

Žarko Lazarevič*, Ivan Smiljanic**

Vmesna identiteta in podjetniki na Slovenskem v avstro-ogrski dobi***

IZVLEČEK

Članek tematizira vmesne nacionalne identitete v gospodarskem okviru, kot so se na Slovenskem pojavljale v obdobju Avstro-Ogrske. Čeprav je v tem času prevladovala ideologija ekonomskega nacionalizma, ki je ekskluzivistično ščitila interese ene nacionalne skupnosti napram preostalim in jo simbolizira geslo »svoji k svojim«, so nekateri podjetniki iz različnih razlogov poskušali ohranjati vmesno, torej ne- ali nadnacionalno identiteto. Določeni podjetniki in podjetniške družine so bili dokaj uspešni pri dolgoročnem ohranjanju vmesne identitete, če so bili pri svojih političnih stališčih zmerni in so strankam nudili kakovostno storitev. Drugi so vsakršno nacionalno deklariranje potiskali v ozadje, bodisi zaradi nezainteresiranosti bodisi zaradi odpiranja širših možnosti pri poslovanju. Obstajali so tudi primeri družin, v katerih so člani gojili nasprotujoče si nacionalne identitete.

Ključne besede: vmesna identiteta, ekonomski nacionalizem, slovensko gospodarstvo, Avstro-Ogrska

* Dr., znanstveni svetnik, Inštitut za novejšo zgodovino, Privoz 11, SI-1000 Ljubljana, zarko.lazarevic@inz.si; ORCID: 0000-0003-4635-4309

** Dr., asistent z doktoratom, Inštitut za novejšo zgodovino, Privoz 11, SI-1000 Ljubljana, ivan.smiljanic@inz.si; ORCID: 0000-0001-8202-8338

*** Članek je nastal v okviru projekta N6-0294 *Diskurzi in prakse vmesnosti v regiji Alpe Jadran: Celovec, Ljubljana, Trst 1815–1914*, ki ga sofinancira Javna agencija za znanstvenoraziskovalno in inovacijsko dejavnost Republike Slovenije (ARIS) iz državnega proračuna.

ABSTRACT

IN-BETWEEN IDENTITY AND ENTREPRENEURS IN THE SLOVENIAN LANDS DURING THE AUSTRO-HUNGARIAN ERA

The article discusses in-between national identities in the economic context, as they appeared in Slovenia during the Austro-Hungarian period. Although the ideology of economic nationalism, which exclusively protected the interests of one national community over the rest and was symbolized by the motto "each to their own", dominated at that time, some entrepreneurs tried to maintain an intermediate, i.e. non- or supranational identity for various reasons. Certain entrepreneurs and entrepreneurial families were quite successful in maintaining an in-between identity in the long term, if they were moderate in their political views and offered quality service to their customers. Others pushed any national declaration into the background, either due to disinterest or to making possible more business opportunities. There were also examples of families in which members cultivated conflicting national identities.

Keywords: in-between identity, economic nationalism, Slovenian economy, Austria-Hungary

Uvod

Tudi gospa Katarina ni vedela, zdaj še manj kot v, rajnki Avstriji, kaj je. Po svojem očetu in po svoji vzgoji je bila Nemka, po materi zlahtna Slovenka. Že v stari Avstro-Ogrski je imela težave s svojo dvojnostjo, večkrat ni vedela, v kateri voz bi se vpregla. [...] V Jugoslaviji se je njena duševnost še bolj zapletla. Ostala je potuhnjena Nemka, kot Slovenka pa se je razdelila na dve polovici: ena je zagovarjala Slovence in slovenstvo, druga jugoslovanstvo. In ker je bil njen mož dr. Smerdu, Jugoslovan, se je tudi ona odločila za jugoslovanstvo, saj je vedela, da prinaša vsestranske koristi.¹

Uvodni citat pojasnjuje problem individualne nacionalne identifikacije v primežu družinskega okolja in tekmovalnih nacionalizmov skozi življenjski cikel posameznika. Priča, da je bil proces nacionalizacije prebivalstva relativen, tudi kontroverzen, situacijski in mnogokrat dvoumen. Še več: kot bomo videli, je nacionalna diferenciacija nemalokrat segla na raven družin. Prav tako citat potrjuje, da sta samo-opredeljevanje ali opredeljevanje družbenega okolja tesno prepletena in soodvisna.² Citat ilustrira slovenske razmere v desetletjih nacionalizma kot kulturno-politične ideologije in vsakodnevne prakse. Študije različnih aspektov nacionalizma in pripadnosti so zelo

¹ Jože Javoršek, *Spomini na Slovence I, II*. (Ljubljana: Adit, 1989), 415.

² David Feest, »Spaces of 'national indifference' in biographical research on citizens of the Baltic republics 1918–1940,« *Journal of Baltic Studies* 48, št. 1 (2017): 56.

obsežne in so dobro ilustrirale variabilnost in aplikativnost nacionalistične ideologije.³ Zanimivo pa je, da je veliko manj pozornosti posvečene razmerjem med ekonomijo in nacionalizmom. To je presenetljivo, saj obilica historičnih virov prča, da vezi med gospodarstvom in nacionalizmom še zdaleč niso zanemarljive. Nacionalizacijo prebivalstva so spremljala prizadevanja za nacionalizacijo ekonomije. Gospodarstvo je bilo namreč zelo priročno orodje pri spodbujanju nacionalne in politične diferenciacije in uveljavljanju celovitosti (ekonomski razvoj!) etnične skupnosti. Pridružujeva se mnenju Andersa Blomqvista, da je potrebna celostna obravnava nacionalizma, v katerem se prepletajo kulturni, družbeni, politični in ekonomski dejavniki. Izpostavljanje ekonomskih dejavnikov omogoči nova razumevanja o tem, kako se akterji nacionalno opredeljujejo ali se temu izogibajo in kako se gibajo v okolju tekmujočih nacionalističnih gibanj.⁴

Namen članka je, da zastavi vprašanje ekonomije in nacionalizma na slovenskem primeru v času do prve svetovne vojne. Natančneje, odpreti želi razpravo o podjetnikih in njihovih nacionalnih opredelitvah v okolju tekmujočih nacionalizmov, slovenskega in nemškega, torej o tem, kako so nacionalistični konflikti za nadzor ekonomskih potencialov etnično mešanega območja vplivali na procese nacionalnega opredeljevanja ali ne-opredeljevanja podjetnikov. Kakšni so vplivi in medsebojna razmerja družinske in poslovne socializacije, družbenih in poslovnih omrežij, poročnih strategij, družbene odgovornosti do lokalnega okolja, pomena blagovne znamke, obsega poslovanja, poslovnih interesov, jezikovnih politik podjetja in lastnika, identitet podjetja in osebnih identitet podjetnikov? Kakšna so opredeljevanja posameznikov v precepu med interesom doseganja profita, ki je nujen za obstoj podjetja, in osebnimi nacionalnimi preferencami; kakšna so razmerja med trgom, potrošniki in nacionalnim opredeljevanjem; med samo-opredeljevanjem podjetnika v razmerju do njegovega družbenega okolja? Ali lahko govorimo o jasni nacionalni opredelitvi kot poslovni strategiji, mogoče indiferentnosti ali raje samo o izogibanju jasnemu opredeljevanju, da bi stregli zahtevam trga in potrošnikov? Na kratko, kakšno je torej razmerje med racionalnostjo ekonomije in nacionalnim opredeljevanjem podjetnikov na trgu, ki ga kot potrošniki sestavljajo različne narodnostne skupnosti?

Z naslonitvijo na Davida Feesta poudarjava, da so na tej poti biografije najprimernejši vir za razumevanje umeščanja posameznika v času nacionalnih delitev. Biografije lahko odgovorijo na vprašanja o pomenu, prepletenosti, vzročnosti in soodvisnosti naštetih kategorij pri nacionalnem opredeljevanju podjetnikov. Raziskovanje posameznikove življenjske zgodbe ponuja možnost obravnavanja različnosti in protislovij osebnih nacionalnih identitet in okolja, v katerem je živel. Biografije spremenijo

3 Gerard Delanty in Krishan Kumar, ur., *The SAGE Handbook of Nations and Nationalism* (London: SAGE Publication, 2006). John Breuilly, ur., *The Oxford Handbook of the History of Nationalism* (Oxford: Oxford University Press, 2013). Maarten Van Ginderachter in Jon Fox, ur., *National Indifference and the History of Nationalism in Modern Europe* (Abingdon, New York: Routledge, 2019).

4 Anders E. B. Blomqvist, *Economic Nationalizing in the Ethnic Borderlands of Hungary and Romania: Inclusion, Exclusion and Annihilation in Szatmár/Satu-Mare 1867–1944* (Stockholm: Department of History, Stockholm University, 2014), 29.

perspektivo raziskovanja, ker v ospredju niso več širše kategorije prebivalstva, temveč posameznik. Prav tako se s fokusom na posamezniku izognemo vnaprej postavljenim, pripisovanim nacionalnim opredelitvam, saj biografije omogočajo raziskovanje procesov, v katerih kategorije nacionalnega opredeljevanja nastajajo. Posamezni primeri lahko zagotovijo informacije o tem, kako so ljudje osmislili svoje življenje v spremeni-
ljajajočih se okoliščinah tekmujočih nacionalizmov.⁵

Nacionalizem in ekonomija

Manj intenzivno raziskovanje povezav med nacionalističnimi gibanji in ekonomijo je del splošnih značilnosti študij nacionalizma. To pomanjkljivost sta opazila Helga Schultz in Eduard Kubù in zato spodbudila projekt in izdajo monografije o različnih vidikih prepletenosti nacionalističnih gibanj in ekonomije.⁶ Stefan Berger temu mnenju pritruje v knjigi *Nationalism and Economy*, s pomenljivim podnaslovom *Explorations into a Neglected Relationship*, z natančnim pregledom študij o nacionalizmu.⁷ Pridružuje se mu tudi Thomas Fetzer, ko ugotavlja več odprtih vprašanj oziroma povsem različnih pristopov v raziskovanju razmerij med ekonomijo in nacionalizmom.⁸ Vsaka takšna razprava neizogibno odpre vprašanje ekonomskega nacionalizma, termina samega in njegove vsebine. Sam termin *ekonomski nacionalizem* ni nekaj novega, saj se je dodobra uveljavil po prvi svetovni vojni. Fenomena ekonomskega nacionalizma se lotevajo tako ekonomisti kot antropologi, sociologi in zgodovinarji. Zato je očitno, da imamo opraviti z različnimi definicijami zaradi različnega izvora in perspektiv raziskovalnih vprašanj.⁹

Koncept ekonomskega nacionalizma se nanaša na skupek državnih politik za urejanje zunanjih gospodarskih odnosov z namenom spodbujanja gospodarskega razvoja in neodvisnosti. Te politike so vključevale osrednjo vlogo države s protekcionizmom v zunanji trgovini, politiko podpiranja domače industrije, mnogokrat na račun kmetijskega sektorja. Ekonomski nacionalizem je bil »iskanje alternativnih načinov modernizacije« (Helga Schultz) v razmerah zapoznelega procesa izgradnje naroda (države) na periferiji. Kasneje se je koncept ekonomskega nacionalizma razširil še v druge discipline, ki so ga prikojile svojim raziskovalnim vprašanjem.

