften Anfang der siebziger Jahre eine regelrechte „Götterdämmerung“ des Familienkapitalismus heraufbeschworen, die in dem Fazit kumulierte, daß in den siebziger Jahren die Familienunternehmen ausgedient hätten.²⁷

Die Wirtschaftswunderknaben

Eine Stereotype, die den Dynastien als demokratische Version der Wirtschaftseliten entgegengestellt und als besonderes Phänomen des Wirtschaftswunders hervorgehoben wurde, war die des Wirtschaftswunderknaben. Seine Darstellung machte etwa 15% der Artikel über die Wirtschaftseliten aus. Mit ihnen rückte der „Self-made-Millionär“²⁸ in den Mittelpunkt des Interesses. Von ganz unten gekommen, gelangten Selfmademen nach ganz oben, schafften aus dem Nichts ein Unternehmen mit Millionenumsätzen, getragen von ihrem Arbeitseifer und einer genialen Idee. Diese „Wirtschaftswunderknaben“²⁹ deren Aufstieg parallel zu dem der jungen Republik gesehen wurde, galten als die Helden des Wirtschaftswunders, als die „Macher“³⁰ des wirtschaftlichen Wiederaufstiegs. Sie waren es, deren märchenhafte Karrieren den Eindruck vermittelten, alle hätten 1948 mit der Kopfquote angefangen und daß es möglich gewesen sei, aus diesen 40 Mark mit viel Arbeit und Einfallsreichtum ein Vermögen zu machen. Prototypisch für die Stereotype des Wirtschaftswunderknaben waren Berichte über Personen, deren Werdegänge noch heute untrennbar mit dem Wirtschaftswundermythos verbunden sind, wie Willy Schlieker, Fritz-Aurel Goergen („Prinz Aurel“), Josef Neckermann, Gustav Schickedanz, Max Grundig, Friedrich Jahn und Rudolf Münemann. Dem Karriereweg der Wirtschaftswunderknaben galt die besondere Aufmerksamkeit. Schon bei der Beschreibung der Ausbildung der Wirtschaftswunderknaben deutete sich an, daß sie als spezifisches Nachkriegsphänomen betrachtet wurden, deren Karrieren nur im Chaos der Re- und Neuorganisation des deutschen Staates möglich gewesen seien, weil für Formalia keine Zeit war. Die Karriere des Wirtschaftswunderknaben sei immer darauf zurückzuführen gewesen, daß ihm durch glückliche Umstände und harte Arbeit eine geniale Idee gekommen sei, die den Grundstein für sein heute so erfolgreiches Unternehmen gelegt hätte. Diese Idee sei zum Wendepunkt in seinem Leben geworden. Schlieker sollte seine Karriere den in der Kriegswirtschaft erworbenen internen Kenntnissen über die deutsche Stahlindustrie und einem gewissen Gespür für lukrative Investitionen verdanken.³¹ Münemann habe seine Nachkriegskarriere aus dem „Revolving-System“³² entwickelt, zu dem

²⁷ Ebd. S. 27-28. Vgl. auch Familie Quandt. Die aufregende Geschichte der Millionäre, die den ganzen Wirbel um Mercedes ausgelöst haben, Quick (1974), Jg. 27, Nr. 50, S. 46a-46h; Hermann, Kai: Die Tricks der Flicks, Stern (1975), Jg. 28, Nr. 5, S. 12-16, 79-81; Der zweite Mercedes-Verkauf. Die Flicks waren schon immer eine etwas sonderbare Familie, Quick (1975), Jg. 28, Nr. 5, S. 76-78; Ausverkauf bei Fichtel und Sachs: Zwei Playboys machten Kasse, Quick (1975), Jg. 28, Nr. 50, S. 20-25.

²⁸ Elten, Jörg Andrees: Deutschlands junge Millionäre, Teil 3: Schaffe, schaffe, Millionen mache, Stern (1966), Jg. 19, Nr. 8, S. 102.

²⁹ Schlieker. Ein Mann allein, Der Spiegel (1962), Jg. 16, Nr. 31, S. 18.

³⁰ Schanetzky, Tim: Unternehmer: Profiteure des Unrechts, in: Karrieren im Zwielficht. Hitlers Eliten nach 1945, hrsg. v. Norbert Frei. Frankfurt a. M. 2001, S. 89.

³¹ Schlieker-Konzern. Der Lückenschließer, Der Spiegel (1956), Jg. 10, Nr. 39, S. 20-26.

³² Münemann. Der Revolver, Der Spiegel (1959), Jg. 13, Nr. 17, S. 37.

