



Robert Lee. *Commerce and Culture: Nineteenth-Century Business Elites.* Farnham: Ashgate, 2011. XVIII, 343 S. ISBN 978-1-4094-3436-8.

Reviewed by Christina Lubinski

Published on H-Soz-u-Kult (June, 2013)

R. Lee (Hrsg.): *Commerce and Culture*

Der Sammelband ist das Ergebnis eines internationalen Kolloquiums an der School of History der University of Liverpool im April 2006. Vgl. den Tagungsbericht „International Colloquium on Commerce and Culture: Nineteenth-Century Business Elites“, 20.04.2006–22.04.2006, Liverpool, in: H-Soz-u-Kult, 06.06.2006, (22.05.2013). Der Herausgeber Robert Lee ist Professor of Economic and Social History an der University of Liverpool und Ko-Direktor des Centre for Port and Maritime History. Sein Forschungsschwerpunkt sind Netzwerke und Sozialbeziehungen zwischen Liverpools Kaufleuten im 19. und frühen 20. Jahrhundert, die er unter anderem im Rahmen des Drittmittelprojektes Mercantile Liverpool Project untersuchte. (22.05.2013). Die Beiträge befassen sich mit unterschiedlichen Aspekten der Handelskultur von Kaufleuten vom späten 18. bis frühen 20. Jahrhundert und verorten sich explizit an der Schnittstelle von Kultur- und Wirtschaftsgeschichte.

Lees Einleitung beschreibt das Konzept des Sammelbandes und umreißt den Stand der Literatur in der Unternehmens-, Wirtschafts- und Kulturgeschichte. Er setzt sich von Alfred D. Chandlers Entwicklungsmodell ab, welches eine Professionalisierung des Managements und eine Bürokratisierung der Unternehmensstrukturen beschreibt, in deren Verlauf sich Familienunternehmen zu „modernen Managerunternehmen“ entwickeln. Zu Recht argumentiert Lee, dass insbesondere kleinere Unternehmen und Dienstleister die allgemeine Anwendbarkeit dieses Modells in Frage stellen. Stattdessen hält er insbesondere Unternehmenskulturen und Netz-

werke für geeignet, um Transaktionskosten zu senken und erfolgreich am Markt zu agieren. Familie, Religion und ethnische Zugehörigkeit legten laut Lee eine Grundlage beispielsweise für das Management und den Erfolg von risikoreichen Fernhandelstransaktionen. Sie ermöglichen Gruppenbildungen, die die Basis für Kredit- und Informationsnetzwerke bilden. Zugleich erinnert Lee aber auch daran, dass Familie und Verwandtschaft weder Garanten für Erfolg noch für Harmonie seien. Streit, gegenläufige Interessen oder auch externe Faktoren, wie eine durchschnittlich niedrige Lebenserwartung, wirkten sich negativ auf die Netzbildungen aus.

Die zehn Beiträge sind heterogen, kommen jedoch in zwei großen Themenkreisen zusammen. Zum einen befassen sie sich mit der Frage, welche Bedeutung Kultur für den ökonomischen Erfolg hat, wobei sie insbesondere ethnische, religiöse, Berufs- und Freundschaftsnetzwerke aufzeigen, die Handel auch über große Distanzen möglich machten und Kosten senkten. Zum anderen fragen sie nach dem Einfluss des politischen und institutionellen Umfeldes auf Handel im Übergang vom Familien- zum Managerkapitalismus. Mehrere Autoren befassen sich mit den Problemen des Überseehandels beispielsweise mit Australien (Nix), China (Dejung) und Indien (Popp, Dejung). Ein anderes wiederkehrendes Thema sind Migrantengemeinschaften unter anderem in Budapest (Madouvalos) und London (Schulte Beerbühl) und die Frage nach den besonderen Merkmalen dieser Communities im Handel.

Besonders positiv hervorzuheben sind die Beiträge von Andrew Popp und Christof Dejung. Sowohl Popp als auch Dejung haben jüngst ausführliche Monographien zu ihren Themen veröffentlicht, die die Argumentation weiter vertiefen. Andrew Popp, *Entrepreneurial Families. Business, Marriage and Life in the Early Nineteenth Century*, London 2012; Christof Dejung, *Die Fäden des globalen Marktes. Eine Sozial- und Kulturgeschichte des Welthandels am Beispiel der Handelsfirma Gebrüder Volkart 1851–1999*, Köln 2013. , und sind dank der hervorragenden Quellenlage in der Lage, sowohl die Bedeutung von Kultur im Fernhandel als auch die typischen Probleme des Überseegeschäfts zu diskutieren. Der Liverpoolsche Unternehmenshistoriker Popp zeigt am Beispiel des Handelsunternehmens Shaw and Crane, wie aus einem lokalen Geschäft in der Provinz (Wolverhampton) ein internationales Handelsunternehmen mit erfolgreichen Geschäften in Indien werden konnte, obwohl das Unternehmen in keiner der wichtigen Hafenstädte London, Liverpool oder Glasgow beheimatet war. Kaufleute waren damit nicht zwangsläufig und von Beginn ihrer Karriere an Teil einer sozialen, oft städtischen Elite. Popp bestätigt Sherrylynne Haggertys Argument, dass persönliche Netzwerke eingebunden sind in ein deutlich weiteres und zu großen Teilen anonymes System von Strukturen und Praktiken, die Fernhandel erst ermöglichten und es auch Kaufleuten jenseits lokaler Zentren erlaubten, sich erfolgreich zu etablieren.

