

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 |