er durch den Drehmechanismus einer Hoteldrehtür inspiriert worden sein will³³ und Friedrich Jahns Geschäftsidee sei es gewesen, Hähnchen nicht zu kochen, sondern zu grillen.³⁴ Nach der zündenden Idee und den ersten Anlaufschwierigkeiten hätten ihre Unternehmen geboomt und der Wirtschaftswunderknabe hätte „sein Ziel mit der Kraft und Zielgenauigkeit einer elektronischen Mondrakete“ angesteuert.³⁵ Sobald sich der ökonomische Erfolg einstellte, galt ein großer Teil der Aufmerksamkeit der Frage, wie der Aufsteiger in den etablierten Eliten aufgenommen wurde. Die Zeitschriften monierten, daß der Wirtschaftswunderknabe in den etablierten Kreisen seiner Branche nicht anerkannt würde, oft sogar gegen Ablehnung kämpfen müsse, die ihm, wie Schlieker³⁶ und Münemann³⁷, deren Pleiten auch auf mangelnde Unterstützung von Branchenkollegen zurückgeführt wurden, in wirtschaftlich schwierigen Situationen gefährlich würden. Diese Ablehnung würde sich, so die Beobachtung der Zeitschriften, nicht zuletzt daraus speisen, daß sich die Aufsteiger und Neureichen nicht konform zu den Verhaltenskodizes der etablierten Wirtschaftseliten verhalten würden. So würden die Wirtschaftswunderknaben zwar in Statussymbole investieren, leisteten sich aber oft noch regelrecht plebejische Hobbys, die ihnen in den von ihnen angestrebten neuen Verkehrskreisen übel genommen würden. Geradezu prototypisch für ein solches Verhalten war Fritz-Aurel Goergen: „Auf seinem weitläufigen Besitz in Hösel, wo ein Goergen-Porträt das Wohnzimmer schmückt, züchtet der Hausherr in seiner Freizeit, wie ein Ruhrkumpel, Brieftauben. Das plebejische Hobby hindert ihn [...] andererseits nicht, sich drei Reitpferde zu halten. Die Verquickung von Wirtschaftskapitän und Kumpel ist vollkommen: [...] Die erste Garnitur der Ruhr-Society, die Wert auf gesellschaftliche Umgangsformen legt, bedeutet ihm nicht sonderlich viel. Goergen haßt gepflegte Konversation. Sein Jargon und seine Späße weisen ihn als ein Kind des Ruhrreviers aus.“³⁸ Anfang der sechziger Jahre schien der Erfolg der Wirtschaftswunderknaben auszubleiben: „Schliekers Aufstieg mit seinem Ein-Mann-Konzern war nur in der Ausnahmesituation nach dem totalen Zusammenbruch möglich.“³⁹ So erklärten sich die Zeitschriften, daß seit Anfang der sechziger Jahre ein Wirtschaftswunderknabe nach dem anderen aufzugeben schien.⁴⁰ Die Zeitschriften läuteten das Ende der Nachkriegszeit ein, und die Wirtschaftswunderknaben wurden zu „Legenden des Wirtschaftswunders“.⁴¹

³³ Ebd. S. 37-38.

³⁴ Busch, B.: Deutschlands junge Millionäre, Teil 14: Millionen am Bratspieß, Stern (1966), Jg. 19, Nr. 20, S. 66-75.

³⁵ Elten, Jörg Andrees: Deutschlands junge Millionäre, Teil 8: Mit Modellkleidern über die Millionenhürde, Stern (1966), Nr. 13, S. 82.

³⁶ Wußten Sie, wer Schlieker ist? - Teil 2, Stern (1962), Jg. 15, Nr. 33, S. 82-84; Schlieker. Ein Mann allein, Der Spiegel (1962), Jg. 16, Nr. 31, S. 18-28; Traum erfüllt - Konzern kaputt, Quick (1962), Jg. 15, Nr. 32, S. 8-11.

³⁷ Münemann. Hemmung im Revolver, Der Spiegel (1970), Jg. 24, Nr. 5, S. 49; Münemann. Leere Mäntel, Der Spiegel (1970), Jg. 24, Nr. 6, S. 72-73; Münemann. Zurück auf Null, Der Spiegel (1970), Jg. 24, Nr. 42, S. 98-100.

³⁸ Goergen. Prinz Aurel, Der Spiegel (1961), Jg. 15, Nr. 47, S. 36.

³⁹ Schlieker. Ein Mann allein, Der Spiegel (1962), Jg. 16, Nr. 31, S. 28.

⁴⁰ Henschel. Die zweite Krise, Stern (1964), Jg. 17, Nr. 18, S. 18-19; Der Schnellreiche. Wie Henschel-Chef Goergen zu seinen Millionen kam, Stern (1964), Jg. 17, Nr. 20, S. 157-163; Münemann. Hemmung im Revolver, Der Spiegel (1970), Jg. 24, Nr. 5, S. 49; Münemann. Leere Mäntel, Der Spiegel (1970), Jg. 24, Nr. 6, S. 72-73; Münemann. Zurück auf Null, Der Spiegel (1970), Jg. 24, Nr. 42, S. 98-100.

⁴¹ Meyer-Larsen, Werner: Legenden des Wirtschaftswunders. Die Unternehmer der frühen Nachkriegszeit, Der Spiegel (1999), Jg. 53, Nr. 20, S. 140-144.

Die Manager

Die Manager, die nur im Spiegel auftauchten, machten etwa 20% der Artikel über die Wirtschaftseliten aus, erreichten aber nur einen unterdurchschnittlichen Seitenumfang. Insofern stellten sie, was den Umfang des semantischen Materials betraf, die ärmste, aber stereotypenreichste Gruppe dar. Ihre Typenbildung wurde in erster Linie durch ihren Führungs- und Managementstil bestimmt, der, so nahmen es die Zeitschriften wahr, wechselte und sich modernisierte. Genaue Vorstellungen von den Aufgaben eines Managers vermittelten die Zeitschriften nicht, sondern griffen für ihre Beschreibung zu Similes und Metaphern aus anderen gesellschaftlichen Bereichen. Auch bei den Managern wurde gern auf Bilder aus der Politik zurückgegriffen. So bestimmte der Vorstandsvorsitzende wie ein Regierungschef „die Richtlinien der (Geschäfts)-Politik“.⁴² Für das Tagesgeschäft seien sie nicht zuständig, sondern nur die großen Abschlüsse und die Personalpolitik seien ihr Metier. Parallelen zur Richtlinienkompetenz des Kanzlers und die Anklänge an die Verwaltung eines bürokratischen Staatswesens sind unverkennbar. Aber auch Anklänge an das Militär kamen vor, weil der Wettbewerb am freien Markt oft als Schlacht wahrgenommen wurde, in welcher der Manager als General auftrete, sich seine Aufgaben mit denen des Generalstabs decken würden.⁴³

