

Editorial

Archive benötigen in ihrer Entstehung, ihrem Ausbau, in Erhalt und Nutzung unsere besondere Aufmerksamkeit. Sie sind das Gedächtnis einer Gemeinschaft, aus dem sich Handlungsoptionen für die Gegenwart ableiten lassen. In der Regel stehen in Deutschland die circa 66 städtischen sowie über 60 Staats- und Bundesarchive im Blick des öffentlichen Interesses. Verbands-, Firmen- und Privatarchive befinden sich allerdings nicht im Fokus, sodass sie immer in der Gefahr sind, auf Auktionsmärkten verstreut oder sogar der Vernichtung anheim gegeben zu werden. Beides verhindert den öffentlichen Zugang zu den Dokumenten und damit den Widerspruch gegenüber historisch gebildeten Mythen und ideologisch geschönten Geschichtsrückblicken. Deshalb sind dokumentierte Zeitzeugenberichte von einmaligem korrektiven Wert. Sie bringen individuelle Erfahrungsgeschichte authentisch zur Sprache, die aus der Deckung medialer Interpretation kommen und einem kritischen Diskurs unterzogen werden können.

Dies ernst nehmend, wird nun im Anschluss an die IADM-Jahrestagung 2014 zum Thema «Technologie, Arbeit und Beruf in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts» das wissenschaftlich orientierte Buchprojekt «Ein langer Blick zurück auf aktuelle Probleme. Umbrüche auf dem Weg von der Druck- zur Medienindustrie» mit Gruppen- und Einzelinterviews unterfüttert. Aus dem dokumentierten Rückblick, der Rekonstruktion des Gewesenen, lässt sich über die Aussagen der noch vorhandenen Dokumente in Archiven hinaus eine Annäherung an die Vergangenheit erreichen, die dem im Berufsalltag Erlebten entspricht. Von diesem Ansatz der Analyseergebnisse des digitalen Wandels 2.0 werden Hinweise erwartet, wie die Beschäftigten in der Medienbranche strategisch mit den erneut auf sie zukommenden technologischen Umbrüchen der Industrie 4.0, wie sie aktuell mit den Veränderungen ihrer Arbeitsplätze individuell und organisiert umgehen können. **Harry Neß**

Inhalt

Maschinensatz
Überblick zu den deutschen Linotype-Modellen, Teil 1 **23**

Forschungsmaterial
Was wird von Archiven erwartet und wie sollen Firmen sammeln? **26**

Mediengeschichte
Das einflussreiche Wirken
AXEL SPRINGERS **27**

Literaturtipps
FRANK ROMANO: The Linotype Company · Schüler forschen: Die Schriftgießerei H. Berthold in den Jahren des Nationalsozialismus **28**

Impressum **28**

Von der Einbuchstaben-Maschine zum Vierdecker-Mixer (1896–1914) Ein Beitrag über die deutschen Linotype-Modelle von WINFRID GLOCKER. Teil 1

Fragen zur Datierung der Linotype-Setzmaschine Modell 4a Nr. 16904 im Deutschen Zeitungsmuseum Wadgassen führten zur Korrespondenz zwischen Museumsdirektor DR. ROGER MÜNCH und DR. WINFRID GLOCKER, Abteilungsleiter im Deutschen Museum München. Mittels Pressemeldung zur Übergabe der Maschine Nr. 17000 ließ sich – bei einer jährlichen Produktionszahl von etwa 250 Stück – die Maschine Nr. 16904 grob auf 1967 bis 1969 datieren. Aber wann war es genau? Vor allem: was bedeutet Modell 4a und was war Modell 4? Eine systematische Übersicht zu den zwischen 1896 und 1914 gebauten Linotype-Modellen gab es bislang nicht. Dr. Glocker hat intensiv weiter recherchiert und liefert diese nun. Hier folgt der erste Teil seiner Zusammenstellung – für alle, die es genau wissen wollen...

