

Inhalt

I Einleitung

II Gründerzeiten: Die Jahre von 1876 bis 1918

III Zwischen Diversifizierung und Demontage: Die Entwicklung bis zum Ende des Zweiten Weltkriegs

IV Zwischen Wieder- aufbau und Weltmarkt: Die Jahre von 1945 bis 1973

V Horizonte und Herausforderungen: Henkel auf dem Weg ins 21. Jahrhundert

VI Vom Drei-Mann- Betrieb zur internationalen Firmengruppe: Die Gesellschafts- form und ihre Veränderungen

Politische und wirtschaftliche
Hintergründe:
Die Reichsgründung
von 1871 **16**

Henkel von 1876 bis 1918 **22**

Die Gründung des
Unternehmens und seine
Entwicklung bis 1914 **22**

Deutschland zwischen
Demokratie und Diktatur **52**

Henkel von 1918 bis 1945 **57**

Die allgemeine Entwicklung
des Unternehmens **57**

Marken und Märkte **73**

Vom Vierzonenland zum
internationalen Bündnispartner **102**

Henkel ab 1945 **110**

Die unmittelbare Nachkriegs-
situation bis zur Wieder-
einsetzung der Familie 1947 **110**

Von der „Ölkrise“ zum
wiedervereinigten Deutschland **148**

Die Henkel-Gruppe seit den
1970er Jahren **150**

Die allgemeine Entwicklung
des Unternehmens **150**

Von der Privat- zur Kapital-
gesellschaft (1876–1950) **193**

Dekonzentrations-
bestrebungen nach 1945 **194**

Persil GmbH und Henkel
& Cie GmbH (1950–1968) **198**

Henkel GmbH und Henkel
& Cie GmbH (1969–1974) **199**

Marken und Märkte	33
Beschäftigung	39
Umsatz	44
Henkel im Ersten Weltkrieg	45

Beschäftigung	84
Umsatz	86
Henkel im Zweiten Weltkrieg	88
Produktion und Absatz	88
Beschäftigungsverhältnisse	91

Die allgemeine Firmenentwicklung ab 1948	118
Marken und Märkte	124
Beschäftigung	138
Umsatz	145

Marken und Märkte	161
Beschäftigung	179
Umsatz	186
Umweltpolitik	187

Die Einführung der divisionalen Organisation	200
Henkel KGaA (seit 1975)	204
Die Modifizierung der Spartenorganisation	205
Denken in Strategischen Einheiten	208
Die Reorganisation von 1992	209

**VII Finanzpolitik
zwischen Familien-
bindung und
internationaler
Finanzwelt**

**VIII Zwischen Emotion
und Information:
Werbung und
Absatzpolitik**

**IX Der Mensch im
Mittelpunkt:
Von der Wohlfahrts-
pflege zur betrieb-
lichen Sozialpolitik**

**X Das Auslands-
geschäft:
Henkel auf dem Weg
zum Global Player**

XI Schlussbetrachtung

Literaturverzeichnis

**Verzeichnis der
Tabellen und Grafiken**

Chronik

Gremien

Kapitalstruktur und
-entwicklung **214**

Der Gang zur Börse **228**

Die Absatzstrategien
Fritz Henkels **238**

Zur Organisation
der Werbung **250**

Formen der betrieblichen
Sozialpolitik bei Henkel **272**

Werksversorgung und
Gesundheitsfürsorge **273**

Versicherungen **278**

Familienpflege **280**

Werkswohnungsbau **285**

Betriebliches Vorschlagswesen **288**

Zur Strategie und Organisation
des Auslandsgeschäfts **306**

Die regionalen Aktivitäten **312**

Europa **312**

391

394

399

1

83

Werbeinhalte und
Werbemedien **252**

Imagewerbung **266**

Betriebliche Freizeitangebote **290**

Industrielle Beziehungen
zwischen Weimarer Republik
und Nationalsozialismus **296**

Die allgemeine Entwicklung
der betrieblichen Sozialpolitik
bei Henkel nach dem
Zweiten Weltkrieg **298**

Zur Geschichte der Unter-
nehmenskultur des Hauses
Henkel **299**

Nordamerika **349**

Lateinamerika **357**

Afrika **364**

Asien und Australien **370**
