

Draiflessen Collection (Hg.)

Ehefrau, Erbin, Unternehmerin

Zum Wandel weiblicher Funktionen und
Rollen in Familienunternehmen



böhlau



Draiflessen Collection (Hg.)

Ehefrau, Erbin, Unternehmerin

Zum Wandel weiblicher Funktionen und
Rollen in Familienunternehmen

BÖHLAU

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über <https://dnb.de> abrufbar.

© 2024 Böhlau, Lindenstraße 14, D-50674 Köln, ein Imprint der Brill-Gruppe (Koninklijke Brill NV, Leiden, Niederlande; Brill USA Inc., Boston MA, USA; Brill Asia Pte Ltd, Singapore; Brill Deutschland GmbH, Paderborn, Deutschland; Brill Österreich GmbH, Wien, Österreich)
Koninklijke Brill NV umfasst die Imprints Brill, Brill Nijhoff, Brill Schöningh, Brill Fink, Brill mentis, Brill Wageningen Academic, Vandenhoeck & Ruprecht, Böhlau und V&R unipress.

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt.
Jede Verwertung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages.

Die Bildnachweise befinden sich direkt bei den jeweiligen Abbildungen im Buch, ausgenommen Gabriele Henkel (obere Reihe, 2. v. l.): Nachlass Gabriele Henkel.

Umschlaggestaltung: Guido Klütsch, Köln
Layout: Bettina Waringer, Wien

Vandenhoeck & RuprechtVerlage | www.vandenhoeck-ruprecht-verlage.com

ISBN 978-3-412-52676-4
ISBN (elib) 978-3-412-52678-8
ISBN (ebook) 978-3-412-52677-1
<https://doi.org/10.7788/9783412526788>

INHALT

VORWORT 7

EINLEITUNG

Kai Bosecker und Stefanie van de Kerkhof 11

FRAUEN ALS AKTEURINNEN IN UNTERNEHMEN DES 14. BIS 16. JAHRHUNDERTS

Mechthild Isenmann 23

FRAUEN IN UNTERNEHMERFAMILIEN DER TEXTILINDUSTRIE IN TWEENTE IM 19. UND 20. JAHRHUNDERT

Ihre Positionen und gesellschaftlichen Funktionen

Hans Peterse 37

FRAUEN IN EINEM TRANSNATIONALEN UNTERNEHMEN IM 19. UND FRÜHEN 20. JAHRHUNDERT

Das Beispiel der Familie Brenninkmeijer

Kai Bosecker 49

DIE UNSICHTBARE FRAU IM HINTERGRUND?

Die Rolle(n) von Frauen und ihre Handlungsspielräume

in Familienunternehmen am Beispiel des Dortmunder

Feinkostgeschäfts Köhler zu Beginn des 20. Jahrhunderts

Sina Bohnen 65

WEIBLICHE NACHFOLGE IN FAMILIENUNTERNEHMEN AM BEISPIEL DER TREUHANDSCHAFT VON MARGARETHE KRUPP (1902–1906)

Mirjam Lober 79

**FRAUEN IN FAMILIENUNTERNEHMEN DES DEUTSCHEN BUCHHANDELS
IM 19. UND 20. JAHRHUNDERT AM BEISPIEL VON HELENE VIEWEG-BROCKHAUS
UND ELSE DÜRR**

Daniela Gastell 93

MUTTER DER ARBEITER?

Geschlechterrollen in christlichen Unternehmen des 19. und
frühen 20. Jahrhunderts

Swen Steinberg 105

**DIE KUNST, KULTURELLES KAPITAL INNERHALB
EINER UNTERNEHMENSKULTUR ZU ENTWICKELN**

Gabriele Henkel und die Henkel-Kunstsammlung

Katrin Schreiter und Clara Piacenza 115

„WOHLSTAND UND EHRE MEINES HAUSES“

Die Frauen der Bankiersfamilie Hirschland in Essen

Ulrike Laufer 129

„MIT WITZ UND GOTTVERTRAUEN“

Der Wandel von Funktionen und Rollen der Frauen
in der Familienaktiengesellschaft der Vereinigten Seidenwebereien AG

Stefanie van de Kerkhof 141

EFFIZIENZ UND EMOTION

Deutungsmuster und Dynamiken weiblicher Gefühlsarbeit
in Familienunternehmen

Agnes Arndt 157

AUTORINNEN UND AUTOREN 169

BIBLIOGRAFIE. 173

ANMERKUNGEN 203

VORWORT

Im Jahr 2016 wurde in der Draiflessen Collection in Mettingen aus Anlass des 175. Jubiläums von C&A eine Ausstellung gezeigt. Anders als man hätte erwarten können, stand aber nicht der 1841 im niederländischen Sneek gegründete Textileinzelhändler im Mittelpunkt, der heute von meiner Familie in der sechsten Generation geführt wird. Die Ausstellung *Phänomen Familienunternehmen* wollte den Fragen nachspüren, wie es Unternehmerfamilien gelingt, ihre Unternehmen an die nächste Generation weiterzugeben, und vor welchen Herausforderungen sie dabei stehen. Die Ausstellung zeigte anhand einzelner, auf der Basis von Archivdokumenten recherchierter Geschichten aus 13 unterschiedlichen Familienunternehmen, wie sehr das Geschäft in den privaten Raum der Familie hineingreift und umgekehrt.¹

Selbstverständlich – und das haben auch viele der damals in der Ausstellung präsentierten Geschichten gezeigt – kam Frauen in allen Unternehmerfamilien eine entscheidende Bedeutung auf unterschiedlichen Ebenen zu. Nur waren sie zumeist weniger sichtbar als ihre Männer, Brüder oder Söhne. Man muss schon tief in die Archive hinabsteigen, denn in offiziellen Unternehmensbiografien wurden ihre Rolle und ihr Einfluss oft nicht ausreichend gewürdigt oder sogar ganz unterschlagen.² Stefanie van de Kerkhof spricht gar vom „doppelten Verschwinden“ der Unternehmerinnen. Denn sie wurden sowohl aus den im Mittelalter und in der Frühen Neuzeit noch selbstverständlichen Rollen als Geschäftsfrauen wie auch später von einer auf die männliche Unternehmensführung fokussierten wissenschaftlichen Forschung verdrängt oder verschwiegen. Denn immerhin stellten sie, die Frauen, doch auch in der Moderne 18 bis 29 Prozent der Selbstständigen in Deutschland.³

