

THYSSEN IM 20. JAHRHUNDERT

FAMILIE – UNTERNEHMEN – ÖFFENTLICHKEIT:
THYSSEN IM 20. JAHRHUNDERT

HERAUSGEGEBEN VON
HANS GÜNTER HOCKERTS, GÜNTHER SCHULZ UND
MARGIT SZÖLLÖSI-JANZE

BAND 6

FELIX DE TAILLEZ

Zwei Bürgerleben in der Öffentlichkeit

Die Brüder Fritz Thyssen und
Heinrich Thyssen-Bornemisza

2017

FERDINAND SCHÖNINGH

Gefördert mit Mitteln der Fritz Thyssen Stiftung für Wissenschaftsförderung,
Köln, und der Stiftung zur Industriegeschichte Thyssen, Duisburg.

Der Autor:

Felix de Taillez, Dr. phil.; 2005 bis 2010 Studium der Geschichte und Romanistik an der Ruhr-Universität Bochum, der Ludwig-Maximilians-Universität München und der Université Laval, Ville de Québec (Québec/Kanada); 2010 M.A. an der LMU; 2010 bis 2013 wissenschaftlicher Mitarbeiter und Doktorand am Lehrstuhl für Zeitgeschichte der LMU; 2014/2015 Promotion an der LMU; seit 2013 wissenschaftlicher Mitarbeiter an der Professur für Deutsche und Europäische Geschichte im 19. und 20. Jahrhundert der Universität der Bundeswehr München.

Titelillustration:

Oberes Bild:

Heinrich Thyssen-Bornemisza (mit Zylinderhut), sein Pferd Nereide
und Trainer Adrian von Borecke (mit Melone),
© Stadtarchiv München, NS-575 (Rennen um das Braune Band, 1936).

Unteres Bild:

Wirtschaftstreffen in den USA (1931), von links nach rechts:
Carl F. von Siemens, Frederick S. Snyder, Fritz Thyssen, Thomas E. Wilson,
André Citroën und Sir Arthur Whitten Brown, © akg-images, Berlin, AKG 116467.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen
Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über
<http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe
und der Übersetzung, vorbehalten. Dies betrifft auch die Vervielfältigung und Übertragung
einzelner Textabschnitte, Zeichnungen oder Bilder durch alle Verfahren wie Speicherung
und Übertragung auf Papier, Transparente, Filme, Bänder, Platten und andere Medien,
soweit es nicht §§ 53 und 54 UrhG ausdrücklich gestatten.

© 2017 Ferdinand Schöningh, Paderborn
(Verlag Ferdinand Schöningh GmbH & Co. KG, Jühenplatz 1, D-33098 Paderborn)

Internet: www.schoeningh.de

Umschlaggestaltung: Evelyn Ziegler, München
Printed in Germany
Herstellung: Ferdinand Schöningh GmbH & Co. KG, Paderborn

ISBN 978-3-506-78445-2

INHALT

EDITORIAL	9
I. EINLEITUNG	13
1. Thematik und Fragestellung	13
2. Forschungsstand und Schlüsselbegriffe	14
3. Quellen	26
4. Gliederung	30
II. DIE ANFÄNGE: FRITZ UND HEINRICH THYSSENS ERSTE SCHRITTE IN DER ÖFFENTLICHKEIT (seit ca. 1900)	33
1. Fritz Thyssen in der regionalen Öffentlichkeit des Ruhrgebiets ...	33
1.1. Politisches und gesellschaftliches Engagement als Konvention	33
1.2. Öffentlichkeitsarbeit für das Familienunternehmen	47
2. Heinrich Thyssens ›Verwandlung‹ in einen ungarischen Baron und sein erster Medienskandal	51
2.1. Heinrich und die Medien: Heirat, Adoption und Nobilitierung	51
2.2. »Breach of promise«: der Prozess in London (1906) als Medienskandal und seine Folgen	55
III. MEDIALE SICHTBARKEIT ALS ERFAHRUNG: FRITZ THYSSEN ALS »NATIONALHELD« WÄHREND DER RUHRBESETZUNG 1923	63
1. Intensivierung des politischen Engagements: die ersten Weimarer Jahre	63
2. Passiver Widerstand, Verhaftung und Verurteilung der Ruhrindustriellen	71
3. Ehrenbekundungen: das wachsende Medieninteresse an Fritz und der Familie Thyssen	84
4. Mediale Nachwirkungen des Prozesses	88

IV. ORIENTIERUNGEN UND HANDLUNGSWEISEN IN DER ÖFFENTLICHKEIT (ab 1926)	95
1. Der Tod des Patriarchen: das Ableben August Thyssens als Zäsur	95
1.1. Fritz und Heinrich als Repräsentanten des aufgeteilten Thyssen-Konzerns	95
1.2. Memorialpolitik: Planung und Scheitern eines August- Thyssen-Denkmal in Hamborn	102
2. Heinrich Thyssen-Bornemiszas ambivalentes Verhältnis zur Öffentlichkeit	108
2.1. Wege unternehmerischer Außendarstellung	108
2.2. Zwischen Lob, Kritik und Skandal: der Kunstsammler in der Öffentlichkeit	119
2.3. Passion, Prestige und Politik: Heinrich in der elitären Szene des Pferdesports	158
3. Ein bekannter »Wirtschaftsführer«: Fritz Thyssen auf internationalem Parkett	188
3.1. Europäische Verständigungspolitik der 1920er Jahre und ihre Grenzen	188
3.2. »Erbfeind« oder Geschäftspartner? Fritz Thyssens Umgang mit der französischen Öffentlichkeit	204
3.3. <i>American Dream</i> : Fritz Thyssen und der Kapitalismus	219
3.4. Reisen nach Südamerika: Fritz Thyssens Werben für Argentinien und Brasilien	241
4. Politik und Glaube bei Fritz Thyssen: katholische Öffentlichkeit(en) und der Ständestaat	257
4.1. Engagement für soziale und kirchliche Einrichtungen	257
4.2. Räumliche Bezugspunkte: Mülheim a. d. Ruhr und Maria Laach	264
4.3. Katholizismus und Ständestaat	276
5. Eine öffentliche Beziehung: Fritz Thyssen und der Nationalsozialismus	299
5.1. Thyssen als schwerindustrieller Gegner der Weimarer Demokratie	299
5.2. Thyssens sichtbare Unterstützung der NSDAP bis zur Machtübernahme Hitlers	319
5.3. Die Vereinnahmung Thyssens durch die gleichgeschaltete Presse	334
5.4. Images mit Widersprüchen: »Arbeiterfreund« und »Wirtschaftsführer«	337

5.5. Illusion von Handlungsspielräumen: Thyssen im Dienst des NS-Regimes	342
5.6. Thyssen im Blick der internationalen Presse	356
5.7. Propagandistische Verdichtungspunkte: Thyssens »runde« Geburtstage 1933 und 1938	365
5.8. Ein langer Weg bis zum Bruch mit dem NS-Regime	368
V. KÄMPFE UM DIE DEUTUNGSHOHEIT: THYSSEN IM FOKUS DER INTERNATIONALEN ÖFFENTLICHKEIT (ab 1939)	377
1. Erst geheim, dann öffentlich: die Flucht von Amélie und Fritz Thyssen als mediales Itinerar (1939-1940)	377
1.1. Mediale Mechanismen: die »newspapers of record« (<i>Times/New York Times</i>) und die großen Nachrichtenagenturen	377
1.2. Der endgültige Bruch mit dem NS-Regime: Thyssens Medienstrategie oder getrieben durch Journalisten?	385
1.3. Unter medialer Beobachtung: Gerüchte und Nachrichten über die Aufenthaltsorte des Ehepaars	400
1.4. Medienoffensive: die Publikation der Protestbriefe Fritz Thyssens an die NS-Führung	414
2. <i>I Paid Hitler</i> – die Memoiren: die erneute Verdichtung des Medieninteresses für den Fall Thyssen ab 1941	423
2.1. Die Entstehungsumstände des Buchs und der internationale Medienprofi Emery Reves	423
2.2. Publikation im Alleingang: die Eigenmächtigkeit des Ghostwriters	434
3. Versuchter Imagewandel nach 1945: das Spruchkammerverfahren gegen Fritz Thyssen	445
3.1. Selbstbilder und ihre Grenzen	445
3.2. Distanzierungen: <i>I Paid Hitler</i> und die juristische Wahrheitssuche	450
4. Tod und Öffentlichkeit: die fortwährende Medienpräsenz von Heinrich und Fritz Thyssen	463
4.1. Nachrufe in der Presse und die Begräbniszeremonien auf Schloss Landsberg	463
4.2. Imagepolitik: die Konstruktion von Fritz Thyssens postumem Medienbild (1953-1959)	468
VI. RESÜMEE	477

ANHANG

Stammbaum der Familie Thyssen	488
Danksagung	489
Verzeichnis der Abbildungen	492
Verzeichnis der Abkürzungen	492
Quellen und Literatur	494

REGISTER

Personen	537
Orte	542
Printmedien und Nachrichtenagenturen	544

EDITORIAL

Unternehmens- und Familiengeschichte wurden bislang meist getrennt voneinander untersucht. Die vorliegende Reihe integriert beide Perspektiven, um die ökonomischen, soziokulturellen und emotionalen Verknüpfungen zwischen Unternehmerfamilie und Familienunternehmen sichtbar zu machen.

Aus dem Blickwinkel einer kulturwissenschaftlich inspirierten Familiengeschichte steht das dynamische, sich ständig umknüpfende familiäre Netzwerk der Thyssens im Vordergrund. Hier interessieren die Alltagspraktiken, Lebensformen und Identitäten der kosmopolitisch lebenden und global agierenden Familie. Darunter fallen auch Aspekte wie die Nutzung medialer Techniken bzw. die Selbstinszenierung von Familienmitgliedern in der Öffentlichkeit sowie die Kunstsammlungen der Thyssens als Verknüpfung von ökonomischer Investition, symbolischer Kapitalbildung und Ästhetik.

