

Philipp Fürchtegott Reemtsma: Ein Leben zwischen erfolgreicher Arbeit als Unternehmer und politischen Verfehlungen in der NS- Zeit

von Dr. Rainer Oppermann, Trenthorst, 2018

1.	Einleitung	1
2.	Eckpunkte des Lebens von Philipp Fürchtegott Reemtsmas und der Entwicklung des Reemtsma-Unternehmens	4
3.	Stufen zur Herstellung einer Zigarette und die Mechanisierung der Zigarettenproduktion in der Reemtsma-Zeit.....	7
4.	Hans Domizlaff und die „Markentechnik“	9
5.	Konzentrationsprozesse und der Kampf um die Vorherrschaft in der Branche	11
6.	Ein schlimmer Korruptionsverdacht - Der Fall Batschari.....	13
7.	Der Deal mit Göring.....	13
8.	Die Nachkriegszeit.....	16
9.	Neue wirtschaftliche Blüte nach 1949	17
10.	Literatur	18

1. Einleitung

Meine kleine Reihe von Vorträgen für den Förderverein des Instituts für Ökologischen beschäftigt sich mit den letzten drei Privatbesitzern des Landguts Trenthorst-Wulmenau. Es handelt sich um Friedrich Thörl, Friedrich Bölck und Philipp Fürchtegott Reemtsma. Heute trage ich den Beitrag über Philipp Fürchtegott Reemtsma vor.

Der Vortrag ist mir auf der einen Seite leichter gefallen als die vorhergehenden Vorträge. Er war auf der anderen Seite jedoch auch schwerer zu schreiben. Er ist leichter gefallen, weil über Philipp Reemtsma sowie über das Unternehmen Reemtsma in den letzten Jahren schon viel geforscht und geschrieben worden ist. Zu vielen Einzelfragen ist die Materiallage sogar sehr gut.

Dies bezieht sich zuallererst auf die Biographie über die "Reemtsmas" von Erik Lindner (Lindner 2007). Das Buch ist eine Familienbiographie. In ihm wird die Geschichte der gesamten Familie beleuchtet. Aber über das Leben und Wirken von Philipp Reemtsma erfährt man am meisten. Das Buch von Lindner ist in weiten Teilen jedoch ebenso als Unternehmensgeschichte zu lesen.

Ein Jahr nach der Biographie von Lindner ist von Tino Jacobs eine reine Unternehmensgeschichte vorgelegt worden (Jacobs 2008). "Unternehmensgeschichte" ist heute zu einer Teildisziplin der Geschichtswissenschaften geworden. Es ist jedoch ein junger Zweig (Berghoff 2016). Unternehmensgeschichten fokussieren auf das Handeln von Unternehmen und beschäftigen sich aber ebenso mit den generellen ökonomischen, aber auch nicht-ökonomischen Handlungsbedingungen eines Unternehmens.

Berücksichtigt worden ist schließlich noch das Buch von Karl-Heinz Roth und Jan Peter Abraham zum Thema "Reemtsma auf der Krim". Es beleuchtet, wie das Reemtsma- Unternehmen zwischen 1941 und 1944 auf der Krim gehandelt hat als die Krim von deutschen Truppen besetzt war.

In meine Darstellung sind jedoch auch einige über das Internet öffentlich zugängliche Quellen einbezogen worden. Besonders zu erwähnen sind zwei Quellen. Zum einen gibt es im Hamburger „Museum für Arbeit“ ein „Fotoarchiv Reemtsma“ (Fotoarchiv Reemtsma, o.J.). In Bild und Text wird die Geschichte des Unternehmens dargestellt. Man kann das Material ohne Problem im Internet einsehen.

Zweitens möchte ich die „Pressemappe des 20. Jahrhunderts“ des HWWA und IFW erwähnen, die u.a. sehr viele einschlägige Zeitungsabschnitte archiviert hat. Auch die Pressemappe ist über das Internet zugänglich.

Die Ausgangsbedingungen für einen Vortrag über Philipp Fürchtegott Reemtsma waren also gut. Es gab für mich deshalb eher Schwierigkeiten, die Fülle des Materials zu bändigen. Ich hoffe, dass mir dies gelungen ist.

Doch mein größtes Problem waren zwei Interpretationsfragen. Zum einen kann ich keine wirklich überzeugende Antwort auf die Frage geben, ob das Reemtsma-Unternehmen in den Jahren nach 1920 seinen Durchbruch zum größten Zigarettenunternehmen in Deutschland entscheidend dem Einsatz unfairer Mittel verdankt. Es ist unstrittig, dass Reemtsma gegenüber der Konkurrenz mit harten Bandagen gekämpft hat. "Kampf um Kampf" war ein von ihm selber dazu oft formulierter Leitgedanke.

Ich glaube heute nicht mehr, dass unfaire Praktiken, und darunter verstehe ich in diesem Beitrag ungesetzliches Handeln wie auch Dinge, die an der Grenze zur Ungesetzlichkeit angesiedelt sind, wesentlich für den Siegeszug des Unternehmens waren. Ich würde es heute so formulieren: Neben den allgemeinen Tugenden der unternehmerische Zähigkeit und Kreativität, hat das Unternehmen Reemtsma vor allem davon profitiert, dass es früh auf eine strikt industrielle Zigarettenproduktion gesetzt hat und auch später immer bereit war, verbesserte Produktionstechniken schnell und umfassend in den eigenen Fabriken einzusetzen. In der Hauptexpansionszeit des Reemtsma-Unternehmens, den zwanziger Jahren, wurde die Zigarettenproduktion schon halbautomatisch, und Reemtsma hatte (fast immer) die modernsten Maschinen.

Doch für ungleich wichtiger halte ich das starke Gespür für den Markt und die Bedürfnisse der Verbraucher, das es bei Reemtsma gab, sowie den innovativen Umgang mit neuen Marken und einer werbetechnisch geschickten Markteinführung. Dies war speziell die Domäne von Philipp Reemtsma, während alles, was mit Produktionstechnik und Fabrikorganisation zu tun hatte, der Regie von Hermann Reemtsma unterlag. Ich komme auf das Thema Unternehmensführung noch zurück, möchte aber bereits hier darauf verweisen, dass es im Kreis der „Regisseure“ noch weitere wichtige Personen gab.

Soweit es von außen erkennbar ist, gab es im Führungskreis des Reemtsma-Unternehmens zwar durchaus auch Spannungen. Doch ist die Fähigkeit der Führungsriege zum kompakten Handeln ohne Zweifel ein wesentliches Element der wirtschaftlichen Erfolgsgeschichte. Die zweite Interpretationsfrage, vor der ich stand, betrifft die das Agieren des Unternehmens in der Nazi-Zeit. Klar ist für mich, dass das Unternehmen in den Jahren 1933/1934, als das Unternehmen von einer Bestrafungsaktion durch die Nazis bedroht war, zum Mittel der Bestechung von Hermann Göring gegriffen hat, um die Bedrohung abzuwenden.

Das Reemtsma Unternehmen stand 1933 auf der sogenannten Korruptionsliste der preußischen Staatsregierung, und es war eine Untersuchung gegen das Unternehmen eingeleitet worden. Der

Ausgang der Sache war mehr als ungewiss, und Reemtsma hat deshalb bedeutende Summen an Göring gezahlt. Dafür ist Philipp Reemtsma 1948 rechtskräftig verurteilt worden.

Philipp Reemtsma hat sich später damit verteidigt, dass er gewissermaßen in Notwehr gehandelt habe. Das Hamburger Gericht, das nach 1945 über die Sache verhandelt hat, ist ihm in diesem Punkt nicht gefolgt. Es hat Revision zugelassen und die Revisionsverhandlung an das gleiche Gericht zurückverwiesen, welches das erste Urteil gesprochen hatte. Zu der Revision ist es nicht mehr gekommen. Philipp Reemtsma kam frei. Aber er ist nicht freigesprochen worden.

Es bleibt für mich die Frage, ob es 1933/34 wirklich eine so krasse Notsituation für ihn und sein Unternehmen gab, wie es Reemtsma später vor Gericht behauptet hat. Und zweitens ist aus der Bedrohung von 1933/34 kein unabwendbarer Zwang abzuleiten, sich in der Folgezeit so weitgehend mit dem Nazi-Regime einzulassen, wie es Philipp Reemtsma getan hat.

Denn wie steht es mit den Zigarettenbilder-Heftchen, die Reemtsma damals entwickeln ließ, und die nichts weiter waren als billige und in weiten Teilen aggressivste Nazi-Propaganda? Wurde Reemtsma dazu ebenfalls gezwungen? Dies ist für mich nicht erkennbar, und auch nicht erkennbar ist, dass die vielen Gesten und Handlungen des Wohlverhaltens, ja des politischen Einverständnisses mit dem Hitler-Regime unbedingt sein mussten. Vor allem ist jedoch nicht erkennbar, dass die Integration des Reemtsma-Konzerns in die Ausplünderungsstrategien der Nazis auf der Krim für das Unternehmen unvermeidlich war. Auf der Krim ist mit Hilfe des Reemtsma-Unternehmens ein ganzes "Universum unfreier Arbeit" (Roth und Abraham 2013, S. 456) mit härtesten Arbeits- und Lebensbedingungen für die Menschen entstanden, das von Reemtsma-Personal (mit) verwaltet wurde und wo die Grenzen zwischen Besatzungsmacht und der Zuständigkeit des Unternehmens fließend waren.

Unverständlich und in gewisser Weise noch verstörender ist für mich schließlich auch die Tatsache, dass Philipp Reemtsma nach 1945 zu diesen Dingen niemals Stellung bezogen hat. Er hat sich als Unternehmer ausgegeben, der seinen unternehmerischen Pflichten nachgekommen ist.