Bei C&A haben Frauen lange Zeit ebenfalls in der Unternehmensführung keine Rolle gespielt. Töchter waren von der Nachfolge ausgeschlossen und der Wirkungskreis der Ehefrauen blieb auf den häuslich-privaten Bereich beschränkt.⁴ Erst seit den 1990er-Jahren können die Töchter in den Unternehmerkreis und die Führung des Familienunternehmens aufrücken und sitzen heute selbstverständlich mit an dessen Spitze. Taucht man jedoch etwas

tiefer in die wenigen überlieferten, von Männern verfassten Quellen ein, so schimmert an so mancher Stelle durch, dass den Ehefrauen und Töchtern für das Unternehmen trotzdem große Bedeutung zukam, wenngleich ihnen keine offizielle Funktion im Unternehmen zugewiesen worden war: unmittelbar durch die Bereitstellung von ökonomischem und sozialem Kapital; mittelbar in ihrer Mutterrolle als Erzieherinnen der nachfolgenden Unternehmergegeneration und als Stützen ihrer Ehemänner.⁵

Für eine umfassende Analyse reichten die in unserem Familien- und Unternehmensarchiv überlieferten Dokumente jedoch nicht aus. Mit einem *Call for Papers* sollte ein Austausch mit Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern angestoßen werden, über die versteckten Rollen von Frauen in Unternehmerfamilien und ihre Bedeutung ins Gespräch zu kommen. Im Rahmen eines im Frühjahr 2021 durchgeführten Onlinesymposiums wurden elf Vorträge gehalten, die sich diesem Thema von unterschiedlichen Seiten näherten und nun hier in diesem Band veröffentlicht werden.

Den Referentinnen und Referenten, die mit ihren Beiträgen dieses weite Feld aufgemacht und mit ihren unterschiedlichen Forschungsansätzen erhellt haben, ist an dieser Stelle als Erstes zu danken. Es hat mich sehr gefreut, dass an diesem Symposium neben in ihren Disziplinen etablierten Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern auch Doktorandinnen teilgenommen haben, die durch ihre Arbeiten die Forschung auf diesem Gebiet mit vorantreiben und uns daran teilhaben ließen.

Für die Vorbereitung dieses Symposiums und seinen Beitrag über die Rolle von Frauen, wie sie sich für die Anfangsjahre unseres Unternehmens in den im Familien- und Unternehmensarchiv überlieferten Quellen darstellt, danke ich meinem Mitarbeiter Kai Bosecker, der den Bereich „Family History“ in der Draiflessen Collection verantwortet. Gemeinsam mit Erik Meijer, Mitglied der Unternehmerfamilie und selbst langjähriger leitender Angestellter bei C&A, hat er die vorhandenen Quellen ausgewertet und darüber hinaus Gespräche mit weiblichen Mitgliedern meiner Familie geführt. Wertvolle Unterstützung und fachlichen Rat erhielten beide dabei von Prof. Dr. Manuela Weller, Professorin an der THM Business School in Gießen, die sich in ihren Veröffentlichungen immer wieder mit der Rolle von Ehefrauen und Töchtern in Familienunternehmen befasst hat, sowie von Dr. Heidemarie Ertle, Leiterin des Stadtarchivs St. Ingbert und Autorin einer Biografie über die Unternehmerin Sophie Henschel.⁶ Für ihre Beratung und Mitwirkung an der Erstellung

dieses Buches ist insbesondere Prof. Dr. Stefanie van de Kerkhof, Hochschul-lehrerin am Historischen Institut sowie Lehr- und Prüfungsbeauftragte der Abteilung VWL der Universität Mannheim, zu danken, die nicht nur einen eigenen Beitrag verfasst, sondern ebenso an der Einleitung zu diesem Band mitgewirkt sowie alle Beiträge begutachtet und redaktionell gelesen hat.

Dieses Buch erscheint in drei Sprachen. Denn obgleich die hier versammel-ten Beiträge die Rollen von Frauen in Unternehmerfamilien überwiegend aus dem deutschsprachigen Raum behandeln, bin ich sicher, dass diese Aufsätze ebenso für die internationale Forschung, aber auch für Unternehmerfamilien außerhalb Deutschlands von Interesse sind und zugänglich sein sollten. Für die professionellen Übersetzungen der Beiträge in die jeweiligen Sprachen danke ich Uli Nickel (DE), Dr. Katherine Ebisch-Burton (EN) und Thea Wieteler (NL) sowie den Lektorinnen Katrin Günther (DE), Cynthia Peck-Kubaczek (EN) und Renette Niekerk (NL), die mit sprachlichem Feingefühl den Texten den letzten Schliff gegeben haben. Bianca Gabbe von der Draiflessen Col-lection hat die Texte zuletzt in allen drei Sprachen noch einmal Korrektur gelesen.

Nicht zuletzt danke ich Svenja Lilly Kempf, ehemalige Mitarbeiterin des Brill Verlags, die auf unser Projekt aufmerksam geworden war und für eine Aufnahme dieses Buches in das Verlagsprogramm geworben hat. Dorothee Wunsch und Julia Roßberg haben die Betreuung des Bandes übernommen und dessen Entstehung mit großem Engagement vorangetrieben. Auch ihnen gilt mein ausdrücklicher Dank.

Heutzutage sind Frauen an der Spitze auch von mittelständischen und gro-ßen Familienunternehmen immer häufiger zu finden. Die gesellschaftlichen Entwicklungen der letzten Jahrzehnte zeigen ihre Auswirkungen auch in den Führungsetagen der von Familien geführten Unternehmen. Doch auch zuvor hatten Frauen schon immer wichtige Funktionen in Unternehmerfamilien inne – wenngleich oftmals informell und im Hintergrund. Dieser Band und seine Beiträge möchten dazu einladen, weiter über die nicht selten unter-schätzte und noch zu wenig beachtete Rolle von Frauen in Familienunter-nehmen nachzudenken und zu forschen.