Aus unternehmensgeschichtlicher Sicht liegt der Schwerpunkt zum einen auf der Unternehmensführung, vor allem den Maximen, Strategien und Praktiken der Lenkung unter Abschätzung der Handlungsspielräume; zum anderen auf dem komplexen Geflecht der Thyssen'schen Familienstiftungen und Treuhandgesellschaften, Holdings und Einzelgesellschaften, das der Unternehmensentwicklung, Vermögenssicherung und -mehrung diente; ferner auf der Nutzung von politischen, rechtlichen und gesellschaftlichen Optionen für den wirtschaftlichen Erfolg. Ein besonderes Augenmerk richtet sich dabei auf die NS-Zeit.

Die in dieser Reihe veröffentlichten Studien sind aus dem Projekt »Die Unternehmerfamilie Thyssen im 20. Jahrhundert« hervorgegangen, das die Fritz Thyssen Stiftung und die Stiftung zur Industriegeschichte Thyssen förderten und ein Forschungsverbund unabhängiger Historikerinnen und Historiker der Universitäten Köln bzw. München und Mannheim bzw. Bonn durchführte. Den familienhistorischen Part verantwortete Margit Szöllösi-Janze, den unternehmensgeschichtlichen Christoph Buchheim und, nach dessen Tod 2009, Günther Schulz, den auf die Fritz Thyssen Stiftung bezogenen Teil Hans Günter Hockerts.

Die Forschungsarbeit ging von gemeinsamen konzeptionellen Überlegungen und Fragestellungen aus, sie fand in kontinuierlicher Kooperation statt, zu der zahlreiche Workshops mit externer Beteiligung sowie zwei große Symposien beitrugen. Die Studien spiegeln sowohl Synergien als auch Unterschiede zwischen Familien- und Unternehmensgeschichte. Jeder Band steht für sich genommen als eigenständiges, abgeschlossenes Werk unter der Verantwortung seiner Autorin / seines Autors.

»Wer in die Öffentlichkeit tritt,
hat keine Nachsicht zu erwarten und keine zu fordern.«

(Marie von Ebner-Eschenbach, Aphorismen)

I. EINLEITUNG

1. THEMATIK UND FRAGESTELLUNG

Keine Einzelheit ist zu belanglos, um nicht die Öffentlichkeit positiv oder negativ zu beeinflussen. Die Persönlichkeit des Unternehmers oder Vorstandsvorsitzenden kann wichtig sein, weil er vor der Öffentlichkeit das ganze Unternehmen verkörpert. Für welche wohltätigen Zwecke er spendet und in welchen gemeinnützigen Organisationen er aktiv ist, kann große Bedeutung bekommen. Wenn er in seiner Branche zu den Großen gehört, erwartet man auch, dass er sich in seiner Stadt politisch engagiert.¹

Diese Zeilen aus dem Jahr 1928 stammen von dem in Wien geborenen US-Amerikaner Edward Bernays (1891-1995), der die psychoanalytischen Forschungsergebnisse seines Onkels Sigmund Freud mit eigenen Ideen verknüpfte und popularisierte. Bernays gilt aufgrund seiner einflussreichen Texte als Begründer der Public Relations (PR), der Anfang des 20. Jahrhunderts entstehenden, professionell betriebenen Öffentlichkeitsarbeit.² In dem Zitat beschreibt er die große Bedeutung der Öffentlichkeit als Bühne für Führungskräfte der Wirtschaft. Wichtig ist demnach die Figur des Unternehmers, der mit seinem Namen für seine Firma steht und diese nach außen verkörpert. Damit gehen öffentliche Erwartungen an den Unternehmer einher, die ihm Handlungsfelder zuweisen, die den gesellschaftlichen Konventionen entsprechen. Darunter fallen besonders die drei folgenden Attribute, die die PR-Vorstellungen der damaligen Zeit spiegeln: Spendenbereitschaft für wohltätige Zwecke, Mitgliedschaft in gemeinnützigen Vereinen und lokalpolitisches Engagement. Die Motive dafür sind, wenn man Bernays' Überlegungen folgen mag, nicht etwa im Altruismus Einzelner zu suchen, sondern im unternehmerischen Gewinnstreben, dem personalisierte PR als zusätzliche Geschäftsmethode dienen sollte.

Diese oder ähnliche Elemente für eine Selbstdarstellung in der Öffentlichkeit finden sich in ungleicher Gewichtung auch bei den Thyssens, die dank der von August senior (1842-1926) aufgebauten Unternehmungen zu den »Großen« der Eisen-/Stahl- und Kohleindustrie in Deutschland zählten, aber auch Gas- und Wasserwerke sowie Anteile an einer Großwerft besaßen und außerdem über Bank-, Handels- und Transportgesellschaften im Ausland verfügten. Es handelte sich also um einen branchenübergreifend diversifizierten Familienkonzern, der schon vor dem Ersten Weltkrieg global ausgerichtet war. Inwiefern Öffentlichkeit für das – private, politische, unternehmerische – Handeln der Brüder Fritz und

¹ Bernays, Propaganda, S. 68.

² Vgl. Miller, Nachwort, in: Bernays, Propaganda, S. 137-158.

Heinrich Thyssen tatsächlich von Belang war, wird die vorliegende Arbeit im Einzelnen zeigen.

Fritz Thyssen (1873-1951) und Heinrich Thyssen(-Bornemisza) (1875-1947) waren die beiden Haupterten des 1926 verstorbenen Konzerngründers August; beide führten ein öffentlich sichtbares Leben und setzten – obgleich in unterschiedlicher Weise – Medien ein, waren aber auch ihrerseits Gegenstand medialen Interesses. Vorauszuschicken ist, dass es eine deutliche Asymmetrie in der Medienpräsenz der beiden Brüder gab, zwischen dem sehr sichtbaren Fritz und dem nahezu unsichtbaren Heinrich. Dies spiegelt sich in der Quellsituation wider und führt deswegen zu einer ungleichen Gewichtung der Textteile, die Heinrich respektive Fritz behandeln. Eine erste Vorstellung von der asymmetrischen Wahrnehmung der Brüder mag eine Fundstelle in einer Akte der Stapoleitstelle Düsseldorf aus dem Jahr 1944 bieten, die Heinrich als »Bruder des bekannten Fritz« bezeichnete und damit als weniger prominent einstuft.³

Die Fragestellung der Studie bewegt sich auf zwei miteinander verknüpften Ebenen: Einerseits geht es darum, wie Fritz und Heinrich ihre »Bürgerleben« in der Öffentlichkeit führten. Dazu werden medial geprägte Erfahrungen, Praktiken, Verhaltensweisen und -veränderungen der beiden Brüder herausdestilliert und interpretiert. In diesem Zusammenhang fragt die Studie auch nach dem bewussten Vermeiden von Öffentlichkeit. Andererseits sollen die Brüder als medial konstruierte Personen in Verschränkung mit einer Analyse der Strukturen und Mechanismen verschiedener zeitgenössischer Öffentlichkeiten herausgearbeitet werden. Der Untersuchungszeitraum reicht von den ersten öffentlich sichtbaren Handlungen Fritz und Heinrich Thyssens zu Beginn des 20. Jahrhunderts bis zu den Begräbniszeremonien im Familienmausoleum auf Schloss Landsberg und der damit verbundenen postumen Imagepolitik im Auftrag der Hinterbliebenen in den 1950er Jahren. Die Herausforderung besteht darin, die Zweigliedrigkeit des Themas – einerseits die Erfahrungs- und Handlungsebene der Thyssen-Brüder in der Öffentlichkeit und andererseits die Zuschreibungsebene mit Fritz und Heinrich als medial konstruierten Figuren – sinnvoll miteinander zu verschränken und aspektreich zu entfalten.

2. FORSCHUNGSSTAND UND SCHLÜSSELBEGRIFFE

Vom methodischen Ansatz her handelt es sich nicht um eine Doppelbiographie der beiden Brüder, sondern um eine kulturwissenschaftlich inspirierte Geschichte zweier prominenter Akteure der Wirtschaftselite in verschiedenen Öffentlichkeiten, die biographische Elemente berücksichtigt und den Zeithorizont einbezieht.

³ Mitteilung Stapoleitstelle Düsseldorf, 23.2.1944, LAV NRW R, RW 0058-3958.

Ziel ist es, die sich kontextabhängig wandelnden medialen Handlungsspielräume von Fritz und Heinrich Thyssen auszuloten. Darüber hinaus werden die infolge medialer Konstruktionen entstandenen gegensätzlichen Images der Brüder herausgearbeitet. Eine klare Trennlinie zwischen der aktiven, mediengestützten Selbstinszenierung und der Inszenierung durch die Massenmedien lässt sich nur selten ziehen. Kaum zu überschätzen ist allerdings die Gestaltungsmacht der Medien. Sie formten die konträren Bilder der beiden Brüder maßgeblich und sicherten ihre Verbreitung.