Dennoch habe ich keine Klarheit darüber gewonnen, wie Philipp Reemtsma politisch gedacht hat. Von 1921 bis 1932 war er Mitglied der DDP gewesen. Die DDP war eine der beiden großen liberalen Parteien in der Weimarer Republik gewesen und hat den Nationalsozialismus aktiv bekämpft. Philipp Reemtsma hat in Altona vor 1933 Sozialdemokraten und Politiker der bürgerlichen Mitte unterstützt.

Auch ist er nie ein Antisemit gewesen. In den Leitungsorganen seines Unternehmens gab es immer mehrere Juden. Philipp Reemtsma hat ihnen teilweise sogar geholfen, Deutschland nach 1933 zu verlassen, und er war nachweisbar fair, was ihre finanziellen Abfindungen durch das Reemtsma-Unternehmen anbetraf. Ein klares und widerspruchsfreies Bild zum politischen Denken von Philipp Reemtsma kann ich deshalb leider nicht liefern.

Im Einzelnen werde ich in der folgenden Darstellung in folgenden Schritten vorgehen. Im ersten Schritt werde ich die wichtigsten Daten und Ereignisse im Leben von Philipp Reemtsma vorstellen und sie mit der Unternehmensentwicklung verbinden. Im zweiten Schritt werde ich auf die wirtschaftlichen Erfolgsfaktoren genauer eingehen, wobei mir drei Dinge besonders wichtig sind: Die Rationalisierungspolitik des Unternehmens, sein Marketing und last but not least sein Verhalten im Rahmen der großen Konzentrationsbewegungen, denen die Zigarettenindustrie in den zwanziger und dreißiger Jahren unterworfen war.

Danach gehe ich auf den Deal zwischen dem Reemtsma-Unternehmen und den Nazis im Jahr 1933/34 ein und beleuchte kurz die Unternehmensentwicklung in der Gesamtzeit des 3. Reiches.

Es folgt die Zeit nach 1945. Dabei nimmt der Prozess, der gegen Philipp Reemtsma 1948 vor dem Hamburger Landgericht geführt wurde, die zentrale Stellung ein. Schließlich werde ich im letzten Schritt die wirtschaftliche Entwicklung des Reemtsma-Unternehmens in der Bundesrepublik bis 1961 beschreiben, in der das Unternehmen eine zweite Blütezeit erlebte. Philipp Reemtsma starb 1959. Im Jahr 1961 starb auch sein Bruder Hermann. Das Unternehmen ging wenige Jahre später in andere Hände über (Tschibo).

Der Erbe von Philipp Reemtsma, Jan Philipp Reemtsma, hat mit dem Gewinn aus dem Verkauf der Reemtsma-Aktien später Kunst und Künstler generös unterstützt und ein Sozialforschungsinstitut in Hamburg aufgebaut (Hamburger Institut für Sozialforschung). Doch das ist eine andere Geschichte. Sie soll heute nicht angesprochen werden.

2. Eckpunkte des Lebens von Philipp Fürchtegott Reemtsmas und der Entwicklung des Reemtsma-Unternehmens

Philipp Fürchtegott Reemtsma ist im Jahr 1893 als Sohn von Bernhard Reemtsma (1857- 1925) geboren worden. Der Familienname Reemtsma ist ostfriesischer Herkunft, und die Ursprünge der Reemtsmas liegen tatsächlich in Ostfriesland. Noch der Großvater von Philipp war in dem kleinen Ort Sielmönken ansässig, der nordwestlich von Emden liegt.

Erst Bernhard Reemtsma hat Ostfriesland verlassen. Er ging nach Osterholz-Scharmbeck bei Bremen und wurde dort Teilhaber einer kleinen Zigarrenfabrikation, die noch rein handwerklich arbeitete.

In Osterholz-Scharmbeck ist auch Philipp im Jahr 1893 zur Welt gekommen. Er war das dritte Kind der Familie. Vor ihm war 1891 seine Schwester Elizabeth zur Welt gekommen und schon im Jahr 1892 folgte ein älterer Bruder Hermann. Zwei Jahre nach der Geburt von Philipp kam als dritter Sohn Alwin zur Welt. Das war die Familie Reemtsma im engeren Sinne.

Im Sprachgebrauch der Familie liefen die drei Söhne nach ihrem Geburtsdatum geordnet als Nr. 1, Nr. 2 und als Nr. 3. Die Tochter Elizabeth Reemtsma genoss diese Aufmerksamkeit nicht.

Philipp Reemtsma war also die Nr. 2, was nicht seiner Bedeutung in der späteren Entwicklung der Familie und des Unternehmens Reemtsma entsprach. Denn ohne die Rolle von Nr.1 klein zu reden, auch Hermann hat Bedeutendes geleistet, war Philipp die bedeutendere Persönlichkeit, und dies bezieht sich wiederum in erster Linie auf seine Führungsrolle im Unternehmen. Die Familienbiographie von Lindner unterstreicht dies nachdrücklich, und auch die Darstellungen bei Tino Jacobs gehen in diese Richtung.

Interessant ist in diesem Zusammenhang allerdings schon, wie Reemtsma dies selber gesehen hat. Selbstbewusstsein fehlte ihm nicht, denn aus der Zeit seiner Internierung nach 1945 bei den Briten liegt ein Brief an seine Frau Gertrud vor, in dem er darauf besteht, dass für die Leitung des großen Unternehmens Reemtsma das "lebendige kaufmännische Element" der entscheidenden Faktor gewesen sei.

Er meint damit nicht nur seine Rolle in den ohnehin mehr kaufmännisch ausgerichteten Unternehmensbereichen Vertrieb und Marketing, sondern die Fähigkeit zur strategischen Führung eines Unternehmens insgesamt. Dieses lebendige kaufmännische Element so schreibt er, "...lag stets auf zwei Schultern, im Einkauf bei Herrn Schnur (dem Einkaufsdirektor und Fachmann für Tabakqualität, R.O.), und im Verkauf und der Gesamtsteuerung bei deinem Mann" (Lindner, S. 347, Hervorhebung von mir). Der Verweis auf Schnur macht zudem deutlich, dass die Führung des Reemtsma-Unternehmens keine Ein- Personen-Veranstaltung war.

Allerdings war die Zusammenarbeit zwischen Hermann und Philipp über all die Jahrzehnte des Reemtsma-Unternehmens eng. Lindner berichtet zwar auch von Spannungen. Von Zerwürfnissen zwischen den beiden berichtet er allerdings nicht. Dafür aber von einer sehr ausgeprägten und über die Jahrzehnte stabilen Arbeitsteilung. Hermann war demnach der Mann der Produktionstechnik sowie der Organisation und Verwaltung der Fabriken. Doch Philipp Reemtsma war der Stratege. Philipp steht in allen Darstellungen zu den großen strategischen Entscheidungen immer im Vordergrund. Vor allem bei der Entwicklung von Konzepten zur Bewältigung der in der Branche anstehenden Konzentrationsprozesse (Verhandlung mit den Banken, Bündnisse mit anderen Unternehmen, komplette Fusionen oder nur Verhandlungen über Beteiligungen) erscheint er in allen Darstellungen immer als führende Kraft.

Hingegen ist die Nr. 3, Alwin, niemals so intensiv wie Philipp und Hermann für die Unternehmensgeschichte verantwortlich gewesen. Die Nr.3 war also wirklich die Nr. 3. Seine chronischen Gesundheitsprobleme müssen dabei berücksichtigt werden.

In der Zeit, als der Vater von Philipp in die Zigarettenbrachen ging (im Jahr 1894), fand in Deutschland bereits der Übergang von einer handwerklichen Produktion zu einer fabrikmäßigen, maschinellen Produktion statt.

Die Erfindung der Zigarettenmaschine hat dies möglich gemacht. 1881 war in Deutschland erstmals eine Zigarettenmaschine zum Einsatz gekommen. Sie ermöglichte die Produktion von 120 000 Zigaretten täglich, während die Produktionsleistung per Hand nicht höher lag als bei 2000 Zigaretten, und dies war schon der Spitzenwert.

Demnach produzierte eine Zigarettenmaschine so viele Zigaretten wie 600 Arbeiter im manuellen Verfahren bei einem 8-Stunden-Tag oder wie 400 Arbeiter bei einem 12-Stunden-Tag. Es liegt auf der Hand, dass die Produktionskosten durch maschinelle Produktion erheblich gesenkt werden konnten, und dies setzte die nicht maschinell arbeitenden Unternehmen unter starken Druck.

Doch zurück zu den Reemtsmas. Nach einem Zwischenaufenthalt in Blankenburg/Harz zog die Familie Reemtsma 1908 nach Erfurt und dort beteiligte sich Bernhard an einer kleinen Zigarettenfabrik mit dem Namen "Dixi", die schon maschinell produzierte. Das war ein großer Schritt voran.

Philipp machte in Erfurt sein Abitur und ging dann für 2 Jahre zu der Hamburger Exportfirma Gebrüder Cordes. Am Hamburger Kolonialinstitut belegte er 4 Semester lang zusätzliche Abendkurse.

Sein Bruder Hermann ging hingegen sofort nach der Schule zu den damals bedeutenden und in technischer Hinsicht führenden Zigarettenfabriken Yenidze in Dresden und Halpaus in Breslau. Dort ließ sich alles über Zigarettenmaschinen und die fabrikmäßige Organisation von Produktionsprozessen lernen. Die Arbeitsteilung zwischen Nr. 1 und Nr. 2 zeichnete sich also schon früh ab.