Mit der Linotype gelang OTTMAR MERGENTHALER 1886 in den USA die Lösung des Setzmaschinenproblems; seine Maschine wurde achtzig Jahre lang in circa 128 000 Exemplaren gebaut. Es gab drei Hauptproduktionsstätten:

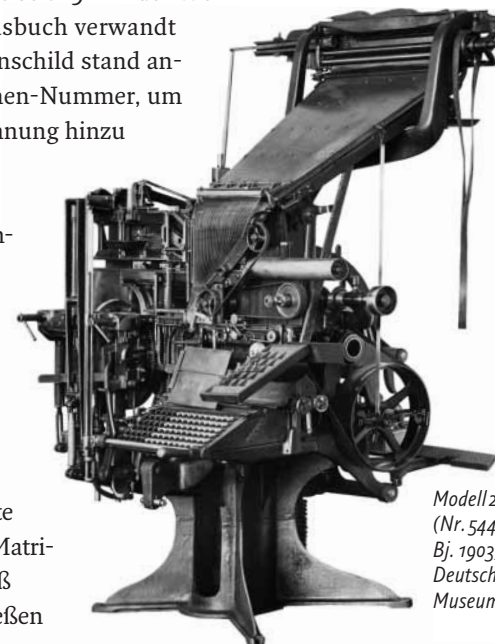
- in den USA die Mergenthaler Linotype Company (MLC) in Brooklyn (1890–1971)
- in England Linotype & Machinery Ltd. (L&M) in Manchester (1890 bis nach 1984)
- in Deutschland die Mergenthaler Setzmaschinenfabrik (MSF) in Berlin (1899–1976)

Zunächst baute man bei L&M und bei der MSF das amerikanische Modell 1 modifiziert nach; es war ausschließlich für den Zeitungs-

fließtext geeignet. Später wurden weitere Modelle für den Werksatz, für den Anzeigensatz usw. entwickelt.

Jeder Standort hatte seine eigene Modellreihe. Die Fabriken in England und Deutschland waren Gründungen interessierter Industrieller, die 1890 bzw. 1894 die Patentrechte von der MLC erworben hatten. Dieser Beitrag stellt die deutschen Linotypes in der Modell-Zählung vor, wie sie seit 1911 in der Werbung und im Kommissionsbuch verwandt wurde. Auf dem Maschinenschild stand anfangs lediglich die Maschinen-Nummer, um 1925 kam eine Kurzbezeichnung hinzu und erst 1938 die Modell-Nummer.

1886 hatte Ottmar Mergenthaler die *Blower-Linotype* vorgeführt; bei ihr transportierte Druckluft die Matrizen zum Sammler. Bei der zweiten Maschine, der *Square-Base-Linotype*, stellte Mergenthaler das Magazin schräg und verwendete einen Treibriemen für den Matrizen-transport. Ihr Kastenfuß schränkte aber das Anschließen



Modell 2 a.k.
(Nr. 544,
Bj. 1903),
Deutsches
Museum.

an eine Transmission ein, und so baute Mergenthaler das Modell 1 (später *Simplex* benannt) mit dem Sternfuß als Basis. Damit war die Grundform der Linotype gefunden.

Die MSF verkaufte ab 1897 in Deutschland zunächst amerikanische Linotypes. 1899 wurde die erste Einbuchstaben-Linotype bei der *Berliner Maschinenbau AG vorm. L. Schwartzkopff (BMAG)* fertig. Bis 1914 entstanden neue Modelle mit mehr Buchstaben auf der Matrize oder mehr Magazinen.

Modell 1, Masch.-Nr. 3365 bis 6004 (DRP 57318)

Amerikanische Maschinen, US-Schriftgröße, wenig Fraktur-Schriften, zwei Kanäle fürs e, ein Kanal fürs n.