Mit dem Begriff »Bürgerleben« knüpft die Arbeit an die umfangreiche Bürger-tumsforschung an, für die insbesondere der langjährige Bielefelder Sonderfor-schungsbereich »Sozialgeschichte des neuzeitlichen Bürgertums: Deutschland im internationalen Vergleich« und das große Frankfurter Forschungsprojekt »Stadt und Bürgertum im 19. Jahrhundert« stehen.⁴ Die Thyssens gehörten zweifelsoh-ne dem Wirtschaftsbürgertum an, doch aufgrund ihres außergewöhnlich großen Reichtums und ihrer transnationalen Aktivitäten erscheint es angebracht, ihnen eine gewisse Sonderstellung zuzuschreiben. Im Anschluss an Youssef Cassis lässt sich hier von der »Elite« oder »herrschenden Klasse« sprechen, also von der klei-nen Gruppe, die die wichtigsten Produktionsmittel besitzt und an der Spitze der gesellschaftlichen Hierarchie steht.⁵ Entscheidend für diese Position sind drei Faktoren: wirtschaftliche Macht, Sozialprestige und politischer Einfluss. Dies traf auf die beiden Thyssen-Brüder zeitweise zu, wobei der dritte Faktor bei Heinrich fehlte. Während Fritz früh (wirtschafts-)politische Ambitionen hegte und sie als seine Bürger- bzw. Unternehmerpflicht verstand, orientierte sich Heinrich, wie andere Angehörige des Großbürgertums auch, zunehmend am Lebensstil der Aristokratie, was sich besonders darin äußerte, dass er sich durch seinen Schwie-gervater adoptieren ließ, um den erblichen Adelstitel eines ungarischen Barons zu erhalten. Außerdem widmete er sich mit dem Pferdesport und dem Aufbau einer Kunstsammlung zwei Bereichen, die traditionell dem Adel vorbehalten gewesen waren. Wesentliches Merkmal der durch die Hochindustrialisierung im Deut-schen Kaiserreich entstandenen Wirtschaftselite war ihr großer mobiler und im-mobiler Reichtum, der im Vergleich zu anderen Eliten ihre Dominanz in Politik und Gesellschaft ausmachen konnte.⁶

Aufgrund der Führungsrollen, die Fritz und Heinrich Thyssen als Erben eines Großkonzerns jeweils in den von ihnen kontrollierten Unternehmen ausübten, gehörten beide zudem dem Spektrum der »Chefs« an. Ihre Bürgerleben lassen sich somit dem »Zeitalter der Chefs« zuordnen, das Yves Cohen aus transnatio-naler Perspektive untersucht hat.⁷ Er arbeitete die transversale Zirkulation des

⁴ Vgl. Lundgreen, Sozial- und Kulturgeschichte; Gall, Stadt.

⁵ Vgl. hier und im Folgenden: Cassis, Wirtschaftselite, S. 9-34.

⁶ An der Macht der Wirtschaftselite hat sich bis heute wenig geändert. Vgl. Hartmann, Elitesoziologie, S. 21 f., 162-165.

⁷ Vgl. Cohen, Siècle.

autoritären Führungskonzepts heraus und kam zu dem Ergebnis, dass das Konzept seit Ende des 19. Jahrhunderts vom Militär in die Politik und von dort in die Industrie einsickerte. So gesehen waren die Erwartungen an die »Chefs« der Wirtschaft besonders hoch, da der strenge Führungsstil in diesem Bereich noch recht neu war. Die zwei Bürgerleben in der vorliegenden Arbeit umfassen neben dem Chefaspekt auf der unternehmerischen Seite alle weiteren Aktivitäten von Fritz Thyssen und Heinrich Thyssen-Bornemisza, so sie einen signifikanten Öffentlichkeitsbezug aufweisen. Die Bürgerleben werden dabei jeweils differenziert betrachtet und untersucht, denn trotz der fast gleichen Startbedingungen nahmen beide Brüder ihre Führungsrollen in unterschiedlicher Weise wahr, was die Herausbildung von diametral entgegengesetzten Images entscheidend beeinflusste.

Indem die vorliegende Studie die vielschichtige öffentliche Dimension von zwei Bürgerleben aus der Wirtschaftselite in den Mittelpunkt der Untersuchung rückt, wirft sie auch neue Perspektiven auf die angesprochenen Forschungsfelder und kann diese erweitern. Auf diese Weise will sie einen innovativen Beitrag zur Geschichte einer einflussreichen Unternehmerfamilie⁸ im 20. Jahrhundert leisten. Hinzu kommen mediengeschichtlich relevante Einsichten über bislang kaum erforschte mediale Mechanismen, z. B. die Bedeutung der Presse- und Bildagenturen für die Verbreitung von Nachrichten und damit für die Imagebildung im Fall Fritz Thyssens. Die Pionierarbeiten zum Zusammenhang von Öffentlichkeit, Medien und Politik um die vorletzte Jahrhundertwende richteten sich hauptsächlich auf die mediale Wahrnehmung von Kaiser Wilhelm II. und die damit verbundenen Medienskandale.⁹ Besonders hervorzuheben sind hier Frank Böschs Vergleichsstudie über »Öffentliche Geheimnisse« in Deutschland und Großbritannien von 1880 bis 1914 sowie Martin Kohlrauschs Arbeit über den »Monarch im Skandal«.¹⁰ Dominik Geppert verfolgte in seiner Habilitationsschrift »Pressekriege« keine personenorientierte Perspektive, sondern fragte auf institutioneller Ebene nach den Auswirkungen von Öffentlichkeit in den deutsch-britischen Beziehungen zwischen 1896 und 1912.¹¹

Die konsequente Berücksichtigung der Kategorie Öffentlichkeit ermöglicht nicht zuletzt neue aufschlussreiche Perspektiven auf zwei wichtige Thyssens, zumal sich die Forschungsliteratur zur Geschichte dieser Familie bisher meist auf die Unternehmen und/oder den Unternehmensgründer August senior konzentrierte.¹² An dessen erstgeborenem Sohn Fritz interessierte die überwiegende Zahl

⁸ In einer Phase des Wandels hin zu Unternehmen mit angestellten Managern sind die Thyssens noch den Eigentümer-Unternehmern zuzurechnen. Vgl. allgemein zum Unternehmerbegriff: Jaeger, Unternehmer.

⁹ Vgl. Rebentisch, Wilhelm II.; Reiner mann, Wilhelm II.

¹⁰ Vgl. Bösch, Öffentliche Geheimnisse; Kohlrausch, Monarch.

¹¹ Vgl. Geppert, Pressekriege.

¹² Hier sticht Jeffrey R. Fears Studie über die vermeintlich rückständigen Managementpraktiken im Thyssen-Konzern bzw. in den Vereinigten Stahlwerken von 1871 bis 1934 hervor: Fear, Control. Den Fokus auf die Entwicklung des Familienunternehmens Thyssen & Co. in Mülheim legt Wessel,

der Forscher besonders der Grad seiner Verstrickung in den Nationalsozialismus.¹³ Längst fand Fritz Thyssen auch Eingang in das biographische Handbuchwissen über die NS-Zeit.¹⁴ Hans Otto Eglau legte eine Biographie vor, die ihren Fokus ebenfalls auf die NS-Zeit richtet.¹⁵ Die jüngste Bilanz zu Fritz' Rolle im Nationalsozialismus zog der evangelische Theologe Günter Brakelmann, der sich zumindest teilweise der Rehabilitierung des überzeugten Katholiken widmete.¹⁶ Auch wenn diese Arbeiten einzelne öffentlichkeitswirksame Aspekte, wie etwa die Publikation von Fritz Thyssens sogenannten Memoiren *I Paid Hitler*, aufgriffen, nahmen sie doch keine systematische Analyse der Bedeutung von Öffentlichkeit und Medien vor. Dies gilt auch für das Buch des britischen Journalisten und Publizisten David R. L. Litchfield über die Thyssens.¹⁷

Zu Heinrich Thyssen(-Bornemisza) gab es bislang nur einen kurzen Eintrag im Historischen Lexikon der Schweiz sowie eine wissenschaftliche Edition des Briefwechsels mit seinem Vater zwischen 1919 und 1926, der ihr Herausgeber Manfred Rasch eine biographische Studie voranstellte.¹⁸ Ansonsten finden sich in den Katalogen und Studien zu der Kunstsammlung, die Heinrich Thyssen-Bornemisza begründete und sein Sohn Hans Heinrich weiterführte, jeweils kurze Würdigungen der Sammler, die jedoch geschichtswissenschaftlichen Fragestellungen nicht genügen.¹⁹ Diese und andere Lücken bzw. Desiderate wollen die Studien des breit angelegten, unabhängigen Forschungsverbands »Die Unternehmerfamilie Thyssen im 20. Jahrhundert«²⁰ schließen, in dessen Rahmen auch die vorliegende Arbeit

Thyssen & Co. Zur Geschichte der Vereinigten Stahlwerke und Fritz Thyssens Rolle darin vgl. Reckendrees, Stahltrust-Projekt; Donges, Vereinigte Stahlwerke. Eine Biographie zu August Thyssen liegt aus sozialhistorischer Perspektive vor von Leszczynski, August Thyssen.

¹³ Vgl. Baumann, Fritz Thyssen; Buchstab, Fritz Thyssen. Gustav Luntowski untersuchte mit Blick auf die Verbindung zu Hitler die Ruhrlade, einen Interessenverband wichtiger Ruhrindustrieller, dem auch Fritz Thyssen angehörte. Siehe Luntowski, Hitler und die Herren an der Ruhr. Für die Rolle der Großindustriellen beim Aufstieg Hitlers bleibt weiterhin das Werk von Henry Ashby Turner Jr. grundlegend. Turner kommt in seiner detaillierten Studie zu dem Schluss, dass die finanzielle Unterstützung Hitlers durch die Großunternehmer vor 1933 geringer ausgefallen war als lange angenommen. Siehe Turner, Großunternehmer. Vgl. zum aktuellen Stand der Forschungsdiskussion zu Unternehmen und Unternehmern im NS den Tagungsband von Frei/Schanetzky, Unternehmen.

¹⁴ Vgl. Weiß, Lexikon, S. 460 f.

¹⁵ Eglau, Fritz Thyssen.