Der Autokrat und der Technokrat

Der Autokrat stellte die als traditionell wahrgenommene Form des angestellten Unternehmers dar. Er pflegte einen autoritären, hierarchischen, aber auch paternalistischen Führungsstil, der ursprünglich als zielstrebig, entschieden und erfolgsorientiert wahrgenommen wurde. Er soll wie ein König agiert haben, ohne die Noblesse des Patriarchen einer Dynastie zu erreichen, obwohl sein Führungsstil und Nimbus dem eines Patriarchen vergleichbar waren. Er entsprach eher einem charismatischen Herrscher, der vom Aufsichtsrat bzw. Vorstand das Mandat zur selbstherrlichen Herrschaft über das Unternehmen erhalten hatte.⁴⁴ Oft stellte er eine regelrechte Übervaterfigur dar, die hart und entschlossen wie ein General die Geschicke des Unternehmens leitete. Es handelte sich bei den als Autokraten beschriebenen Managern nicht selten tatsächlich um ehemalige Militärs oder Kriegsteilnehmer, die, so die Sicht des Spiegels, sich in der militärischen Ausbildung „ans kommandieren“⁴⁵ gewöhnen konnten. Dem Hochschulstudium wurde beim Autokraten keine große Bedeutung beigemessen. Zwar würden sie meist über eine Hochschulausbildung als Jurist,⁴⁶ Ingenieur,⁴⁷ Bergassessor⁴⁸ oder Kaufmann⁴⁹ verfügen, aber sie wurde eher als eine Art Zusatzqualifikation behandelt, denn nicht seine fachliche Qualifikation, sondern das Charisma seiner Selbstsicherheit und Entscheidungsfähigkeit war es, die ihn zum Leiter des Unternehmens machte. Der Autokrat wäre dem Konservativismus verpflichtet und unverbrüchlich einem autoritären, autokratischen Führungsstil verbunden: „Nach 20 Jahren im KHD-Vorstand wurde Jakopp 1959 erster Mann im

⁴² Manager. Arbeit für andere, Der Spiegel (1965), Jg. 19, Nr. 25, S. 47.

⁴³ Ebd. S. 47.

⁴⁴ Weber, Max: Politik als Beruf. Stuttgart 1992, S. 8.

⁴⁵ Mannesmann AG. Zangen-Geburt, Der Spiegel (1962), Jg. 16, Nr. 42, S. 37.

⁴⁶ Klöckner-Humboldt-Deutz. Sonne und Wind, Der Spiegel (1965), Jg. 19, Nr. 44, S. 59-61.

⁴⁷ Volkswagenwerk. In König Nordhoffs Reich, Der Spiegel (1955), Jg. 9, Nr. 33, S. 16-26.

⁴⁸ GBAG. Bär und Bach, Der Spiegel (1967), Jg. 21, Nr. 5, S. 32-33.

⁴⁹ Lutz. Leo brüllte nicht, Der Spiegel (1963), Jg. 17, Nr. 14, S. 33-34.