Modell 1 a.K. (alte Konstruktion)

Einbuchstaben(matrizen)-Einmagazin-Linotype

Ein modifiziertes US-Modell 1, aber mit e/n-Umschaltung und didotscher Schriftgröße, gebaut bei der BMAG.

Lieferbar in Simplex- oder Duplex-Ausstattung sowie für Fraktur- und/oder Antiquaschrift. Simplex-Ausstattung bedeutet: eine Gießform, ein Magazin, ein Matrizensatz; bei Duplex ist alles verdoppelt (das zweite Magazin stand aber am Boden!), Preis: 11 000 bzw. 12 000 Mark (Goldmark).

Die Zeilenbreite war mitzubestellen. Engkanaliges Magazin: Teile-Nr. I138, mit 90 Figuren und 92 Kanälen (e/n-Umschaltung!), nach hinten herauszunehmen. Maximale Zeilenlänge 28 Cicero. Bezeichnungen: Einbuchstaben-Linotype, Antiqua-Simplex-L., Fraktur-Duplex-L. usw. Bis 1910 gebaut.

Erste Maschine: Nr. 271, eine *Fraktur-Simplex-Linotype*, am 24. 4. 1899 geliefert an *Otto Schnee*, Zerbst; Zeilenbreite 20 Cicero, Schrift Long Primer No. 2, Maschinenhöhe 2,10 m.

[Modell 1/2] Die Einbuchstaben-Linotype ließ sich auf die Zweibuchstabeneinrichtung (Preis 550 M) umbauen, so auch die erstgebaute Nr. 271.

[Modell 1 n.K.] (neue Konstruktion) Seit 1910 Einbuchstaben-Einmagazin-Linotype mit nach vorne herausnehmbarem Magazin, lieferbar bis circa 1918. Breiteres Magazin I67/I68 bis 14 p.

Zur Gutenberg-Feier im Juni 1900 stellte die MSF die Zweibuchstaben-Linotype vor, die seit 1898 in den USA angeboten wurde. Bei dieser Gelegenheit entstand auch der Kontakt zur *Schriftgießerei D. Stempel* in Frankfurt am Main, die dann bis 1983 exklusiv die Schriftmatrizen für die deutschen Linotypes herstellte.

Modell 2 a.K. Zweibuchstaben-Einmagazin-Linotype

Eingeführt 1900, erste Maschine Nr. 341. In Simplex- oder in Duplex-Ausstattung und für Fraktur- oder/und Antiqua-Schrift lieferbar. Engkanaliges Magazin I138 wie beim Modell 1. Letzte Lieferung 1910. Im Teilverzeichnis von 1936: Modell S.

Modell 2 n.K. Simplex-Linotype, eingeführt 1911, Nr. 2591; die Maschine wurde mit breiterem Magazin I67/I68 ausgestattet, das nach vorne herausnehmbar war.

Modell 2 R. Umbau auf das nach vorne herausnehmbare Normalmagazin I69/I70.

Modell 2/8 R. Umbau auf Dreidecker Modell 8.

Modell 2/3 R. Um 1953 angeboten, Umbau der Modelle 2 a.K. und n.K. auf das nach vorn herausnehmbare Normal-Magazin.

Die Ein- und die Zweibuchstaben-Linotypes waren für Wartung und Reparatur nur schwer zugänglich, auch das Wechseln der

Magazine nach hinten über Kopfhöhe erforderte zwei Leute und dauerte etwa eine Stunde. Da in Deutschland die Linotype mit dem *Typograph*, der ebenfalls ein Zweibuchstabensystem anbot, und der *Monoline* im Wettbewerb stand und zudem 1905 das Grundpatent für das Modell 1 auslief, begann man als Alleinstellungsmerkmal eine *Maschine mit zwei Magazinen* zu entwickeln, wie sie bereits 1898 in den USA mit einem ankoppelbaren Seitenmagazin und eigener Klaviatur (Sortierung über 8-zählige Matrizen) und seit 1903 mit dem Modell 2 (ein unten zusätzlich eingehängtes kürzeres Magazin) angeboten wurde. Eine erste Versuchsmaschine mit zwei nebeneinander angeordneten Magazinen wurde 1906 gebaut, ging aber nicht in Serie. 1907 war ein zweites Modell im Test, das dann ab Mai 1908 verkauft wurde.