¹⁶ Brakelmann, Mitschuld.

¹⁷ Litchfield, Thyssen-Dynastie. Das Buch attestiert der Familie fast durchweg moralisch fragwürdiges Verhalten und behandelt hauptsächlich Hans Heinrich »Heini« Thyssen-Bornemisza (1921-2002), den jüngsten Sohn von Heinrich Thyssen-Bornemisza.

¹⁸ Rasch, August Thyssen und Heinrich Thyssen-Bornemisza; Boissonnas, Thyssen. Vgl. auch den biographischen Abriss auf der Homepage des ThyssenKrupp-Konzerns: Heinrich Thyssen-Bornemisza (31. Oktober 1875-26. Juni 1947), 30.9.2013, http://www.thyssenkrupp.com/de/konzern/geschichte_grfam_t3.html (acc. 10.01.2016).

¹⁹ Vgl. z. B. Reitz, Sammlung Thyssen-Bornemisza.

²⁰ Siehe das Editorial zur vorliegenden Studie. Die in Fußnote 12 genannte Dissertation von Alexander Donges mit dem Titel *Die Vereinigte Stahlwerke AG im Nationalsozialismus* gehört zum unternehmensgeschichtlichen Part des Verbundprojekts.

entstand. Aus dem familiengeschichtlichen Part seien hier die Habilitationsschrift von Simone Derix über den Zusammenhang von Familie und Vermögen von den 1880er bis in die 1960er Jahre²¹ sowie die Dissertation von Johannes Gramlich über die Thyssens als Kunstsammler²² genannt. So zeigt Simone Derix detailliert, dass das große Vermögen der Thyssens nicht nur die Voraussetzung für die extravagante Lebensweise und die transnationale Mobilität Heinrich Thyssen-Bornemiszas und weiterer Familienmitglieder bildete, sondern auch den Mittelpunkt erbitterter innerfamiliärer Konflikte. Sie deckt zudem die Strategien von Fritz und Heinrich auf, ihr Vermögen international möglichst unsichtbar anzulegen. Johannes Gramlich vertieft den Aspekt der Geldanlage anhand der Kunstsammlungen, die sich im Lauf der Zeit mehrere Familienmitglieder, darunter auch Fritz, zulegten. Er arbeitet heraus, dass die Kunstsammlungen nicht allein ästhetische Bedürfnisse befriedigten, sondern neben der Investition und der Minderung von Steuerforderungen auch der Repräsentation und sozialen Distinktion sowie der familialen Dynastiebildung dienten.

Öffentlichkeit(en)

Die vorliegende Arbeit knüpft an die wissenschaftliche Auseinandersetzung mit Öffentlichkeitskonzepten an, die in der Mediengeschichte seit Jahren Konjunktur hat. So schlagen Karl Christian Führer, Knut Hickethier und Axel Schildt in einem programmatischen Text vor, »den Begriff der ›Öffentlichkeit‹ als zentralen Bezugspunkt der Medien- und Kommunikationsgeschichte zu verstehen, um die Komplexität der Entwicklung der Massenmedien angemessen zu erfassen und ihren Beitrag zur Konstituierung und Veränderung der modernen Gesellschaft deutlich zu machen«. ²³ Öffentlichkeit wird im Folgenden als ein Raum begriffen, in dem die Thyssens sichtbar und aktiv waren; sie ist somit abgrenzbar vom Privaten bzw. Geheimen. Lucian Hölscher stellte in seiner begriffsgeschichtlichen Studie die ›Öffentlichkeit‹ je nach Epoche dem ›Geheimnis‹ bzw. der ›Privatheit‹ gegenüber. So konnte er zeigen, dass ungefähr seit Ende des 18. Jahrhunderts Öffentlichkeit und Privatheit eine grundsätzliche Struktur der rechtlichen Verfassung bildeten und das Geheimnis in die Privatsphäre verdrängt wurde. Zudem verwies er auf die semantische Nähe des Öffentlichkeitsbegriffs zum Terminus des Publikums. ²⁴ Der von Jürgen Habermas Anfang der 1960er Jahre im Rahmen seines idealtypischen Modells der bürgerlichen Gesellschaft entwickelte normative Öffentlichkeitsbegriff, demzufolge rasonierende Bürger über werbefreie Me-

²¹ Derix, Thyssens.

²² Gramlich, Kunstsammler.

²³ Vgl. Führer/Hickethier/Schildt, Öffentlichkeit, S. 1.

²⁴ Vgl. Hölscher, Öffentlichkeit und Geheimnis; zur weiteren Geschichte des Begriffs auch ders., Art. Öffentlichkeit.

dien eine deliberative Demokratie begründen und sichern sollten,²⁵ ist hingegen für den Zugriff der vorliegenden Arbeit nur bedingt geeignet. Hinzu kommt, dass der von Habermas diskutierte »Strukturwandel der Öffentlichkeit« aus Sicht der Geschichtswissenschaft in dieser Form unhaltbar ist.²⁶ Die angeblich vorbildliche frühbürgerliche Öffentlichkeit des 17. und 18. Jahrhunderts, die durch eine spezielle Salonkultur möglich geworden sei, gilt als Idealisierung ohne tragfähige Quellenbasis.

Im Anschluss an Führer, Hickethier und Schildt liegt dieser Arbeit ein plurales Konzept von Öffentlichkeiten zu Grunde, da die Vorstellung einer universellen Öffentlichkeit mangels empirischer Belastbarkeit nicht sinnvoll erscheint.²⁷ Öffentlichkeit wird vielmehr immer durch bestimmte Medien hergestellt: Je ausgehnter deren Reichweite ist, umso größer die Öffentlichkeit. Handelt es sich etwa um die Presse, das zentrale Massenmedium im Untersuchungszeitraum, ergeben sich je nach Erscheinungsort, Auflage und Verbreitung der Zeitungen und Zeitschriften lokale, regionale, nationale oder internationale Öffentlichkeiten. Von diesen massenmedial hergestellten, abstrakten Öffentlichkeiten zu unterscheiden sind unterschiedlich konstituierte Teilöffentlichkeiten mit einem jeweils spezifischen Publikum und je eigenen Strukturen und Kommunikationsformen, in deren komplexen Sozialbeziehungen die Thyssen-Brüder agierten.

Hier wird auf Überlegungen von Habermas aus seinem Werk *Faktizität und Geltung* zurückgegriffen, in dem er seine früheren Thesen aus dem *Strukturwandel der Öffentlichkeit* teilweise revidierte.²⁸ Seinem weiterentwickelten Ansatz nach konstituieren sich »partielle Öffentlichkeiten« mit Hilfe von »Ausschlussmechanismen«.²⁹ Öffentlichkeit stelle ein »komplexes Netzwerk dar, das sich räumlich in eine Vielzahl von überlappenden internationalen, nationalen, regionalen, kommunalen, subkulturellen Arenen verzweigt«. Dazu kämen eine sachliche Gliederung nach funktionalen Gesichtspunkten, Themenschwerpunkten und Politikbereichen sowie eine Differenzierung nach Kommunikationsdichte, Organisationskomplexität und Reichweite. So unterscheidet er zwischen einer »episodischen Kneipen- und Straßenöffentlichkeit« und einer »veranstalteten Präsenzöffentlichkeit (z. B. eine Theateraufführung oder Parteiversammlung)«.

Zu den in der vorliegenden Arbeit untersuchten funktionalen Teilöffentlichkeiten zählen beispielsweise so elitäre wie die Kunstsammler- und Pferdesportszene im Fall Heinrich Thyssen-Bornemiszas. Diese waren in erster Linie nicht medial

²⁵ Vgl. Habermas, *Strukturwandel*.

²⁶ Vgl. hier und im Folgenden: Gestrich, Habermas' Konzept.

²⁷ Vgl. Führer/Hickethier/Schildt, *Öffentlichkeit*, S. 6, 11-12.

²⁸ Vgl. dazu auch das ausführliche Vorwort zur Neuaufl. von 1990: Habermas, *Strukturwandel*, S. 11-50.

²⁹ Vgl. hier und im Folgenden: Habermas, *Faktizität*, S. 451-453. Die von den Massenmedien hergestellte »breite« Öffentlichkeit von vereinzelt und potenziell global verstreuten Lesern, Zuhörern und Zuschauern nennt er »abstrakt«.

verfasst, sondern bildeten sich im Wesentlichen als veranstaltete Präsenzöffentlichkeiten, bei denen die beiden Brüder mit anderen Mitgliedern exklusiver Kreise verkehrten und kommunizierten. Die verschiedenen Öffentlichkeiten waren indes nicht hermetisch voneinander getrennt. Zwischen ihnen kam es zu Überschneidungen und gegenseitigem Austausch, vornehmlich an markanten Punkten und zu besonderen Anlässen, die mitunter zu Medienereignissen mit hoher Strahlkraft wurden.³⁰ In der Teilöffentlichkeit des Pferdesports beispielsweise, die u. a. durch Veranstaltungen (Pferderennen), Broschüren, Sportzeitungen und Vereinigungen wie den Union-Klub hergestellt wurde, verkehrte Heinrich Thyssen-Bornemisza vornehmlich mit Aristokraten. Charakteristisch für diese Kreise war das Understatement der Pferdebesitzer zu Gunsten der Jockeys und der Tiere, die mit Abstand die meiste mediale Aufmerksamkeit auf sich zogen. Für Fritz Thyssen war neben der nationalen und internationalen besonders eine katholische Öffentlichkeit relevant, in der sowohl sein Einsatz für die Kirche an Rhein und Ruhr als auch seine Verbindungen zu den Theoretikern des Ständestaats zu verorten sind. Sein lokales und regionales Engagement war, wie gezeigt wird, Teil eines viel größeren katholischen Wirkungsfeldes.³¹ Eine Schlüsselstellung kam dabei der Benediktinerabtei Maria Laach zu, da dort Anfang der 1930er Jahre die öffentlichkeitswirksamen Sondertagungen des katholischen Akademikerverbands stattfanden, auf denen Fritz Thyssen mit Vertretern der Ständestaatstheorie zusammentraf.