Der erste Weltkrieg unterbrach die berufliche Entwicklung von Philipp. Er meldete sich freiwillig zum Militär und kam zunächst zur Infanterie. 1915 wurde er verwundet und meldete sich nach seiner Genesung bei den Fliegern. 1918 stürzte sein Flugzeug jedoch ab. Philipp überlebte. Doch die Verletzungen waren stark. Er musste Zeit seines Lebens am Stock gehen. Der Zigarettenhandel und die kleine Zigarettenfabrik von Bernhard Reemtsma fungierten inzwischen als "Bernhard Reemtsma und Söhne". Doch die Marktbedeutung des Unternehmens war immer noch gering. Die Firma war eines von hundert ähnlichen Unternehmen in Deutschland. Doch es gab zu dieser Zeit bereits einige größere „Player“. Eine Zahl aus dem Jahr 1919 macht dies deutlich. Damals existierte in Deutschland eine Zigarettentabak-Einkaufsgesellschaft (die sogenannte Zitag). Sie wurde von den deutschen Zigarettenfabriken gemeinsam getragen. Die Beiträge der Unternehmen zur Finanzierung der

Gesellschaft waren nach der Marktbedeutung der Unternehmen gestaffelt, und dies schlug sich 1:1 in den Stimmrechten in der Gesellschafterversammlung nieder.

Die Firma "Reemtsma und Söhne" hielt 1919 in der Gesellschafterversammlung der Zitag einen Stimmrechtsanteil von 0,2%. Die damals "fünf Großen" der Branche (Yenidze, Zuban, Austria München, Manoli und Garbaty) kamen zusammen hingegen auf 53% der Stimmen. Doch das Unternehmen Reemtsma ließ die Phase eines Kleinunternehmens in den folgenden Jahren mit einer geradezu affenartigen Geschwindigkeit hinter sich, denn weniger als zehn Jahre später war Reemtsma der Größte in der Branche. Das Unternehmen hatte große Konkurrenten wie Josetti, Jasmatzi, Yenidse und Batschari damals schon geschluckt. Und viele kleine Unternehmen dazu.

Im Jahr 1929 wurde eine Reemtsma AG mit einem Grundkapital von 30 Mio. RM auf die Beine gestellt, und schon ab den dreißiger Jahren ging in der deutschen Zigarettenindustrie nichts mehr ohne bzw. gegen den Reemtsma-Konzern. Es gab eine Fusion mit dem „Haus Neuerburg“ und danach kein Unternehmen mehr, das an Reemtsma annähernd heranreichte. In den letzten Jahren vor dem 2. Weltkrieg erreichte Reemtsma (zusammen mit Neuerburg) sogar einen Marktanteil von bis zu 75% (Patrick-Felber 2015).

Doch nicht nur der Marktanteil von Reemtsma hatte um 1940 eine unglaubliche Größenordnung erreicht. Vor allem das Marktvolumen war in der Weimarer Zeit und in den dreißiger Jahren riesig geworden. Die Zigarette war zum Massenprodukt geworden. Als einzelne Zigarette preiswert. Doch in der Masse war es ein Riesengeschäft, und mit einer Quasi-Monopolstellung glich das Geschäft der vielbeschworenen Goldgrube.

Noch im Jahr 1907 wurden in Deutschland nur 93 Zigaretten pro Kopf und Jahr konsumiert. Im Jahr 1917 waren es schon 402 Zigaretten. Dies hat zwar auch mit dem Krieg zu tun, weil die Soldaten feste Zigarettenrationen bekamen. Es war jedoch auch ein Zeichen für die Durchsetzung eines neuen "Genussmittels" bei den breiten Massen. Und es war der Ausdruck neuer Lebensstile und kultureller Verhaltensmuster. Die Zigarette hatte den Alltag vieler Menschen erobert.

Rein zahlenmäßig wurden 1939 im statistischen Durchschnitt schon 892 Zigaretten pro Kopf in Deutschland geraucht - also fast zehnmal so viel wie 1907. (Jacobs 2007, S. 151). In anderen Darstellungen wird für den Zeitraum zwischen 1930 und 1940 von einem Zuwachs von rund 500 auf rund 1000 Zigaretten pro Kopf gesprochen.

Die letzten Jahre des 2. Weltkriegs brachten dann jedoch einen starken Rückschlag. Doch mit Beginn der Wirtschaftswunderjahre, d.h. nach 1950, stieg der Zigarettenkonsum wieder stark an und erreichte in der Bundesrepublik um 1980 mit 2000 Zigaretten pro Kopf seinen Höhepunkt. Zwischen 1951 und 1956 waren die Wachstumsraten des Zigaretten- Gesamtkonsums sogar durchweg zweistellig. Sie lagen zwischen 17,9% und 10,8% (Jacobs, ebenda, S. 188).

Auch für das Reemtsma-Unternehmen war die Zeit nach 1950 deshalb vergoldet. Bald war in Deutschland wieder ein Marktanteil um 40% erreicht.

Auch der Umstieg auf Filterzigaretten gelang, wenn auch mit Schwierigkeiten, denn zu lange war man bei Reemtsma davon ausgegangen, dass deutsche Verbraucher die "amerikanische Filterzigaretten-Mode" nicht mitmachen würde. Doch allein in den Jahren von 1955 bis 1960 wuchs der Marktanteil der Filterzigaretten von 14,3% auf 68,0% an (ebenda, S. 205).

Doch das Unternehmen war noch auf einem weiteren Feld vor neue Herausforderungen gestellt. Die Nr. 1 im Markt wurde Reemtsma zwar bald wieder. Doch es gab noch andere „Große“, die durchaus auf Augenhöhe mit dem Reemtsma-Unternehmen operieren konnten. Doch auch diesen

Unternehmen unterliefen Fehler. Mit Stolz dürfte es Philipp Reemtsma jedenfalls erfüllt haben, dass ihm kurz vor seinem Tod mit der Marke Stuyvesant noch einmal ein durchschlagender Markteinführungserfolg beschieden war.

Vielleicht erinnern Sie sich noch. Die „Stuyvesant“ wurde mit dem Slogan beworben: "Der Duft der großen weite Welt". Sie drückte ein Lebensgefühl aus, das sich aus der Enge des Nationalen befreit hatte. Da war keine Deutschtümelei mehr zu spüren und Völkisches schon gar nicht.

Knapp zehn Jahre später ging die Konkurrenz von der Brinkmann AG einen völlig anderen Weg. Sie lancierte eine Zigarette mit dem Namen "Condor", und in der Werbung für diese Marke hieß es explizit: "Wer ein Herz für das typisch Deutsche hat, dem wird sie schmecken" (Wolfrum 2007, S. 256). Die Marke Condor floppte jedoch total. Der Duft der großen weiten Welt war für die meisten Menschen viel verführerischer.

Philipp Reemtsma hatte noch einmal richtig gelegen. Sein Gespür für die Lebenswelt seiner Kunden und den Markt hatte noch einmal prächtig funktioniert. Und er hätte sich vermutlich diebisch gefreut, wenn er das Jahr 1968 noch erlebt und von dem Misserfolg der Kollegen von der Brinkmann AG mit ihrer "Condor" erfahren hätte.

3. Stufen zur Herstellung einer Zigarette und die Mechanisierung der Zigarettenproduktion in der Reemtsma-Zeit

Dass Zigaretten aus Tabak bestehen, ist trivial, und bis vor wenigen Jahren, als es noch keine E-Zigaretten gab, konnte sich niemand vorstellen, dass dies jemals anders werden würde. Beim Tabak unterscheidet man drei Sorten: Orienttabak, Virginia-Tabak und Burley-Tabak. Der Orienttabak kommt nicht aus dem gesamten Orient, sondern aus Regionen, die um 1800 allesamt zum Osmanischen Reich gehörten, und das war im Allgemeinverständnis zu dieser Zeit der Orient. Daher der Name.

Die Zentren des Tabakanbaus lagen Ende des 19. Jahrhunderts im heutigen Griechenland und in der heutigen Türkei. Das war auch zu Reemtsmas Zeiten noch so. Der Virginia-Tabak wurde hauptsächlich in den USA angebaut. Die Region „Virginia“ als Namensgeber war immer eine der wichtigsten Anbauregionen. Auch der Burley stammt aus den USA, wird aber in der Zigarettenproduktion weniger eingesetzt. Die Grundregel lautet also: Es gibt Orientzigaretten, weil der Tabak aus dem Osten kommt, und es gibt Virginia- Zigaretten, weil der Tabak aus den USA kommt, und es gibt natürlich Mischungen.

Doch innerhalb der zwei „Großsorten“ Orient und Virginia finden sich erhebliche Unterschiede in Geschmack und Verarbeitungsfähigkeit bei den vielen, vielen Untersorten (Provenienzen). Zudem ist der Tabak, der in den unterschiedlichsten Zigarettenmarken steckt, immer eine komplexe Tabakmischung verschiedener Provenienzen. Was immer ein Raucher über seine Lieblingszigarette sagt: Er wird mit großer Wahrscheinlichkeit sagen, dass ihm seine Sorte besonders gut schmeckt, und dieser Geschmack wurde nur dadurch erreicht, dass verschieden Provenienzen gemischt wurden.

Auf den Geschmack der Zigaretten haben die Zigarettenproduzenten deshalb nicht nur ihre Werbung abgestellt. Sie haben sich bemüht, Geschmackssorten zu kreieren, welche spezielle Geschmacksrichtungen ansprechen, und dabei ist es nicht ungewöhnlich, wenn in einer Zigarette über 100 unterschiedliche Tabakprovenienzen stecken.