Der Schweizer Unternehmenshistoriker Christof Dejung erörtert am Beispiel des Schweizer Handelshauses Volkart Brothers die Schwierigkeiten, Geschäfte in China und Indien abzuwickeln. Dabei war insbesondere die Zahlungsfähigkeit von Kunden ein häufiges Problem, welchem Volkart beikam, indem es sich in die lokalen Handelsnetzwerke integrierte und auf die Zusammenarbeit mit einheimischen Mittelsmännern setzte. Diese Strategie war erfolgreich, so Dejung, weil die Handelskultur dieser Länder denen in Europa überraschend ähnlich war und die Vorstellungen von Zuverlässigkeit und Ehrlichkeit übereinstimmten. Es war deshalb nicht der kulturelle, sondern der politische Kontext, der Volkarts Geschäfte in Asien erschwerte. Während sich in Indien in Anlehnung an die stabilen politisch-rechtlichen Verhältnisse der britischen Kolonie gute Gewinne erzielen ließen, stürzte die politische Instabilität in China in den 1920er- und 1930er-Jahren Volkarts kommerzielle Beziehungen zu diesem Land.

Mehrere Beiträge beschreiben Familien- und Elitenetzwerke, wie der Artikel von Margrit Schulte Beer-

bach, der auf die oft übersehene Rolle von Patenschaften in der Gemeinschaft deutscher Kaufleute in London im 18. und frühen 19. Jahrhundert aufmerksam macht. Diese wurden, wie die Autorin überzeugend darlegt, genutzt, um Familiennetzwerke strategisch auszubauen. Elena Apkarimova beschäftigt sich mit der Rolle von Händlern in einer Provinzstadt im Ural in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts und zeigt, dass für beruflichen Erfolg die Mitgliedschaft in Gilden eine wichtige Einstiegsbarriere bildete. Nur Mitglieder der ersten Gilde konnten in den lukrativen Fernhandel einsteigen und hatten zugleich großen politischen Einfluss.

Mehrere Papiere behandeln den Einfluss von Familie auf Unternehmen im engeren Sinne: Ikaros Madouvalos erörtert die Geschichte einer Handelsfamilie, die von Mazedonien nach Pest emigrierte und aufbauend auf der griechisch-mazedonischen Diaspora ein erfolgreiches Familienunternehmen schuf. Lesley Doig analysiert Heiratsstrategien in Salem im 18. Jahrhundert und zeigt, wie diese genutzt wurden, um Geschäftsverbindungen zwischen zwei Handelsfamilien zu vertiefen, aber auch wie sie an veränderte Werte angepasst werden mussten und schließlich zerfielen. Eine Misserfolgsgeschichte basierend auf Familiennetzwerken beschreibt auch Michael Nix in der Geschichte der schottischen Australian Company, die für den Handel zwischen Großbritannien und Australien Agenten wählten, die aufgrund familiärer oder Geschäftsbeziehungen besonderes Vertrauen genossen, dieses letztlich aber missbrauchten. Die Bedeutung von Vertrauen zeigt sich auch in Jessica Leplers Beitrag über die Reaktionen der New Yorker Elite auf die Finanzpanik von 1837 und in Lars Maischaks biographischem Beitrag zu Friedrich Keutgen, dem Bremer Konsul in New York zwischen 1859 und 1861. Crosbie Smith schließlich betont die Bedeutung von Religion und zeigt den Einfluss der Religiosität Samuel Cunards auf sein Dampfschiffahrtsunternehmen.

Die Qualität der Beiträge ist insgesamt hoch, jedoch beziehen sie sich nicht immer eng aufeinander, was dem relativ offenen Themenzuschnitt des Bandes geschuldet ist. Nur einigen gelingt es, die Bedeutung von Kultur für Handelsaktivitäten empirisch zu belegen. Insgesamt hätte dem Band eine stärkere Eingrenzung des Themas, beispielsweise auf den Fernhandel, gut getan. Alle Beiträge bestätigen grundsätzlich die Bedeutung von Kultur für Handelsbeziehungen und Händlernetzwerke – ein wenig Überraschendes, aber dennoch wichtiges Resultat –, aber nur einzelne offerieren theoretische Überlegungen dazu und lassen ihren Anspruch auch empirisch ein.

If there is additional discussion of this review, you may access it through the network, at:

<http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/>

Citation: Christina Lubinski. Review of Lee, Robert, *Commerce and Culture: Nineteenth-Century Business Elites*. H-Soz-u-Kult, H-Net Reviews. June, 2013.

URL: <http://www.h-net.org/reviews/showrev.php?id=39320>

Copyright © 2013 by H-Net, Clio-online, and the author, all rights reserved. This work may be copied and redistributed for non-commercial, educational purposes, if permission is granted by the author and usage right holders. For permission please contact H-SOZ-U-KULT@H-NET.MSU.EDU.