Das Geschehen in solchen Teilöffentlichkeiten fand durchaus in Medien mit begrenzter Reichweite Niederschlag und konnte mit einer gewissen Zeitverzögerung später auch massenmedial relevant werden. Umgekehrt ist zu berücksichtigen, wann und wie die beiden Brüder versuchten, medial möglichst unsichtbar zu bleiben oder aber die Medien aktiv in ihrem Interesse einzusetzen. Die medialen Verhaltensweisen beider Thyssens variierten im Laufe der Zeit und abhängig vom jeweiligen Kontext erheblich. Sie bewegten sich zwischen den beiden Polen aktiven Eingreifens im Sinne einer gezielten Medienpolitik einerseits und passiven Stillhaltens bzw. Abwartens andererseits. Aus diesem Verhaltensspektrum lassen sich verschiedene Strategien und Taktiken der Brüder in der Öffentlichkeit herausfiltern. Wichtig ist es zudem, Art und Reichweite medialen Handelns der Thyssens im zeitlichen Wandel zu bestimmen. Dieses konnte regional begrenzt bleiben, wie etwa Fritz Thyssens lokalpolitischer Einsatz in Mülheim an der Ruhr und Duisburg, der sich nur in den dortigen Zeitungen niederschlug, oder national bzw. international wirksam sein wie sein Verhalten im sogenannten »Ruhrkampf« 1923, das weltweit in der Presse Beachtung fand.

³⁰ Ausführlich zu Medienereignissen in historischer Perspektive siehe Bösch, Ereignisse; Bösch, Medienereignisse; Lenger/Nünning, Medienereignisse.

³¹ Die katholische Öffentlichkeit reichte vom Vatikan über den Austrofaschismus der 1930er Jahre in Österreich bis nach Portugal, wo der Estado Novo von António de Oliveira Salazar katholischstädtliche Strukturen aufwies. Vgl. Besier, Ordnung.

Die Unterscheidung in regionale, nationale und internationale Öffentlichkeiten trägt überdies einer zentralen These des Gesamtprojekts zur Unternehmerfamilie Thyssen im 20. Jahrhundert Rechnung, wonach die Familie transnational agierte.³² Ausgehend vom Ruhrgebiet, wo die Stammwerke der Thyssen'schen Unternehmungen lagen, spannte sich ein grenzübergreifendes, fast globales Netzwerk an diversen Firmen und Beteiligungen mit Schwerpunkten in Europa, Nord- und Südamerika. Die regionale bzw. nationale Verortung der Brüder Fritz und Heinrich war jedoch jeweils ganz anders ausgeprägt, und auch ihre mediale Selbstinszenierung unterschied sich markant. Daran zeigt sich, dass es einen erheblichen Unterschied in den Grundauffassungen der Brüder gab. Fritz Thyssen empfand anders als Heinrich Thyssen-Bornemisza eine Art gesamtgesellschaftlicher Verantwortung für das Deutsche Reich, die sowohl ideen- als auch interessengeleitet war, woraus Impulse für öffentliches Engagement entstanden, was man bei Heinrich so nicht findet.

Indem die vorliegende Arbeit ihr Augenmerk auf die oben festgestellten Öffentlichkeiten legt, in denen die Thyssens präsent waren und agierten, kann sie zeigen, dass die Transnationalität der Familie nicht bei allen Mitgliedern gleichermaßen gegeben war, sondern erhebliche Binnendifferenzen aufweisen konnte. Fritz war etwa in der wirtschaftspolitischen Öffentlichkeit auf andere Weise transnational aktiv als sein Bruder in den Pferdesport- und Kunstsammlerkreisen.

Medien und Medienpräsenz

Der Untersuchungszeitraum der Studie ist nicht nur aufgrund der Lebensdaten von Fritz Thyssen (1873-1951) und Heinrich Thyssen(-Bornemisza) (1875-1947) sinnvoll gewählt, sondern auch aus mediengeschichtlichen Überlegungen. So erscheint die Jahrhundertwende 1900 als wichtige Zäsur kulturellen Wandels, der vor allem an der Entwicklung der Kommunikationsmedien festgemacht werden kann, die mit dominanten Funktionen wie Unterhaltung, Visualisierung, Information und Werbung den Anfang des neuen Jahrhunderts maßgeblich prägten. Kultur habe sich damals, wie Werner Faulstich schreibt, in bislang nicht gekanntem Ausmaß zur Medienkultur transformiert.³³ Damit einher ging eine zunehmende Medialisierung der Politik und ihrer Akteure, die sich in einer über die Massenpresse breit zugänglichen politischen Öffentlichkeit manifestierte.³⁴ Hanno Knoch und Daniel Morat bezeichnen die Phase von 1880 bis 1960 als »massenmediale Sattelzeit«, weil sich die einzelnen Massenmedien – zu den Printmedien kamen in den 1920er Jahren Radio und Tonfilm sowie um 1960 schließlich das Fernsehen – nicht allein technisch durchsetzten, sondern ihre zunehmende

³² Ausführlich dazu siehe Derix, *Transnationale Familien* sowie Derix, *Thyssens*.

³³ Vgl. Faulstich, *Einführung*.

³⁴ Vgl. Classen/Arnold, *Politisierung*.

Omnipräsenz auch aus der Gesellschaft heraus kommentiert und hinterfragt wurde.³⁵ Diese kritische Selbstthematization als Medien- und Kommunikationsgesellschaft war eine entscheidende Voraussetzung für den Umgang einzelner Akteure mit medialer Öffentlichkeit, da sich die Menschen mehr als früher bewusst machten, dass Medien gesellschaftliche Prozesse nicht einfach abbilden, sondern sie ihrerseits interpretieren, prägen und konstruieren.³⁶ Vor diesem Hintergrund kann man auch bei Fritz und Heinrich Thyssen ein mediales Bewusstsein annehmen, das diese durchaus strategisch nutzten.

Barbara Stollberg-Rilinger konstatiert grundsätzlich eine »Unhintergebarkeit medialer Konstruktionen«³⁷, eine Erkenntnis, die für das Medienverständnis der vorliegenden Arbeit zentral ist, da es bei aller Offenlegung der Konstruktionsprinzipien doch methodisch unmöglich ist, hinter die medial vermittelte historische Realität zu blicken. Der Untersuchungshorizont bleibt daher auf die diskursive Ebene bzw. die Ebene der sinnstiftenden Praktiken beschränkt, wo die beiden Thyssen-Brüder als medial konstruierende und konstruierte Personen untersucht werden können. Zu analysieren sind dann neben den Inhalten in den Massenmedien auch die Bedingungen und Funktionsweisen unterschiedlich strukturierter Öffentlichkeiten verschiedener Reichweite, die für die Thyssens relevant waren. Mit Führer, Hickethier und Schildt lässt sich »etwas ›öffentlich‹ machen« überzeugend mit »Themen, Inhalte, Botschaften in einen Raum der gesellschaftlichen Kommunikation einbringen« übersetzen.³⁸ Da die gesellschaftliche Kommunikation über Medien abläuft, tragen diese wesentlich zur Konstitution von Öffentlichkeit(en) bei. Somit kann auch das bewusste Hineingehen, aber auch das Hineingezogenwerden der Thyssens in diverse Öffentlichkeiten über die jeweils relevanten Medien analytisch erfasst werden.

Wie bereits angedeutet, werden unter Medien in der vorliegenden Studie hauptsächlich die Massenmedien des Untersuchungszeitraums verstanden (v. a. Zeitungen, Zeitschriften, Flugblätter, Plakate, Bücher, Lexika, Jahrbücher, Personalenzyklopädien und Zigarettenbildchen)³⁹, da ihnen die größte Bedeutung im Verhältnis der beiden Brüder zu den verschiedenen Öffentlichkeiten zukam. Darüber hinaus sind aber auch der Körper, die Kleidung sowie Privat- und Geschäftsbauwerke insofern Medien, als sie bestimmte öffentlich sichtbare Repräsentations- und Umgangsformen der Thyssens dokumentieren, die sinnstiftend und bedeutungstragend waren sowie von Fritz respektive Heinrich medial eingesetzt wurden. Damit legt diese Arbeit einen weiter gefassten Medienbegriff an, der über die technischen Mittel hinausgeht, »die zur Verbreitung von Aussagen an ein

³⁵ Vgl. Knoch/Morat, Medienwandel.

³⁶ Vgl. Requate, Medien. Bösch argumentiert ähnlich, wenn er Medien nicht als Spiegel der Gesellschaft, sondern als »Teil sozialer Wirklichkeiten« auffasst. Vgl. Bösch, Mediengeschichte, S. 7.

³⁷ Vgl. Stollberg-Rilinger, Kulturgeschichte, Zitat S. 13.

³⁸ Vgl. Führer/Hickethier/Schildt, Öffentlichkeit, S. 13.