Martin Rudolf Brenninkmeijer
Präsident der Draiflessen Collection

EINLEITUNG

Kai Bosecker und Stefanie van de Kerkhof

„Handelssache ist Männersache!“ – Nicht nur eines der bedeutendsten europäischen Familienunternehmen im Bekleidungseinzelhandel, die von der Familie Brenninkmeijer geführte Modekette C&A, verfuhr bis weit in das 20. Jahrhundert nach dieser Devise.¹ Mit dieser spezifischen Genderperspektive, die nahelegt, dass Frauen in Familienunternehmen nur eine marginale Rolle gespielt hätten, lassen sich viele Beispiele sowohl aus der Wirtschaftspraxis als auch aus der Forschung verschiedener Disziplinen wie Geschichts-, Sozial- und Wirtschaftswissenschaften finden. Das muss heute hinterfragt werden.² Spielten bei dieser Fokussierung auf die männlichen Unternehmer und Manager vielleicht die Branchen, regionale Spezifika und Herkunft eine Rolle? Welche Funktionen nahmen Frauen angesichts dieser Perspektive der männlichen Dominanz in den Unternehmen tatsächlich im Wirtschaftsbürgertum ein, zum Beispiel als Erziehende und wichtige Bezugspersonen der Nachfolger sowie als Rückhalt der Unternehmer? Gab es überhaupt Alternativen dazu? Wie entwickelten sich diese Rollen und Funktionen weiter und wie kam es, dass Frauen heute anscheinend selbstverständlicher Nachfolgerinnen bzw. Unternehmerinnen werden? Das eingangs erwähnte Zitat aus der Mitte des 20. Jahrhunderts und seine rechtlichen wie betrieblichen Konsequenzen bildet für den vorliegenden Band als Ausgangspunkt eine Art Blaupause für weitere Fallbeispiele, die die Rollen der Frauen als Töchter, Ehefrauen, Witwen und Gründerinnen in Familienunternehmen genauer beleuchten.³ Nicht nur die Unternehmerinnen als relativ neues Forschungsfeld der Wirtschafts-, Sozial- und Kulturwissenschaften stehen daher in diesem Band im Fokus. Die Beiträge zeigen darüber hinaus deutlicher als bisherige Forschungsarbeiten, dass Frauen, selbst ohne formale Positionen in den Unternehmen einzunehmen, wichtige Funktionen für sie und in ihnen ausgefüllt haben. Insbesondere in Familienunternehmen, aber genauso in Konzernen brachten sie finanzielles,

soziales und kulturelles Kapital ein, übernahmen Repräsentationspflichten, knüpften familiäre und professionelle Netzwerke, stabilisierten und pflegten sie, übten ihren Einfluss aus. Hier erweitern die vorgelegten Studien aus der aktuellen Forschung den bisherigen Stand der Erkenntnisse.

FORSCHUNGSSTAND

Die wirtschafts- und unternehmenshistorische Forschung hat die bereits umrissenen Funktionen, aber genauso die durchaus zahlreich vorhandenen Fallbeispiele weiblichen Unternehmertums, der Teileigentümerinnen sowie mitarbeitenden Ehefrauen und Töchter bis vor zwei Jahrzehnten kaum gewürdigt.⁴ So hob etwa der renommierte Wirtschaftshistoriker Hartmut Berghoff in seiner Einführung in die moderne Unternehmensgeschichte 2004 hervor, dass „die mitarbeitende und mitentscheidende Ehefrau wohl der Regelfall [war], über den jedoch spätere Festschriften nicht mehr oder nur am Rande berichteten, um dem Idealbild der bürgerlichen Familie wenigstens in der Erinnerung zu entsprechen und die Leistung des Mannes nicht zu schmälern. Auf diese Weise wurde weibliches Unternehmertum systematisch verschwiegen bzw. marginalisiert. Auch eine lange fast ausschließlich von Männern betriebene Wirtschaftsgeschichte hatte kein Interesse an der Korrektur des überlieferten Bildes.“⁵

Zwar wurden in den USA schon in den 1980er-Jahren in Medien das „Age of the Woman Entrepreneur“ proklamiert, und es erschienen ab den späten 1980er-Jahren erste wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Untersuchungen über Frauen im Management und als Führungskräfte in Europa, etwa von Gertraude Krell, Sonja Nerge/Marina Stahmann und Mary Yeager.⁶ Doch verbreiterte sich diese Forschung in den Wirtschafts- und Sozialwissenschaften erst spät, nach der Jahrtausendwende. Dazu wiederum trugen nicht zuletzt Bestsellerautorinnen und Top-Führungskräfte wie Sheryl Sandberg (Facebook, 2013) mit ihrem Buch *Lean In. Frauen und der Wille zum Erfolg* oder Anonyma *Ganz oben. Aus dem Leben einer weiblichen Führungskraft* (2013) sowie die Berichterstattung in der *Wirtschaftswoche* und anderen auf die Ökonomie fokussierten Medien bei. Deutlich wird in vielen dieser Artikel, die zum Beispiel über Maria-Elisabeth Schaeffler (Continental AG), Susanne Klatten (Quandt, BMW) oder Beate Rotermund-Uhse (Beate Uhse AG)

erschienen sind, dass die traditionelle „Gender-Bias“ zwar einerseits infrage gestellt wird, andererseits die Berichterstattung hochgradig emotionalisiert ist und tradierte Stereotypen hier noch ein großes Maß an Beharrungs- und Wirkkraft zeigen. Insbesondere in den Bildern und Semantiken von und über Unternehmerinnen werden Rollenstereotype und Geschlechterverhältnisse verhandelt und ausgeprägt (*doing gender*).⁷ Dies gilt in noch größerem Maße für die anderen Funktionen und Rollen, die Frauen in europäischen Familienunternehmen einnahmen und die häufig marginalisiert, diskriminiert oder verschwiegen wurden, etwa die Haushaltsführung im gehobenen Wirtschaftsbürgertum, wo beispielsweise bei der Familie Krupp in ihrem Villenanwesen Auf dem Hügel Personal für Haus und Garten in erheblicher Größenordnung geführt wurde.⁸ Erst die jüngere Forschung zum Wirtschaftsbürgertum rückte neben den männlichen Familienmitgliedern die Bedeutung der Frauen stärker in den Fokus, nicht nur was Bekanntschaftskreise, die „Netzwerke des Vertrauens“ der Familien, die für die Unternehmen bedeutsame Heiratspolitik oder das Erbrecht angeht.⁹ Dabei erwies sich der Adel für viele bürgerliche Familien als Projektionsfläche, was sowohl Möglichkeiten zur Anziehung als auch zur Abstoßung bot, wie die Arbeiten von Gerlinde Kraus über adelige oberschlesische Unternehmerinnen der Frühindustrialisierung und von Anke Hufschmidt über adelige Frauen im Weserraum nahelegen.¹⁰ Häufig wurden traditionelle Praktiken des Adels wie die männliche Primogenitur verknüpft mit moderneren Prinzipien der kapitalistischen Marktwirtschaft wie die Ausrichtung auf ein bürgerliches Leistungsideal und dazugehörige Ordnungsvorstellungen. Sie zeigen außerdem deutlich, dass Frauen nicht nur finanzielle Mittel, sondern darüber hinaus soziales und kulturelles Kapital entsprechend des erweiterten Kapitalbegriffs von Pierre Bourdieu in die Familienunternehmen einbrachten. Über eine geschickte Heiratspolitik vermochten bürgerliche Familien von einer gehobenen Erziehung der Frauen, von ihrem familiären Prestige oder von einem ebenbürtigen oder sogar adeligen Status profitieren.¹¹ Durch die sich fortschreitend entwickelnde Sozialisation und die erweiterten Bildungsmöglichkeiten von Frauen nutzten auch die Familienunternehmen deren Professionalisierung, die zudem für die Ausprägung eines modernen Unternehmerintums hilfreich war und einen Wandel von Rollen- und Geschlechterstereotypen anstieß, der historisch noch genauer beleuchtet werden muss.