Konzern, den er autokratisch wie ein Industriegründer lenkte und zu einem der stärksten Maschinenbau-Unternehmen der Bundesrepublik (...) hochmanagte.⁵⁰ Ein autokratischer Führungsstil, der zu einer Art Wahlkönigtum gerinnen konnte. Heinz Nordhoff von VW wurde als solch ein „König“⁵¹ unter den Autokraten dargestellt, weil sich seine Herrschaft auf eine ganze Stadt ausdehnte. Anlässlich des Millionsten Käfers gibt der König „im Reiche Wolfsburg“⁵² ein „königliches, drei Tage währendes, Fest“: „Heinz Nordhoff ist im Reiche Wolfsburg der große Vater und Mäzen. Er schenkte der Stadt das modernste Schwimmbad Deutschlands im Werte von einer Million Mark und ließ von der werkseigenen Baugenossenschaft Siedlungshäuser bauen, ließ ein Ledigenheim errichten, das einem Luxushotel gleicht.“⁵³ Als Autokrat von solcher Machtvollkommenheit rückte er in die Nähe des Eigentümerunternehmers, was sein Arbeitspensum und die Vorstellungen vom Nachfolger betraf: „Ein Sohn, der Lebensinhalt des klassischen Industrieherrn, ist ihm nicht beschieden gewesen – und Nordhoff, der Manager, dem in seinem Mammutbetrieb nicht einmal ein Ende Draht gehört, könnte einem Sohn auch nicht die Tradition seines Lebenswerks vererben, sondern nur das persönliche Bankkonto als bescheidene Frucht.“⁵⁴ Die Autokraten galten unter den Managern als die Träger des Wirtschaftswunders. Ihr autoritäres Auftreten, ihre hemdsärmelige Fähigkeit zur Improvisation wurden geschätzt und für den Wiederaufstieg der deutschen Wirtschaft als unverzichtbar betrachtet. Wenn sie das Unternehmen nicht straff organisierten und hierarchisch führten, erfüllten sie die an sie gerichteten Erwartungen nicht. Dies zeigte etwa der Artikel „Leo brüllte nicht“⁵⁵, der die Entlassung Leonhard Lutz´ darauf zurückführte, daß er Goergens Erwartungen an einen Stil der „Brachialgewalt“⁵⁶ nicht erfüllt hätte. Seit Anfang der sechziger Jahre wurde der Autokrat in der Wahrnehmung der Zeitschriften zunehmend durch den Technokraten abgelöst. Der autoritäre Führungsstil der Autokraten galt zunehmend als überlebt, und an ihre Stelle trat der dynamische, problem- und teamorientierte Technokrat. Für den Technokraten war es, so schien es den Zeitschriften, anders als für den Autokraten nicht so wichtig, Einfluß und Macht ausüben zu können. Er wurde als sachbezogener und rationaler erlebt, mehr dem Verwaltungshandeln als der charismatischen Führerschaft zugetan. Spätestens Mitte der sechziger Jahre wurde der rationale Führungsstil des Technokraten als die zeitgemäße Variante des Managertums angesehen. Wo man in den fünfziger Jahren noch den autoritären, starken Mann verlangt hatte, wurde ihm nun vorgeworfen, er könne auf eine schnellebige Wirtschaft mit flexiblen Strukturen, auch zwischen Arbeitnehmern und Arbeitgebern, nicht angemessen reagieren. Weil sie ein Symbol des Wirtschaftswunders waren, wurde das Abtreten der Autokraten in den Zeitschriften als Ende der Nachkriegszeit wahrgenommen.⁵⁷ Der Technokrat wirkte im Vergleich zum Autokraten etwas farblos, wurde teilweise auch als „konturlos“⁵⁸ beschrieben. Artikel über ihn waren wesentlich kürzer. Die Ausbildung und Karrierestufen des Technokraten wurden stichpunktartig aufgelistet, als gelte es zu bestätigen, daß die formalen Voraussetzungen, wie ein Hochschulstudium und erfolgreiche Managementenerfahrung, aber auch ein Dokorti-

⁵⁰ Klöckner-Humboldt-Deutz. Sonne und Wind, Der Spiegel (1965), Jg. 19, Nr. 44, S. 60.

⁵¹ Volkswagenwerk. In König Nordhoffs Reich, Der Spiegel (1955), Jg. 9, Nr. 33, S. 16.

⁵² Ebd. S. 17.

⁵³ Ebd. S. 17.

⁵⁴ Volkswagenwerk. In König Nordhoffs Reich, Der Spiegel (1955), Jg. 9, Nr. 33, S. 23.

⁵⁵ Lutz. Leo brüllte nicht, Der Spiegel (1963), Jg. 17, Nr. 14, S. 33-34.

⁵⁶ Ebd. S. 34.

⁵⁷ Manager. Beleg für Linke, Der Spiegel (1973), Jg. 27, Nr. 16, S. 94-95.

⁵⁸ Koenecke. Keine Kraft, Der Spiegel (1960), Jg. 14, Nr. 48, S. 48.

tel, der nicht ehrenhalber verliehen wurde, vorhanden waren. Bei den Chemikern Grünewald und Seefelder, die als Vorstandsvorsitzende bei BASF und Bayer nominiert waren, wurde festgestellt, daß sie Karriereverläufe hätten, die sich bis in Details ähnelten.⁵⁹ Die Technokraten gehörten in der Regel einer anderen Alterskohorte an als die Autokraten. Ihre Karrieren haben meist erst nach dem Krieg begonnen, und während beim Autokraten noch Alter und Erfahrung als wünschenswert angesehen wurden, wurde beim Technokraten immer wieder auf seine Jugend oder Jugendlichkeit abgehoben, die ihn für die Zukunft fit mache und qualifiziere.⁶⁰ Auf seine Arbeitsleistung wurde verhältnismäßig wenig eingegangen. Daß der Technokrat dem Leistungsprinzip huldigte, schien als selbstverständlich zu gelten. Die Technokraten wurden in den Zeitschriften als „Dynamiker“⁶¹ gekennzeichnet, als „uniforme Riege der Nachwuchs-Karrieristen“.⁶² Der Technokrat war im Vergleich zum Autokraten, der in vielen Dingen Webers Bild vom charismatischen Führer entsprach, eher dem Weberschen Bürokraten, der durch rational geschaffene Regeln begründete sachliche Kompetenz herrsche, vergleichbar.⁶³