³⁹ Photos und Karikaturen, die auch zu den untersuchten Medien gehören, stellen einen Sonderfall dar, da sie auf Zeitungen, Postkarten usw. als »Träger« angewiesen sind.

potentiell unbegrenztes Publikum geeignet sind (also Presse, Hörfunk, Film, Fernsehen)«. ⁴⁰ So kommt ein geschichtswissenschaftlicher Medienbegriff zur Anwendung, der einem pragmatischen Ansatz folgt und offener als die enge Definition in den Publizistik- und Kommunikationswissenschaften ist, aber gleichzeitig klarer begrenzt als das sehr weite Verständnis in den Medienwissenschaften. ⁴¹

Dem zweifellos großen Einfluss der Massenmedien auf die öffentliche Meinung und damit auf die Gesellschaft insgesamt trägt der Begriff der »vierten Gewalt« Rechnung, den einige Forscher in Anlehnung an Montesquieus Gewaltenteilung in Exekutive, Judikative und Legislative verwenden. ⁴² Noam Chomsky und Edward S. Herman gehen mit ihrem sogenannten Propaganda-Modell noch deutlich weiter. Demnach ist die von Wirtschaftslobbyisten gesteuerte Macht der Medien in den Vereinigten Staaten so groß, dass sie die Rezipienten manipulieren und die Gesellschaft beherrschen. ⁴³ Zumindest partiell lässt sich dieses Modell auf die vorliegende Studie übertragen. Im Fall der Thyssens war die Situation der Massenmedien kompliziert und uneinheitlich, was einerseits mit den gravierenden politischen Umbrüchen im Untersuchungszeitraum zusammenhing, andererseits den allgemeinen Differenzen hinsichtlich Pressefreiheit bzw. Presselenkung zwischen den verschiedenen Ländern geschuldet war, in denen Fritz und Heinrich Thyssen agierten bzw. in denen sie medial wahrgenommen wurden. So gab es etwa in der Weimarer Republik trotz der in der Verfassung verankerten Meinungs- und Pressefreiheit häufig Eingriffe der Regierung über »Notverordnungen« und außerdem einen teilweise sehr großen Einfluss der Wirtschaftslobby auf bestimmte Zeitungen. ⁴⁴ Zum Beispiel kontrollierten bekannte Ruhrindustrielle um Haniel und Reusch – jedoch ohne die Thyssens – die *Münchener Neuesten Nachrichten*, Anfang der 1930er Jahre immerhin die auflagenstärkste Zeitung im süddeutschen Raum. ⁴⁵ Sowohl Fritz Thyssen als auch Heinrich Thyssen-Bornemisza lag solch eine direkte und kostspielige Form der Einflussnahme offenbar fern.

In der NS-Zeit hingegen war durch die »Gleichschaltungsmaßnahmen« eine staatlich gesteuerte Pressezensur allgegenwärtig, die sich mehr und mehr auch zu einer freiwilligen Selbstkontrolle vieler Zeitungsredaktionen und Journalisten im Sinne der Staatsideologie ausweitete. ⁴⁶ Wie gezeigt werden wird, profitierte Fritz Thyssen in den Anfangsjahren der Hitler-Diktatur als medialer Akteur erheblich von der Abschaffung der Pressefreiheit zu Gunsten seines Images als einflussrei-

⁴⁰ Wilke, Grundzüge, S. 1.

⁴¹ Vgl. Bösch/Vowinkel, Mediengeschichte.

⁴² Zur Diskussion darüber vgl. Graevenitz, Vierte Gewalt; aus historiographischer Perspektive siehe Requate, Massenmarkt.

⁴³ Vgl. Herman/Chomsky, Consent; Chomsky, Media Control. Die Autoren beziehen sich empirisch vor allem auf die Situation in den USA seit dem Zweiten Weltkrieg.

⁴⁴ Vgl. Tonnemacher, Kommunikationspolitik, S. 26-29; zur politischen Rolle der Tagespresse in der Weimarer Zeit siehe Fulda, Press.

⁴⁵ Vgl. Langer, Paul Reusch.

⁴⁶ Vgl. Schneider, German Press; Frei/Schmitz, Journalismus.

cher »Wirtschaftsführer«. Zusätzlich zum politischen Umfeld sind die oft undurchsichtigen Entstehungsbedingungen von bestimmten Nachrichten bis hin zum Aufkommen von Gerüchten und die ambivalente Stellung der Medien zu berücksichtigen. Am besten lassen sich Massenmedien in ihrem Wirkungskontext daher mit Patrick Charaudeau als »manipulateur manipulé« beschreiben, da sie wissentlich oder unwissentlich immer auf die eine oder andere Weise politischen, wirtschaftlichen oder anderen Einflüssen unterworfen sind.⁴⁷ Hier waren vor allem zwei Personengruppen mit Manipulationen konfrontiert: erstens die Menschen, die wie Fritz und Heinrich Thyssen ins Visier der Presse gerieten, und zweitens die professionellen Akteure, die die Artikel verfassten und die Zeitungen gestalteten.

Journalisten sind vonnöten, um Massenmedien wirksam und gezielt für die eigene Medienpräsenz nutzen zu können, was zum Beispiel bei den Interviews, die Fritz Thyssen wiederholt gab, eine zentrale Rolle spielte. Sie fungieren gewissermaßen als Gatekeeper, indem sie den Zugang zu Zeitungen und Zeitschriften und damit zum breiten Publikum regeln. Pierre Bourdieu spricht in diesem Zusammenhang treffend vom »faktischen Monopol über die Instrumente zur Herstellung und Verbreitung von Informationen auf nationaler Ebene«, welches Journalisten innehätten, da »sie die Verfügungsgewalt über die Mittel haben, sich öffentlich zu äußern, öffentlich zu existieren, gekannt zu werden, zu öffentlicher Bekanntheit zu gelangen«.⁴⁸ Früher oder später machten beide Brüder die Erfahrung, dass Pressevertreter und die damit einhergehende massenmediale Öffentlichkeit sehr unberechenbar sein konnten, womit Gefahren für ihr jeweiliges Image verbunden waren. Während etwa Heinrich in jungen Jahren den Vorwürfen eines englischen Publizisten, mit dem er nie zusammengearbeitet hatte, wegen eines angeblich gebrochenen Eheversprechens ausgesetzt war, konnte Fritz Thyssen nicht verhindern, dass sein Presseagent und Ghostwriter Emery Reves während des Zweiten Weltkriegs eigenmächtig seine Memoiren unter dem Titel *I Paid Hitler* publizierte. Obwohl Fritz Thyssen sich nach 1945 vehement von dem Werk distanzierte, blieb es bis heute medial eng mit ihm verbunden. Die journalistische Praxis ist daher auch die entscheidende Voraussetzung für die Generierung medialer Aufmerksamkeit für Prominente, zu denen die Thyssen-Brüder als exponierte Mitglieder einer bekannten und sehr vermögenden Unternehmerfamilie zu rechnen sind, wobei Fritz insgesamt viel sichtbarer war als Heinrich.

Die Publicity bestimmter Personengruppen aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Sport war ein wesentliches Merkmal der »massenmedialen Sattelzeit«. Für Georg

⁴⁷ Vgl. Charaudeau, Médias. Der Autor bezieht sich dabei auf die Situation in demokratisch verfassten kapitalistischen Gesellschaften.

⁴⁸ Vgl. Bourdieu, Fernsehen, S. 65 f. Welche mitunter entscheidende Rolle die Journalisten seit Entstehung ihres Berufsstandes im 19. Jahrhundert im öffentlichen Leben einnahmen, zeigt Requate in seiner Studie, in der er die deutsche Entwicklung mit der in anderen Ländern vergleicht. Vgl. Requate, Journalismus.

Franck sind Prominente die »klassischen Kapitalisten in der Ökonomie der Aufmerksamkeit«, die im öffentlichen Bewusstsein als Großverdiener bekannt sind. Warum genau sie bekannt geworden sind, ist für ihn zweitrangig.⁴⁹ Franck zufolge bedingt ihr öffentlicher Status, dass sie »Bezieher massenhaft gespendeter Aufmerksamkeit« sind. Er betrachtet in seinem ökonomischen Modell medial-öffentliche Aufmerksamkeit als Währung in unserer Gesellschaft, vergleichbar dem Geld. Demnach handelt es sich um eine knappe, von vielen begehrte und umkämpfte Ressource. Aus der Perspektive der vorliegenden Arbeit liegt ein Nachteil im Theoriedesign einer solchen Aufmerksamkeitsökonomie in der Fixierung auf ein vom Fernsehen geprägtes Medienensemble, das Personen in einer bis dahin ungekannten Intensität zeigen kann.⁵⁰ Bewegte Bilder fehlen aber von Heinrich Thyssen völlig, von Fritz Thyssen liegen sie nur sehr vereinzelt vor. Daher entfiel für beide Brüder die Möglichkeit, eine besonders unmittelbar wirkende Medienpräsenz und Bekanntheit zu entwickeln, wie dies über Fernsehformate geschehen kann. Vom Prinzip her lässt sich das Konzept dennoch auf die vorliegende Arbeit übertragen, da sich die Wellen des Medieninteresses für Fritz respektive Heinrich Thyssen so besser erklären lassen. Dabei ist zu beachten, dass die Entstehung medialer Aufmerksamkeit für sie im Vergleich zu den »Stars« bei Franck in einer abgeschwächten Form in Printmedien zu finden und analysieren ist.

Hickethier und Schildt plädieren anders als Franck überzeugend dafür, Aufmerksamkeit weniger als unveränderliche anthropologische Konstante zu sehen, der die Menschen niemals widerstehen könnten, sondern als kulturell geformtes Phänomen im historischen Wandel.⁵¹ In diesem Sinn versteht die Untersuchung Aufmerksamkeit für Fritz und Heinrich Thyssen in Abhängigkeit von medialen Öffentlichkeiten und ihren spezifischen Bedingungen. Festhalten lässt sich ferner, dass für die Generierung öffentlicher Aufmerksamkeit in den Massenmedien des 20. Jahrhunderts die Personalisierung (der Politiker, »Stars« usw.) einerseits und eine Vertrautheit der Konsumenten bzw. Rezipienten im Umgang mit den verschiedenen Medien andererseits entscheidend waren.⁵²

Daran schließen Fragen zur Imagebildung an, die ohne mediale Aufmerksamkeit undenkbar ist. Den Thyssens war es als bekannten Wirtschaftsbürgern wichtig, einen guten Ruf zu haben. Daher versuchten sie, eine ihrem Image schädliche Berichterstattung möglichst zu vermeiden bzw. zu korrigieren, was aber meist misslang. Image wird hier als ein Kommunikationscode der Massenmedien verstanden und umfasst das fest umrissene Vorstellungsbild einer Person und speziell ihr Ansehen in der Öffentlichkeit im positiven wie negativen Sinn.⁵³ Entscheidend sind dabei Zuschreibungen tatsächlicher oder vermuteter Charakteristika.

