

## INHALTSVERZEICHNIS

<i>Susanne Hilger/Achim Landwehr</i> Zur Einführung. Wirtschaft – Kultur – Geschichte: Stationen einer Annäherung .....	7
<i>Margrit Schulte Beerbühl</i> Expandieren und Vernetzen: Die Handelsstrategie deutscher Kaufmannsfamilien im ersten globalen Zeitalter (1660–1800) .....	27
<i>Stefan Gorißen</i> Differenzierung und Spezialisierung im Fernhandel des 17. und 18. Jahr- hunderts. Zur Bedeutung des Kommissions- und Speditionshandels .....	45
<i>Christian Marx</i> Netzwerkhandeln und Unternehmensführung bei Paul Reusch. Aspekte der <i>Corporate Governance</i> im Konzernaufbau der Gutehoffnungshütte (1918–1924) .....	65
<i>Oliver Schulz</i> „Familie“ und „Stand“ als Leitlinien adeligen Unternehmertums in einer Zeit des Umbruchs: das Beispiel der Familie von Elverfeldt aus der Grafschaft Mark .....	91
<i>Sandra Schürmann</i> Bilderwelten, Markengesichter und Marktgesetze – Werbung und Produktpolitik der Reemtsma Cigarettenfabriken zwischen 1920 und 1960 .....	111
<i>Elena Brenk</i> Produktkommunikation als „Brückenschlag“ zwischen Wirtschafts- und Kulturgeschichte – Das Beispiel der Kosmetikmarke <i>Toscana</i> zu Beginn der 1960er Jahre .....	133
<i>André Holenstein</i> Kartoffel oder Seide? Kulturelle Implikationen agrarischer Innovationen in der frühneuzeitlichen Eidgenossenschaft .....	157

<i>Achim Landwehr</i>	
Wirtschaft – Kultur – Geschichte: Positionen und Perspektiven .....	175
Autorenverzeichnis .....	185