In den Blick der Wirtschafts- und Sozialwissenschaften kamen Frauen als Unternehmerinnen auch in ihren betrieblichen Funktionen erst spät. Insbesondere die klein- und mittelständischen Familienunternehmen, die über 96 Prozent der deutschen Unternehmen ausmachen, wurden dabei ein Schwerpunkt der Forschung, nachdem viele Studien sich zuvor auf die Großunternehmen fokussiert hatten.¹² Dieses Themenfeld verbindet wirtschafts- und sozialwissenschaftliche Mittelstandsforschung der Gegenwart mit unternehmenshistorischen Analysen der kapitalistischen Entwicklung seit dem 19. Jahrhundert. Hervorzuheben sind in der historischen Forschung über Familienunternehmen insbesondere ein Sammelband der englischen Unternehmenshistorikerin Mary B. Rose, die Habilitationsschrift von Carola Groppe und vier preisgekrönte unternehmenshistorische Dissertationen: von Doreen Arnoldus über niederländische und von Tanja Junggeburth über ein deutsches Familienunternehmen der Konsumgüterindustrie, von Andrea Colli über italienische Branchenführer im Vergleich und von Christina Lubinski über den Wandel der *Corporate Governance* und der Gesellschafterkultur westdeutscher Familienunternehmen seit den 1960er-Jahren.¹³ Nach einem Sammelband über südwestdeutsche Unternehmerfamilien folgten zwei Synthesen der US-amerikanischen Ökonomen und Wirtschaftshistoriker David Landes und Harold James, in denen auch die Frauen erstmals ausführlicher eine Rolle spielten. Daran knüpften weitere internationale Forschungen an, zum Beispiel über die Frauen der lothringischen Großindustriellenfamilie de Wendel.¹⁴

Der Ökonom Thomas Döbler führt die für die Forschung zu Unternehmerinnen nachteilige lange Fixierung auf die Großunternehmen darauf zurück, dass „günstigere ‚economies of scale‘, effektivere Nutzung der Produktionsfaktoren oder der höhere Grad an Arbeitsteilung und Automatisierung [...] vor allem die Großunternehmen für die wirtschaftswissenschaftliche Forschung interessant“ gemacht hätten. Ein seit den 1980er-Jahren durch zunehmende Gründungsneigung neu erwachtes Interesse an Familienunternehmen, sieht er vor allem arbeitsmarkt- und wirtschaftspolitisch motiviert.¹⁵ Hinzuweisen wäre daneben auf die entsprechenden Interessenverbände der Familienunternehmen des Mittelstands in Deutschland wie *EQUA* und *Die Familienunternehmer e. V.* (gegründet 1949 als *Arbeitsgemeinschaft Selbständiger Unternehmer, ASU*). Sie initiierten eine Vielzahl neuer Studien, die interdisziplinär vorgehen wie der vom Mediziner und Psychiater Fritz B. Simon zusammen mit Soziologen und Ökonominen veröffentlichte und breit wahrgenommene Sammelband

über Familienunternehmen als System „zwischen Gefühl und Geschäft“ oder die Monografie von Mechthild Isenmann über die Familien als Unternehmen im Spätmittelalter und in der Frühen Neuzeit.¹⁶ Diesem in Unternehmerfamilien besonders ausgeprägten Spannungsfeld hatte die Draiflessen Collection bereits in ihrer Ausstellung *Phänomen Familienunternehmen* 2016 eine eigene Sektion (*Gefühl – Kalkül*) gewidmet.¹⁷ Die Relevanz von Gefühlen und emotionalen Bindungen in modernen Gesellschaften wurde inzwischen auch von der historischen Forschung erkannt, breiter erforscht und ebenso auf Unternehmerfamilien übertragen.¹⁸

Während explizite historische Studien zu Ehefrauen und Töchtern in Unternehmen bislang nicht existieren, konnten erste grundlegende unternehmens- und sozialhistorische Analysen zu Unternehmerinnen veröffentlicht werden. Hier sind insbesondere die bahnbrechenden Arbeiten von Elke Hlawatschek, Anke Probst, Christiane Eifert und Susanne Schötz zu nennen.¹⁹ Sie bauten auf älteren, eher populärwissenschaftlichen biografischen Kompilationen zu bekannten Unternehmerinnen wie etwa der von Hans Roesch auf.²⁰ Wichtige Sammelbände zu österreichischen bzw. rheinland-pfälzischen Unternehmerinnen veröffentlichten die Historikerinnen Irene Bandhauer-Schöffmann und Regine Bendl bzw. Hedwig Brüchert bereits 2000 bzw. 2001.²¹ Sozial- und mikrogeschichtlich ausgerichtet waren eine Reihe von Grundlagenstudien zum Mittelalter und zur Frühen Neuzeit (Edith Ennen, Margret Wensky und Gesa Ingendahl).²² Daneben haben sich Wirtschafts- und Technikhistorikerinnen mit genderhistorischen Fragen befasst (Dorothea Schmidt, Karin Hausen) und unternehmenshistorische oder biografische Fallbeispiele untersucht (Gabriele Katz, Angelika Schaser, Diana Maria Friz, Tilar J. Mazzeo und Ortrud Wörner-Heil).²³ Im Unterschied zu Eigentümerunternehmern wie August Thyssen, Alfred Krupp oder bekannten Managern wie Alfred Herrhausen ist die Rolle von Frauen als Gründerinnen und Führungskräfte in Unternehmen jedoch bislang wirtschafts- und unternehmenshistorisch noch nicht ausreichend von der Forschung behandelt worden. Vor allem Unternehmerinnen der jüngeren Vergangenheit standen bisher im „Schatten der ‚großen Männer‘“, wie neuere Studien aufzeigen.²⁴ Dies gilt nicht nur für die ältere nationalökonomische Forschung von Werner Sombart, Joseph Schumpeter und Fritz Redlich.²⁵ In der Praxis gab es im Gegenteil eine Vielzahl von Unternehmerinnen in verschiedenen Branchen, die, anders als früher angenommen wurde, durchaus nicht vor der Welt der Technik, der