Der Moderne

Neben dem Autokraten kam Ende der fünfziger Jahre in den Zeitschriften die Stereotype des modernen Managers auf, wobei modern als Synonym für amerikanisch zu verstehen war. In vielen Dingen, wie der Rationalität und der Funktionalität dem Technokraten ähnlich, zeichnete er sich dadurch aus, daß er eine amerikanische Ausbildung oder Erfahrungen mit amerikanischen Managementmethoden aufzuweisen hatte. Er hatte den American Way of Life kennengelernt, was in Deutschland Ende der fünfziger, Anfang der sechziger Jahre mit Insiderwissen über ein wirtschaftliches Erfolgsmodell gleichgesetzt wurde, so daß es nicht überraschend war, daß eine amerikanische Ausbildung von Managern in den Zeitschriften als modern empfunden und an sie besondere Kompetenzerwartungen gestellt wurden. Das Interesse der Zeitschriften galt, wenn sie über die modernen, amerikanischen Manager berichteten, der Frage, ob sich Schlüsse über eine mehr deutsche oder mehr amerikanische Werthaltung ziehen ließen. So wurde über Emil Kratzbühler berichtet, der die „Esso A. G. Deutschland“ leitete, er habe sich durch „strenge amerikanische Managementzucht (...) Cost-conscious“⁶⁴ angewöhnt, was „die Kunst aus jedem Dollar das Letzte herauszuholen“⁶⁵ sei und als besonders amerikanisch empfunden wurde. Andererseits sei er ein „sehr typischer Deutscher“.⁶⁶ Festgemacht wurde diese Feststellung an seinem als deutsch empfundenen Arbeitspensum und seinem traditionellen Familienleben, das für seine drei Töchter auch eine höhere Töchterausbildung mit Klavier- und Geigenunterricht vorsah.⁶⁷ Diese immer wieder auftauchenden Zweifel, ob amerikanisches Management und amerikanischer Lebensstil tatsächlich besser und moderner seien, durchzog die Berichte. Anfang der sechziger Jahre wurde Amerika nicht nur als modernstes, mäch-

⁵⁹ Manager. Getarnt im Cockpit, Der Spiegel (1973), Jg. 27, Nr. 36, S. 72.

⁶⁰ Manager. Keine Extraklasse, Der Spiegel (1972), Jg. 26, Nr. 50, S. 92.

⁶¹ Gelsenberg. Fit für Öl, Der Spiegel (1969), Jg. 23, Nr. 33, S. 52.

⁶² Ebd. S. 52.

⁶³ Weber, Max: Politik als Beruf. Stuttgart 1992, S. 8-9.

⁶⁴ Elten, Jörg Andrees: Amerikas Bosse in Germany: Emil Kratzbühler, Stern (1968), Jg. 21, Nr. 49, S. 68.

⁶⁵ Ebd. S. 68.

⁶⁶ Ebd. S. 70.

⁶⁷ Ebd. S. 196.

tigstes und wirtschaftlich erfolgreichstes Land der Welt betrachtet, sondern wegen seines angeblichen Mangels an Kultur und Geschichte auch als Sündenbabel und Gefahr für die deutsche Kultur gesehen,⁶⁸ so daß man den Eindruck hatte, daß die Zeitschriften geradezu explizit darauf hinwiesen, daß die Affirmation der amerikanischen Kultur sich nur auf den wirtschaftlichen Bereich konzentriert habe, im Privatleben aber die kulturellen und sittlichen deutschen Werte hochgehalten würden. Während der Autokrat seit Mitte der sechziger Jahre als überlebte Erscheinung betrachtet wurde, existierten der Technokrat und der moderne Manager bis in die siebziger Jahre parallel nebeneinander, um zunehmend zu verschmelzen.

Der Mann im Hintergrund

Der Mann im Hintergrund war eine Stereotype, die mit dem Bankier ausschließlich auf eine bestimmte Form des Managers angewendet wurde. Weil es zum Berufsbild des Bankiers gehörte, diskret und vertraulich zu sein, aber auch weil er seine Macht und seinen Einfluß nicht offenlegen wollte, gab er sich, so der Eindruck der Zeitschriften, gern betont zurückhaltend. In Bezug auf Robert Pferdmenges zitierte der Spiegel sich deren Urteil anschließend die Schweizer Weltwoche: Sein Name „ist den meisten Menschen in Deutschland unbekannt, obgleich er - direkt oder indirekt - ihr Schicksal beeinflusst [...] Er ist kein Führer, der Paraden abnimmt, Reden hält oder Gesetze erläßt. Aber durch den außerordentlichen Einfluß, den er ausübt, besitzt er eine Macht, die der eines politischen Diktators nahe kommt.“⁶⁹ Insgesamt wurde die Macht der Banken und insbesondere der Bankiers als immens angesehen. Eine „Macht ohne Kontrolle. Die Banken in Deutschland“,⁷⁰ wie der Spiegel 1971 titelte. In seinem Artikel zu diesem Titelblatt über das „Universalbank-System. Die Omnipotenten“⁷¹ führte er aus, daß der Bundesverband deutscher Banken mit einer Anzeigenserie dem Eindruck entgegen zu treten versucht habe, die Banken hätten zu große Macht. Ihnen sei, so der Spiegel, daran gelegen gewesen, ihren wahren Einfluß zu verschleiern und außerhalb der Augen der Öffentlichkeit zu agieren.⁷² Von den Zeitschriften wurden die Bankiers mit dem Nimbus einer Loge oder Geheimgesellschaft umgeben, welche diejenigen Personen umfaßte, die tatsächlich die Geschicke der Bundesrepublik leiteten, ohne sich in die Karten sehen zu lassen. Über Robert Pferdmenges hieß es: „Noch immer bevorzugt er die Politik hinter verschlossenen Türen. Er redet lieber überhaupt nicht als zum Fenster hinaus. Nicht der Plenarsaal, das Konferenzzimmer ist sein Arbeitsfeld. Er zieht das gedämpfte Licht des Salons den Jupiterlampen der Öffentlichkeit vor.“⁷³ Die Bankiers, die Fädenzieher im Hintergrund, wurden von den Zeitschriften als die verschwiegene Spitze der deutschen Wirtschaft wahrgenommen, die wie Kraken ihre Arme in alle Bereiche der Gesellschaft ausstreckten. Ein Bild für den Bankier, das den gesamten Untersuchungszeitraum durchzog.