Nacionalistična gibanja v etnično mešanih okoljih so do neke mere prilagodila kategorijo nacionalne ekonomije na raven etnične skupnosti. Nacionalizem s poskusom zamejevanja gospodarske aktivnosti v okviru etnične skupnosti prevzame vlogo zaščitnih politik v primeru države. Ekonomski nacionalizem v tej formi je mogoče

5 Feest, »Spaces of national indifference«, 57, 58.

6 Helga Schultz in Eduard Kubù, ur., *History and Culture of Economic Nationalism in East Central Europe* (Berlin: Berliner Wissenschafts-Verlag, 2006).

7 Stefan Berger, »Historians, Nationalism Studies and the Economy«, v: Stefan Berger in Thomas Fetzer, ur., *Nationalism and Economy: Explorations into a Neglected Relationship* (Budapest, New York: CEU Press, 2019), 23–41.

8 Thomas Fetzer, »Nationalism and Economy«, *Nationalities Papers* 48, št. 6 (2020): 963–73.

9 Andreas Pickel, ur., *Handbook of Economic Nationalism* (Cheltenham, Northampton: Edward Elgar Publishing, 2022).

obravnavati kot idejo, katere cilj je maksimiranje koristi naroda kot celote in ne le posameznika. Neodvisnost, narodna enotnost in ekonomsko lastništvo so temeljni postulati oziroma cilji maksimiranja narodovih koristi. Uresničevanje takih postulatov gre lahko tudi na račun koristi posameznika ali ekonomske učinkovitosti. Ekonomski nacionalizem zato ni samo politično orodje, ni samo strategija ekonomskega razvoja (modernizacije), tudi ni samo protekcionizem. Je kulturni fenomen v smislu vrednostnega koncepta, mitov in vzorcev obnašanja nacionalnega gibanja, prebivalstva in podjetij.¹⁰

Ekonomski nacionalizem v opredeljeni širini je bil rezultat historičnih okoliščin. Pri tem velja omeniti, da je ekonomski nacionalizem po pojavnih oblikah heterogen. Prav tako ni omejen ali značilen le za določeno geografsko območje, denimo za Srednjo in Vzhodno Evropo. Nasprotno, gre za univerzalen in globalen fenomen, produkt historičnih okoliščin in ne lastnost določenih geografskih prostorov. Prav tako ga srečamo v drugih delih Evrope in sveta.¹¹ Ko govorimo o ekonomskem nacionalizmu, moramo tudi poudariti, da to ni družbena ali gospodarska ureditev, temveč predvsem ideologija. Kot takšen je imel učinke na ravni percepcij in konstrukcij družbene realnosti in iz tega izvirajočih strategij in praks družbenega in gospodarskega razvoja. S stališča strategij in praks je treba razlikovati dve ravni, dve pojavniki obliki ekonomskega nacionalizma, zunanje- in notranjepolitično, zlasti v primeru etnično nehomogene politične enote.¹²

Od različnih form ekonomskega nacionalizma naju najbolj zanima nacionalizem na področju lokalne ekonomije, to je vpliva politizacije vsakodnevnih podjetniških in potrošniških (nacionalističnih) praks na etnično opredeljevanje prebivalstva, zlasti podjetniškega sloja. V kontekstu nacionalističnih gibanj ekonomski nacionalizem nastopa kot komplementarni element kulturnemu in političnemu nacionalizmu. Eno od najpomembnejših orodij homogenizacije na gospodarskem področju so bili bojkoti ustanov, podjetnikov in gospodarskih dejavnosti konkurenčne etnične skupnosti. Strategije in prakse ekonomsko nacionalističnih prizadevanj v etnično mešanih okoljih so bile omejene na narodnostno ločeno mrežo gospodarskih organizacij in združenj; tipičen primer je zadružništvo.¹³

S tem opiramo koncept ekonomskega nacionalizma kot vsakodnevne prakse v lokalnih, soodvisnih skupnostih. Fetzner na osnovi obsežne literature povzema, da pristop vsakodnevne nacionalizma presega fokusiranost na narodnostne elite kot edine akterje in raziskuje vsakdanje predstave o nacionalni identiteti in pripadnosti med prebivalstvom. S pristopom od spodaj navzgor je mogoče spremljati, kako se predstave o nacionalni pripadnosti ujemajo s predstavami o etničnem (ali nacionalnem)

10 Helga Schultz, »Introduction: the double edged sword of economic nationalism,« v: Helga Schultz in Eduard Kubů, ur., *History and Culture of Economic Nationalism in East Central Europe* (Berlin: Berliner Wissenschafts-Verlag, 2006), 9–25.

11 Natalie Koch, »The political geography of economic nationalism,« v: Andreas Pickel, ur., *Handbook of Economic Nationalism* (Cheltenham, Northampton: Edward Elgar Publishing, 2022), 14–28.

12 Schultz, »Introduction,« 24.

13 Torsten Lorenz, ur., *Cooperatives and Ethnic Conflicts: Eastern Europe in the 19th and Early 20th Century* (Berlin: Berliner Wissenschafts-Verlag, 2006).

gospodarstvu kot posebnem prostoru, etničnih ekonomskih značilnostih ali izdelkih.¹⁴ K temu velja dodati še koncept situacijskega vsakodnevnega nacionalizma, ki ga zastopa Gábor Egry. V tem konceptu so etnične opredelitve nestanovitne in se prilagajajo interakcijam akterjev v različnih družbenih situacijah, priložnostih in prostorih, tudi ekonomskih.¹⁵ Najnovejše raziskave politik identitet, ki na temelju obstoječih študij identificirajo različna teoretična izhodišča in prakse teh politik, uvajajo še natančneje definiran koncept t. i. praks vmesnosti (»doing in-between«), ki preusmerja fokus z zgolj političnega odnosa do nacije in države na širše zamejene nefiksne, fluidne identitete, ki jih definirajo tudi socialne in gospodarske razmere.¹⁶ Koncept vsakodnevnega nacionalizma ima torej analitično vrednost tudi za študije ekonomskega nacionalizma. Omogoča vpogled v procese in rezultate politizacije (»nacionalizacije«) poslovnih in potrošniških praks na vsakdanji ravni in definiranja (zamišljanja) etničnega ekonomskega prostora.¹⁷

Slovenska varianta ekonomskega nacionalizma

Pri Slovencih je proces nacionalizacije prebivalstva z nekoliko zamika dopolnjeval ekonomski nacionalizem. Med nosilci narodnega gibanja je prevladovalo prepričanje, da je zgolj politična in kulturna emancipacija nezadostna, samo torzo. Polno razviti narod nujno potrebuje tudi ekonomsko emancipacijo, to je ekonomsko modernizacijo. Ideal je bil celovit narod z vsemi komponentami, se pravi s kulturno, politično in tudi gospodarsko komponento. Le narod z lastnimi modernimi gospodarskimi institucijami lahko, zahvaljujoč kompetitivni gospodarski moči, suvereno uveljavlja tudi politično voljo. Gospodarska podlaga je bila pogoj, da slovenski narod ne bi ostal le kulturni fenomen. Prizadevanja so izvirala iz občutka ne samo politične in kulturne, temveč tudi ekonomske zapostavljenosti.

Zato so se pojavili besede in pozivi, ki so napeljevali k nacionalni diferenciaciji tudi na gospodarskem področju v imenu obče koristnih ciljev politične okrepitve slovenskega naroda. Ekonomsko-nacionalistična prizadevanja se skrivajo za terminom nacionalnega interesa. Z namenom okrepitve lastne ekonomske baze začne narodno gibanje uveljavljati geslo »svoji k svojim«, to je politiko razločevanja tudi na področju ekonomije. Osrednji slovenski časopis tega časa, liberalni dnevnik *Slovenski narod*, je bil več kot jasen:

14 Fetzer, »Nationalism and Economy«, 968.

15 Gábor Egry, »Beyond politics: national indifference as everyday ethnicity«, v: Maarten Van Ginderachter in Jon Fox, ur., *National Indifference and the History of Nationalism in Modern Europe* (Abingdon, New York: Routledge, 2019), 145–60.

16 Janine Schemmer in Klaus Schönberger, »Doing In-Between in the 19th Century in the Alps-Adriatic Region: Everyday Forms of Subjectivation Beyond Nationalising and Ethnicising Subjection«, *Traditiones* 53, št. 3 (2024): 21–44.

17 Slikovita primera takšnega pristopa sta Blomqvist, *Economic Nationalizing*, in Stéphanie Danneberg, *Wirtschaftsnationalismus lokal: Interaktion und Abgrenzung zwischen rumänischen und sächsischen Gewerbeorganisationen in den siebenbürgischen Zentren Hermannstadt und Kronstadt, 1868–1914* (Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 2018).

Začenja se tiha agitacija, katera našim slovenskim ljudem govori: kupuj vse, česar trebaš in kar moreš pri slovensko-narodnem trgovcu [...]. V štacuno nemškutarjevo, v delavnico ponemčenega in tistega, ki z nemškutarji vleče, voli in vpije – pa ne hodi. – Svoji k svojim! Tako se govori in mi na vsa usta rečemo: prav je tako! Resno in povsod moramo v tem smislu začeti delati, kolikor koli nam je po zakonu dopuščeno. Prijatelj prijatelja naj pri vsakej priliki na to opominja, pri vseh priporočilih naj se na to gleda, in onim, ki ne poznajo kake barve je ta ali oni, naj se opiše, da bode znan. Bomo videli, kako dolgo bodo potlej mogli nemškutarski trgovci na čelu agitacije stati in rovati, ki dela proti ljudstvu, mej katerimi so se obogatili!¹⁸

Gospodarsko življenje naj bi se zaokrožilo znotraj lastne etnične skupnosti. Temeljno orodje v tem procesu so bili bojkoti nacionalno neprimernih trgovcev, obrtnikov, podjetij, bank ... Šlo je za politično arbitražo v preusmerjanju gospodarskih tokov k slovensko opredeljenim nosilcem gospodarske pobude. Vzporedno s tem je potekalo vzpostavljanje sistema ekonomskih institucij, poslovnih mrež in strokovnih zvez (trgovci, obrtniki idr.), ki so bile v lastništvu ali pod nadzorom pripadnikov in podpornikov narodnega gibanja.¹⁹

