

WIRTSCHAFT

BUCH-FÜHRUNG

Reich mit Einfluss



Ulrich Viehöver:
Die Einflussreichen.
Campus Verlag,
Frankfurt/Main 2006.
323 Seiten,
24,90 EUR.

Ulrich Viehöver hat für sein Buch über die großen deutschen Familienunternehmen einen doppeldeutigen und zugleich aussagestarken Titel gewählt. Die „Einflussreichen“ sind genau das: Sie haben Einfluss und sind reich. Die Namen der Unternehmen, um die es hier geht, kennt man irgendwie, doch wer sich dahinter verbirgt, ist weitgehend unbekannt. Wirtschaftsjournalist Viehöver beschreibt nicht nur die bekannten Familienverbände wie die Henkels, Mohns (Bertelsmann) und Ottos, sondern auch der Öffentlichkeit weniger bekannte, aber nicht unbedingt weniger einflussreiche Familien wie die Haniels, Röchlings oder Brauns. In seinen Beschreibungen der einzelnen Clans zeigt er auf, wie es diese in Zeichen von anonymen börsennotierten Unternehmen leicht anachronistische Organisationsform dennoch schafft, zu überleben und auch in einer globalisierten Wirtschaft noch immer eine mitunter marktbeherrschende Rolle zu spielen. Viehöver gelingt dies, indem er eine sachliche, doch niemals langweilige Erzählform wählt und dem Leser theoretisierende Ausflüge erspart. Einzige Schwachstelle des Buches ist dabei höchstens die Tatsache, dass offensichtlich längst nicht alle Familienunternehmen den Blick hinter die Kulissen zugelassen haben. So fehlen die in Sachen Öffentlichkeitsscheu üblichen Verdächtigen: die Albrechts (Aldi) ebenso wie die Familien Schwarz (Lidl) und Schlecker (Drogeriemärkte). Doch vielleicht kommen sie in einem zweiten Buch zum Zuge. **wwwu.**