Schwerindustrie und des Maschinenbaus Halt machten oder eine distanzierte Position dazu einnahmen.²⁶ Vielmehr konnte anhand von Fallstudien bereits gezeigt werden, dass Unternehmerinnen einen eigenständigen Führungsstil entwickelten und neue Instrumente, etwa transnationales Marketing, früh einsetzten, und dies auch in Bereichen wie Maschinenbau und Stahlproduktion.²⁷ In der Nachkriegszeit gründeten Unternehmerinnen verschiedenster Branchen ausgehend von Frankreich in vielen europäischen Ländern eigenständige Verbände, zum Beispiel 1945 den Interessenverband *Femmes Chefs d'Entreprise* mit Sitz in Paris oder 1954 den westdeutschen Tochterverein, die *Vereinigung von Unternehmerinnen*, die „keine dezidiert feministischen oder auch nur frauenpolitischen Positionen“ einnahmen, sondern politische Teilhabe auf europäischer Ebene anstrebten.²⁸

Die Zahl der Unternehmerinnen war also insgesamt nicht so gering, wie die ältere Forschung nahelegt. Frauen übernahmen als Witwen in der Moderne häufig für längere Zeiträume von mehreren Jahrzehnten die Leitung bedeutender deutscher Unternehmen oder gründeten selbstständig klein- und mittelständische Unternehmen.²⁹ Bedeutende deutsche Unternehmerinnen waren etwa Sophie Henschel (Eisenbahn- und Maschinenbau), Käte Ahlmann (Carlshütte bei Rendsburg), Maria Zanders (Papierfabrikation), Aenne Burda (Verlag), Grete Schickedanz (Versandhandel), Beate Rotermund-Uhse („Ehehygiene“), Irene Kärcher (Hochdruckreiniger), Julia Lanz (Traktorenbau) und Margarete Steiff (Spielwaren).³⁰ Besonders häufig finden sich Frauen als leitende Eigentümerinnen oder Teileigentümerinnen nach Angaben des Ökonomen Hermann Simon in den sogenannten *Hidden Champions*, öffentlich nur wenig bekannten klein- oder mittelständischen Marktführern auf nationaler oder internationaler Ebene, die meist in Nischenmärkten zu finden sind.³¹ Die Entwicklung von Führungsstil und Managementpraktiken wurde bereits unternehmenshistorisch mit ersten *Case Studies* (v. d. Kerkhof) untersucht.³²

Ansätze zur stärkeren internationalen Verschränkung dieser national geprägten Forschungen wurden mit Sektionen zum *Female Entrepreneurship* bereits auf internationalen Wirtschafts- und Sozialgeschichtstagungen, zum Beispiel in Helsinki 2006 (WEHC), Gent 2010 (ESSHC) und Boston 2018 (WEHC), etabliert. Bislang existieren allerdings kaum Studien, die das unternehmerische Handeln von Frauen in einer internationalen und transnational vergleichenden Perspektive betrachten. Viele Unternehmerinnen erlangten gesellschaftlich selbst im nationalen Kontext keine große Visibilität. So blieb

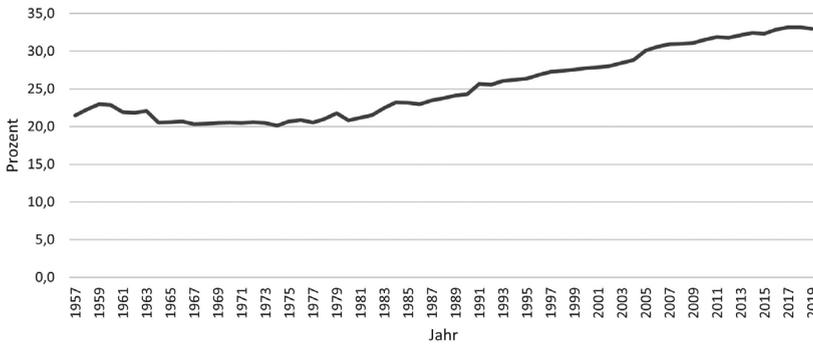


Abb. 1: Prozentualer Anteil selbstständig erwerbstätiger Frauen in Deutschland (1957–2019).

Quelle: Statistisches Bundesamt (Destatis), 2022. URL: <https://www-genesis.destatis.de/genesis/online?sequenz=tabelleErgebnis&selectionname=12211-9005#abreadcrumb>, letzter Zugriff 11.11.2022.

beispielsweise Irene Kärcher als jahrzehntelange Eigentümerunternehmerin im Gegensatz zu den weithin bekannten Produkten ihrer Firma im Hintergrund. Diese Bedingung weiblicher Unternehmerintätigkeit existierte mindestens seit dem frühen 20. Jahrhundert, als bürgerliche Konzernleiterinnen wie Sophie Henschel in Schwerindustrie und Maschinenbau weitgehend im Verborgenen agierten. Und daran sollte sich bis in die 1980er-Jahre nur wenig ändern. Die Unternehmerin verschwand allzu oft hinter dem Werk und der Technologie wie neuere Studien (v. d. Kerkhof) zeigen.³³

Die Häufigkeit von weiblicher Selbstständigkeit und von Beispielen langfristig tätiger Unternehmerinnen in Deutschland zeigt auch ein Blick auf eine neuere Statistik, die vom Institut für Mittelstandsforschung erarbeitet wurde. Hier zeigt sich eine kontinuierlich hohe Zahl an selbstständigen Frauen seit dem Ende des 19. Jahrhunderts, die bis 1990 immer bei circa 18 bis 29 Prozent der Selbstständigen lag – mit Ausnahme eines Rückgangs vom späten Kaiserreich bis zum Ende des Nationalsozialismus.³⁴ Doch verschwanden Unternehmerinnen in Deutschland nur aus der öffentlichen Wahrnehmung, wie Béatrice Craig für die internationale Entwicklung festgestellt hat,³⁵ oder lässt sich neben der quantitativen auch eine qualitative Veränderung beobachten? Spielt dabei die Dominanz der Großunternehmen und Banken im sogenannten *Rheinischen Kapitalismus* sowie in der wirtschafts- und unternehmenshistorischen Forschung eine Rolle, die teilweise – nicht zuletzt aufgrund einer schwierigen Archiv- und Quellenlage – die Rolle von klein- und mittel-

ständischen Familienunternehmen (KMU) vernachlässigt hat?³⁶ Schließlich sind die Kosten für ein professionell geführtes historisches Archiv gerade in den KMU nicht selbstverständlich und leicht zu tragen.

