

Inhalt

Einleitung	9
Quellen	21
Das Merck-Archiv	22
Weitere Archive	27
Literatur	28
I. URSPRÜNGE UND AUSGANGSLAGEN EINES CHEMISCH-PHARMAZEUTISCHEN UNTERNEHMENS	
1. Anfänge	31
1.1 Herkunft der Familie	31
1.2 Der erste Merck-Apotheker in Darmstadt: Jacob Friedrich Merck (1621–1678)	35
1.3. Der Neffe als Nachfolger: Georg Friedrich Merck (1647–1715) und die Fortführung der Darmstädter Apotheke	44
1.4. Die Etablierung von Apotheke und Familie in Darmstadt: Johann Franz Merck (1687–1741)	50
1.5. Vormundschaft und Verwaltung: Elisabeth Catharina Merck, geb. Kayser (1706–1786)	57
2. 1758–1805: Pharmazie und Geldverleih: Die Säulen des Merck-Geschäfts im Zeitalter der Aufklärung	60
2.1. Die Familie Merck als Kreditgeber	60
2.2. Geistig-kulturelle und gesellschaftliche Einflüsse: Die Rolle Johann Heinrich Mercks	69
2.3. Ein neuer Apothekertypus: Johann Anton Merck (1756–1805)	74

3. 1805–1827: Der Aufbruch in die Moderne: Emanuel Merck und die «Sattelzeit» der Merckschen Apotheke	83
3.1. Die Familie Merck und die Apotheke an der Wende zum 19. Jahrhundert	83
3.2. Emanuel Merck	84
3.3. Apotheke und Darmstädter Gesellschaft	89
3.4. Neue Geschäftsfelder	93
3.5. Der Wissenschaftler Emanuel Merck	95

II. IM BANN DER INDUSTRIALISIERUNG (1827–1914)

1. 1827–1850er-Jahre: Von der Apotheke zur Fabrik	101
1.1. In drei Schritten zum Industriebetrieb	101
1.2. Das wissenschaftliche Netzwerk und der Ausbau der industriellen Fabrikation	108
1.3. Nebentätigkeiten, Diversifizierung und Investments	114
1.4. Sozial-patriarchalische Aspekte, Familienzusammenhalt und politische Hintergründe	117
2. 1850er- bis 1880/90er-Jahre: Sozietät, langsamer Ausbau, erste Probleme	124
2.1. Gründung der Sozietät E. Merck	124
2.2. Wirtschaftlich-politische Hintergründe, Tod Emanuel Mercks, Traditionsorientierung	128
2.3. Die Apotheke, das «Haus», der Drei-Fabriken-Betrieb – Organisations- und Strukturprobleme	135
2.4. Soziale Entwicklung und Umweltfragen	143
3. 1880/90er-Jahre bis 1914: Konflikte, Modernisierung, Paternalismus, Expansion	149
3.1. Die industrielle Enkelgeneration – ein Gesellschaftsvertrag (1888)	149
3.2. Modernisierungsdruck und Gewinnrückgang	153
3.3. Familienkonflikte und Erneuerung des Gesellschaftsvertrags (1899)	159
3.4. Modernisierungen, der Bau der neuen Fabrik und Expansion	163
3.5. Regulierungskämpfe auf dem Pharmamarkt, Forschung und Entwicklung	170
3.6. Fabrikordnung, soziale Fragen, Paternalismus und Gewerkschaften	185
3.7. Nationale und internationale Expansion	198

III.	IM ZEITALTER DER WELTKRIEGE (1914–1948)	
1.	1914–1923: Das Familienunternehmen in der Krise	219
1.1.	Allgemeine Entwicklung	219
1.2.	Der Verlust von Merck & Co.	230
1.3.	Konkurrenzen und Kooperationen	233
1.4.	Marketing	240
1.5.	Belegschaft und Unternehmenskultur	244
1.6.	Merck in der Ernährungs- und Landwirtschaftsindustrie	249
2.	1924–1935: Wirtschaftliche Konsolidierung	253
2.1.	Allgemeine Entwicklung	253
2.2.	Auslandsgeschäft	258
2.3.	Wirtschaft und Politik: Die Mercks im «Dritten Reich»	266
2.4.	Forschung	278
2.5.	Vitamine	285
3.	1933–1948: Forschungsstagnation und Rüstungsgeschäfte	293
3.1.	Allgemeine Entwicklung	293
3.2.	Antisemitismus und «Judenfrage»	302
3.3.	Zwangsarbeit	307
3.4.	Die Palastrevolution des Jahres 1942	313
3.5.	Wasserstoffperoxid: Vom Desinfektionsmittel zum Raketentreibstoff	323
3.6.	Niedergang, Kriegsende, Entnazifizierung und Neuanfang	332
IV.	VOM WIRTSCHAFTSWUNDER ZUM GLOBAL PLAYER (1948–2018)	
1.	Wiederaufbau im Wirtschaftswunder	351
1.1.	Im Wirtschaftswunderland	351
1.2.	Merck 1948	353
1.3.	Unternehmensverfassung, Unternehmensorganisation und die Familie	357
1.4.	Die Belegschaft in der Zeit des Wirtschaftswunders	368
1.5.	Die Produkte zwischen Kostendruck und Überalterung	378
1.6.	Die Forschung im Wiederaufbau	386
1.7.	Die Rückkehr auf den Weltmarkt	395
2.	Die Ära Langmann	405
2.1.	Zwischen Stagflation und Europäisierung	405
2.2.	Neujustierung von Unternehmensverfassung und Organisation	407

2.3. Die Belegschaft	423
2.4. Forschung und Entwicklung	432
2.5. Der langsame Abschied von der Massenware	444
2.6. Auf dem Weg zum globalen Unternehmen	450
2.7. Akquisitionen als Wachstumsstrategien	460
2.8. Verkauf und Werbung	463
2.9. Der Schutz der Umwelt	468
3. Eine Unternehmensgeschichte der Gegenwart	473
Schlussbetrachtung	484
Nachwort und Dank	501
 ANHANG	
Anmerkungen	507
Stammbäume	651
Abkürzungsverzeichnis	659
Archivverzeichnis	663
Literaturverzeichnis	665
Bildnachweis	703
Personenverzeichnis	705
Firmenverzeichnis	715