Najbolj tipičen primer je bilo zadružništvo, ki je združevalo elemente nacionalne in socialne solidarnosti na eni strani in ekonomsko odgovornega obnašanja na drugi strani. Zadružništvo se je zdelo pravi odgovor za vzpostavljanje paralelnega gospodarskega sistema z nacionalnim predznakom ekonomsko manj razvite skupnosti. Zadružništvo je bilo poleg tega še relativno neodvisno od oblasti, zanj so bila poleg politične volje potrebna le majhna sredstva. V razmerah napredujočega kapitalizma in individualizacije je zadružništvo s propagiranjem vzajemnosti v nacionalni skupnosti dajalo občutek varnosti. Zadružništvo je delovalo kot socialna varnostna mreža. Poleg tega pa je dajalo tudi vtis ljudskosti, enakosti, demokratičnosti ...²⁰ Zadružništvo je doživelo velik razmah, mreža zadrug po celotnem etničnem prostoru je bila zelo gosta. S tem je pripomoglo k dodatni integraciji slovenskega prostora. Znotraj politično in etnično opredeljenih zadružnih omrežij so omogočili pretok storitev, blaga, znanja in kapitala med pripadniki etnične skupnosti in v geografskem pomenu zamejili slovenski etnični prostor.²¹

Ekonomsko-nacionalistična praksa je bila v svojih dometih omejena. Kompleksnosti ekonomskih odnosov in povezav (nabavnih verig) zaradi odsotnosti avtarkije so onemogočale oblikovanje paralelnih ekonomij. Drugi pomemben razlog je bila nerazčlenjenost ekonomije, saj je izrazito prevladoval drobnogospodarski sektor, ki je bil redko vključen v širša ekonomska omrežja. Dosledno razločevanje je bilo zato mogoče le na posameznih segmentih gospodarskega življenja, ki niso bili integrirani v širše nadregionalno ekonomsko okolje. Ekonomski nacionalizem je tako uspeval na lokalni ravni,

18 »O nemškutarskih trgovcih in obrtnikih,« *Slovenski narod*, 22. 4. 1875, 1.

19 Žarko Lazarevič, »Economy and Nationalism in Yugoslavia,« v: Helga Schultz in Eduard Kubù, ur., *History and Culture of Economic Nationalism in East Central Europe* (Berlin: Berliner Wissenschafts-Verlag, 2006), 265–78.

20 Žarko Lazarevič, »Aristokrati in demokrati med zadružniki?,« v: Darja Mihelič, ur., *Gestrinov zbornik* (Ljubljana: ZRC SAZU, 1999), 351–63.

21 Žarko Lazarevič, Marta Rendla in Janja Sedlaček, *Zgodovina zadružništva v Sloveniji (1856–1992)* (Ljubljana: Zadružna zveza Slovenije, 2023), 38–43.

kjer so prevladovala podjetja, obrtniki in trgovci, ki so imeli skromen obseg poslovanja in so bili odvisni od lokalnega povpraševanja. Bojkoti in stigmatiziranje konkurenčnih poslovnežev na etnični podlagi so bili v majhnih okoljih učinkovito orodje politične in ekonomske diferenciacije ter nadzora potrošniških praks in preferenc prebivalstva. Tako slovensko kot nemško nacionalno gibanje sta jih s pridom uporabljali.²² Tudi številni trgovci so skušali izkoristiti situacijo s tem, da so trkali na patriotska čustva sonarodnjakov in prodajali »narodno blago« slabe kakovosti, zato so se pojavili pozivi, naj se geslo »svoji k svojim« ustrezno posodobi: »Naj bode narodni trgovec tisti trgovec, ki ima najboljše narodno blago, in najbolj po ceni!«²³ V etnično mešanem okolju so bile združne zveze ali združenja trgovcev in obrtnikov na nacionalni podlagi primerna orodja za oblikovanje vzporednega sistema zagotavljanja storitev in blaga v mejah lastne etnične skupnosti – primerna orodja torej za »nacionalizacijo ekonomije« kot komplementarnega procesa nacionalizaciji prebivalstva. Slovenski ekonomski nacionalizem do prve svetovne vojne je bil politično gibanje in strategija ekonomskega razvoja. Prizadevanja za vzpostavljanje paralelnega ekonomskega sistema so težila k izločanju konkurence (protekcijonizem) in regulaciji tokov kapitala, investicij in potrošnje na ozemlju, ki so ga opredelili kot slovenski etnični prostor.

Primeri strategij podjetniške vmesnosti

Glede na velik pomen etnične identitete v ekonomskem okolju so morali podjetniki v slovenskih deželah previdno izbirati, kakšno, če sploh kakšno identiteto bodo projicirali v javnosti. Ta izbira je lahko pomenila zoženje poslovanja in podporo zgolj ene nacionalne skupnosti in bojkot s strani preostalih. Zaradi tega si večina manjših trgovcev in podjetnikov ni mogla privoščiti propagiranja enoznačne nacionalne identitete, temveč se je to lahko zgodilo šele takrat, ko se je podjetje razvilo v korporacijo ter postalo vpeto v državni ali mednarodni okvir, tako da izpad dohodka od ene bojkotirajoče nacionalne skupine ni bil usoden.

Številni podjetniki, ki so si s širitvijo podjetij pridobili dovolj finančne podpore in s tem potreben družbeni vpliv, so se aktivno vključili v deželno ali državno politiko, postali člani strank in kandidirali za poslanske položaje. Nekateri so – ob glasnih obtožbah izdaje, konvertitstva in renegatstva – prešli iz enega tabora v drugega. Med njimi je bil podjetnik in dobrotnik Martin Hočevar/Hotschewar (1810–1886), ki je iz slovenskega simpatizerja postal nemški politični predstavnik in ustanovitelj šole z nemškim učnim jezikom v Krškem, njegov dom pa zbiralšče predstavnikov kranjske nemške stranke. Med Slovenci si je pridobil status »nemškutarskega prusaka«,²⁴ ki je takoj, ko je obogatel, prestopil k nasprotnikom, kar je zamazalo tudi njegova dobrodelna prizadevanja, ki so bila včasih povsem prezrta:

22 Dragan Matić, *Nemci v Ljubljani 1861–1918* (Ljubljana: Oddelek za zgodovino Filozofske fakultete, 2002), 130, 131.

23 Janko Sernec, »Železne postave,« *Slovenski narod*, 21. 8. 1881, 2.

24 »Iz Krškega 20. aprila,« *Slovenski narod*, 24. 4. 1873, 2.

A dasi nemškutar, je vendar zahteval, da bi ga morali tudi Slovenci častiti samo zaradi njegovega denarja. Bil je eden tistih bogatašev, ki sodijo, da bogastvo samo zagotavlja čast in spoštovanje; eden tistih, ki ne pojmi, da nalaga bogatstvo posebne dolžnosti in da je spoštovanja vreden le tisti bogataš, ki te dolžnosti izpolnjuje in ki žrtvuje primeren del svojega imetja v obče-koristne namene.²⁵

Res pa mu je slovenski tisk po smrti, ko so se razvneti čustva polegla, priznal dobrodelnost in ga vzel v bran. »Nikoli pa ni bil zagrizen [slovenski] nasprotnik!« je v osmrtnici poudaril časopis *Slovenec*.²⁶ Sčasoma je obveljalo, da je Hočevar sicer »bil brez lastnega prepričanja«²⁷ in je gojil »starokopitne nazore«, ²⁸ vendar je bilo za neupravičeno razglašeno pisanje nemških časopisov, ki si ga »kričeče prisvajajo zase« ter mu »podtikajo ultra-nemško mišljenje«. ²⁹

Na podlagi raznolikega poročanja o Hočevarju in nihajočega vrednotenja njegove vloge, ki se pojavljata v slovenskih časnikih, je mogoče zaslutiti, da je nacionalna identifikacija v ekonomskih krogih predstavljala izmuzljivo in spolzko kategorijo, ki se je redno spreminjala tako v očeh samega podjetnika kot tudi v družbi na splošno. Še tako pazljivo konstruiranje identitete ni moglo predvideti vseh mogočih rezultatov in vnaprej omejiti negativnih posledic. Tudi podjetnik, ki bi se skušal izogniti vsakršnim etničnim identifikacijam ter se ni z ničimer javno deklariral, je naletel na težave. Posameznik sicer lahko goji vmesno identiteto, v nacionalističnem kontekstu pa gre za nezaželeno motnjo, ki kvari tendence po homogenizaciji.³⁰ Na Slovenskem nacionalne mlačnosti vsaj od šestdesetih let 19. stoletja dalje ni toleriral noben nacionalni tabor: »Čeprav se na začetku mnogi ne morejo (ali ne želijo) prav odločiti in poskušajo hierarhično vzdrževati nemško in slovensko identiteto, postaja takšno stališče vedno bolj nevzdržno.«³¹ »Tiste vrste ljudje, ki trdijo, da neso ne Slovenci, ne Nemci, neso ne krop ne voda,« je pripomnil *Slovenski narod*,³² pa tudi katoliški dnevnik *Slovenec* je pritegnil, da so to »največji invalidi naše družbe, najbolj za nič ljudje«. ³³ Javno mnenje je neodločnega trgovca na podlagi najrahlejših indicov in ne ozirajoč se na njegovo mnenje zlahka uvrstilo v en ali drugi tabor. Hkrati pa je bilo neizpostavljanje nacionalne identitete lahko legitimna in uspešna strategija v primeru, da je bilo nacionalno poreklo podjetnika očitno in vsakomur znano, vendar je pri svojem ravnanju izkazal zmernost, nepristranskost ali poštenost do strank in celotne skupnosti ne glede na nacionalni predznak.

25 »Pripomnje k testamentu g. Josipine Hotschevarjeve,« *Slovenski narod*, 8. 4. 1911, 2.

26 »Na Krškem,« *Slovenec*, 19. 4. 1886, 3.

27 Josip Vošnjak, *Spomini: drugi zvezek, 1868–1873* (Ljubljana: Slovenska matica, 1906), 261.

28 »Meščanska šola v Krškem,« *Slovenski narod*, 6. 5. 1905, 1.

29 »Jean Renier in ga. Josipina Hotschevar,« *Jutro*, 15. 4. 1911, 1.

30 Ksenija Vidmar Horvat, *Zemljevidi vmesnosti: eseji o evropski kulturi in identiteti po koncu hladne vojne* (Ljubljana: Sophia, 2009), 4, 41, 64.

31 Janez Cvirn, *Trdnjavski trikotnik: politična orientacija Nemcev na Spodnjem Štajerskem (1861–1914)* (Maribor: Obzorja, 1997), 19.

32 »Iz Šaleške doline 18. februarja,« *Slovenski narod*, 20. 2. 1883, 3.

33 »Socialna sebičnost in psihologija mas,« *Slovenec*, 5. 11. 1908, 1.