⁶⁸ Schildt, Axel: Moderne Zeiten. Freizeit, Massenmedien und „Zeitgeist“ in der Bundesrepublik der 50er Jahre. Hamburg 1995, S. 401-416.

⁶⁹ Pferdmenges. Geld aus dem Fenster, Der Spiegel (1954), Jg. 8, Nr. 5, S. 9.

⁷⁰ Titelblatt des Spiegel (1971), Jg. 25, Nr. 4.

⁷¹ Universalbank-System. Die Omnipotenten, Der Spiegel (1971), Jg. 25, Nr. 4, S. 38-55.

⁷² Ebd. S. 38.

⁷³ Pferdmenges. Geld aus dem Fenster, Der Spiegel (1954), Jg. 8, Nr. 5, S. 16.

Frauen

Frauen als eigenständige Unternehmerinnen stellten in den Zeitschriften ein völliges Kuriosum dar. Es überraschte, daß Frauen zur Unternehmensführung überhaupt in der Lage sein sollten. So fand sich noch 1974 im Stern ein Zitat, das besagte: „Die Top-Manager behaupten: Eine Frau kann unseren Posten nicht ausfüllen“,⁷⁴ mit dem einmal mehr auf das Bild vom unternehmerisch tätigen „Mann der Tat“ Schumpeters rekurriert wurde. Überhaupt waren Frauen den Zeitschriften als Produzentinnen eher suspekt. Ständig wurde ihre Weiblichkeit in einem so männlichen Beruf, der ja schon von Schumpeter als der männlichste überhaupt klassifiziert wurde,⁷⁵ hinterfragt. Im geschäftlichen Bereich wurden sie durch Aussagen wie „so stehen Frauen ihren Mann“⁷⁶ „maskulinisiert“ und in anderen Bereichen stellten die Zeitschriften mit Erleichterung fest: „Das Treffen der Unternehmerinnen ergab, daß jede Chefin in erster Linie eine Frau ist...“,⁷⁷ was daran festgemacht wurde, daß sich die Unternehmerinnen beim Abschlußessen der Tagung in Abendgarderobe zeigten. Bei der Schilderung des Werdegangs der Unternehmerinnen gestand man ihnen grundsätzlich keine geniale Idee als Grundlage ihrer Unternehmensgründung zu. Statt dessen wurde sich mit einer plötzlich entstandenen Nachfrage geholfen, auf welche die Frauen geantwortet hätten. So wurde bei Susanne Borowski-Forster festgestellt, sie habe ihr „Susy-Card“-Imperium aufgebaut, weil die Empfänger ihrer privat zu Geburtstagen gezeichneten Karten darüber „unglücklich“⁷⁸ gewesen seien, „daß sie nicht mit gleicher Münze heimzahlen konnten. Denn es gab zwar nun, wie gesagt, Susys Karten – aber eben noch keine Susy-Cards. Und das gab Susy zu denken.“⁷⁹ Zwar schaffte sie es, in die Reihe über „Deutschlands junge Millionäre“ aufgenommen zu werden, aber wirklich ernst genommen wurde ihr Erfolg und die damit möglicherweise verbundene Macht nicht, wenn der Artikel begann: „Dieser Millionär ist kein Millionär. Er ist eine Dame.“⁸⁰ Wenn die Unternehmerinnen keine Mannweiber waren – und das waren sie im Ergebnis der Artikel nie –, wurde in den Zeitschriften festgestellt, daß die Frauen nur aufgrund äußerer Zwänge und in Ermangelung eines geeigneten Mannes Unternehmerinnen geworden seien. Ein Topos, der in den Zeitschriften getreu dem Berg-Zitat von den Unternehmerinnen, die nur eine Kriegerscheinung gewesen seien,⁸¹ weiter ausgeführt wurde. Ihre Qualifikationen wurden als weibliche Tugenden beschworen, wodurch die Unternehmerinnen, die faktisch auch über Angestellte herrschten, endgültig jeglicher Macht entkleidet wurden. Statt dessen wurden die Unternehmerinnen am bürgerlichen Frauenideal der Hausfrau gemessen, so daß es im Kosmos der Zeitschriften beinahe zwangsläufig war, daß die Unternehmerinnen irgendwann ohne Mann dastanden, weil ihre Ehe der Karriere nicht standgehalten hätte.⁸² Die Stereotype der Frau an seiner Seite bezeichnete die nicht berufstätige, das soziale und

⁷⁴ Horn, Ulrich: Woher kommen die Bosse? Stern (1974), Jg. 27, Nr. 18, S. 159.

⁷⁵ Schumpeter, Joseph: Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung, Leipzig 1912, S. 177, 184-185.

⁷⁶ So stehen Frauen ihren Mann, Stern (1957), Jg. 10, Nr. 24, S. 5-7.

⁷⁷ Ebd. S. 5-7.

⁷⁸ Palm, Rolf: Deutschlands junge Millionäre, Teil 20: Susys Späße sind Millionen wert, Stern (1966), Jg. 19, Nr. 26, S. 52.

⁷⁹ Ebd. S. 52.

⁸⁰ Ebd. S. 48.