Die Zahl der selbstständig tätigen Frauen in Deutschland blieb nach dem Zweiten Weltkrieg zunächst jedenfalls relativ stabil, um dann seit Ende der 1980er-Jahre stark anzusteigen.³⁷ Heute beträgt die Zahl der weiblichen Selbstständigen in Deutschland 1.305.000 (2019), das sind 33 Prozent aller selbstständig Tätigen.³⁸

Welche Rolle beim *Verswinden* der Unternehmerinnen die Herausbildung von Großunternehmen mit ihrer organisationalen Differenzierung und Funktionalisierung spielte³⁹ oder ob vielmehr die Verfestigung dualistischer Geschlechterrollen seit dem 19. Jahrhundert ursächlich war,⁴⁰ muss noch genauer untersucht werden.⁴¹ Die vorliegenden Beiträge bieten dazu verschiedene Ausgangspunkte.

ZUR PROBLEMATIK DER QUELLENLAGE

Nicht nur die Ehefrauen, Töchter und Witwen, sondern auch die Unternehmerinnen selbst sind häufig und aus verschiedenen Gründen in der archivischen Überlieferung von Unternehmen sowie in privaten und öffentlichen Archiven nur wenig sichtbar. Dies betonen mehrere Beiträge des vorliegenden Bandes. Sie zeigen aber zugleich Auswege aus diesem Dilemma für die historische Forschung auf. Vor allem historisch jüngere Beiträge in Medien wie der Qualitäts- und Boulevardpresse, aber ebenso Wirtschafts- und Fachjournale wie das *Manager-Magazin*, das *Handelsblatt* und die *Wirtschaftswoche* (bzw. *Der Volkswirt*) spielen in der Vermittlung des Unternehmerinnenbildes bis in die Gegenwart eine bedeutende Rolle. Sie bilden neben öffentlichen Auftritten, persönlichen Gesprächen und Interviews die Hauptquelle für eine Untersuchung des Unternehmerinnen- und Frauenbildes in den Unternehmen der Gegenwart.⁴²

Als Quellen können neben den klassischen Archivalien aus Unternehmen und Familien in der zeithistorischen Unternehmerinnenforschung vielfach auch Selbst- und Fremdbeschreibungen dienen, die häufig in Interviewform vorliegen. Doch sind Selbstbeschreibungen und Egodokumente von Frauen in Familienunternehmen zumeist nur in geringem Umfang vorhanden und

müssen zukünftig bevorzugt erhoben werden, denn bislang liegt auch hier in der Auswahl der Personen und der inhaltlichen Ausrichtung ein Bias vor. Bei der Auswertung ist darauf zu achten, dass die Interviewten häufig selber gesellschaftlich vorherrschende oder sozial erwünschte Geschlechterstereotype verwenden und ihre Bewertung der Unternehmerin oder der Frauen in den Unternehmen daran ausrichten.⁴³ Bisweilen fällt eine Differenzierung zwischen Selbstbild, Fremdbild und dem in den Medien vorherrschenden Frauenbild zudem schwer.⁴⁴ Die in diesem Band vorliegenden Beiträge wenden häufig neue Quellenbestände oder bislang unbeachtet gebliebene Quellen an und zeigen teils in einem weiten zeitlichen Panorama auf, welche Funktionen und Rollen nicht nur Unternehmerinnen, sondern auch Töchtern, Ehefrauen und Witwen in den untersuchten Familienunternehmen zukamen.

DIE BEITRÄGE DIESES BANDES

Am weitesten zurück reicht der Beitrag von **Mechthild Isenmann**. Sie legt am Beispiel spätmittelalterlicher Kaufmannsfamilien dar, dass Frauen seinerzeit über fundierte kaufmännische Kenntnisse verfügten und sehr wohl in die Geschäfte ihrer Männer eingebunden und als Kauffrauen sichtbar waren. Erst in der Neuzeit scheinen Geschäftsfrauen weniger präsent zu sein. Das sich entwickelnde bürgerliche Rollenideal der strikten Trennung in eine der Frau vorbehaltenen häuslich-privaten Sphäre und die Geschäftswelt des Mannes setzte sich demnach im 19. Jahrhundert durch und blieb noch bis weit ins 20. Jahrhundert hinein das dominierende Rollenmodell. Auch in den Niederlanden dominierte dieses Rollenmodell der *Separate Spheres*, wie **Hans Peterse** in seinem Beitrag über Unternehmerfrauen in der Textilindustrie in Twente im 19. und 20. Jahrhundert zeigt. Peterse weist jedoch auf die wichtige Funktion der Ehefrauen als Netzwerkerinnen hinter den Kulissen in sogenannten *kransjes* („Kränzchen“) hin. Bei diesen inoffiziellen privaten Treffen arbeiteten sie an einer stärkeren gesellschaftlichen Vernetzung ihrer Familien, von der sie einen positiven Effekt auch für das Unternehmen ihrer Ehemänner erwarteten. Wie eingangs erwähnt, war die Trennung der Lebenswelten in der Unternehmerfamilie Brenninkmeijer lange Zeit sogar festgeschrieben. Doch auch wenn Frauen formal von Unternehmensführung und -nachfolge ausgeschlossen blieben, waren sie für die Entwicklung des Unternehmens doch

alles andere als unbedeutend. **Kai Bosecker** untersucht die Rolle der Frauen in den ersten Jahrzehnten des Unternehmens C&A anhand von Quellen aus dem Familien- und Unternehmensarchiv und setzt diese in den spezifischen transnationalen und durch den Wanderhandel geprägten Kontext der niederländisch-deutschen Familie Brenninkmeijer.