Upoštevati velja, da je bila kategorija vmesne ali spremenljive nacionalne identitete v obravnavanem času in prostoru, v nasprotju z jasno zamejeno binarno podobo, kot se kaže v ohranjenih virih, vsesplošno prisotna kot pragmatična strategija vsakodnevne preživetja. Časopise in dokumenti, ki so nam na razpolago pri analizi takšnih vprašanj, so najpogostejše izhajali s trdnih pozicij tega ali onega nacionalnega in političnega prepričanja, vendar tovrstnih neomajnih prepričanj ne gre preslikati na celotno družbo. Tudi popisne pole avstrijskega cenzusa, ki so anketirance bolj ali manj prisilile v izbiro zgolj enega občevelnega jezika, ne morejo biti uporabljene kot idealen odraz realnega stanja.³⁴ Indiferenca, nestanovitnost ter predvsem pragmatizem so iz dneva v dan in, sledeč tezi Pietra Judsona o »situacijskem nacionalizmu«, ³⁵ tudi iz situacije v situacijo iz številnih Slovencev delali, denimo, Nemce in obratno; šlo je za povsem običajno situacijo, ki je bila prevladujoča večino časa, razen v obdobjih nacionalnih napetosti in posledične (začasne) polarizacije. Gospodarski svet je operiral po podobnih spremenljivih zakonih, le da je bilo tveganje tu vendarle večje, kazni za spodrsjlaje pa ostrejša.

Oglejmo si torej nekaj ključnih strategij, bodisi premišljeno zgrajenih bodisi sproti formiranih skozi vsakodnevne izkušnje, po katerih so lahko posegli podjetniki v slovenskem prostoru, ko so skušali pragmatično manevrirati med Scilo vodenja uspešnega podjetja in Karibdo nacionalne identitete, ki ne bi odbijala (preveč) potencialnih strank ter poslovnih partnerjev. Pri tem moramo v mislih ohraniti fluidnost in pogosto neoprijemljivost teh interpretacij, ki so v dostopnih virih marsikdaj pustile le skromne ali sploh nikakršne sledi, zaradi česar je tolmačenje z zgodovinske distance nujno pomanjkljivo. Iz tega razloga se moramo že pri izbranih študijah primerov omejiti na nekatere najpomembnejše podjetnike obravnavanega obdobja na Slovenskem; že viri, ki bi pojasnjevali njihovo samoidentifikacijo, so skromni, medtem ko je gradivo, ki bi pomagalo pri tolmačenju strategij manjših trgovcev in podjetnikov, skoraj popolnoma odsotno.

Prvo kategorijo predstavljajo posamezniki in družine, ki so v skladu s pragmatično fluidnostjo večinskega prebivalstva premišljeno negovali ne izrecno definirano nacionalno identiteto, razpeto med dvema ali več nacionalnostmi, in jo dokaj uspešno vzdrževali skozi daljše časovno obdobje. Značilen primer je rodbina Tönnies, katere ustanovitelj Gustav (1814–1886), rojen v nemškem mestu Stralsund, ki je bilo takrat pod švedskim protektoratom, se je v Ljubljano preselil leta 1835 in postavil močno gradbeno podjetje, ki je konec 19. in na začetku 20. stoletja zgradilo številne pomembne stavbe in infrastrukturo v kranjskem glavnem mestu. Čeprav so Gustava Tönniesia Ljubljanci in še posebej poslovni konkurenti sprva dojemali kot tujca, se je sčasoma preobrazil v polnokrvnega ljubljanskega meščana. Poročil se je z Ljubljančanko Amalijo Malovrh ter z njo dobil devet otrok.³⁶ Pet sinov, ki so postopoma prevzeli vodenje podjetja, je glede svoje nacionalne identitete ohranjalo delikatno ravnovesje, ki ga je začrtal že oče.

34 Rok Stergar in Tamara Scheer, »Ethnic boxes: the unintended consequences of Habsburg bureaucratic classification«, *Nationalities Papers* 46, št. 4 (2018): 575–91. Ana Cergol Paradiž in Irena Selišnik, »Soproke slovenske elite v Ljubljani in Trstu«, *Prispevki za novejšo zgodovino* 58, št. 2 (2018): 53, 54.

35 Npr. Pieter Judson, *Habsburški imperij: nova zgodovina* (Ljubljana: Sophia, 2023).

36 Stojan Jakopič, »Gustav Tönnies in sinovi«, v: Žarko Lazarevič, Milanka Jakopič in Stojan Jakopič, ur., *Stoletje družine Tönnies: zgodovina in tehniška dediščina* (Ljubljana: Založba ZRC, 2019), 17–30.

V ljubljanski javnosti – tisti, ki se je identificirala kot slovenska, in tisti, ki se je opredelila za nemško – so Tönniesi sicer obveljali za Nemce, kar so po svojem etničnem poreklu res bili in za kar so se imeli tudi sami,³⁷ vendar časopisna poročila hkrati kažejo, da so bili njihova blaga narava, zmernost in skromno politično udejstvovanje ključni za nekontroverznost in priljubljenost tako med Nemci kot Slovenci. Tönniesovo kratkotrajno politično udejstvovanje je večino časa celo potekalo s pozicije pristaša slovenskega tabora. S tega položaja je leta 1868 (neuspešno) kandidiral za ljubljanskega mestnega svetnika, se je pa čez nekaj let bolj približal nemški stranki. Ostajal je dovolj v ozadju, da ga ni ne nemški ne slovenski tisk nikoli izrecno napadel zaradi kakršnegakoli političnega stališča, poleg tega pa je v sedemdesetih letih povsem zapustil politične vode. O njegovih političnih prepričanjih, ki so se domnevno nagibala bolj v liberalno smer, je zaradi pomanjkanja podatkov treba sklepati na podlagi posrednih indiciev, kot je recimo opazka, da je več oglasov objavljaval v liberalnem *Slovenskem narodu* kot konservativnem *Slovincu*.³⁸ Tönniesov pogreb leta 1886 je pritegnil obilo obiskovalcev tako slovenske kot nemške provenience, kar je potrjevalo njegovo priljubljenost. Osmrtnice so bile natisnjene v slovenskih in nemških časopisih, napisane so bile v obeh jezikih. Slovenski tisk se je enoznačno strinjal, da pokojnik kljub nemškemu poreklu ni bil sovražen Slovincem, saj tudi ni imel nobene težave z njihovim zaposlovanjem v svojem podjetju. Izražena je bila celo želja, da bi bilo v taboru slovenskih nasprotnikov več takih pripadnikov.³⁹ Naklonjenost Ljubljane do podjetniške družine se je pokazala tudi leta 1900, ko je ob množični udeležbi potekal pogreb prav tako priljubljenega Tönniesovega sina Adolfa, in to celo kljub dejstvu, da je pokojnik storil samomor. Tudi v kasnejših letih je družina, če se je pojavila potreba, zagotavljala, da se noben njen član »ni nikdar pri nobenih volitvah vmešaval v politiko ne ene, ne druge, ne tretje stranke in se vedno ob vsaki priliki pokazal nepristranskega«.⁴⁰

Trdili bi lahko, da so si Tönniesi vmesno identiteto »kupili« ne samo z zmernim in zadržanim političnim udejstvovanjem, temveč tudi zaradi bolj praktičnega razloga: kakovosti svojega obrtniškega dela. Sloveli so kot odlični stavbeniki, na katere se je obrnil vsak – naj je bil Slovenec, Nemec ali kaj tretjega –, ki je želel kakovostno opravljeno storitev. Tönniesi so bili torej »res podjetni in premišljeni, praktiki«, ki se zlepa niso pustili vplesti v kranjska narodna in politična nasprotja in prepire,⁴¹ temveč so se fokusirali na vodenje in reputacijo svojega podjetja ter s tem desetletja ohranjali ravnovesje med nemško in slovensko identiteto. To ravnovesje je bilo porušeno leta 1942, ko je inženir Gustav Tönnies ml. kot vodja nemških priseljencev iz Ljubljane ob prejemu nemškega državljanstva namestniku koroškega gavlaterja »zagotovil, da bodo preseljenci zastavili vse sile za Nemčijo, za Adolfa Hitlerja in za zmago«.⁴²

37 Peter Vodopivec, »Gustav Tönnies in nasledniki med Nemci in Slovenci«, v: Žarko Lazarević, Milanka Jakopič in Stojan Jakopič, ur., *Stoletje družine Tönnies: zgodovina in tehniška dediščina* (Ljubljana: Založba ZRC, 2019), 40.

38 Ibidem, 35–40.

39 »Umrli«, *Slovenski narod*, 12. 11. 1886, 3.

40 »V včerajšnjem ‚Slov. Narodu‘«, *Slovenski narod*, 22. 12. 1908, 3.

41 Vodopivec, »Gustav Tönnies in nasledniki«, 44.

42 »Nemško državljanstvo za priseljence«, *Jutro*, 25. 3. 1942, 3.

Vmesno identiteto, ki pa za Kranjsko neznatno ni bila razpeta med slovenskim in nemškim taborom, je prav tako ohranjal ljubljanski trgovec s tekstilnim blagom Valentin C. Supan (1822–1877). Na začetku šestdesetih let se je aktivneje vključil v politično življenje kot pristaš slovenskega tabora. Supan je v življenju postal član številnih društev in je prišel vse do položaja deželnega in državnega poslanca, a je bil na Kranjskem znan predvsem kot prvi slovenski predsednik deželne trgovske in obrtniške zbornice med letoma 1866 in 1874, kjer se je boril za slovenske gospodarske interese. To delo ga je začelo tako zaposlovati, da je konec šestdesetih let opustil trgovino.⁴³ Napisal je več gospodarsko-političnih razprav, v katerih je skušal razjasniti vprašanje, zakaj so nekatere države bogatejše od drugih. Zavzemal se je za okrepitev in napredek avstrijskega gospodarstva skozi protekcionizem, pri čemer je promoviral predvsem razvoj industrije, ki naj bi zmanjšala avstrijski zaostanek za evropskimi gospodarskimi velesilami. Prav tako naj bi država delovala kot spodbujevalec in zaščitnik porajajočega se gospodarstva, dokler se to v ustreznih razmerah ne bi dovolj okrepilo, da bi bilo konkurenčno na prostem trgu. Posebno pozornost je namenil železnici kot osrednjemu modernizacijskemu projektu, ki bi pomembno pripomogel k napredku slovenskega in celotnega avstrijskega prostora.⁴⁴

Supan se je imel za Slovenca, je pa bil sposoben – vsaj ko je bil jezen – en stavek povedati v nemščini in naslednjega v slovenščini.⁴⁵ Svoja broširana dela je objavljala v nemščini, časopisne članke pa tudi v slovenščini. Ni bil izbirčen glede časopisov, v katerih jih je natisnil, saj je objavljala tako v staroslovenskih *Novicah* in mladoslovenskem *Slovenskem narodu* kot tudi v nemškem vladnem *Laibacher Zeitungu* in v slovenščini pisanem pronemškem glasilu *Triglav*. Nedogmatičnost in samosvojest je kazal tudi pri svojem političnem udejstvovanju, saj je neredko zagovarjal svobodomiselne nazore, ki se niso skladali s stališči slovenske večine. *Slovenski narod* ga je okrcal, da opušča narodni program. Kljub temu pa je bilo Supanu po smrti, podobno kot Hočevanju, vse oproščeno, saj ga je isti časopis takrat razglašal za domoljuba in »zaslužnega veterana narodne stranke«, ⁴⁶ pa tudi *Slovenec*, kjer za življenja Supan sicer ni objavljala, se mu je poklonil z naklonjenim nekrologom.⁴⁷

Supan je redek primer podjetnika, ki je izkazal specifično dvojno identiteto med-deželnega kranjskega oziroma slovenskega narodnjaka na eni strani ter patriota na vsedrjavni ravni avstrijskega imperija na drugi. Kot predsednik trgovske zbornice je branil slovenske ekonomske interese nasproti nemškim, vendar je enako velik del svoje energije vlagal v iskanje odgovorov na vprašanja o ekonomski zaščiti prostora celotne obdonavske monarhije. Kljub temu pa je sodobnikom verjetno delovalo nekoliko nenavadno, da je najvidnejši slovenski gospodarski teoretik svojega časa umrl zadolžen in je šla njegova zapuščina v stečaj.⁴⁸

43 Peter Vodopivec, *O gospodarskih in socialnih nazorih na Slovenskem v 19. stoletju* (Ljubljana: Inštitut za novejšo zgodovino, 2006), 72.