⁴⁹ Vgl. hier und im Folgenden: Franck, *Ökonomie*, S. 115-120.

⁵⁰ Vgl. zu den Nachteilen des Ansatzes auch Schildt, *Ökonomie*.

⁵¹ Vgl. Hickethier, *Medien*; Schildt, *Ökonomie*, S. 83-85.

⁵² Vgl. Schildt, *Ökonomie*, S. 88-92.

⁵³ Vgl. hier und im Folgenden: Kautt, *Image*, S. 9-31.

Dabei zeigt sich eine gewisse Nähe zum Stereotyp, weil beide soziale Konstrukte sind, die Komplexität reduzieren. Sie erleichtern die Orientierung in einer ausdifferenzierten Öffentlichkeit und kommen somit den Kommunikationsbedürfnissen der Mediengesellschaft entgegen.⁵⁴ Ein Unterschied zwischen Stereotyp und Image besteht darin, dass bei letzterem dem Träger »ein Eigeninteresse an der Schaffung, Pflege und Manipulation seines ›Erscheinungsbildes‹ unterstellt werden kann«.⁵⁵ Dieses Bestreben ist auch bei den Thyssen-Brüdern feststellbar, die jeweils unterschiedlich auf ihre Images einzuwirken versuchten. Im Vergleich zur ausgefeilten, professionellen Imagepolitik, die später beispielsweise prominente Politiker wie John F. Kennedy oder Willy Brandt betrieben,⁵⁶ nehmen sich die medialen Schritte von Fritz und Heinrich Thyssen zwar nur wie erste Tastbewegungen aus, doch gerade hier fördert die Untersuchung interessante neue Erkenntnisse über den gezielten Umgang zweier bedeutender Vertreter des Wirtschaftsbürgertums mit medialer Öffentlichkeit in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts zu Tage. Die im Lauf der Jahrzehnte entstandenen langlebigen Medienbilder prägten (und prägen weiterhin) nicht nur die öffentliche Wahrnehmung, sondern auch die wissenschaftliche Behandlung von Fritz Thyssen und Heinrich Thyssen-Bornemisza, ohne dass die bisherige Forschung dies genügend reflektiert hätte.

Im Zusammenhang mit der Image-Thematik steht die Behandlung von Photographien und Zeichnungen/Karikaturen, die die beiden Brüder allein oder neben anderen Personen zeigen. Außer Texten trugen solche Bilder, etwa als bewusste Inszenierungen für die Presse oder – im Fall von Fritz Thyssen – auch ungewollte Schnappschüsse, zur Formung der Images bei. Über den Bildaspekt kann die vorliegende Arbeit stellenweise an die transdisziplinär ausgerichtete *Visual History* anknüpfen, die nach Gerhard Paul von einem Methodenpluralismus lebt und Bilder nicht nur als Zeichen und Quellen, sondern auch als sinn- und bedeutungsstiftende Medien sowie »generative Kräfte« begreift.⁵⁷ Paul bezieht sich dabei auf Horst Bredekamps Begriffe des »aktiven Bildes« und des »Bildaktes«, die betonen, dass Bilder nicht nur ein Geschehen widerspiegeln, sondern erzeugen, was sie zeigen.

3. QUELLEN

Ziel der Quellenrecherchen war es, Belege für möglichst alle relevanten Formen medialer Sichtbarkeit der beiden Brüder ausfindig zu machen und dann quellenkritisch abzusichern. Am Ende dieses langwierigen Prozesses stand einer großen

⁵⁴ Vgl. Münkkel/Seegers, Einleitung.

⁵⁵ Vgl. Thiele, Medien, S. 45 f.

⁵⁶ Vgl. Münkkel, Image.

⁵⁷ Vgl. Paul, Visual History; ders., BilderMACHT.

Menge an gedrucktem und ungedrucktem Quellenmaterial zu Fritz Thyssen eine vergleichsweise sehr schmale Überlieferung zu Heinrich Thyssen(-Bornemisza) gegenüber. Dieses Ungleichgewicht kann jedoch produktiv genutzt werden, um die Unterschiede beider Brüder in ihrem Verhältnis zur Öffentlichkeit zu schärfen. Der Quellenkorpus ist dementsprechend vielfältig und umfasst Archivalien aus privater und amtlicher Überlieferung (beispielsweise Korrespondenzen, Behördenschriftgut, Dossiers, Gerichtsverfahren), aber vor allem Medien im engeren Sinn (u. a. Bücher; Einträge in Lexika, Personalzyklopädien und Jahrbüchern; Flugschriften; Zigarettenbildchen; Artikel, Karikaturen, Photos in Zeitungen, Zeitschriften und Illustrierten). Zudem kommen an einigen Stellen Medien in einem weiteren Sinn vor: Gebäude und Kleidung der Thyssens. Bei der Analyse und Kontextualisierung der Medieninhalte zu Fritz und Heinrich Thyssen wird soweit wie möglich dem Hintergrund der jeweiligen Texte bzw. Bilder Rechnung getragen. Dabei beleuchtet die Arbeit unterschiedliche Aspekte wie die Zirkulation von Medieninhalten, die Inszenierung und Art und Weise des Photoeinsatzes, zudem Akteure wie Journalisten, Verleger, sowie Bild- und Presseagenturen.

Im Zentrum der Quellenanalyse standen die umfangreichen Bestände des ThyssenKrupp Konzernarchivs (TKA) und des Archivs der Stiftung Industriegeschichte Thyssen (SIT), beide in Duisburg. Dort fanden sich nicht nur ausführliche Presseauschnittsammlungen zu beiden Brüdern, sondern auch relevante Akten, beispielsweise geschäftliche Korrespondenzen Fritz Thyssens aus den ersten Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts, die auch Aspekte mit Öffentlichkeitsbezug enthielten. Im Archiv der Benediktinerabtei Maria Laach konnte Quellenmaterial über Fritz Thyssens Verbindung zu katholischen Einrichtungen und den Vertretern des Ständestaatsmodells eingesehen werden. Im Bundesarchiv Berlin-Lichterfelde ging es um die Auswertung der ministeriellen Überlieferung, aus der sich Rückschlüsse auf Fritz Thyssens Verhältnis zur Politik in der Weimarer Zeit und den Jahren des Nationalsozialismus ziehen lassen. Als besonders aufschlussreich erwiesen sich dort zudem die Pressearchive des Auswärtigen Amtes und des Reichslandbundes mit umfangreichen Presseauschnittsammlungen zu Fritz Thyssen. Ergänzt wurden diese durch eine umfassende Sammlung internationaler Presseauschnitte im Personenarchiv des Hamburgischen Welt-Wirtschafts-Archivs (HWWA) für den Zeitraum von 1923 bis Mitte der 1950er Jahre.⁵⁸ Im Bundesarchiv Koblenz konnten in verschiedenen Nachlässen öffentlichkeitswirksame Verbindungen Fritz Thyssens zu politischen und wirtschaftlichen Kreisen aufgedeckt werden. Die Recherchen im Landesarchiv Nordrhein-Westfalen in Düsseldorf (seit 2014 in Duisburg) und im Landeshauptarchiv Koblenz führten u. a. zu einem besseren Verständnis der Bedeutung regionaler Öffentlichkeiten für die

⁵⁸ Der Bestand kann bei der Deutschen Zentralbibliothek für Wirtschaftswissenschaften (ZBW) in Hamburg und Kiel, die die Archiv- und Bibliotheksbestände des HWWA übernommen hat, auch in digitalisierter Form eingesehen werden. Die Mehrzahl der Artikel zu Fritz Thyssen ist online frei zugänglich unter <http://zbw.eu/beta/p20/person/17496>, zuletzt konsultiert am 31.12.2015.

Thyssens an Rhein und Ruhr; sie geben etwa Aufschluss über ihre sichtbare Rolle in der dortigen Politik und über ihre Präsenz bei besonderen Anlässen in der Region.

Die Nachforschungen im Rheinisch-Westfälischen Wirtschaftsarchiv (RWWA) in Köln, im Archiv für Christlich-Demokratische Politik der Konrad-Adenauer-Stiftung e. V. in Sankt Augustin, im Deutschen Bergbauarchiv Bochum, im Historischen Archiv Krupp in Essen, im Historischen Konzernarchiv RWE in Essen sowie im Mannesmann-Archiv in Mülheim lieferten zudem wichtige Bausteine zum besseren Verständnis der Positionen und Rollen beider Thyssens in den Industriellenkreisen an Rhein und Ruhr, darunter über einige Aufsichtsratsmandate. Die Auswertung von Akten und Presseauschnittsammlungen in den Stadtarchiven von Düsseldorf, Duisburg und Mülheim ermöglichte darüber hinaus vertiefte Einblicke in die gesellschaftliche und politische Einbindung bzw. das Engagement der Brüder wie beispielsweise Fritz Thyssens als Stadtverordneter im Rat seiner Heimatstadt Mülheim, dem er viel länger angehörte als bislang bekannt. Weitere Aufschlüsse über die breit gefächerten Mandate von Fritz Thyssen in Gremien verschiedener Institutionen fanden sich in München im Archiv des Deutschen Museums, im Historischen Archiv des Hauses der Kunst und im Siemens-Archiv. Recherchen im Stadtarchiv München erlaubten es, Heinrichs mediale Sichtbarkeit anlässlich der Pferderennen um das »Braune Band« während der NS-Jahre nachzuweisen.