Von dem bürgerlichen Rollenideal wurde insgesamt häufig abgewichen – zumal in kleinen und mittelständischen Unternehmen. So bestätigen viele Beiträge wie von Berghoff postuliert, dass die mitarbeitende und mitentscheidende Ehefrau der Regelfall war.⁴⁵ Dies zeigt sich auch bei Josefine Urlichs im Fallbeispiel von **Sina Bohnen**. Denn sie selbst, Tochter des Inhabers eines großen Dortmunder Feinkostgeschäfts, kam als Nachfolgerin für ihren Vater erst nicht in Betracht. Stattdessen übernahm zunächst der Schwiegersohn, ihr Gatte, an dessen Seite Josefine in der Firma tatkräftig mitarbeitete, um nach dessen frühem Tod schließlich doch als Witwe die Geschäftsführung zu übernehmen. Sie leitete danach den Familienbetrieb eigenverantwortlich und sehr erfolgreich, wie die Autorin fundiert verdeutlichen kann. Ein prominentes Beispiel für die Übernahme eines Großunternehmens ist dagegen Margarethe Krupp, das von **Mirjam Lober** vorgestellt wird. Zwar übernahm die Witwe als Treuhänderin für ihre minderjährige Tochter nicht die Geschäftsführung des Stahlunternehmens, sie blieb aber sichtbare Regentin und auch vom Kaiser höchstselbst anerkannte oberste Repräsentantin seines wichtigsten Rüstungslieferanten und letztinstanzliche Entscheiderin. Dass Witwen in der Führung von Familienunternehmen bis zur Übernahme eines männlichen Erben durchaus nicht nur Übergangslösungen waren, zeigt **Daniela Gastell** anhand von zwei Beispielen aus der Verlagsbranche. Die eine, Helene Vieweg-Brockhaus, selbst aus einer Verlegerfamilie stammend, wirkte nach dem Tod ihres Mannes maßgeblich in der Geschäftsführung des Verlags mit und entwickelte diesen weiter. Die andere, Else Dürr, war von ihrem Gatten nicht für die Mitarbeit im Verlag vorgesehen, forderte aber als Witwe hartnäckig und schließlich mit Erfolg die Übernahme unternehmerischer Verantwortung ein. Ihr Mann hatte für sie ein karitatives und somit für bürgerliche Frauen geradezu typisches Betätigungsfeld vorgesehen. Dass soziales Engagement nicht nur selbstlos, sondern durchaus auf die Zwecke des Unternehmens ausgerichtet sein kann, zeigt **Swen Steinberg** am Beispiel der Frauen der Familie Niethammer, Inhaber der um 1900 größten deutschen Papierfabrik im zwischen Leipzig, Chemnitz und Dresden gelegenen Örtchen Kriebstein. Getragen von einem christli-

chen Menschenbild dienten freiwillige Sozialleistungen hier der Bindung von Arbeitskräften und ihren Familien an das Unternehmen. Die eigens für diesen Zweck gegründete Stiftung trug nicht nur den Namen der Ehefrau, sondern wurde auch von ihr, Käthe Niethammer, verwaltet. Der Betriebskindergarten war folgerichtig das Betätigungsfeld der Ehefrauen aus der Unternehmerfamilie, wodurch sie jeweils als „Mutter der Arbeiter“ mit den Familien der Mitarbeiter in unmittelbarem Kontakt standen und für das Unternehmen wichtige Funktionen einnahmen. Auch Gabriele Henkel, Ehefrau von Konrad Henkel, dem langjährigen Chef des gleichnamigen Düsseldorfer Weltkonzerns, übernahm eher mittelbare Aufgaben für das Unternehmen. In erster Linie als Kunstsammlerin und -mäzenin bekannt, strahlte ihr öffentliches Engagement und ihre Netzwerkarbeit durchaus auf das Unternehmen zurück, wie **Katrin Schreiter** und **Clara Piacenza** in ihrem Beitrag deutlich aufzeigen.

Neben den überwiegend einzelbiografisch angelegten Aufsätzen nehmen Ulrike Laufer und Stefanie van de Kerkhof die Entwicklung der Rollen von Frauen in einzelnen Unternehmen über einen längeren Zeitraum in den Blick. Im Beitrag von **Ulrike Laufer** werden Frauen des Essener Bankhauses Simon Hirschland aus mehreren Generationen präsentiert. Somit werden die unterschiedlichen Rollen, die sich eher im Hintergrund abspielten, über drei Jahrhunderte hinweg noch einmal sichtbar: Als Mütter und Erzieherinnen, als Wohltäterinnen und Netzwerkerinnen sorgten sie für die Stabilität der Familie und damit auch des Unternehmens bis in die Zeit des Nationalsozialismus hinein. Die Frauen der Familienaktiengesellschaft der Vereinigten Seidenwebereien AG (Verseidag) und ihrer Vorgängerunternehmen brachten ebenfalls soziales und kulturelles Kapital in den Großkonzern ein und stachen teilweise durch soziales und politisches Engagement auf Stadt- und Bundesebene hervor. Darüber hinaus hatten sie jedoch auch als Gründerinnen und Teilhaberinnen einen relevanten Platz in der Geschäftsführung und in den Aufsichtsorganen. Diese keineswegs durchgängig progressive, sondern historischem Wandel unterliegende Entwicklung untersucht **Stefanie van de Kerkhof** in ihrem Beitrag. **Agnes Arndt** nähert sich der Rolle und Funktion der Frauen von einer ganz anderen Seite. Sie fragt nach dem Gefühlsmanagement in Unternehmerfamilien, das zum ökonomischen Erfolg des Unternehmens beitrug. Anhand von Selbstzeugnissen zeigt sie, welchem historischen Wandel der Umgang mit Gefühlen in Familienunternehmen unterlag und wie es Frauen gelang, diese für eine aktive Position im Unternehmen zu nutzen.

Von Elisabeth Fugger-Gfattermann (um 1364–1436) bis Gabriele Henkel (1931–2017) und Margret Plöntges (* 1940) decken die Fallbeispiele in diesem Buch somit einen Zeitraum von über 500 Jahren ab. Die hier vorgestellten Frauen stammen aus ganz unterschiedlichen Branchen, in denen ihre Familien tätig waren: der Buch- und Verlagsbranche, dem Textil- und Lebensmitteleinzelhandel, dem Fernhandel sowie unterschiedlichen Industriezweigen wie der Textil-, Chemie-, Papier- und Stahlindustrie. So breit gefächert die Branchen, so divers waren die Positionen, Rollen und Funktionen der Frauen, die sie in ihren Unternehmen und ihren Familien wahrgenommen haben – bisweilen sogar mehrere gleichzeitig oder aufeinanderfolgend: Sie waren Ratgeberinnen und Netzwerkerinnen, Sozialarbeiterinnen und Erzieherinnen, Kapitalgeberinnen (nach Bourdieu durchaus im dreifachen Sinne), Repräsentantinnen, Prokuristinnen, Geschäftsführerinnen und Eigentümerinnen und in all diesen Funktionen am unternehmerischen Erfolg ihrer Familien beteiligt.