44 Žarko Lazarević, *Spremembe in zamišljanja: gospodarsko-zgodovinske refleksije* (Ljubljana: Inštitut za novejšo zgodovino, 2015), 139–45.

45 Franjo Šuklje, *Iz mojih spominov. I. del* (Ljubljana: Katoliško tiskovno društvo, 1926), 62.

46 Vodopivec, *O gospodarskih in socialnih nazorih*, 73.

47 »† V. C. Zupan,« *Slovenec*, 3. 1. 1878, 4.

48 »Concurs-Eröffnung,« *Amtsblatt zur Laibacher Zeitung*, 19. 10. 1878, 1998.

Druga kategorija vmesnih identitet med poslovneži slovenskega prostora zajema osebe, ki svoje nacionalne identitete sploh niso javno deklarirale, bodisi zato, ker jim ni predstavljala pomembne osebne kategorije identifikacije, bodisi zaradi mnenja, da je neopredeljenost dobra za posel, saj je v teoriji omogočala poslovanje z vsako stranko in poslovnim partnerjem. V prvo podkategorijo nacionalne indifferenice je mogoče uvrstiti Janeza Puha/Johanna Pucha (1862–1914) iz Sakušaka v Slovenskih goricah, ki je pod germansko različico svojega imena zaslovel kot proizvajalec motorjev in avtomobilov v Gradcu. Pričevanja kažejo na sklep, da Puha/Pucha vprašanja nacionalnega porekla in etnične identitete preprosto niso zanimala. V Gradec je odpotoval predvsem zato, ker je štajerska prestolnica nudila boljše možnosti za vzpostavitev tovarne strojev kot katerokoli mesto v slovenskih deželah. Ker njegova zasebna pisma niso ohranjena, v političnem življenju pa se ni na noben način udeleževal, je nemogoče trditi, kako se je identificiral sam. Rad je obiskoval domači kraj, kamor se je pripeljal z avtomobilom lastne izdelave, in se z domačini pogovarjal v slovenščini, ki jo je govoril s prleškim naglasom.⁴⁹ Slovenski tisk ga je za življenja omenjal relativno redko, vendar v pozitivni luči, kot »svetovno znanega tovarnarja koles«.⁵⁰

Puh/Puch je bil prototip podjetnega inovatorja oziroma inovatorskega podjetnika celotnega srednjeevropskega prostora. Pri širjenju svojega poslovnega imperija je razmišljal primarno s pragmatičnega poslovnega vidika. Avstrijske dežele so bile zanj središče njegovega poslovnega udejstvovanja, zato tudi dejstva, da je odprl podružnice v Ljubljani, Mariboru, Celju in Ptuj, ne gre razumeti kot sentimentalnega zaziranja proti domačim krajem, temveč kot razumsko utemeljeno potezo za širitev svojega podjetja. Enako velja za podatek, da se je podpisoval z germanizirano različico svojega imena. Johann Puch ni bilo le njegovo ime, temveč blagovna znamka, ki jo je moral promovirati, kjer je le mogel (pod tem imenom je oglase objavljali tudi v slovenskem tisku). Slovenska različica imena bi med kupce in poslovne partnerje vnesla le zbaganost.

Med nacionalno indiferentne podjetnike, ki so se identifikaciji izogibali v želji po širitvi poslovanja, je mogoče uvrstiti Josipa Gorupa pl. Slavinjskega (1834–1912), ki je v svojem času slovel kot najbogatejši Slovenec. Rodil se je v vasi Slavina v družini slovenskega porekla. Deloval je sprva v Trstu, nato pa se je ustalil na Reki, v kateri je bila stratifikacija meščanov glede na nacionalno identiteto manjša kot v Trstu. Na Reki je Gorup s previdno in premišljeno poslovno taktiko obogatel s sodelovanjem pri raznih lukrativnih projektih in investicijah; bil je delničar pri ducatih podjetij. Izkazal je podobno poslovno žilico kot njegov premožni stric Janez Nepomuk Kalister (1806–1864), ki je tako uspešno razširil lokalno trgovino s kmetijskimi pridelki, da je šel v Trst in postal uspešen podjetnik.⁵¹ Od Kalistra je Gorup tudi podedoval zajetno vsoto za zagon podjetja. Gorupovo poslovno delovanje ni bilo v znamenju nobene

49 Kristina Šamperl Purg, »Zakaj je ostal Janez Puh Slovencem toliko časa neopažen in nezanimiv?«, v: Kristina Šamperl Purg, ur., *Janez Puh – Johann Puch: človek, izumitelj, tovarnar, vizionar (1842–1914)* (Ptuj: Zgodovinski arhiv, 1998), 28.

50 »Zlate poroke«, *Slovenski gospodar*, 31. 1. 1907, 4.

51 »Janez Kalister«, *Novice gospodarske, obrtniške in narodne*, 17. 8. 1870, 265.

nacionalne ideologije, temveč je, upoštevajoč zgolj in samo donosnost ter varnost naložbe, brez zadržkov vlagal v slovenske, hrvaške, italijanske, avstrijske, madžarske in druge družbe, delnice in projekte. Gorupova nad- oziroma večnacionalnost se je kazala tudi pri estetskem okusu, saj je naročal portrete in kipe pri slovenskih, hrvaških in italijanskih umetnikih, ter pri variacijah njegovega imena: v družini so ga klicali Jože, v nekaterih pismih se je podpisoval kot Jožef, v uradnih dopisih pa kot Giuseppe.⁵² Njegova ohranjena pisma izkazujejo distanco do naslovnikov in zgolj konvencionalno vljudnost; kot zadržan poslovnež ni omenjal domačih zadev ali političnega dogajanja, pri čemer je zadržanost mogoče pripisati tudi želji po majhni javni izpostavljenosti ter izogibu nenehnim prošnjam za donacije.⁵³

V nasprotju s Puhom/Puchom ni mogoče trditi, da je bil Gorup povsem narodno indiferenten; v njegovem primeru je šlo bolj za fasado, ki je prekrivala čustva, naklonjena Slovincem in Slovanom na splošno. Čeprav ne Kalister ne Gorup, sicer člana v odborih nekaterih slovenskih društev, nista bila nikakršna vodja slovenskega narodnega gibanja v Trstu ali na Reki, je bilo jasno, da sta bila naklonjena domačim krajem in da nista pozabila na slovensko poreklo. Pri obeh se je osebno prepričanje odrazilo pri zasebnih donacijah dobrodelnega značaja, četudi je Gorup tudi do teh pristopal racionalno in zmerno, brez kakršnegakoli gorečega narodnega romantizma. Gorup in v še precej večji meri Kalister sta se izkazala za lokalna patriota, saj sta vložila zajetne vsote v razne modernizacijske projekte v domači vasi Slavina. Poleg tega je Gorup financiral tudi številne slovenske javne gradnje v Ljubljani ter nekatere kulturne projekte, kot je izdaja pesniške zbirke Simona Gregorčiča. Ljubljanski župan na prelomu stoletja Ivan Hribar, eden redkih sodobnikov, ki je zapustil nekaj osebnih spominov na svoje stike z Gorupom, je o poslovnem pisal kot o zadržanem, preračunljivem in sprva hladnem človeku, ki pa je hkrati naklonjen slovenski domovini. Ko sta se moža prvič srečala in se je Hribar Gorupu zahvalil za prispevek pri banki Slavija, mu je Gorup odgovoril: »To je nekaj samoposebi umevnega; saj Slovani nikdar ne postanemo gospodarsko neodvisni, če ne bomo na narodnogospodarskem polju eden drugega podpirali.«⁵⁴ V nadaljnjih stikih je Hribar v Gorupu prepoznal »pravega narodnega radikala«, ki je menil, da je Slovincem »neobhodno potrebno skrajno odločno nastopati proti nemškemu življu, katerega je smatral za veliko bolj nevarnega našemu narodnemu obstoju, kakor pa italijanskega, ki se z nami stika na jugu.«⁵⁵ Kljub dokaj natančno izoblikovanim političnim prepričanjem se Gorup ni ogrel za aktivnejšo vlogo v politiki; čeprav je na prigovarjanje kandidiral za kranjskega deželnega poslanca in zmagal, je iz politike po dveh letih izstopil, ker so mu bile odbijajoče politične intrige, z besedami: »Sem že prestar in imam pretrden hrbet, da bi se klanjal in glasoval – proti svojemu prepričanju.«⁵⁶ Čeprav je načeloma zavračal mnoge počastitve, ki jih je bil deležen zaradi svojih dobrodelnih prispevkov, pa ga je občasno kakšna vendarle ganila, med njimi sveženj diplom, s katerim

52 Nadja Terčon, »Kalister, Gorupi in pomorstvo«, *Kronika* 58, št. 1 (2010): 94.

53 Irvin Lukežič, »Pisma Josipa Gorupa pl. Slavinjskega dr. Ivanu Hribarju«, *Kronika* 58, št. 1 (2010): 196, 197.

54 Ivan Hribar, *Spomini: I. del* (Ljubljana: Slovenska matica, 1983), 173.

55 Ibid., 174.

56 Lukežič, »Pisma Josipa Gorupa«, 199.

ga je vrsta slovenskih občin razglasila za častnega občana in ki mu ga je predal Hribar: »Gorup je bil do solz ginjen, ko sem mu diplome izročil in je zagotavljal, da je storil le mali del dolžnosti nasproti narodu, iz katerega je izšel.«⁵⁷

Razen naklonjene, toda tihe podpore slovenskim narodnim prizadevanjem so Gorupa »posvojili« tudi reški Hrvati. Ker je del svojega premoženja namenjal tudi za hrvaške investicije in ustanove, je v mestu užival naklonjenost in podporo. Ko je nekoč šel v krčmo, naj bi mu harmonikar takoj zapel pesem *Oj Gorupe naša prava diko*.⁵⁸ Ob njegovi smrti leta 1912 – pogreba naj bi se udeležilo 20.000 ljudi – je *Riečki Novi list* objavil nekrolog »slovenskemu milijonarju«, v katerem je časnikar poudaril: »Hrvatsku svojo braću iskreno je ljubio i podpomagao našu narodnu stvar.«⁵⁹ Stanje je bilo enako v slovenskem tisku. Gorup je bil za življenja redno označevan za slovenskega rodoljuba, prejel je obilo javnih zahval in hvalospevov za svoje darove, v čestitki ob 70. rojstnem dnevu pa so ga imenovali za »kapitalista rodoljuba, radodarnega srca in požrtvovalnih rok, ki je v slovenskem narodu posebno redka izjema«.⁶⁰ V nemškem in italijanskem tisku je bil Gorup omenjen precej redkeje in z manj čustvi, a tudi brez posebnih kritik; fasada nadnarodnosti je bila uspešno vzdrževana.