Und dieses Spiel wird noch komplexer, wenn man bedenkt, dass Tabak ein landwirtschaftliches Produkt ist, das in Qualität und Ertrag von Jahr zu Jahr unterschiedlich ausfällt, Z.B. weil das Wetter nicht gleich ist, oder weil sich die Produktionsbedingungen aus anderen Gründen verändert haben.

Die Suche nach dem „richtigen“ Tabak und die Kombination der verschiedenen Provenienzen zu einer überzeugenden Mischung, ist für alle Zigarettenunternehmen deshalb eine Schlüsselfrage, und Tabakexperten, die einerseits wissen, wo guter Tabak wächst, die diesen dann noch zu einem akzeptablen Preis einkaufen können und die auf der anderen Seite auch Erfahrung damit haben, was sich in der Herstellung gut mischen und miteinander kombinieren lässt, sind gesucht und werden hoch bezahlt.

Als das Reemtsma-Unternehmen 1920 seine Expansionsphase einleitete, waren sich Hermann und Philipp einig darüber, dass sie dies nicht so gut konnten und sich deshalb den „Besten“ in der Branche einkaufen mussten, den sie kannten. Und sie waren bereit, ihn sehr gut zu bezahlen.

Die Wahl fiel auf David Schnur (1882-1948), der ab 1920 für die Reemtsmas tätig wurde. Schnur hatte in leitender Funktion in der Zigaretten-Fabrik „Karmitri“ (Berlin) gearbeitet und galt als bester Kenner des Geschäfts der Tabakproduktion und der Qualität einzelner Tabaksorten.

Er wurde zuständig für Rohtabakeinkauf und die Mischungen und hatte für diese Aufgabe noch weitere hochkarätige Experten unter sich. Als das Reemtsma-Unternehmen zur AG wurde, bekam Schnur zusammen mit zwei Experten seines Stabes 25% der Aktien. Die Reemtsmas wussten genau, was sie an Schnur hatten. Schon 1924 trat Schnur in den Vorstand der AG ein. Dies unterstreicht seine Bedeutung, und es unterstreicht, dass die Reemtsmas strategisch gedacht haben, weil sie nur auf diese Weise das Problem bester Rohstoffe in den Griff bekommen konnten.

Aber weiter auf der Stufenleiter des Produktionsprozesses (vgl. Fotoarchiv Reemtsma, Stichwort Technik). Nachdem der Tabak in Ballen oder Kartons in die Zigarettenfabrik gebracht worden ist, wird er für die Verarbeitung mit Hilfe von Wasserdampf wieder geschmeidig gemacht. Nur so ist er überhaupt wieder verarbeitungsfähig.

Er wird dann mit natürlichen Würzstoffen besprüht. Dann wird der Tabak entrippt, d.h. das Blatt und die Blattrippen werden voneinander getrennt. Und erst danach wird das Blatt in langen, gleichmäßigen Schnüren ausgelegt und die Schnüre werden vermischt, um die richtige Geschmacksmischung zu erreichen.

Erst jetzt wird der Tabak in 0,75 mm starke Fasern zerschnitten und ist für die Fertigung einer Zigarette tauglich geworden.

In der handwerklichen Produktion wurden „Tabak und Papier dadurch zusammengebracht“, dass per Hand kleine Papierröllchen mit Tabak gestopft werden. Dieser Vorgang ist der mit Abstand arbeitsintensivste Vorgang in der Schrittfolge vom Tabakballen bis zur Zigarette. Und genau an dieser Stelle wurde die Produktion durch die Erfindung der Zigarettenmaschine geradezu revolutioniert.

Innerhalb weniger Jahre wurden die Zigarettenmaschinen zudem immer perfekter. Im Fotoarchiv Reemtsma werden eine Zigarettenmaschine aus dem Jahr 1927 und eine etwas modernere Version aus dem Jahr 1935 präsentiert (vgl. Fotoarchiv Reemtsma). Ich zitiere darüber hinaus als Beleg für den Stand der Technisierung einen Zeitungsbericht, den ein Journalist der „Hamburger Nachrichten“ geschrieben hat, der die Zigarettenfabrik von Haus Neuerburg in Hamburg-Wandsbek besucht hat (später eine Fabrik des Reemtsma- Unternehmens).

Diese Fabrik gehörte 1928 zu den modernsten Zigarettenfabriken in Deutschland. Bis auf den Bereich der Verpackung war der Betrieb schon stark mechanisiert. Das Paradestück waren auch hier die brandneuen Zigarettenmaschinen.

Diese, so hielt es der Journalist in seinem Bericht fest, "...schaffen in der Minute 1000 Stück und liefern an einem Tag (erste Zahl im Dokument unleserlich) - 400 000 Zigaretten", während eine Handarbeiterin mit geübten Fingern "...es in acht Stunden auf 2000 bringen (kann)" (Hamburger Nachrichten, 7.6.1928).

Und weiter heißt es in der Reportage, dass die modernen Zigarettenmaschinen nicht nur eine Tabaksorte verarbeiten konnten, sondern Mischungen aus "100 bis 150 (Provenienzen), ja 190 für eine einzige Marke verarbeiten" (ebenda).

Die industriell erzeugte Zigarette, so die Schlussfolgerung im oben zitierten Zeitungsbericht war nicht nur um Meilen produktiver. Die industrielle Fertigung führte auch zu Zigaretten mit größerer Güte (vgl. ebenda).

Und an diesem Punkt treffen sich auch die Qualitätsauswahl der Provenienzen und Qualitätssteigerung durch die Möglichkeiten, welche die maschinelle Produktion für eine Vielfalt der Mischungen bietet.

Die Beschreibung, der Situation in der Fabrik von Haus Neuerburg wird durch Fotografien zum Produktionsprozess in der Bahrenfelder Zigarettenfabrik von Reemtsma untermauert (Fotoarchiv Reemtsma).

Die Darstellung bezieht sich auf die Situation im Jahr 1927. Auch sie zeigt als Herzstück der Maschinerisierung eine Zigarettenmaschine, bei der drei Arbeitskräfte im Einsatz sind. Es sind der Maschinenbediener sowie eine Arbeiterin, die für die Beschickung der Maschine mit geschnittenen und gemischten Tabak zuständig ist.

Zur Mannschaft an der Maschine gehört außerdem eine Arbeiterin, welche die fertigen Zigaretten in sogenannten Schragen ablegt. Vor dort gehen sie zur eigentlichen Verpackung, die damals noch weitgehend manuell war.

Am Ende seiner Darstellung zur Reemtsma-Entwicklung in den zwanziger Jahren nennt Jacobs fünf Säulen des Erfolgs, auf denen das Wachstum aufbaute. Er führt summarisch auf: „Das Bekenntnis zur Mischungsqualität. Die Zusammenarbeit mit David Schnur“ sowie die „Erkenntnis des Zugs zur Mechanisierung. Führend auf dem Gebiet der technischen Entwicklung“ (Jacobs, S. 62).

Ich würde dies gern noch expliziter formulieren. Hohe Produktqualitäten, die es zudem möglich machten, den differenzierten und wechselnden Bedingungen des Marktes besser zu folgen, waren zweifellos ein zentrales Kenzeichen der Entwicklung bei Reemtsma. Doch dies war wiederum auch das Ergebnis einer produktionskostensenkenden und gleichzeitig die Flexibilität steigernden Mechanisierung.

Man sollte die Rationalisierungskomponenten nicht zu gering einstufen und man solle hinzufügen, dass es bei der Technisierung eben nicht nur um Kostensenkung ging, sondern auch um Qualitätssicherung.

Dies hat das Reemtsma-Unternehmen früher begriffen als viele seiner Konkurrenten. Dabei muss auch gesehen werden, dass die Bedeutung von Hermann Reemtsma in diesen Bereichen besonders groß war.

4. Hans Domizlaff und die „Markentechnik“

Doch damit ist die innovative Rolle des Reemtsma-Unternehmens in den zwanziger Jahren noch nicht ausreichend beschrieben. Vor allem im Bereich Marketing hat das Unternehmen in dieser Zeit

bahnbrechend gewirkt. An dieser Entwicklung hat Philipp Reemtsma selber einen sehr großen Anteil. Doch sie ist nicht minder mit dem Namen von Hans Domizlaff verbunden, der die Konzepte geliefert hat. Domizlaff hat ab Herbst 1921 für das Reemtsma- Unternehmen gearbeitet.

Die Biographie von Hans Domizlaff als „farbig“ zu beschreiben, wäre eine Untertreibung. Er war in seinem Leben Werbeberater, Zeichner, Maler und auch politischer Publizist. Er war darüber hinaus Segler und Weltenbummler und hat sich in einigen Büchern mit den theoretischen wie mit einigen praktischen Voraussetzungen von Werbung auseinander gesetzt. Heute würde man sagen, dass er nicht zuletzt ein Werbepsychologe war.

Das Produkt Zigarette ist schon im späten Kaiserreich intensiv beworben worden. Sehr viele Strategien und Konzepte moderner Werbung sind in der Zigarettenbranche entstanden.

Das Reemtsma-Unternehmen hat sich auf dem Feld der Werbung jedoch besonders hervorgetan und mehr Geld in Werbemaßnahmen gesteckt als die meisten seiner Konkurrenten. Doch abgesehen vom Umfang seiner Werbekampagnen hatte Reemtsma ein ganz eigenes Konzept entwickelt, die sogenannte Markentechnik.

