

Inhalt

Zwei Generationen Aschendorff:

Die unternehmerischen Anfänge im 18. Jahrhundert. 1

Buchdruck, Buchbinderei, Verlagswesen und Buchhandel
in der traditionellen Wirtschaftsordnung 1

Der Buchdruck (1) – Die Buchbinderei (4) – Das Verlagswesen (4) –
Buchhandel und Büchermarkt (6)

Die erste Generation:

Wilhelm, genannt Wilm, Aschendorff (1688–1768). 11

Herkunft und Ausbildung zum Buchbinder (12) – Einheirat und Über-
nahme der Udinckschen Buchbinderei (12) – Übergang zum Buchhan-
del und Buchverlag (13) – Familiäre Netzwerke (14) – Unternehmer an
den Grenzen der „alten Ordnung“ (15) – Modernisierungsschub und
Stagnation: Eintritt des Sohnes in das Geschäft und der Siebenjährige
Krieg (16) – Tod und Erbe (18) – Wohnalltag der Familie Aschendorff
anno 1768 (18) – Vermögen und „soziales Kapital“ (19)

Die zweite Generation:

Anton Wilhelm Aschendorff (1735–1804). 21

Handel mit Kolonialwaren (21) – Gründung der Buchdruckerei und
Aufstieg zum Universitätsbuchdrucker (23) – Erweiterung des Verlags-
programms (26) – Einstieg ins Zeitungswesen: Von der „Staats-Rela-
tion“ zum „Münsterischen Intelligenz-Blatt“ (29) – Zwischen den Wel-
ten (34) – Vorreiter der betrieblichen Sozialpolitik (36)

„Die Verwandlung der Welt“ Aufstieg des Verlagshauses Aschendorff im 19. Jahrhundert	39
--	----

Die dritte Unternehmensgeneration:

Johann Hermann Hüffer (1784–1855).	43
--	----

Die Familie Hüffer (45) – Vom Krummstab zum Preußischen Adler: Münster im politischen und gesellschaftlichen Umbruch (46) – Zwischen Napoleon und Vormärz: Wandel des Zeitungsmarkts und Hüffers Kampf gegen die „Preßzensur“ (52) – Das „Münsterische Intelligenz-Blatt“ (56) – Druckerei und Buchverlag im Strukturwandel des Buchmarktes (60) – Das Verlagsprogramm und sein „geistiges Profil“ (64) – Arbeitsalltag in der Aschendorffschen Druckerei anno 1804 und 1855 (67) – „Führende Druckerei Deutschlands“ (69) – Johann Hermann Hüffers politisches und gesellschaftliches Engagement (71) – Wegbereiter der Selbstverwaltung der Wirtschaft: Vom Verein der Kaufmannschaft zur Handelskammer Münster (72) – Revidierte Städteordnung und Verfassungsfrage: Hüffers gemeinsames politisches Wirken mit dem Freiherrn vom Stein (75) – Stadtverordneter, Oberbürgermeister und Abgeordneter der Preußischen Nationalversammlung (77) – Familiäre Netzwerke und wirtschaftsbürgerliche Lebensweise (80)

Die vierte Unternehmensgeneration:

Eduard Hüffer (1813–1899).	85
------------------------------------	----

Technologisches „Know-How“ und Netzwerkbildung: Eduard Hüffers Lehr- und Wanderjahre (86) – Der „Münsterische Anzeiger“ (88) – Quantensprünge: Ausbau der Druckerei (93) – Entwicklungstendenzen des deutschen Buchmarktes (95) – Schärfung des Verlagsprofils: „Ecclesia militans“ (96) – Die Familie Hüffer und die Gründung der Zentrums-Partei (100) – Eduard Hüffer und der Kulturkampf (102) – „Soziales Kapital“ und karitatives Engagement (107) – Vorsitzender im Verein der Kaufmannschaft und Handelskammerpräsident (109) – Die Hüffer-Stiftung (113)