⁸¹ 1954 – 1994 Spuren. Broschüre zur Jahresversammlung 1994, 40 Jahre VdU, hrsg. v. Verband der deutschen Unternehmerinnen e. V. Köln / Berlin 1994, S. 6.

⁸² Palm, Rolf: Deutschlands junge Millionäre, Teil 20: Susys Späße sind Millionen wert, Stern (1966), Jg. 19, Nr. 26, S. 48-55; Steinmayr, Jochen: Wie wär's mit einer Chefin, Stern (1969), Jg. 22, Nr. 5, S. 56-64.

kulturelle Kapital sichernde Unternehmerrgattin. In den Zeitschriften wurde sie ausschließlich über ihren Mann definiert, in dessen Beschreibung sie über den Stellenwert eines Statussymbols nicht hinauskam. So sollte eine Untersuchung gezeigt haben, daß beim Vorstellungsgespräch auch die Ehefrau eine entscheidende Rolle spiele. Kriterien für die Ehefrau wären z. B. die Fragen, ob sie sich mit der häufigen Abwesenheit ihres Mannes abgefunden habe und ob sie etwas vom Geschäft verstehe, ohne dabei zu intellektuell zu wirken. Um das zu erreichen würden Manager gern Frauen aus dem gleichen sozialen Umfeld heiraten, die Sprachen könnten, souverän agieren würden ohne selbstbewußt zu wirken und kommunikationsfähig seien.⁸³ Mehr Profil und eine Herkunft gewann die Frau an seiner Seite nur, wenn sie als mitarbeitende Ehefrau am Unternehmen beteiligt war. So wurden eigene Artikel nur Grete Schickedanz⁸⁴ und Marga Schlieker⁸⁵ gewidmet, die beide an den Unternehmen ihrer Männer beteiligt waren.

Die Stereotype der goldenen Tochter war eine Umschreibung für die Töchter der Großunternehmer und in Ausnahmen der bekannten Manager, die in erster Linie als „die besten Partien“⁸⁶ und zukünftige traditionelle, bürgerliche Hausfrauen präsentiert wurden. Sie wurden in einer Serie, die speziell ihnen gewidmet war, thematisiert und erhielten ihre Bedeutung ausschließlich über die Position ihres Vaters. Dabei machten die goldenen Töchter in ihrer Erziehung und Ausbildung den höheren Töchtern des neunzehnten Jahrhunderts alle Ehre, wenn sie höhere Töchterschulen⁸⁷ und Pensionate besuchten, um dann bis zur Ehe die Zeit damit zu verbringen, zu reisen und Fremdsprachen zu erlernen.⁸⁸

Fazit

Betrachtet man die Stereotypen insgesamt, so stellt man fest, daß die Wirtschaft und damit auch ihre Vertreter als langweiliges Thema empfunden und ihnen wenig Aufmerksamkeit geschenkt wurde. Es scheint plausibel, davon auszugehen, daß die im Vergleich zu Politikern, Filmstars oder Königshäusern relativ große Diskretion der Unternehmer dafür verantwortlich war, daß die Journalisten über sie nicht so viele Skandale und Boudoir-Nachrichten aufgreifen konnten. Aber auch die Tatsache, daß man ihren Aufgabenbereich als langweiliges und anstrengendes, dem Verwaltungshandeln ähnliches Tätigkeitsgebiet betrachtete, dürfte zu ihrer öffentlichen Irrelevanz beigetragen haben. Vor diesem Hintergrund ist es wenig überraschend, daß sich die Zeitschriften, wenn sie über die Wirtschaftseliten berichteten, in erster Linie auf die großen Familienunternehmen konzentrierten, die ähnlich dynastische Strukturen und Konflikte boten wie die Königshäuser. Dabei bildete der konkrete wirtschaftliche Hintergrund des Unternehmens in der Regel nur den Machtbereich, welcher der Familie öffentliche Relevanz verlieh, der ansonsten aber zur Staffage wurde, vor der sich die Ränke der Dynastien, zu denen die Unternehmerfamilien stereotypisiert wurden, abspielten. Es

⁸³ Gail, Rolf: Die Frauen der großen Bosse, Quick (1973), Jg. 26, Nr. 9, S. 80-83.

⁸⁴ Windmüller, Eva: Die Frau an seiner Seite: Grete Schickedanz, Stern (1967), Jg. 20, Nr. 2, S. 28-33.

⁸⁵ Windmüller, Eva: Die Frau an seiner Seite: Marga Schlieker, Stern (1967), Jg. 20, Nr. 6, S. 34-41.

⁸⁶ Piepenburg, Friedrich C.: Die goldenen Töchter. Ingvild Otto, Quick (1965), Jg. 18, Nr. 43, S. 52; vgl. auch Ders.: Die goldenen Töchter. Renate Schubert lebt zwei Leben, Quick (1965), Jg. 18, Nr. 40, S. 40; Ders.: Die goldenen Töchter. Barbara Nordhoff, Quick (1965), Jg. 18, Nr. 41, S. 33.

⁸⁷ Piepenburg, Friedrich C.: Die goldenen Töchter. Barbara Nordhoff, Quick (1965), Jg. 18, Nr. 41, S. 145.