Im Zentrum dieses Konzepts steht der Begriff des Vertrauens. Hans Domizlaff hat dies in einem Papier zusammengefasst, das die Überschrift „Die 22 Grundsätze der natürlichen Markenbildung“ trägt (www.hans-domizlaff-archiv.de). Im ersten Grundsatz stellt Domizlaff als wichtigste Voraussetzung für eine erfolgreiche Markenbildung die Qualität der Ware heraus. Ohne Qualität keine Marke. Der zweite Punkt seiner Überlegungen bezieht sich auf das Verhältnis zwischen Preis und Qualität. Für Domizlaff geht Qualität vor Preis. Nicht die Preisfrage sei entscheidend, sondern „das Vertrauen in Qualität“. Daraus lässt sich wiederum ableiten, dass eine Reihe von Werbekonzepten, die für besonders erfolgreich gehalten wurden und auch heute noch werden (alle Formen eines aggressiven Herangehens an die Kunden, marktschreierische Auftritte etc.) aus Sicht von Domizlaff absolut kontraproduktiv sind.

An anderer Stelle hat Domizlaff deshalb zwischen dem Verkäufer und dem Markentechniker unterscheiden und gesagt: „Deutlicher: der Verkäufer sucht seine Ware dem Kunde aufzudrängen. Der Markentechniker versucht eine Marke und Werbemittel zu schaffen, die geeignet sind, den Kunden anzuziehen“ (Domizlaff 1992, S. 22). In den 22 Grundsätzen wird deshalb gesagt, dass bei der Einführung einer Marke „jede laute Reklame gefährlich (sei)“ (ebenda, Grundsatz Nr. 4), und gefährlich sei auch der „forcierte Verkauf an die Verbraucher“ (ebenda, Grundsatz Nr. 5).

Doch was soll dann ein guter Werbestil sein? Für Domizlaff ist es der Stil „einer unaufdringlichen Vornehmheit und einer selbstsicheren Würde nach dem Maßstab des zugehörigen Marktes“ (ebenda, Grundsatz Nr. 7).

Stellt sich die Frage, ob und wie Domizlaff diesen Ansprüchen in der Werbung für Reemtsma-Zigaretten gerecht geworden ist.

Die einfachste Antwort auf diese Frage ist im Falle des Reemtsma-Unternehmens, dass die Werbung des Unternehmens die hochwertigen Eigenschaften der Produkte (also die Qualität des Tabaks und die Sorgfältigkeit der Mischungen) herausstellte. Dabei wurde jedoch nicht nur auf den Tabak Bezug genommen. Reemtsma zeigte in seinen Anzeigen auch, wie qualitätsorientiert der gesamte Fertigungsprozess in der Fabrik war. Reemtsma hat die „Professionalität und Expertise des Reemtsma-Personals“ (Jacobs, ebenda, S. 49) explizit zum Werbethema gemacht.

Das war völlig neu in der Branche. Dies gilt auch für Berichte von den Primärproduzenten bzw. aus den Anbaugebieten des Tabaks. Das Vokabular dieser Berichte war entsprechend sachlich, denn die

Kunden sollten sich ernst genommen fühlen. Zudem wurde vorzugsweise mit der „besonderen Glaubwürdigkeit und Beweiskraft der dokumentarischen Fotografie“ gearbeitet (Reemtsma Fotoarchiv, Segment Werbung).

Für die Einführung der R6 gab es beispielsweise eine 54 Fotos umfassende Anzeigenserie in den Zeitungen, wobei die unmittelbar qualitätsrelevanten Prozesse besonders hervorgehoben wurden (z.B. die Fermentation und die wissenschaftliche Qualitätskontrolle). Und wenn die Verbraucher mehr Informationen haben wollten, wurde ihnen beispielsweise die Serie über die Fermentation „kostenlos und portofrei“ zugesandt (Reemtsma Fotoarchiv, ebenda).

Alles in allem nahm das Reemtsma-Unternehmen für sich in Anspruch Mit Hilfe der Markentechnik den Begriff der Werbung viel umfassender definiert zu haben und dafür die entscheidenden theoretischen und praktischen Grundlagen entwickelt zu haben. Als Domizlaff 1971 starb, schrieb der SPIEGEL: "Die von ihm kreierten Marken R 6, Senoussi, Gelbe Sorte und Ernte 23 gelten noch heute in der Werbebranche als beispielhaft" (Spiegel 38/1971).

Schwieriger zu beantworten ist aus heutiger Perspektive die Frage, wie groß der Erfolg der Markentechnik am Markt tatsächlich war. Bei einigen der Zigaretten, die mit diesem Konzept an den Markt gebracht wurden, stellten sich sehr bald große Erfolge ein. In anderen Fällen verlief die Entwicklung jedoch viel zäher.

Dennoch hielt das Unternehmen an seinem Konzept fest. Als Reemtsma im Jahr 1927 die „Ova“ herausbrachte, war diese Marke schnell sehr erfolgreich. Viele Jahre später hat Martin Brinkmann, einer der Hauptkonkurrenten des Reemtsma-Unternehmens in seinen Erinnerungen gesagt: „Einsam ragte die Ova aus Hunderten von Zigarettenmarken hervor“ (Lindner, S. 33f.). Und damit meinte er sowohl die Qualität der Zigarette wie ihre intelligente Vermarktung (vgl. ebenda).

Die Markentechnik blieb Leitlinie für das Marketing der Reemtsma-Unternehmen auch noch in der Phase, als ein persönliches Zerwürfnis zwischen Philipp Reemtsma und Hans Domizlaff die praktische Zusammenarbeit mehrere Jahre unterband.

5. Konzentrationsprozesse und der Kampf um die Vorherrschaft in der Branche

Die deutsche Zigarettenindustrie hat in den zwanziger und dreißiger Jahren einen geradezu rasanten Konzentrationsprozess erlebt, an dessen Ende der Reemtsma-Konzern der marktbeherrschende Konzern war.

Für die Beschreibung und Bewertung der Entwicklung des Unternehmens ist das Konzentrationsthema deshalb von großer Wichtigkeit. Ich kann hier zwar nicht ins Detail gehen und muss mich auf die Grundlinien beschränken. Ich denke allerdings, dass bereits auf dieser Basis deutlich werden kann, dass Reemtsma die Konzentrationsentwicklung zwar besonders aktiv und auch mit einem besonderen Weitblick betrieben hat, die Gründe für seine Erfolge jedoch nicht in diversen „Schmutzeleien“ zu suchen sind. Ich habe bereits ausgeführt, welche Stärken das Unternehmen dabei ausgespielt hat. Sie liegen nicht nur im Bereich der schieren Größe und der Marktmacht.

In der Zeit zwischen 1921 und 1924 wuchs Reemtsma aus eigener Kraft und produzierte im Jahr 1924 bereits 75 Mio. Zigaretten monatlich (vgl. Lindner, S. 27). Das war bereits der Aufstieg in die Oberklasse der Branche.

Nach dem Ende der Hyperinflation kam ihm dabei auch die gesamtwirtschaftliche Aufwärtsentwicklung zugute (Wehler 2003, S 252-257). So stieg das Volkseinkommen von 1925 bis

1928 um rund ein Viertel (ebenda, S, 253). Es gab Spielraum für eine Erhöhung der Konsumausgaben, gerade auch im Bereich der Genussmittel.

Schon 1924 wurde mit der Berliner Manoli AG erstmals ein größeres Zigarettenunternehmen von Reemtsma übernommen. Zweitens kam Reemtsma zugute, dass Zigaretten, die bis dato lose in Tabakläden und Gaststätten verkauft worden waren, nun verstärkt als Packungen auf den Markt kamen und dass diese Form des Verkaufs vom Verbraucher gut angenommen wurde. Reemtsma führte eine 10er Schachtel zu 50 Pfennig ein, die sich sehr gut verkaufte (vgl. Lindner, S. 34).

1925/26 unternahm Philipp Reemtsma einen „konzentrationstechnisch“ besonders weitreichenden Schritt. Die Reemtsma AG und die Jasmatzi AG schlossen einen Vertrag über eine Interessengemeinschaft ab, der über die niederländische Holding von Jasmatzi lief. In diese Kooperation war als Dritter Teil auch die „Yenidze-Fabrik“ aus Dresden einbezogen. Am Markt konkurrierten diese drei Unternehmen nur begrenzt, denn Reemtsma stand für die oberen Preislagen, Yenidze für die mittleren Preislagen, während Jasmatzi den unteren Preisbereich bediente.

Großen Einfluss auf die Konkurrenzbedingungen hatte sicher auch die 1925 eingeführte Banderolen- und Materialsteuer. Lindner zitiert als Beispiel ein großes Unternehmen, das damals täglich 13 Mio. Zigaretten produzierte und dafür jeden Tag 200 000 Mark an Steuern zahlen musste. Der Fiskus gewährte bei der Banderolensteuer eine Zahlungsfrist von dreieinhalb Monaten und bei der Materialsteuer von sechs Monaten. Dies war wie ein zinsloser Kredit konnte jedoch zur tödlichen Falle werden, wenn der Absatz stockte. Denn selbst wenn überhaupt keine Zigaretten mehr verkauft wurden: die Steuern fielen nach Ablauf der Zahlungsfristen trotzdem an. Dieser Mechanismus hat damals mehrfach Unternehmen in die Insolvenz getrieben.

Unter diesen Bedingungen war es unerlässlich, sich eine der großen Banken als Partner zu sichern. Reemtsma schloss sich eng an die Deutsche Bank an, später auch an die Commerzbank.

Auf diese Weise gelang es ihm, mehrere finanzielle Krisen unbeschadet zu überstehen. 1927 war der Konzern wieder auf sicheren Füßen, und da die neuen Marken „Juno“, „Salem“ und „Ova“ sofort gut einschlugen, wurden im Konzern tiefschwarze Zahlen geschrieben.