Schwierige Jahre: Zwischen Kaiserreich und Machtergreifung	115
<p>Staat und Gesellschaft in der Weimarer Republik (115) – Erster Weltkrieg, Bürgerkrieg und Ruhrkampf (117) – Stockungsphase und Weltwirtschaftskrise: Die deutsche Wirtschaft zwischen Weimarer Republik und Machtergreifung (118) – „Bücherkrise“ (121)</p>	
Die fünfte Generation: Friedrich Hüffer (1853–1925) und Anton Hüffer (1857–1954) . . .	123
<p>Das neue Verlagsgebäude an der Gallitzinstraße und der technische Ausbau der Druckerei (127) – Zwischen Boom und Krise: Der „Münsterische Anzeiger“ (130) – Die Zeitungsverlagsgesellschaft Nordwestdeutschland (ZENO) (139) – In der Zeitungsredaktion (142) – Das Verlagsprogramm (144)</p>	
Zwischen Naziterror und Zusammenbruch: Das Verlagshaus Aschendorff im Nationalsozialismus und Wiederaufbau	147
<p>Wirtschaftliche Scheinblüte und Kriegswirtschaft (147) – Meinungsterror und Bücherverbrennung (148)</p>	
Die sechste Generation: Eduard Hüffer (1886–1967) und Friedrich Leopold Hüffer (1898–1960)	150
<p>Verleumdungen: Ein Untersuchungsausschuss über die Hüffer-Stiftung (152) – Zwangsverkauf des „Münsterischen Anzeigers“ (153) – Bücherverbote (159) – Flugblätter aus dem Widerstand (162) – Kriegsproduktion, Kriegsalltag und Kriegszerstörung (169) – „Stunde Null“ und Wiederaufbau (173) – Vom Morgenthau- zum Marshallplan (174) – Währungsreform und „Jedermann-Programm“ (175) – „Ohne Währungsreform kein Wiederaufbau“. Interview nach 25 Jahren mit Ludwig Erhard in den „Westfälischen Nachrichten“ (177) – Jahres-</p>	

wechsel 1945 (178) – „Permit to Re-Open“: Wiederaufnahme der Buchproduktion und Gründung der „Westfälischen Nachrichten“ (179) – Chronik des Wiederaufbaus 1945–1951 (180) – Dem Gemeinwohl verpflichtet: Neubau des Münsterischen Rathauses aus Trümmern (181)

„... und sie alle froh vereinen“. Familientradition
und Wertegemeinschaft: Das Verlagshaus
Aschendorff und seine Unternehmenskultur 183

Patriarchalisches Führungsmodell (184) – Betriebliche Sozialpolitik (187) – „Es ist ein Fest der Eintracht und gegenseitigen Achtung!“
Jubiläum-Ehrungen und Betriebsfeste (190) – Belegschaft unterm Hakenkreuz (195)

„Einigkeit und Recht und Freiheit“.
Das Verlagshaus Aschendorff in der Bundesrepublik 201

Zurück zur Presse- und Meinungsfreiheit: Das Grundgesetz (201) – Parteiensystem und politischer Neuanfang (203) – „Wirtschaftswunder“ und „Soziale Marktwirtschaft“ (205) – Von der Lizenzpresse zur Wettbewerbspresse (208) – Die Pressekonzentration in der Bundesrepublik (212) – Die Anfänge der „Westfälischen Nachrichten“ (213) – Neugründung der ZENO (219) – Weichenstellung: Interessengemeinschaft zwischen den „Westfälischen Nachrichten“ und der ZENO (221)

Die siebte Generation:
Anton Wilhelm Hüffer (1928–2014),
Maxfritz Hüffer (1931–1990) und Paul Eduard Hüffer (geb. 1933) 226

„Notstandsjahr der Presse“ (227) – „Kampf um den Abonnenten“ (231) – Konkurrent und Partner: Strategische Allianzen mit dem Medienhaus Lensing (234) – Diversifizierung: Anzeigenblätter und Lokalradio (237) – Dem Worte verpflichtet: Der Buchverlag zwischen Tradition und Neuausrichtung (241)

Vom Verlagshaus zur Unternehmensgruppe Aschendorff	
Die achte Generation:	
Benedikt Hüffer und Eduard Hüffer	249
Die Medienlandschaft im Umbruch: Von der „elektronischen Redaktion“ zum „World Wide Web“ (250) – „Zeitungskrieg im Münsterland“: Der Lensing-Verlag übernimmt die „Münstersche Zeitung“ (251) – „Sanierungsfusion“: Aschendorff erwirbt die „Münstersche Zeitung“ (253) – Marktführerschaft im Münsterland: Zeitungsgruppe Münsterland und Zeitungsgruppe Westfalen (253) – Westfälische Medien Holding AG (256) – Vom Rotations- zum Digitaldruck: Innovative Drucktechnologie aus Tradition (258) – Aschendorff Digital (262)	
Anmerkungen	265
Biographischer Anhang.	309
Epilog und Ausblick:	
Aschendorff in den „Corona-Jahren“ 2020 und 2021.	339
Namensverzeichnis.	344

Die im biographischen Anhang ab Seite 309 aufgenommenen Personen sind im Text bei ihrer erstmaligen Erwähnung mit einem * versehen.

INHALT