Tretja in zadnja obravnavana kategorija vmesne identifikacije med podjetniki je izmed vseh najbolj spontana in nenačrtovana. Misli na identitetni razcep znotraj družine, kjer so se nekateri člani identificirali kot pripadniki ene skupnosti, drugi pa kot druge, kar je v praksi privedlo do primerov, ko so se različno identificirali starši in otroci ali sorojenci. Takšen je bil že primer Gorupove družine. Josip Gorup se je dvakrat poročil, obakrat z Nemkama, in skupaj imel 14 otrok, ki jih je vzgajal v slovenščini, ob tem pa si je želel, da bi se poročili s Slovenci. Načrt pa mu ni uspel, delno zaradi tega, ker so le redki slovenski snubci sploh zbrali pogum za snubljenje pri mogočni rodbini, istočasno pa »Gorupove hčere niso bile očetovega prepričanja«, saj »jim je Slovenec bil nekam premalo«.⁶¹ Hčere so se nato poročile s partnerji iz Italije, Hrvaške in Avstrije, sam Gorup pa je bil prisiljen sprejeti drugačno, neslovensko identiteto svojih številčnih potomcev in potomk.

Še zanimivejši kot spreminjanje identitete iz generacije v generacijo so primeri, ko se za pripadnike različnih narodov razglašajo sorojenci. S tega vidika je najboljše dokumentiran primer na slovenskem ozemlju družina Vošnjak/Woschnagg, ki je imela v Šoštanju eno največjih usnjarn v avstro-ogrski monarhiji, ustanovljeno konec 18. stoletja. Družina je začela oblikovati slovensko zavest po pomladi narodov, do takrat so bili zgleden primer nedefinirane identitete: »V naši hiši smo med seboj navadno nemško govorili, toda znali smo tudi slovensko. Čutili pa se nismo ne za Nemce, ne za Slovence, ker se za narodnost sploh nikdo ni menil do l. 1848. in nam je jezik le bil sredstvo, da se sporazumemo med seboj in z drugimi.«⁶²

57 Hribar, *Spomini*, 177.

58 Vesna Bučić, »Odnos Josipa Gorupa pl. Slavinjskega do kulture in umetnosti«, *Kronika* 58, št. 1 (2010): 241.

59 Ibid., 245.

60 Nadja Terčon, »Josip Gorup,« v: Andrej Rahten, Mateja Matjašič Friš in Nadja Terčon, ur., *Tvorci slovenske pomorske identitete* (Ljubljana: Založba ZRC, ZRC SAZU, 2010), 60.

61 Hribar, *Spomini*, 181.

62 Josip Vošnjak, *Spomini: prvi zvezek, prvi in drugi del 1840 do 1867. l.* (Ljubljana: Slovenska matica, 1905), 11, 12.

Družini Vošnjak/Woschnagg so se v tridesetih letih 19. stoletja rodili trije sinovi. Mlajša brata Josip (1834–1911) in Mihael Vošnjak (1837–1920) sta zaradi svojih zaslug pri številnih slovenskih narodotvornih projektih še danes prisotna v slovenskem zgodovinskem spominu. Dr. Josip Vošnjak je deloval kot zdravnik, liberalni politik in poslanec štajerskega deželnega in dunajskega državnega zbora. Posebej pomembno je njegovo delo pri širjenju mreže slovenskih kmečkih posojilnic. Za slovensko identiteto se je po začetni indifferenci zavestno odločil v srednji šoli, kasneje, ko je doktoriral, pa je temu prilagodil tudi zapis svojega priimka.⁶³ Tudi inž. Mihael Vošnjak je deloval kot politik, deželni in državni poslanec, z bratom pa je sodeloval pri ustanavljanju hranilnic.

Josipov in Mihaelov starejši brat Franz Xaver Woschnagg (1832–1912) je leta 1859 od očeta Mihaela prevzel vodenje šoštanjske usnjarne. Njegova pripadnost je bila sprva enaka kot pri bratih: vse do zrelih let je bil podpornik slovenskega tabora, na volitvah je agitiral za slovenske kandidate, pošiljal je pozdravne telegrame na slovenske svečanosti in bil član Sokola v Mozirju, na ustanovitvi katerega se je prikazal v ustrezni uniformi.⁶⁴ Deloval je tudi kot predsednik upravnega odbora slovenske hranilnice in posojilnice v Šoštanju, kar pa je bilo najverjetneje usodno za njegovo spreobrnitev. V Šoštanju je namreč deloval Ivan Vošnjak (1851–1933), sorodnik bratov Vošnjak/Woschnagg, ki je bil zaveden Slovenec, politik in lastnik še ene, a bistveno manjše usnjarske tovarne. Na prelomu stoletja je sklenil, da bo postavil novo tovarno in hidro-elektrarno. Investicija je bila velika, učinki pa manjši od pričakovanih. Ivan Vošnjak si je denar za projekte brez nadzora izposojal v šoštanjski hranilnici in posojilnici, saj je bil njen blagajnik. Nezakonito si je prisvojil zajetne vsote, vendar je njegovo podjetje leta 1908 med odmevno finančno afero vseeno šlo v stečaj, on sam pa je bil aretiran. Hranilnica in posojilnica se je znašla na robu propada, četudi je preživela in je obstajala še do leta 1921.⁶⁵ Ko je Franz Xaver Woschnagg prvič izvedel za nezakonito prilaščanje sredstev, je glasno kritiziral sorodnikovo ravnanje, toda Ivan Vošnjak je na naslednjem občnem zboru hranilnice in posojilnice dosegel, da je nekaj njegovih ljudi zavrnilo ponovno izvolitev dolgoletnega predsednika, češ da ni več dovolj narodno zaveden. Woschnagg je bil hudo užaljen, da so odborniki podprli goljufivega blagajnika in ne njega. Izstopil je iz hranilnice in se močno približal nemškemu političnemu krogu. Pristal je v vodstvu konkurenčnega nemškega denarnega zavoda v Šoštanju, katerega ustanovitev je do tedaj oviral, in vanj vpeljal tudi sina Hansa (1862–1911). Ob polomu tovarne Ivana Vošnjaka je prevzel tudi njegove nepremičnine; nekateri maščevalnemu Franzu Xaverju pripisujejo odgovornost za sorodnikovo dokončno gospodarsko uničenje.⁶⁶

Predstavljene okoliščine so sicer najverjetnejši razlog za politični preobrat Franza Xaverja Woschnagga, so se pa o vzrokih za spreobrnjenje širile tudi druge zgodbe.

63 Ibid., 14, 15.

64 Miran Aplinc, *Vošnjaki: industrialci iz Šoštanja* (Šoštanj: Zavod za kulturo, 2005), 78.

65 Ibid., 44, 45. Aleksander Videčnik, *Denarništvo v Šaleški in Zgornji Savinjski dolini* (Titovo Velenje: Ljubljanska banka, Temeljna banka Velenje, 1989), 33–35.

66 Aplinc, *Vošnjaki*, 86–89.

Posebej razširjena je bila interpretacija konvertitstva zaradi ljubezni. V mladosti je prišel snubit Marie Kramer, hčerko barvarja iz Slovenj Gradca, dekletov oče pa naj bi od njega zahteval, da se ponemči. Franz Xaver naj bi privolil in v drvarnici simbolno razsekal svojo sokolsko uniformo.⁶⁷ (Variacija zgodbe obstaja tudi za Franzevega sina Hansa: imel se je namen poročiti s Slovenko, a so celjski slovenski narodnjaki družino odvrnili od poroke, zato je užaljeni Hans za nevesto poiskal Nemko.)⁶⁸ Seveda je mogoče Woschnaggovo približevanje nemštvu razlagati tudi z gospodarskim napredkom njegove usnjarne. Vzpon med avstrijsko gospodarsko elito je nujno pomenil vzpon med nemško govoreče in misleče podjetnike, ki se jim je moral Woschnagg tako ali drugače prilagoditi, poleg tega pa je svoje usnje dobavljal tudi avstrijski vojski in je bil dolžan izkazati lojalnost habsburški monarhiji.⁶⁹

Družina Vošnjak/Woschnagg se je identitetno razklala. V osmrtnicah družinskih članov so se pripadniki rodbine podpisovali bodisi Vošnjak bodisi Woschnagg. Josip Vošnjak v svojih spominih bratovega imena in nezanemarljivega vpliva na šoštanjsko politiko in gospodarstvo ne omenja. Spor je privedel do razkola celotnega Šoštanja, prebivalci so se razporedili v »vošnjakovski« in »woschnaggovski« tabor. To je trajalo, dokler si ni nemška veja Woschnaggov v Šoštanju pridobila še političnega vpliva, saj je Hans, sin Franza Xaverja, postal šoštanjski župan. S pritiskom na prebivalstvo in posebej delavce usnjarne je močno vplival na množično deklariranje krajanov za Nemce; leta 1900 je bilo v Šoštanju po popisu 15 odstotkov Nemcev, desetletje kasneje pa se je pod Hansovim županovanjem za Nemce izreklo kar 70 odstotkov meščanov.⁷⁰

Medtem ko je nemški tisk slavil Woschnagge kot ene najodličnejših sinov Spodnje Štajerske in dobrotnike z zlatim srcem,⁷¹ je slovenski tisk odpadništvo nemške veje Woschnaggov ostro kritiziral:

Ne bomo posegali daleč nazaj, da bi dokazovali ‚teutonsko‘ pokolenje teh velikih ‚Nemcev‘, saj je vsakemu znano, da še ni dolgo, kar so bili ti ‚Nemci‘ člani slovenskih narodnih društev, in vsaj ve vsak človek, da se po njih žilah pretaka čista slovenska kri. Pa kaj se hoče, postali so kar čez noč najhujši sovražniki slovenskega naroda in sedaj porabili ves svoj vpliv, da bi pridobili Šoštanj nemčurstvu.⁷²

Franz Xaver Woschnagg je bil označen za »brata velezaslužnih slovenskih mož, Mihe in dr. Josipa Vošnjaka, ta ista izdajica, čegar sinovi hajlajo zdaj v pruski rog«, ⁷³ Hans pa naj bi veljal »po vsem Spodnjem Štajerskem za vzornega renegata«. ⁷⁴ Vseeno je slovenski tisk s časovno distanco zmozel priznati, da so za spreobrnitev v dobršni meri krivi Slovenci sami. Ravnanje Ivana Vošnjaka je bilo primer izkoriščevalske goljufige za kuliso nacionalnega boja, ki je učinkovalo kot katalizator za prestop dragocenega

67 Ibid., 78.

68 Ibid., 82.

69 Videčnik, *Denarnišтво*, 37.

70 Aplinc, *Vošnjaki*, 92, 93.

71 »Franz Woschnagg d. Ae. †,« *Deutsche Wacht*, 3. 2. 1912, 3.