In dieser Zeit setzt Reemtsma zu einer zweiten Übernahmeschlacht an. 1928 wurden in Deutschland rund 1 Milliarde Zigaretten verkauft und der Marktanteil der Reemtsma-Marken lag schon bei 35% (vgl. Lindner, S. 46).

Reemtsma suchte neue Übernahmekandidaten und fand sie auch. Doch die Übernahmeoperationen liefen als Geheimoperationen ab. Dies galt z.B. für den Kauf der Firma „Bulgaria“. (ebenda, S. 49). Doch Geheimhaltung war auch an anderer Stelle oberste Devise.

Lindner schreibt dazu: „Die hier erstmals an den Tag gelegte Geheimniskrämerei bildete ein Charakteristikum der Einkaufstour, die Reemtsma im Sommer 1928 begann: Soweit möglich, wurden die Transaktionen unter der Decke gehalten“ (ebenda, S. 49f.)

Das öffentliche Image der Krake, die unter der Meeresoberfläche verborgen, alles an sich zieht, hat hier seine Wurzeln. Und da kurze Zeit später die Großen der Branche eine Poolvereinbarung mit festen Absatzquoten schlossen (Greiling und Garbaty 10%, Haus Neuburg 30%, Reemtsma 50%) muss man in diesem Kontext tatsächlich von einem Kartell sprechen, das den Zigarettenmarkt unter sich aufteilen wollte.

6. Ein schlimmer Korruptionsverdacht - Der Fall Batschari

Es gibt jedoch keinen zweiten Fall, der die Öffentlichkeit Ende der zwanziger Jahre so stark bewegt hat wie der Fall Batschari. Der Fall brachte Reemtsma unter Korruptionsverdacht und dies keinesfalls grundlos.

Die Zigarettenfabrik Batschari war 1834 in Baden-Baden gegründet worden. Im Jahr 1899 lag die Tagesproduktion bei 110 000 Zigaretten und zu Hochzeiten bei rund 3 Mio. Zigaretten. Die bekannteste Marke von Batschari war die Marke "Mercedes". Batschari gehörte im Kaiserreich auch zu den bekanntesten Mäzenen der Zigarettenreklamekunst.

Im Jahr 1929 hatte Reemtsma das Unternehmen aufgekauft und damit aber auch eine Steuerschuld von 15 Mio. RM übernommen (vgl. Lindner 2007, S 60 f.). Reemtsma drohte nun mit der Schließung des Werks in Baden-Baden, wenn ihm die 12 Mrd. Steuerschuld nicht erlassen würden.

Für das damals extrem wirtschaftsschwache Nordbaden wäre eine Komplettliquidation von Batschari eine Katastrophe gewesen. Nach einigem Hin und Her zwischen dem Unternehmen und der badischen Landesregierung bzw. zwischen dem Unternehmen und dem Reichsfinanzministerium setzte sich Reemtsma schließlich durch. Der Reichsminister Rudolf Hilferding (SPD) trieb die Steuerschuld nicht ein.

Bereits Ende 1929 veröffentlichte der Journalist Tete Harens Teten in der "Weltbühne" zu diesem Fall mehrere Artikel und formulierte den Vorwurf dass bei dem Geschäft Korruption im Spiel gewesen sei.

Zwei andere Geschäftsleute, Harry Sally Levita und Willi Scheck spitzten die Vorwürfe zu und sprachen von einem gigantischen Steuerskandal. Levita erpresste mit seinem „Wissen“ über die wirklichen Sachverhalte daraufhin Reemtsma. Und P. Reemtsma zahlte auch, und zwar erhebliche Summen. Bis heute ist nicht geklärt, was Levita gegen Reemtsma tatsächlich in der Hand hatte.

Zunächst gingen 50 000 Mark an Levita, und Reemtsma zahlte auch noch weiter, als Levita mit immer neuen Geldforderungen kam. Insgesamt soll Levita von Reemtsma 140 000 Mark bekommen haben (vgl. Lindner, S. 61). Erst 1931 zog Reemtsma gegen Levita vor Gericht. Der Prozess vor dem Oberlandesgericht in Karlsruhe endete mit der Verurteilung Levitas zu 18 Monaten Gefängnisstrafe.

Aber was hatte Reemtsma zu verbergen? Gab es bei der Batschari-Abwicklung Dinge, welche der Öffentlichkeit nicht bekannt werden sollten? Gab es noch andere Schmutzflecken in der Entwicklung des Reemtsma-Konzerns? Diese Dinge sind bis heute nicht völlig aufgeklärt. Auch für P. Reemtsma war die Sache nicht vorbei. Sie wurden für P. Reemtsma sogar brandgefährlich, als die Nazis 1933 an die Macht kamen.

7. Der Deal mit Göring

Bereits im April 1933 wurde in Preußen eine Korruptionsliste veröffentlicht, auf der 22 Personen oder Unternehmen standen, die als korrupt bezeichnet wurden und deshalb angeklagt werden sollten. Das Preußische Justizministerium ließ dafür sogar Sonderdezernate bei den Staatsanwaltschaften einrichten.

Die Zigarettenfirma Reemtsma stand auf Platz 5 dieser Liste. Auch Konrad Adenauer stand darauf sowie der SPD-Bürgermeister von Altona, Max Brauer. Dabei bezog sich der Vorwurf der Korruption auf alles Mögliche. Es standen allerlei Betrugs- und Bestechungsvorwürfe im Raum. Im „Völkischen Beobachter“ wie auch in anderen Nazi-Zeitungen hatte es schon vor 1933 immer wieder Angriffe auf

einzelne Personen und Unternehmer gegeben. Auch das Unternehmen Reemtsma war davon betroffen.

Die Korruptionsliste hatte objektiv mehrere Funktionen. Sie war ganz gewiss ein Druckmittel, um die Wirtschaft auf die politische Linie der Nazis zu bringen. Wer zu den Gegnern der Nationalsozialisten zählte oder mit Blick auf ihren totalen Herrschaftsanspruch als unsicherer Kantönist galt, wurde damit unter Druck gesetzt.

Zweitens war die Korruptionsliste ein Propagandainstrument. Die Nazis hatten sich in ihrer Propaganda als Gegner des Weimarer Wirtschaftssystems inszeniert. Ihr Programm enthält Dutzende von Punkten, in denen vom Schutz der Kleinen (Händler, Handwerker, Industriellen etc.) vor den Großen (den Konzernen und Trusts) die Rede war, und in ihrer Propaganda hatten sie immer wieder betont, dass sie – einmal an die Macht gekommen – mit den Konzernen und Trusts, die zudem als jüdisch beherrscht dargestellt wurden, „aufräumen“ würden. In diesem Sinne konnte eine Korruptionsliste, aus der konkrete Anklagen gegen Personen und Unternehmen werden sollten, als Einlösung des politischen Versprechens verkauft werden.

Und schließlich gab es im Kreis der Nationalsozialisten und ihres Machtapparats auch einen ganz konkreten Gegner des Reemtsma-Unternehmens. Es war das Zigarettenunternehmen „Sturm“ aus Dresden. Das Unternehmen war 1929 von dem Freund Ernst Röhm und NS-Sympathisanten Arthur Dressler gegründet worden. Die Geschäftsidee von Dressler war einfach, aber überzeugend. Er produzierte Zigaretten für die SA unter Markenamen wie der „Trommler“, der „Alarm“, der „Sturm“ und „neue Front“ und wenn sehr viele SA-Mitglieder (und natürlich auch alle Sympathisanten der Nazis) diese Zigaretten aus politischer Überzeugung rauchen würden, dann wäre dies ein beachtlicher Markt. Um diesen Markt zu erreichen, waren die Werbungskosten zudem niedrig. Dressler schlug deshalb der SA vor, die eingesparten Werbungskosten der SA zu überweisen. Dieses Angebot war für die SA zweifellos sehr attraktiv, denn die SA war chronisch knapp an Geld.

Das „System Sturm“ funktionierte tatsächlich. Bereits im Jahr 1930 konnte Dressler „erleckliche Summen“ (Linder, ebenda, S. 70) an die SA überweisen. Vor allem der Stab von SA-Chef Ernst Röhm profitierte davon. In der SA wurde deshalb erheblicher Druck aufgebaut, um die SA-Mitglieder dazu zu bringen, keine sogenannten „Konzernzigaretten“ mehr zu rauchen. Lindner berichtet u.a. davon, dass SA Männer beim Appell ihre Taschen leeren mussten und sogar mit Strafen belegt wurden, wenn in ihren Taschen „Konzernzigaretten“ waren (vgl. ebenda). Und der größte Konzern war zu dieser Zeit schon Reemtsma.

Hinzukam die Funktion der Sache auf politisch-ideologischer Ebene. Vor allem 1931 hatte die Parteipresse der NSDAP oftmals sehr heftig gegen den Reemtsma-Konzern agitiert (vgl. ebenda, S. 73). Es war sogar zu SA-Aktionen gegen Zigarettenhändler gekommen, die „Konzernzigaretten“ verkauften (vgl. ebenda, S. 71). Ihnen wurden beispielsweise die Fenster eingeschmissen. „Gegen Trust und Konzern“ kann man auf einem Plakat der Sturm-Firma lesen (vgl. ebenda, S. 75). Und das war nicht als abstrakte Parole gemeint.

Ein propagandistischer Dauerbrenner war dabei die Verwertung der vielen Ungereimtheiten und ungeklärten Vorwürfe aus der Abwicklung von Batschari (s.o).

Aus dieser Zeit hatten sich nicht nur die Korruptionsvorwürfe gegen Reemtsma erhalten, sondern auch einer der bedeutenden publizistischen Gegner aus dem Batschari-Komplex: der Däne Teten Harens Teten.