Im Hessischen Hauptstaatsarchiv Wiesbaden (HHStAW) arbeitete der Autor mit den Akten zum Spruchkammerverfahren von Fritz Thyssen 1948, um die öffentlichkeitswirksame Komponente des Prozesses sowie die Aussagekraft des Buches *I Paid Hitler* zu ergründen. In München wurde das Archiv des Instituts für Zeitgeschichte besucht, um Dokumente zu Fritz Thyssens Rolle in Politik und Wirtschaft unter dem Nationalsozialismus, etwa zum »Ständischen Aufbau«, aber auch zu den Entstehungsumständen von *I Paid Hitler* einzusehen. Die Recherchen zu Letzterem ließ sich durch die Sichtung des Teilnachlasses von Thyssens Ghostwriter Emery Reves ergänzen, den das Archiv des Dallas Museum of Art aufbewahrt, sowie der im Churchill Archives Centre Cambridge liegenden Korrespondenz zwischen Reves und Winston Churchill, einem anderen prominenten Kunden des Presseagenten. Nicht zu vergessen sind die Bestände von zwei weiteren Archiven im Ausland, deren Auswertung einen wichtigen Beitrag zur Analyse von Fritz Thyssens Flucht als medialem Itinerar lieferte: Sowohl in den Archives générales du Royaume in Brüssel⁵⁹ als auch im Schweizerischen Bundesarchiv in Bern fanden sich Akten, die Kontakte Fritz Thyssens zu Journalisten belegen und so neue Erkenntnisse über seinen Umgang mit den Massenmedien brachten.

⁵⁹ Dem Kenntnisstand des Autors nach wurde dieser Bestand bislang noch nicht von der Forschung zu Fritz Thyssen berücksichtigt.

Da wichtige Ereignisse und Abschnitte im Leben der Thyssens grenzüberschreitend in den Massenmedien Niederschlag fanden, wertete der Verfasser zusätzlich zu den Presseauschnittsammlungen, die insgesamt Europa sowie Nord- und Südamerika bestens abdeckten, noch weitere Zeitungen und Zeitschriften des In- und Auslandes (teilweise in digitalisierter Form) für den Untersuchungszeitraum aus. Das Augenmerk wurde dabei auf die Presse derjenigen Länder gerichtet, in denen Fritz und Heinrich Thyssen (zeitweise) lebten oder anderweitig aktiv waren und ihre Medienpräsenz deswegen besonders hoch war: Argentinien, Belgien, Deutschland, Frankreich, Großbritannien, Niederlande, Schweiz und die USA.⁶⁰ Als bedeutende Leitmedien mit internationaler Reichweite und Ausstrahlung auf viele nationale Blätter wurden die Londoner *Times* und die *New York Times* ausgewählt, da diese herausragenden »newspapers of record« als einzige den transnationalen Aktionsradius der Thyssens nahezu vollständig abbilden können.⁶¹ Ergänzt wurde die Auswahl durch die *Berliner Illustrierte Zeitung* als auflagenstarkes Massenblatt, das mit seiner neuen Bildsprache die deutsche Presselandschaft revolutionierte. Außerdem wurden die führende US-amerikanische Illustrierte *Life* und aufgrund der Beziehungen der Thyssens nach Argentinien die dortigen zwei wichtigsten deutschsprachigen Emigrantenzeitungen eingesehen: das liberal-demokratische *Argentinische Tageblatt* sowie als Gegenpol dazu die *Deutsche La Plata Zeitung*, die als Sammelbecken für eine konservativ-monarchistische und nationalistische Leserschaft fungierte.⁶²

Darüber hinaus wurden, soweit möglich und vorhanden, (audio)visuelle Medien ausgewertet. Eine Rechercheanfrage an das Deutsche Rundfunkarchiv in Frankfurt zu Radio- und Fernsehbeiträgen über die Thyssens ergab, dass aus dem Untersuchungszeitraum keine Aufzeichnungen vorliegen. Eine Ausnahme bilden rare Filmaufnahmen, die Fritz Thyssen 1940 in Paris und 1945 zusammen mit seiner Frau nach ihrer Befreiung in Südtirol sowie dann auf Capri zeigen, wo die Amerikaner mit den Verhören des prominenten Großindustriellen begannen. Das Material sendeten damals britische und amerikanische Wochenschauen.⁶³ Erfolg-

⁶⁰ Außerdem wäre für Heinrich Thyssen-Bornemisza noch Ungarn naheliegend gewesen. Das Ausschlusskriterium bildeten in diesem Fall die mangelnden Ungarischkenntnisse des Verfassers. Für die Niederlande und die Schweiz erleichterten folgende digitale Zeitungsarchive systematische Recherchen: die digitale Zeitungssammlung des Regionaal Archief Leiden unter <http://leiden.courant.nu/>; für die Schweiz das digitale Archiv der französischsprachigen Zeitungen *Le Journal de Genève* und *La Gazette de Lausanne* unter <http://www.letempsarchives.ch>.

⁶¹ Beide Zeitungen liegen für den Untersuchungszeitraum in digitaler Form vor und sind über zum Teil kostenpflichtige Onlinearchive im Volltext recherchierbar unter <http://www.thetimes.co.uk/tto/archive/> bzw. <http://www.nytimes.com/ref/membercenter/nytarchive.html>.

⁶² Die argentinischen Zeitungen und weitere Forschungsliteratur wurden u. a. in der Bibliothek des Ibero-Amerikanischen Instituts Preußischer Kulturbesitz in Berlin konsultiert.

⁶³ Der Verfasser dankt Julia Melchior von Broadview TV/ZDF für die Hinweise auf das Filmmaterial und weitere Informationen. Julia Melchior führte zusammen mit Sebastian Dehnhardt Regie bei der Dokumentarfilmproduktion »Deutsche Dynastien – Die Thyssens« (45 Min.), die am 8.11.2010 in der ARD erstmals ausgestrahlt wurde. Die für die Dokumentation durchgeführte umfassende Recherche in Filmarchiven ergab Melchior zufolge, dass zu Fritz Thyssen nur wenig und zu Hein-

reicher waren die Recherchen dagegen in verschiedenen Bildarchiven (darunter kommerzielle Archive wie Ullstein Bild, Getty Images und Corbis, aber auch staatliche wie die Bayerische Staatsbibliothek und bpk – Bildagentur für Kunst, Kultur und Geschichte), in denen sich zahlreiche Pressefotos von Fritz Thyssen, dagegen nur ein Bild von Heinrich, nachweisen ließen, die sowohl Aufschluss über die zeitgenössisch verbreiteten Sichtweisen auf den Großindustriellen als auch auf seine Selbstinszenierungstechniken gaben. In Kombination mit den textuellen Konstruktionen lässt sich zeigen, wie auf diese Weise im Lauf der Zeit die gegensätzlichen Images von Fritz und Heinrich Thyssen entstanden.

4. GLIEDERUNG

Die Tatsache, dass Heinrich in der massenmedialen Öffentlichkeit weitestgehend ›unsichtbar‹ war, jedoch in anderen Kontexten auftrat und ›sichtbar‹ wurde als der öffentlich viel aktivere Fritz, bildet einen Ausgangspunkt der Untersuchung. Der Aufbau der Arbeit unterstreicht, dass die Verhaltensweisen der beiden Brüder von markanten Medienerfahrungen geprägt waren und beide auf ihre eigene Art versuchten, sie für ihre unterschiedlichen politischen, gesellschaftlichen, geschäftlichen oder kulturellen Ambitionen zu nutzen. Außer den unterschiedlichen Grundauffassungen beider Brüder zu Politik und Presse waren bestimmte Zäsuren für die Entwicklung ihrer Verhaltensweisen in der Öffentlichkeit zentral. Diese Einschnitte konnten mit historischen Großereignissen zusammenhängen wie etwa mit der Friedensordnung von Versailles, der Ruhrbesetzung oder dem Beginn des Zweiten Weltkriegs, mussten es aber nicht. Oftmals waren sie nur im engeren Familien- und Unternehmenskontext von Belang, wie etwa der Tod des Konzernpatriarchen August senior und die Aufteilung des Thyssen-Konzerns auf Fritz und Heinrich mit der Gründung der Vereinigten Stahlwerke A.G. (Vestag) im Jahr 1926. Weitere wichtige mediale Zäsuren für Heinrich Thyssen waren die Adoption durch seinen Schwiegervater Baron Bornemisza de Kászón 1907, die erste öffentliche Ausstellung seiner Kunstsammlung in der Neuen Pinakothek in München 1930, der Erwerb der Villa Favorita in Lugano (Tessin) 1932 und der Sieg seiner Stute Nereide beim großen Pferderennen um das »Braune Band« in München 1936. Für Fritz Thyssen sind hier seine Rede auf einer Konferenz der internationalen Großindustrie an der Columbia University in New York 1931, die Zusammenarbeit mit seinem Ghostwriter Emery Reves 1940, die Publikation von *I Paid Hitler* ab 1941 und das Spruchkammerverfahren gegen ihn 1948 zu nennen.

rich Thyssen-Bornemisza kein Bewegtbildmaterial auffindbar war. Für weitere Informationen zum Dokumentarfilm siehe die Internetseite der Produktionsfirma, unter <http://www.broadview.tv/de/produktion/deutsche-dynastien-die-thyssens/>, zuletzt konsultiert am 5.9.2014.