72 »Občinske volitve v Šoštanju,« *Domovina*, 21. 6. 1904, 1.

73 »Anarhistične razmere, navadna sleparija in – celjska ‚Vahtarica‘,« *Naš list*, 6. 5. 1905, 3, 4.

74 »Hans Woschnagg umrl,« *Edinost*, 26. 3. 1911, 4.

zaveznika v tabor nasprotnikov. Časopis *Jutro* je leta 1911 pisal, da sta bila Franz Xaver in Marie Woschnagg slovenskega zasmehovanja in obtožb o častihlepu neupravičeno deležna že na začetku devetdesetih let 19. stoletja, ker sta v Šoštanju postavila Marijin steber z nemškim napisom, pri Hansu Woschnaggu, ki se je preobrazil v »šoštanjkega diktatorja«, pa se je zgodba ponovila zaradi »vse tiste zaslepljenosti in nepremišljenosti, s katerimi so Slovenci to rodbino in posebno mladega Hansa sami pognali v nasprotni tabor. /.../ In kdo je temu kriv, da smo ga Slovenci izgubili izmed svojih vrst?! Slovenci sami! Žal, da to ni edini slučaj! Naši časniki premalo pazijo, ter le prepogostoma napadajo osebne ljudi, ki se jim ne zde dovolj radikalni, s čemer jih odženejo – v nasprotni tabor!«⁷⁵

Navkljub razkolu med Vošnjaki in Woschnaggi je treba poudariti, da različne identitete med sorojenci niso vedno nujno pripeljale do takšnega konca. Drugačen je bil primer trgovske družine Kozler/Kosler, po rodu Kočevarjev. Na začetku 19. stoletja je Ivan Kozler/Johann Kosler na Dunaju ustanovil dobičkonosno trgovino z južnim sadjem in kožami. Z drugo soprogo je dobil tri sinove: Janeza/Johanna, Josipa/Josefa in Petra. Predvsem Peter Kozler/Kosler (1824–1879), ki je delal kot odvetnik, se je zapisal v slovensko zgodovino; čeprav v mladosti ni znal slovensko, se je začel med šolanjem v Ljubljani identificirati za Slovence, poročil se je s Slovenko Marijo Zorman, kot pripadnik slovenskega tabora je bil izvoljen za kranjskega deželnega poslanca, leta 1852 pa je ustvaril znani *Zemljevid slovenske dežele in pokrajin*, na katerem je prikazal široko zamejeno slovensko etnično območje. Zemljevid je bil tako kontroverzen, da je avstrijska država šele leta 1861 dovolila njegovo objavo.

Kljub zagretemu slovenskemu prepričanju je Peter Kozler, ki je bil v slovenskih krogih vsesplošno spoštovan kot iskren rodoljub, ostal v naklonjenih stikih s svojimi sorojenci. Brat Janez/Johann (1819–1898), pravnik in agronomski strokovnjak, je bil, tako kot Peter, poslanec kranjskega deželnega zbora, le da na strani nemške ustavoverne stranke, kjer je glasoval zoper slovenske predloge. Drugi sin, dr. Josip/Josef (1822–1917), se je tudi ukvarjal s pravom in agronomijo, politično pa je bil neopredeljen, deloma nemško in deloma slovensko usmerjen.⁷⁶ Družinski člani so se v glavnem poročili v ljubljanske nemške družine in tudi uporabljali nemščino, vendar pri tem niso bili skrajno nemški. Zmernost Kozlerjev/Koslerjev kljub različnim političnim prepričanjem odraža podatek, da so trije bratje in njihova polsestra Marija složno kupili Cekinov grad v Ljubljani, na posestvu pa so nato vsi štirje leta 1866 ustanovili še pivovarno (današnja pivovarna Union). Na etiketah na pivskih steklenicah in reklamah je bila dosledno v rabi različica »Kosler«; kot smo že ugotavljali pri Puhu/Puchu, je prepoznavnost blagovne znamke presegala vsakršne identitetne pomisleke.

Zadržanost Kozlerjev/Koslerjev ilustrira tudi dejstvo, da je bil eden najzvestejših družinskih prijateljev slovenski literarni zgodovinar in kulturni delavec Fran Levec, ki je poldrugo desetletje poleti dopustoval v Kozlerjevem gradu Ortnek. Levec je tudi iskreno

75 »Iz Celja, 5. aprila: pogreb Šoštanjkega diktatorja,« *Jutro*, 7. 4. 1911, 1.

76 Ivan Kordiš in Irena Škufca, »Peter Kozler und die erste Landkarte des slowenischen Gebietes,« v: Peter Kozler in prvi zemljevid slovenskega ozemlja: *„Po hribih, po dolih razširjen njih rod“* = Peter Kozler und die erste Landkarte des slowenischen Gebietes: *„Über Berg und Tal reicht ihr Geschlecht“* (Kočevje: Muzej, 1996), 44–46.

sočustvoval z brati, ko so šli njihovi poslovni načrti po zlu in jim je grozila likvidacija: »Škoda tako poštenih, tako dobrih ljudi!«⁷⁷ Levčeva pisma kot dragocen zgodovinski vir razkrivajo »okolje, kakor ga bolj malokrat srečamo v naših zgodovinskih razpravah, okolje prijateljstva in kulturnega sožitja slovenščine in nemščine. Oba svetova sta živela drug poleg drugega ves ta čas pred sto in več leti. To ni bil le svet političnih bojov in narodnostnih sporov, temveč tudi svet osebnih zvez in medsebojnega razumevanja.«⁷⁸

Zaključek

Gospodarstvo je področje, ki naj bi funkcioniralo deloma po racionalnih zakonih in deloma po notranji logiki, ki je ni mogoče predvideti, vendar pa je železno pravilo vsakega udeleženca na prostem trgu, da se poskuša obnašati karseda preudarno in previdno, če ne želi propasti. Kljub temu pa v ta racionalni pristop vdirajo in ga rušijo tudi številni drugi zunanji dejavniki, med katerimi je v novejši zgodovini pomembno, vendar v raziskavah pogosto zanemarjeno vlogo igral nacionalizem. Pojavila se je celotna ideologija ekonomskega nacionalizma, ki je skušala zaščititi interes nacionalne skupnosti nasproti drugim skupnostim, razumljenim kot konkurenca in potencialni uničevalec čistega narodnega gospodarstva kot temelja za kulturni in politični razvoj naroda. Slovenski prostor je dober primer prostora ekonomskega sobivanja (ne samo, toda predvsem) Slovencev, Nemcev in Italijanov, tako da je nacionalna kategorija postala eden izmed dejavnikov, na podlagi katerih so se kupci in poslovneži odločali, s kom bodo poslovali, koga pa bodo bojkotirali – tudi če v imenu »višjega dobrega« zoper njihove finančne ali materialne interese. V takšnem svetu so morali biti poslovneži še posebej previdni glede vprašanja, ali in kako bodo izražali svojo nacionalno identiteto; napačna odločitev je lahko pomenila vsaj razbito izložbo, če ne bojkota ali stečaja.

Nekateri podjetniki so poskušali ohranjati nadnacionalno podobo v obliki tako ali drugače definirane vmesne identitete. Četudi so tovrstne identitete spremenljive iz dneva v dan, celo iz situacije v situacijo, je mogoče identificirati nekaj taktik, s katerimi so pristopali do tega problema. Nekatere podjetniške družine so načrtno gojile vmesno identiteto tako, da so bile zadržane v političnem delovanju in so se raje posvečale kakovostni storitvi, ki je bila precej boljša reklama kot pa promocija na temelju pripadanja eni ali drugi nacionalni skupnosti. Drugi so se javni nacionalni identifikaciji izogibali, ker je posel pač nadnacionalen in je potiskanje teh vprašanj v ozadje v teoriji odpiralo možnost za poslovanje z vsemi in vsakim. Spet tretje družine so se razklale znotraj samih sebe, tako da so se člani ene in iste družine identificirali različno, kot ilustracija nepomembnosti dejanskega etničnega porekla za posameznikovo nacionalno občutje in v podporo Renanovi tezi o »vsakodnevnem plebiscitu«.

77 Francè Bernik, *Pisma Frana Levca: prva knjiga* (Ljubljana: Slovenska akademija znanosti in umetnosti, 1967), 151, 152.

78 Vasilij Melik, »Die Familie Kozler in der slowenischen Geschichte,« v: *Peter Kozler in prvi zemljevid slovenskega ozemlja: ‚Po hribih, po dolih razširjen njih rod‘* = *Peter Kozler und die erste Landkarte des slowenischen Gebietes: ‚Über Berg und Tal reicht ihr Geschlecht‘* (Kočevje: Muzej, 1996), 12.

Žal so ohranjeni zgodovinski dokumenti glede obravnavane teme marsikdaj le malo povedni in zaznamovani z nacionalističnim diskurzom, v katerem umanjajo odtenki, prav tako pa raziskovalni izziv predstavljata omenjeni konstantna fluidnost in spremenljivost uporabljenih strategij, zaradi katerih je vsak poskus predalčkanja nujno pomanjkljiv. Morda je treba gordijski vozle pomislekov presekati s preprostim spoznanjem, da je večina trgovcev in podjetnikov k vprašanju nacionalne (samo)identifikacije pristopala pragmatično in situacijsko, brez globokih razmislekov o naravi ekonomskega nacionalizma. Trg, zadostitev povpraševanju in nujnost donosnosti poslovanja za preživetje podjetnika in njegove družine so bili odločilni momenti. V vsakdanji praksi je to pomenilo niansiran pristop, razločevanje med zasebnim (intimnim) in javnim opredeljevanjem nacionalnosti. Razen v obdobjih nacionalnih zaostritev je bil ta vmesni pristop čisto običajen, vsakdanji pojav – tako profan in nemarkanten, da se ni v časopisju, spominih in korespondenci z njim nihče ukvarjal.

Viri in literatura

Časopisni viri

- Amtsblatt zur Laibacher Zeitung*, 1878.
Deutsche Wacht, 1912.
Domovina, 1904.
Edinost, 1911.
Jutro, 1911, 1942.
Naš list, 1905.
Novice gospodarske, obrtniške in narodne, 1870.
Slovenec, 1878, 1886, 1908.
Slovenski gospodar, 1907.
Slovenski narod, 1873, 1875, 1883, 1886, 1905, 1908, 1911.