Doch Teten hatte mittlerweile die politische Seite gewechselt und war zu den Nazis übergegangen. Insofern gab es beträchtliches Anti-Reemtsma Potential bei den Nazis, dessen Zentrum in der SA-

Führung lag. Dass Philipp Reemtsma seit Verkündigung der Korruptionsliste bedeutend schlechter schlafen konnte, lässt sich nachvollziehen.

1932 lagen die Dinge in der Praxis jedoch komplizierter. Reemtsma inserierte prinzipiell in allen Zeitungen von ganz rechts bis ganz links. In der Anzeigenpolitik wurde bei Reemtsma nach rein kaufmännischen Gesichtspunkten verfahren (vgl. ebenda, S. 72). So hatte Reemtsma keine Probleme damit, in der Nazi-Presse Anzeigen zu schalten, als die Anzeigenredaktionen dieser Presse ihn dazu aufforderten, zumal sich zeigte, dass das Sturm-Unternehmen durchaus erfolgreich war.

Dahinter standen auch Marktveränderungen. Die schlechte wirtschaftliche Situation drückte die Konsumgütermärkte nieder, so dass Reemtsma in einigen Märkten „gewisse Einbrüche“ verzeichnete, und zwar in Regionen, wo die Nazis stark und andererseits auch Sturm besonders aktiv war.

Im Bereich Ostachsen mit Dresden als Zentrum hatte das Reemtsma-Unternehmen 1931 noch 65 Mio. Zigaretten verkauft. 1932 waren es nur noch 41 Mio. (Lindner, S. 82). Reemtsma reagierte darauf mit dem Versuch, einen besseren Draht zu den Nationalsozialisten zu bekommen und kurbelte die Anzeigenvergabe für NS-Zeitungen an. Es kam dabei sogar zu einer Unterredung mit Hitler. Aber geklärt wurde dabei nichts.

Dies war die Ausgangssituation, als die Nazis 1933 die Macht übernahmen. Nach Hitlers Regierungsbildung wurde der kaufmännische Leiter des Sturm-Unternehmens, ein SA-Mann, beispielsweise Präsident der Handelskammer Dresden. Kurz darauf blockierten SA-Leute die Eingänge der zum Reemtsma-Konzern gehörenden Bulgaria-Fabrik, die von Harry Carl Schnur geleitet wurde, einem Juden. Wer immer in die Fabrik wollte, wurde von SA-Leuten in einer höchst unfreundlichen Weise darauf aufmerksam gemacht, dass dies ein „Judenbetrieb“ sei (vgl. Lindner, S. 91).

Kurz drauf warnte Philipp Reemtsma Schnur, dass die SA in Dresden persönlich gegen ihn vorgehen wollte. Tatsächlich drang eine SA-Abteilung kurz darauf in das Haus von Schnur ein. Doch dieser hatte die Warnung ernst genommen und war nach Hamburg entwichen und von dort mit seiner Frau auf dem schnellsten Weg nach Holland ausgereist

Am 1. April kam es reichsweit zur ersten Boykottaktion gegen jüdische Geschäfte, wobei auch das Reemtsma-Werk in Bahrenfeld für einige Stunden besetzt wurde. Diese Aktion richtete sich konkret wohl gegen Kurt Heldern, einen der wichtigsten Manager bei Reemtsma. Auch Heldern war Jude.

Dies war ganz grob die Situation, als die „Korruptionsliste“ herauskam und am 12. April 1933 öffentlich wurde.

Und schon wenige Tage später erschien Tete Harens Teten bei der Berliner Staatsanwaltschaft und erstattete gegen Reemtsma Anzeige wegen Korruption. Und am 31. Juli 1933 eröffnete der Untersuchungsrichter beim Landgerichte Berlin eine Voruntersuchung.

Das Reemtsma-Unternehmen reagierte sofort. Es begann eine umfangreiche Spendenaktivität in Richtung NSDAP und Unterorganisationen zu entfalten.

Es bräuchte einen längeren Abschnitt, um all die Begünstigten aufzuführen, die Geld von Reemtsma bekamen. Ich nenne deshalb nur den Gesamtumfang der Spenden aus dem Jahr 1933. Es waren runde 1 Mio. Mark, und von Januar bis August 1934 kamen noch einmal weitere 800 000 Mark hinzu (vgl. Lindner, S. 101).

Doch den politischen Durchbruch in eigener Sache erzielte Philipp Reemtsma, als er den Zugang zu Hermann Göring fand und dieser ihn mit einem schamlosen Angebot konfrontierte. Göring würde die

Korruptionsliste Korruptionsliste sein lassen. Es würden keine Verfahren gegen Reemtsma eröffnet werden, wenn Reemtsma ihm eine beträchtliche Spende zukommen lassen würde. Und so geschah es.

Natürlich gibt es dieses Angebot nicht schriftlich. Es ergibt sich in der Sache jedoch aus dem Gang der Dinge, und deshalb muss ich ersatzweise die Sache von ihrem Ende aufrollen. Am 30. April 1934 wurde die Voruntersuchung gegen Philipp Reemtsma eingestellt. Schon am 9. Februar 1934 war in der amtlichen Zeitung „Deutsche Justiz“ folgender Beschluss Görings zu lesen, den er in seiner Eigenschaft als preußischer Ministerpräsident gefasst hatte. Es heißt dort u.a.: *„In der Zigarettenindustrie haben sich unter den Augen des demokratisch-liberalen Staates Konkurrenz- und Konzernkämpfe hemmungslos abgespielt...Seit der nationalsozialistischen Machergreifung hat die Zigarettenindustrie in einmütiger Zusammenarbeit zwischen Arbeiterschaft und Unternehmern am Aufbau des nationalsozialistischen Staates mitgearbeitet. Die Vorkommnisse aus der Zeit der Konzernkämpfe und Konkurrenzmaßnahmen heute einer strafgerichtlichen Untersuchung zu unterwerfen, würde deshalb sinnlos sein, weil heute solche Kämpfe nicht mehr möglich sind...Der Nationalsozialismus schaut vorwärts und nicht rückwärts. Ich ordne deshalb die Niederschlagung der Untersuchungsverfahren an, die sich an Handlungen im Konzern- und Konkurrenzkampf der Zigarettenindustrie anschließen“* (zit. nach: Linder, S. 119).

Das entscheidende Gespräch zu diesem Thema führten Göring und Reemtsma unter vier Augen. Gegen eine Zahlung von rund 3 Mio. Mark, angeblich zum Wohl des deutschen Waldes und der preußischen Landestheater, in Wirklichkeit aber zur Finanzierung von Görings Privatsitz Karinhall, fand Göring den oben zitierten „Ausweg“.

8. Die Nachkriegszeit

Nach dem Ende des Kriegs wurde Reemtsma von den Briten interniert. Er war in verschiedenen Internierungslagern untergebracht und wurde insgesamt korrekt behandelt. Das sich sein kaputter Fuß immer wieder entzündete, musste er mehrmals in Krankenstationen verlegt werden. Sein körperlicher Zustand schwankte. Es gab Phasen, in denen er stark abnahm, sich dann aber wieder erholte. Lindner schildert diese Zeit relativ im Detail. Er zeigt, wie stark es Philipp Reemtsma in diesem Zeitraum darum ging, Zeugen und Zeugnisse für seine Entlastung zu bekommen (sogenannte Affidavids). Von mehreren Dutzend Adressen, die angeschrieben wurden, weiß Lindner zu berichten (vgl. ebenda, S. 359). In vielen Fällen gingen solche Affidavids auch tatsächlich ein, wobei die Entlastungsschreiben von jüdischen Geschäftsleuten besonders wichtig waren (ebenda, S.360).

Am 3. Januar 1947 hatte dann das Hamburger Amtsgericht einen Haftbefehl erlassen, der sofort vollzogen wurde. Philipp Reemtsma kam in Hamburg in Untersuchungshaft. Im Mai bekam er Haftverschonung. Die Anklageschrift wurde am 15. Juni präsentiert. Doch der Prozess verzögerte sich, und im September kam Philipp Reemtsma wieder in Untersuchungshaft, wurde aufgrund von Bürgschaften jedoch im Oktober daraus entlassen. Erst am 24. Mai 1948 begann der Prozess tatsächlich.

Die Details brauchen an dieser Stelle nicht zu interessieren. An großen Linien lässt sich jedoch Folgendes festhalten. Für den Staatsanwalt Dr. Kramer stand der Göring-Komplex im Zentrum seiner Anklage. Aus seiner Sicht hatte Reemtsma Göring aktiv bestochen und auf diese Weise zwei Dinge erreicht. Er hatte einerseits die Bedrohung seines Unternehmens durch Bestechung abgewendet und damit zweitens auch noch, wie Linder dies ausdrückt, „ein Entreebillet in die einträgliche Wirtschaftswelt des „Großdeutschen Reiches gelöst“ (ebenda, S. 390).

Die gegen Reemtsma eingeleiteten Voruntersuchungen durch die Preußische Justiz seien keine Willkürmaßnahme der Nazis gewesen, sondern aufgrund diverser Unklarheiten und Widersprüche

sachlich berechtigt gewesen. Wenn der Staatsanwalt Kramer mit dieser Interpretation vor Gericht durchkommen würde, dann hätte Reemtsma im Jahr 1934 gezielt bestochen, wäre damit der aktiven Bestechung schuldig und hätte im Rahmen des dafür gültigen Strafmaßes für schuldig gesprochen und verurteilt werden müssen.