⁸⁸ Piepenburg, Friedrich C.: Die goldenen Töchter. Barbara Nordhoff, Quick (1965), Jg. 18, Nr. 41, S. 145; Ders.: Die goldenen Töchter. Ingvild Otto, Quick (1965), Jg. 18, Nr. 43, S. 55.

ist interessant, daß sich die Stereotypisierungen der Wirtschaftseliten insgesamt geradezu parallel zu den Diagnosen über den „Zeitgeist“,⁸⁹ sowie zu den Entwicklungslinien politischer Kultur in Deutschland⁹⁰ entwickelten, die besagen, daß die fünfziger Jahre von einer starken Output-Orientierung geprägt gewesen seien. Außerdem gebe es eine ausgeprägte, teilweise geradezu ängstliche Hinwendung zu autoritären, paternalistischen Vaterfiguren. Ferner trete Amerika als Leitbild zunehmend in den Vordergrund. Seit Beginn der sechziger Jahre würde sich die autoritäre Orientierung abschwächen und einem technischen, teilweise regelrecht euphorischen Fortschrittsglauben Platz machen, der zu einer stärkeren Orientierung auf individualistische und technokratisch-funktionalistische Werte führen würde, die erst Anfang der siebziger Jahre eine Erschütterung erfahren. Augenfällig parallel zu diesen Beobachtungen entwickelten sich die Stereotypen. Volker Berghahn konstatierte diesen Wechsel auch in der außersprachlichen Realität.⁹¹ Insgesamt wurde die Kritik an den Unternehmern in den 60er Jahren stärker, auch wenn von Unternehmerfeindlichkeit oder dem Vorwurf, sie seien „Nieten in Nadelstreifen“⁹² nicht die Rede sein kann. Den Autokraten und Patriarchen wurde vorgeworfen, sie seien zu autoritär gewesen, und ihr Führungsstil wäre, da wo sie noch ausgemacht wurden, nicht mehr zeitgemäß. Den Technokraten und Nachfolgern sagte man nach, sie hätten weniger Energie und seien weniger charismatisch als ihre Vorgänger, und in den alten Dynastien der Gründerzeit grieten die Playboys zunehmend in den Fokus der Zeitschriften. Von ihnen versprachen sich die Zeitschriften nicht die ihren Vätern noch eigene Energie einen wirtschaftlichen Aufschwung zu initiieren. Je mehr sich die Konjunktur-Flaute Anfang der siebziger Jahre manifestierte, um so lauter wurde die Frage, ob die Unternehmer noch energiegelich genug seien, ohne ihre Leistungen und Arbeitskraft an und für sich in Frage zu stellen. Der Wahrnehmungswechsel von den väterlichen Gründern zu den technokratischen Typen bzw. überforderten Erben hing eng mit der als Ende der Nachkriegszeit zur Kenntnis genommenen Konjunkturnormalisierung zusammen, die den gesamten Zeitgeist der späten sechziger und frühen siebziger Jahre prägte. Aber trotz dieser Verschiebung verschwand keine der diagnostizierten Stereotypen vollständig. Im Gegenteil bewiesen sie sogar eine faszinierende Langlebigkeit und Breitenwirkung. So wurden sie in den Arbeiten von Kurt Pritzkolet⁹³ ebenso aktualisiert wie in denen von Hans Baumann⁹⁴ und bis auf die Stereotype des Wirtschaftswunderknaben, die in den Mythos des Wirtschaftswunders eingegangen ist, leben sie bis heute weiter.⁹⁵

⁸⁹ Schildt: *Ankunft im Westen*, S. 87-105; vgl. auch Schildt, Axel: *Moderne Zeiten. Freizeit, Massenmedien und „Zeitgeist“ in der Bundesrepublik der 50er Jahre*. Hamburg 1995, S. 306-437 u. Schildt, Axel: *Materieller Wohlstand - pragmatische Politik - kulturelle Umbrüche. Die 60er Jahre in der Bundesrepublik*, in: *Dynamische Zeiten*, S. 21-53.

⁹⁰ Berg-Schlosser, Dirk / Schissler, Jakob: *Politische Kultur in Deutschland – Forschungsstand, Methoden und Rahmenbedingungen*, in: *Politische Kultur in Deutschland*, S. 21-25.

⁹¹ Berghahn, Volker: *Die Wirtschaftseliten in der Politik der Bundesrepublik. Der Wandel in Mentalität, Führungsstil und in der Interessenwahrnehmung*, in: *Eliten in der Bundesrepublik Deutschland*, hrsg. v. Hans-Georg Wehling, Stuttgart / Berlin / Köln 1990, S. 140-141.

⁹² Ogger, Günter: *Nieten in Nadelstreifen: Deutschlands Manager im Zwielicht*, München 1992.

⁹³ Pritzkolet, Kurt: *Männer, Mächte, Monopole. Hinter den Türen der westdeutschen Wirtschaft*, Düsseldorf 1953; Pritzkolet, Kurt: *Bosse, Banken, Börsen. Herren über Geld und Wirtschaft*. Wien / München / Basel 1954; Pritzkolet, Kurt: *Wem gehört Deutschland. Eine Chronik von Besitz und Macht*, Wien / München / Basel 1957; Pritzkolet, Kurt: *Gott erhält die Mächtigen. Rück- und Rundblick auf den deutschen Wohlstand*, Düsseldorf 1963.

⁹⁴ Baumann, Hans: *Männer und Mächte an Rhein und Ruhr. Von Banken, Bossen und Genossen*, München 1973.

⁹⁵ Balzer, Arno / Keun, Christian: *Die 100 reichsten Deutschen*, in: www.manager-magazin.de/koepfe/reichste, 05.02.2002.