Literatura

- Aplinc, Miran. *Vošnjaki: industrialci iz Šoštanja*. Šoštanj: Zavod za kulturo, 2005.
 Berger, Stefan. »Historians, Nationalism Studies and the Economy.« V: Stefan Berger in Thomas Fetzter, ur. *Nationalism and Economy: Explorations into a Neglected Relationship*, 23–41. Budapest, New York: CEU Press, 2019.
 Bernik, Francè. *Pisma Frana Levca: prva knjiga*. Ljubljana: Slovenska akademija znanosti in umetnosti, 1967.
 Blomqvist, Anders E. B. *Economic Nationalizing in the Ethnic Borderlands of Hungary and Romania: Inclusion, Exclusion and Annihilation in Szatmár/Satu-Mare 1867–1944*. Stockholm: Department of History, Stockholm University, 2014.
 Breuilly, John, ur. *The Oxford Handbook of the History of Nationalism*. Oxford: Oxford University Press, 2013.
 Bučič, Vesna. »Odnos Josipa Gorupa pl. Slavinjskega do kulture in umetnosti.« *Kronika* 58, št. 1 (2010): 229–48.

- Cergol Paradiž, Ana in Irena Selišnik. »Soproke slovenske elite v Ljubljani in Trstu.« *Prispevki za novejšo zgodovino* 58, št. 2 (2018): 51–84.
- Cvirn, Janez. *Trdnjavijski trikotnik: politična orientacija Nemcev na Spodnjem Štajerskem (1861–1914)*. Maribor: Obzorja, 1997.
- Danneberg, Stéphanie. *Wirtschaftsnationalismus lokal: Interaktion und Abgrenzung zwischen rumänischen und sächsischen Gewerbeorganisationen in den siebenbürgischen Zentren Hermannstadt und Kronstadt, 1868–1914*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht, 2018.
- Delanty, Gerard in Krishan Kumar, ur. *The SAGE Handbook of Nations and Nationalism*. London: SAGE Publication, 2006.
- Egry, Gábor. »Beyond politics: national indifference as everyday ethnicity.« V: Van Ginderachter, Maarten in Jon Fox, ur. *National Indifference and the History of Nationalism in Modern Europe*, 145–60. Abingdon, New York: Routledge, 2019.
- Feest, David. »Spaces of 'national indifference' in biographical research on citizens of the Baltic republics 1918–1940.« *Journal of Baltic Studies* 48, št. 1 (2017): 55–66.
- Fetzer, Thomas. »Nationalism and Economy.« *Nationalities Papers* 48, št. 6 (2020): 963–73.
- Hribar, Ivan. *Spomini. I. del*. Ljubljana: Slovenska matica, 1983.
- Jakopič, Stojan. »Gustav Tönnies in sinovi.« V: Žarko Lazarević, Milanka Jakopič in Stojan Jakopič, ur. *Stoletje družine Tönnies: zgodovina in tehniška dediščina*, 17–30. Ljubljana: Založba ZRC, 2019.
- Javoršek, Jože. *Spomini na Slovene I, II*. Ljubljana: Adit, 1989.
- Judson, Pieter. *Habsburški imperij: nova zgodovina*. Ljubljana: Sophia, 2023.
- Koch, Natalie. »The political geography of economic nationalism.« V: Andreas Pickel, ur. *Handbook of Economic Nationalism*, 14–28. Cheltenham, Northampton: Edward Elgar Publishing, 2022.
- Kordiš, Ivan in Irena Škufca. »Peter Kozler und die erste Landkarte des slowenischen Gebietes.« V: *Peter Kozler in prvi zemljevid slovenskega ozemlja: 'Po hribih, po dolih razširjen njih rod' = Peter Kozler und die erste Landkarte des slowenischen Gebietes: 'Über Berg und Tal reicht ihr Geschlecht'*, 39–60. Kočevje: Muzej, 1996.
- Lazarević, Žarko, Marta Rendla in Janja Sedlaček. *Zgodovina zadružništva v Sloveniji (1856–1992)*. Ljubljana: Zadružna zveza Slovenije, 2023.
- Lazarević, Žarko. »Aristokrati in demokrati med zadružniki?.« V: Darja Mihelič, ur. *Gestrinov zbornik*, 351–63. Ljubljana: ZRC SAZU, 1999.
- Lazarević, Žarko. »Economy and Nationalism in Yugoslavia.« V: Helga Schultz in Eduard Kubù, ur. *History and Culture of Economic Nationalism in East Central Europe*, 265–78. Berlin: Berliner Wissenschafts-Verlag, 2006.
- Lorenz, Torsten, ur. *Cooperatives and Ethnic Conflicts: Eastern Europe in the 19th and Early 20th Century*. Berlin: Berliner Wissenschafts-Verlag, 2006.
- Lukežič, Irvin. »Pisma Josipa Gorupa pl. Slavinjskega dr. Ivanu Hribarju.« *Kronika* 58, št. 1 (2010): 195–200.
- Matić, Dragan. *Nemci v Ljubljani 1861–1918*. Ljubljana: Oddelek za zgodovino Filozofske fakultete, 2002.
- Melik, Vasilij. »Die Familie Kozler in der slowenischen Geschichte.« V: *Peter Kozler in prvi zemljevid slovenskega ozemlja: 'Po hribih, po dolih razširjen njih rod' = Peter Kozler und die erste Landkarte des slowenischen Gebietes: 'Über Berg und Tal reicht ihr Geschlecht'*, 11, 12. Kočevje: Muzej, 1996.
- Pickel, Andreas, ur. *Handbook of Economic Nationalism*. Cheltenham, Northampton: Edward Elgar Publishing, 2022.
- Schemmer, Janine in Klaus Schönberger. »Doing In-Between in the 19th Century in the Alps-Adriatic Region: Everyday Forms of Subjectivation Beyond Nationalising and Ethnicising Subjection.« *Traditiones* 53, št. 3 (2024): 21–44.
- Schultz, Helga in Eduard Kubù, ur. *History and Culture of Economic Nationalism in East Central Europe*. Berlin: Berliner Wissenschafts-Verlag, 2006.
- Schultz, Helga. »Introduction: the double edged sword of economic nationalism.« V: Helga Schultz in Eduard Kubù, ur. *History and Culture of Economic Nationalism in East Central Europe*, 9–25. Berlin: Berliner Wissenschafts-Verlag, 2006.

- Sernec, Janko. »Železne postave.« *Slovenski narod*, 21. 8. 1881, 2.
- Stergar, Rok in Tamara Scheer. »Ethnic boxes: the unintended consequences of Habsburg bureaucratic classification.« *Nationalities Papers* 46, št. 4 (2018): 575–91.
- Šamperl Purg, Kristina. »Zakaj je ostal Janez Puh Slovincem toliko časa neopažen in nezanimiv?.« V: Šamperl Purg, Kristina, ur. *Janez Puh – Johann Puch: človek, izumitelj, tovarnar, vizionar (1842–1914)*, 27–37. Ptuj: Zgodovinski arhiv, 1998.
- Šuklje, Franjo. *Iz mojih spominov: I. del*. Ljubljana: Katoliško tiskovno društvo, 1926.
- Terčon, Nadja. »Josip Gorup.« V: Rahten, Andrej, Mateja Matjašič Friš in Nadja Terčon, ur. *Tvorci slovenske pomorske identitete*, 49–63. Ljubljana: Založba ZRC, ZRC SAZU, 2010.
- Terčon, Nadja. »Kalister, Gorupi in pomorstvo.« *Kronika* 58, št. 1 (2010): 87–110.
- Van Ginderachter, Maarten in Jon Fox, ur. *National Indifference and the History of Nationalism in Modern Europe*. Abingdon, New York: Routledge, 2019.
- Videčnik, Aleksander. *Denarništvo v Šaleški in Zgornji Savinjski dolini*. Titovo Velenje: Ljubljanska banka, Temeljna banka Velenje, 1989.
- Vidmar Horvat, Ksenija. *Zemljevidi vmesnosti: eseji o evropski kulturi in identiteti po koncu hladne vojne*. Ljubljana: Sophia, 2009.
- Vodopivec, Peter. »Gustav Tönnies in nasledniki med Nemci in Slovenci.« V: Žarko Lazarevič, Milanka Jakopič in Stojan Jakopič, ur. *Stoletje družine Tönnies: zgodovina in tehniška dediščina*, 31–45. Ljubljana: Založba ZRC, 2019.
- Vodopivec, Peter. *O gospodarskih in socialnih nazorih na Slovenskem v 19. stoletju*. Ljubljana: Inštitut za novejšo zgodovino, 2006.
- Vošnjak, Josip. *Spomini: drugi zvezek, 1868–1873*. Ljubljana: Slovenska matica, 1906.
- Vošnjak, Josip. *Spomini: prvi zvezek, prvi in drugi del 1840 do 1867. I*. Ljubljana: Slovenska matica, 1905.

Žarko Lazarevič, Ivan Smiljanić

IN-BETWEEN IDENTITY AND ENTREPRENEURS IN THE SLOVENIAN LANDS DURING THE AUSTRO-HUNGARIAN ERA

SUMMARY

In business, prudent entrepreneurs behave cautiously and rationally while conducting business if they do not want to fail. Nevertheless, market movements depend not only on internal market logic but also on numerous external factors. Among them, nationalism has played a vital role in recent history but has often been neglected by the relevant research. The ideology of economic nationalism spread in the 19th century. It attempted to protect the interests of the national community against other nationalities, which were understood as competition and potential destroyers of a pure national economy as the foundation for the cultural and political development of the nation. Slovenian lands are a good example of the economic coexistence between Slovenians, Germans, Italians, and other nations, where the national category became one of the factors based on which buyers and entrepreneurs decided who to do business with and

whom they would boycott under the slogan “each to their own” – even if in the name of the “higher good” and against their financial interests. In such a situation, businessmen had to be especially careful about whether and how they would express their national identity, as the consequences of making the wrong choice could be significant, including bankruptcy due to boycotts.

Some entrepreneurs tried to pragmatically maintain a non- or supranational image in the form of an in-betweenness regarding their national identity, which was certainly far from a rare position in the Slovenian society of the time. Even though such identities change from day to day, even from situation to situation, it is possible to identify some general tactics and strategies used to approach this issue. Some entrepreneurs and entrepreneurial families, including the Tönnies family of builders and the merchant Valentin Supan, deliberately cultivated an unclear national identity by refraining from political activity and preferring to work on the quality of service, which ensured much better advertising than belonging to one or another national community. Others, including the Graz-based industrialist Janez Puh/Johann Puch and the Rijeka-based Slovenian investor Josip Gorup, avoided public national identification because they saw business as supranational and pushing these issues into the background theoretically opened up the possibility of conducting business with everyone. Still other families, including the Šoštanj industrialist dynasty Vošnjak/Woschnagg and the brewing family Kozler/Kosler of Gottscheer origin, succumbed to divisions among themselves so that various members of the same families identified themselves as belonging to different nations.