FRAUEN ALS AKTEURINNEN IN UNTERNEHMEN DES 14. BIS 16. JAHRHUNDERTS

Mechthild Isenmann



EINLEITUNG

In wie vielen Städten erfüllen sie [die Frauen] Aufgaben, die bei uns nur Männer wahrnehmen? In Frankreich und in Deutschland und in vielen Gegenden des Nordens sind die Frauen Haushaltsvorstand, sie verwalten das Geld, führen Buch über die Ware und selbst vornehme Damen gehen zur Erledigung von Familienangelegenheiten auf die öffentlichen Marktplätze; sie erfreuen sich der Freiheit und üben den freien Willen, die sie vom Geber aller guten Gaben empfangen haben, ohne Rücksichten und Einschränkungen, ja gar Schmähungen und Strafen, an die sie in dieser unserer Stadt gewöhnt sind.¹

Dies schrieb im Jahr 1652 die Venezianerin und Benediktinerin Arcangela Tarabotti (1604–1652). Durch zahlreiche Publikationen war sie als kritische Schriftstellerin über die Zustände in ihrer Heimatstadt Venedig bekannt und daher zugleich gezwungen, unter einem Pseudonym zu veröffentlichen. Sie verfasste die oben zitierten Zeilen, um anhand positiver Beispiele aus den Ländern nördlich der Alpen die aktuelle Situation der Frauen in Venedig anzuklagen. Ihr zufolge waren dort die Geschäftstätigkeit der Frau, verbunden mit diversen Freiheiten, üblich, während sich in Venedig die Situation – gegenüber vergangenen Zeiten – verschlechtert habe.

Diesem Befund kann die Beschreibung des Nürnberger Humanisten Konrad Celtis (1459–1508) zur Seite gestellt werden: In seinem Lob der Frauen (von Nürnberg) stellte er fest, dass sie sich in seiner Zeit nicht nur der Familie sowie der Pflege und Erziehung der Kinder widmeten, sondern sich zugleich „auf den Handel, das Rechnen [und] die Musik“ verstünden.²

Celtis' knappe Auskunft soll im Folgenden anhand einiger Beispiele erhärtet werden. Aber – dies schon vorab: Auch nördlich der Alpen, etwa in den Städten Augsburg und Nürnberg, änderte sich die Situation, ähnlich, wie es die kritische Stimme der Arcangela Tarabotti für Venedig festgestellt hatte – dazu am Schluss einige Überlegungen.

Wie konnte es dazu kommen und wie entwickelte sich die Stellung der Frau innerhalb von Familie und Unternehmen im Laufe des Mittelalters und der Frühen Neuzeit? In einem Überblick wird dieser Frage zunächst anhand von Fallbeispielen beginnend in Italien im 13. Jahrhundert über die großen ökonomischen Regionen und städtischen Zentren, etwa die der Hanse, im 14./15. Jahrhundert und in Oberdeutschland mit Nürnberg und Augsburg im 15./16. Jahrhundert nachgegangen.

HISTORISCHE ERKUNDUNG

Seit dem 13. Jahrhundert fand infolge der Urbanisierung Westeuropas, eines Bevölkerungswachstums, eines zunehmenden Bedarfs an Waren, Rohstoffen und Kapital in dieser „Ära der Kommerzialisierung“³ bis ins 16. Jahrhundert auch eine quantitative und qualitative Ausdehnung des Handels statt,⁴ einhergehend mit der geografischen Expansion des bisher abgedeckten Handelsraumes, mit der Erkundung neuer Handelswege und mit dem Aufbau neuer Handelsbeziehungen.

Geführt wurde dieser Handel anfangs von Einzelkaufleuten, deren zunächst überwiegend regionale Geschäfte in wachsendem Umfang überregional und infolgedessen zunehmend von Mehr-Personen-Gesellschaften durchgeführt wurden. Das konnten Gelegenheitsgesellschaften sein, die „gelegentlich“ eines Geschäfts zusammenkamen, oder familiengestützte Gesellschaften, die auf Dauer angelegt waren. Ausgehend von Geschäftszentralen in bestens vernetzten Handelsstädten organisierten die Unternehmer ihren seit der zweiten Hälfte des 15. Jahrhunderts mehr und mehr frühglobalisierten Handel, der

sich vom Mittelmeerraum über den Atlantik in außereuropäische Regionen erstreckte.

Hierbei boten gerade vom Handel dominierte Städte nahezu ideale Bedingungen. So erlangten die Stadtbürger – auch die Frauen – durch Zahlung einer von Stadt zu Stadt unterschiedlichen Gebühr das Bürgerrecht, das ihnen weitgehende Freiheiten gegenüber den Stadtherren sowie den persönlichen und „geschäftlichen“ Schutz durch ihre Stadt gewährte. Mit dem Erwerb des Bürgerrechts übernahmen die Neubürger zugleich diverse Pflichten: Zahlung der Steuer, politische Partizipation und das Ableisten von militärischen Verteidigungsdiensten. Von Letzteren konnten Frauen durch Benennen eines Stellvertreters oder durch Geldzahlungen befreit werden, politische Partizipation war ihnen grundsätzlich verwehrt, aber die Steuerleistung war ihre Pflicht.⁵

Umgekehrt erhielten die Frauen durch den Bürgerstatus weitgehende Rechte. Sie konnten als selbstständige Rechtspersonen Verträge abschließen, ihr Vermögen betreffende gerichtliche Klagen einreichen, bei Geschäften die Hilfe des Stadtrates in Anspruch nehmen, als Testamentsvollstreckerin und sogar als Vormund für ihre Kinder auftreten oder sich eben an Handel und Gewerbe beteiligen.⁶

Dies sogar mit ausdrücklichem Willen und unter Schutz der Städte. So verfasste die Reichsstadt Nürnberg 1464 ein Privileg, das sich ausdrücklich an die Bürger *und* Bürgerinnen wandte sowie deren Pflichten und Rechte als Gesellschafter und (stille) Gesellschafterinnen regelte, die so vor ungerechtfertigten Haftungsansprüchen geschützt werden sollten.⁷

Vermögende Stadtbürgerinnen hatten fortan die Gelegenheit, vor allem am lukrativen Fernhandel teilzunehmen, indem sie ihre finanziellen Mittel in Handelsgesellschaften (Gesellschaftsverträge) zu Gewinn und Verlust investierten. Einer der ältesten diesbezüglichen Verträge, der uns überliefert ist, betrifft die so gestaltete Teilnahme einer Genueserin an einer Handelsgesellschaft schon im 12. Jahrhundert.

Die Bandbreite der Erwerbsquellen von Frauen in den Städten seit dem 13. Jahrhundert war dabei sehr groß: Sie reichte von der selbstständigen Handels- und Gewerbeaktivität bis hin zu eher schlecht bezahlten Tätigkeiten gegen Lohn. Die Mitarbeit der Ehefrau im Handels- oder Gewerbebetrieb des Mannes war ein Grundzug des mittelalterlichen Wirtschaftslebens. Als Witwen konnten die mittelalterlichen Städterinnen den Betrieb ihres Mannes weiterführen und bauten ihn nicht selten sogar noch aus.