Im Prozess wurde zweifelsfrei geklärt, dass Reemtsma tatsächlich erhebliche Summen gezahlt habe, und dass, anders als es Göring gegenüber Reemtsma erklärt hatte, diese Gelder nicht für öffentliche Zwecke bestimmt gewesen seien (Komplex Jagd und Naturschutz und Komplex Unterstützung der Preußischen Theaterlandschaft). Das meiste Geld sei in Görings Landsitz „Karinhall“ geflossen, d.h. privat verwendet worden (vgl. ebenda, S. 391).

Die Verteidigung stellte hingegen auf eine Notsituation Reemtsmas ab. Reemtsma hätte, um sein Unternehmen zu retten, nur auf die Erpressung von Göring reagiert. Er habe Göring kein Geld angeboten. Dass aber Geld in Millionenhöhe an Göring geflossen ist, wurde nicht bestritten.

Am 2. Oktober 1948 verkündete der Landgerichtsdirektor Herbert Wulff das Urteil. Das Gericht schloss sich der Anklage in wichtigen Punkt nicht an. Reemtsma sein nicht schuldig im Sinne der Anstiftung zur Rechtsbeugung und auch nicht im Sinne einer Anstiftung zur Begünstigung im Amt.

Aus der Juristensprache übersetzt hielt das Gericht zwei wichtige Tatbestände für nicht gegeben bzw. für nicht bewiesen: dass Reemtsma Göring aktiv angestiftet habe, das Recht zu beugen (d.h. die Untersuchung gegen ihn durch die Justiz einstellen zu lassen) und ihn zweitens aktiv gedrängt habe, Göring zu begünstigen (d.h. von Reemtsma dafür Geld zu nehmen).

Allerdings sah das Gericht den Tatbestand der Beamtenbestechung als solchen für gegeben an. Göring sei Staatsdiener gewesen - ganz unabhängig davon, wie er dies geworden sei. Das Landgericht sah in seinem Urteil den Tatbestand der Bestechung nach § 333 StGB deshalb als erfüllt an und verurteilte Reemtsma zu einer Geldstrafe in Höhe von 10 Mio. Mark, die sich durch Anrechnung der Untersuchungshaft jedoch auf rund 5 Mio. Mark reduzierte.

Im Revisionsverfahren wurde das Landgericht zur Wiederholung des Prozesses verpflichtet. Das Wiederholungsverfahren wurde 1950 jedoch eingestellt, weil es in der Zwischenzeit ein sogenanntes Straffreiheitsgesetz gegeben hatte (Frei 1997), wonach Verfahren einzustellen seien, bei denen "nur" eine Geldstrafe bis zu 5000 DM oder eine Freiheitsstrafe von bis zu 6 Monaten zu erwarten wären. Davon ging das Gericht im Fall Reemtsma dann aus. Praktisch endete das Verfahren damit jedoch ohne Urteil in der Schuldfrage. Ein Freispruch war es nicht, wie später oft behauptet wurde. Es blieb eine Verurteilung nach § 333 StGB. Sie hatte nur keine Konsequenzen.

9. Neue wirtschaftliche Blüte nach 1949

Als Ende 1949 der Gerichtsprozess von Philipp Reemtsma überstanden war, stellte sich die Frage, wie das Unternehmen wieder in Schwung gebracht werden könnte. Zu diesem Zeitpunkt wurde zwar schon wieder produziert, allerdings nur in einem beschränkten Umfang. Man muss allerdings sagen, dass die Unternehmensleitung unter der Führung von Hermann Reemtsma damals geradezu Erstaunliches auf die Beine gestellt hat.

Die Führungsmannschaft war 1949 also zum Teil wieder intakt. Auch Hans Domizlaff stieß bald wieder hinzu. Philipp Reemtsma hat die Situation damals im folgenden Bild ausgedrückt: „Wir sind heute in der Situation, dass der Kapitän, die Schiffsoffiziere und Ingenieure eines großen Dampfers auf ein kleines Schiff zusammengedrängt sind (Lindner 2007, S. 406).

Es stellte sich jedoch bald heraus, dass der Wiederaufstieg des Unternehmens nicht eine einfache Kopie der Aufstiegsjahre von Weimar sein konnte. Reemtsma musste nach 1949 experimentieren und neue Wege gehen.

Dies betraf nicht zuletzt den Zigarettentyp, der verkauft werden sollte. Bis zum Ende des Krieges war der deutsche Zigarettenmarkt zu 90% durch Orienttabak dominiert. Der Virginia-Tabak, der in den USA bevorzugt wurde, spielte in Deutschland keine große Rolle.

Doch mit den Amis und den Briten als Besatzern waren auch die Ami-Zigaretten in großen Mengen nach Deutschland gekommen. Weil nur noch sehr wenige Orient-Zigaretten hergestellt wurden, mussten die Deutschen wohl oder übel Virginia-Zigaretten rauchen, bzw. der Geschmack der Raucher veränderte sich dadurch. Und Orienttabak blieb lange knapp und war teuer geworden.

Als Ausweg bot sich eine neue Mischung aus Orient- und Virginia-Tabak an. Diese Mischung, die in der Branche später als "German Blend" bezeichnet wurde, ist maßgeblich von Reemtsma entwickelt worden und bot eine vernünftige Mittellösung.

Als wichtiger Punkt für den Neuanfang nach 1949 erwies sich auch in den frühen 50er-Jahren das Thema Markenentwicklung und Werbung. Auch hier gab es sowohl ein Anknüpfen an alte Arbeitsteilungen in der Führungsspitze wie auch ein Ausprobieren neuer Wege. Hans Domizlaff stieß wieder zum Unternehmen und auch Kurt Helden übernahm wieder den Aufgabenbereich der Entwicklung neuer Verkaufsstrategien.

Im Jahr 1959 starb Philipp Reemtsma. Er ist auf dem Friedhof von Hamburg-Nienstedt im Familiengrab der Reemtsmas begraben worden. Das Jahr, in dem er starb, brachte dem Reemtsma-Unternehmen einen Marktanteil von 49,3%. Das Unternehmen war fast wieder dort, wo es als junge Kommanditgesellschaft gewesen war, wenn man die Marktanteile von Haus Neuerburg herausrechnet.

Zwar kam die Zigarettenmarke Nr. 1 der Deutschen, die "HB" von Brinkmann auf deutlich höhere Stückzahlen. Doch die "Ernte 23" auf Platz 2 und die Marke "Peter Stuyvesant" auf Platz 3 kamen zusammen auf noch höhere Stückzahlen (SPIEGEL 19/1960). Der Umsatz der Branche hatte sich seit der Währungsreform zwar verdreifacht. Doch die Konzentration war wieder enorm. Es gab die großen Vier und daneben nur noch 17 kleinere Fabriken (vgl. ebenda).

10. Literatur

Berghoff, Hartmut (2016): Moderne Unternehmensgeschichte. Eine themen- und theoriegeleitete Einführung. Berlin und Boston (De Gruyter Oldenbourg), 2. aktualisierte Auflage

ders.: (Hrsg.) (2007): Marketinggeschichte. Die Genese einer modernen Sozialtechnik, Frankfurt/New York (Campus Verlag)

Bilgic, Leman, Fabian, Maike, Schwetasch, Corinna und Stock, Rudolf: Dresdner Orientalismus. In: Lindner und Moser 2006, S. 207-236

DER SPIEGEL 2/1947: Ein gewiegter Steuer-Mann

DER SPIEGEL 19/1960: Die großen Vier

DER SPIEGEL 38/1971, Hans Domizlaff (Rubrik: GESTORBEN)

DER SPIEGEL 32/1975: Ins Gehege gekommen

Deutsches Krebsforschungszentrum (dkfz) (Hrsg.) (2015): Tabakatlas 2015. Heidelberg (Papst Verlag)

Feinhals, Joseph (1911): Der Tabak in Kunst und Kultur. Köln

Fotoarchiv Reemtsma – Rauchzeichen. Museum der Arbeit in Hamburg, www.fotorachiv-reemtsma.de/Themen/inedex.html

ders.: Vom Tabak. Ein Spaziergang durch das Raucherparadies. Köln

Grunenberg, Nina: Görings Goldesel. DIE ZEIT Nr. 37/2007

Jacobs, Tino (2007): Zwischen Intuition und Experiment. Hand Domizlaff und der Aufstieg Reemtsmas 1921 bis 1932. In: Berghoff 2007, S. 148-176

ders.: Rauch und Macht. Das Unternehmen Reemtsma 1920 bis 1961. Göttingen 2008 (Wallstein Verlag)

Jacobs, Tino und Schürmann, Sandra (2007): Rauchsignale: Struktureller Wandel und visuelle Strategien auf dem deutschen Zigarettenmarkt im 20. Jahrhundert. In: Werkstatt Geschichte Nr. 45, S. 33-52

Lindner, Erik: Die Reemtsmas. Geschichte einer deutschen Unternehmerfamilie. Hamburg 2007 (Hoffmann und Campe)

Lindner, Rolf und Moser, Johannes (Hrsg.)(2006):Dresden. Ethnographische Erkundungen einer Residenzstadt. Leipzig (Leipziger Universitätsverlag)

Patrick-Felber, N. (2015): Kriegswichtiger Genuss - Kaffee und Tabak im „Dritten Reich“. Göttingen (Wallstein)

Priemel, Christian Kim (2013): Rezension zu: Roth K.H. und Abraham J.P.: Reemtsma auf der Krim, in: H-Soz-Kult, 13.6.2013 (www.hsozkult.de/publicationreview/id/rezbuecher-17821), eingesehen am 7.2.2018

Wehler H.U. (2003: Deutsche Gesellschaftsgeschichte – Vierter Band. München (Beck Verlag

Wolfrum, E. (2006). Die geglü ckte Demokratie. Geschichte der Bundesrepublik von ihren Anfängen bis zur Gegenwart. Stuttgart (Cotta)