

INHALTSVERZEICHNIS

Susanne Hilger/Achim Landwehr

Zur Einführung. Wirtschaft – Kultur – Geschichte:
Stationen einer Annäherung 7

Margrit Schulte Beerbühl

Expandieren und Vernetzen: Die Handelsstrategie deutscher
Kaufmannsfamilien im ersten globalen Zeitalter (1660–1800) 27

Stefan Gorißen

Differenzierung und Spezialisierung im Fernhandel des 17. und 18. Jahr-
hunderts. Zur Bedeutung des Kommissions- und Speditionshandels 45

Christian Marx

Netzwerkhandeln und Unternehmensführung bei Paul Reusch.
Aspekte der *Corporate Governance* im Konzernaufbau der
Gutehoffnungshütte (1918–1924) 65

Oliver Schulz

„Familie“ und „Stand“ als Leitlinien adeligen Unternehmertums in einer
Zeit des Umbruchs: das Beispiel der Familie von Elverfeldt aus der
Grafschaft Mark 91

Sandra Schürmann

Bilderwelten, Markengesichter und Marktgesetze – Werbung und
Produktpolitik der Reemtsma Cigarettenfabriken
zwischen 1920 und 1960 111

Elena Brenk

Produktkommunikation als „Brückenschlag“ zwischen Wirtschafts- und
Kulturgeschichte – Das Beispiel der Kosmetikmarke *Toscana* zu Beginn
der 1960er Jahre 133

André Holenstein

Kartoffel oder Seide? Kulturelle Implikationen agrarischer Innovationen
in der frühneuzeitlichen Eidgenossenschaft 157

<i>Achim Landwehr</i>	
Wirtschaft – Kultur – Geschichte: Positionen und Perspektiven	175
Autorenverzeichnis	185