Modell 5 (zunächst Modell 3)

Zweibuchstaben-Doppelmagazin-Linotype

Modellmaschine, Masch.-Nr. 968. Zwei engkanalige Magazine nebeneinander, Auslösestäbe schräg zur mittig angeordneten Klaviatur, Ausschnitt im Ohr zur Trennung der Matrizen.

Die Maschine stand bei der *Druckerei Hans Feller*, Karlsbad.

Modellmaschine, Masch.-Nr. 995, entspricht Modell 5 a.K.

Modell 5 a.K. Zweibuchstaben-Doppelmagazin-Linotype.

Eingeführt 1907, erste Masch.-Nr. 1414. Zwei feststehende Magazine (Teile-Nr. I180?) mit Matrizenauslösung von unten bzw. oben, nach hinten abnehmbar; Sortierung der Matrizen mittels Fußkerbe; hintereinanderliegende Ableger, zwei Reihen Auslösestäbe, Matrizentransportrad. Drehbares Gießrad mit Messerautomatik. Zunächst als Modell 3 beworben.

Preis: 15 500 M.

Modell 5 R. Umbau in Modell 5 fr.K/n.K. (frühere/n.K.), ab 1931.

Modell 5/5c. Umbau in Modell 5c, wohl erst nach 1945.

1909 kaufte die Mergenthaler Linotype Co. die Mehrheit der Geschäftsanteile an der MSF sowie an L&M. Bereits 1905 war das Grundpatent für das Modell 1 ausgelaufen, ab 1907 machten Patentanmeldungen die Vorbereitung eines Nachbaus durch die *General Composing Company Berlin* (eine Tochterfirma der *Monoline-Maschinenfabrik*) ersichtlich. Diese *Victorline* genannte Maschine kam im Herbst 1910 auf den Markt und wurde für 7500 Mark angeboten. Im Jahr zuvor stellte die MSF die kleinere und billigere *Linotype Ideal* vor, die bald ein Bestseller war:

Modell 4

Kleine Einmagazin-Einableger-Linotype (Linotype Ideal)

Bezeichnungen: Einmagazin-Linotype-Ideal, Linotype Junior, Kleine Linotype. Kleiner Eindecker. Eingeführt 1909, erste Nr. 1993. Bauhöhe ca. 1,85 m. Erste Linotype mit nach vorne herausnehmbarem Magazin; Magazin mit 15 statt 20 Matrizen von 5 bis 14 p, ein Kanal mit en-Ligatur. Preis: 9950 M.

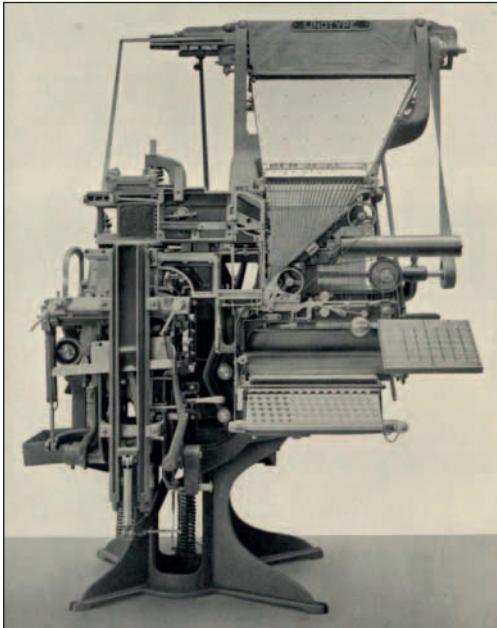
Kurz bevor die Victorline auf den Markt kam, wurden Linotypes für Dreibuchstaben-Matrizen eingeführt, ein Einmagazin- und ein Zweimagazin-Modell; sie waren vor allem in Ungarn beliebt, um die dort häufigen Vokale mit Akzent setzen zu können:

Modell 3 (zunächst Modell 5)

Dreibuchstaben-Simplex-Linotype

Modell 2 n.K. mit Dreibuchstabeneinrichtung

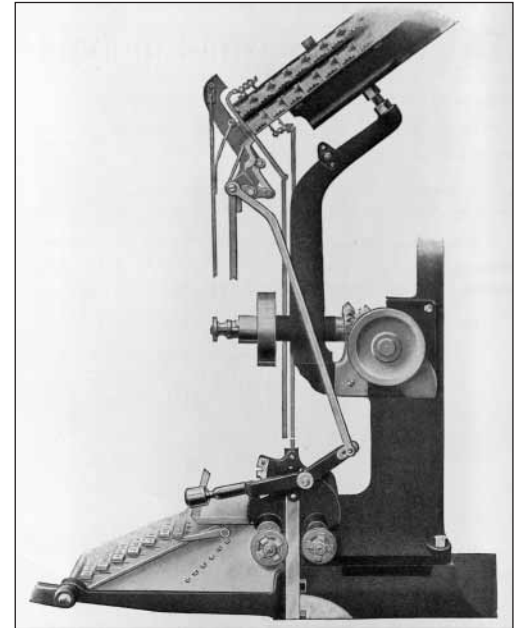
Nur in 34 Cicero Zeilenbreite lieferbar. Eingeführt 1911, die erste



Modell 2 a.K.: Zweibuchstaben-Einmagazin-Linotype (vgl. Abb. auf der Journal-Titelseite).



Anzeige im «Deutschen Buch- und Steindruck» Mai 1911.



Detail der Doppelmagazin-Linotype Modell 5 a.K.: Matrizen-auslösung von unten und oben.

Nr. ist unbekannt; eine Maschine hat die Nr. 3567. In den ersten Anzeigen als Modell 5 aufgeführt. Bei allen Dreibuchstaben-Maschinen durften die gesetzten Zeilen nicht mehrfach gegossen werden, um Schäden an den Ohren der Matrizen zu vermeiden.

Modell 6. Dreibuchstaben-Doppelmagazin-Linotype

Ebenfalls nur 34 Cicero Zeilenbreite. Eingeführt 1911, erste Nummer unbekannt; eine Maschine war z. B. Nr. 3181.

In ganzseitigen Anzeigen in der Fachpresse bewarb die MSF ihre sechs Modelle – hier tauchen erstmals Modellnummern auf – und suchte zugleich die Victorline gerichtlich verbieten zu lassen. Mitte 1911 kaufte die MSF die *General Composing Comp.* für 6,75 Millionen Mark auf, weil dort eine *Doppelmagazin-Victorline* in Arbeit war (DRP 225986). Die begonnenen Victorlines wurden als *Linotype Mod. 7* fertiggestellt und für 11 000 Mark verkauft; dies ist die erste Linotype, die in den Kommissionsbüchern konsequent eine Modell-Nummer trägt:

Modell 7 (Victorline) Einmagazin-Einableger-Linotype

Bezeichnungen: Linotype Mod. 7 oder 102-Tasten-Linotype. Eingeführt Mitte 1911, früheste bekannte Maschine ist die Nr. 3225. Magazin um 90 Grad schwenkbar und von rechts abzunehmen. Zusätzliche Kanäle für Logotypen (Ersatz für die auf die MSF patentierte e/n-Umschaltung!) u.ä., daher breitere Magazine.

Im Herbst 1909 stellte die britische Linotype eine *Dreimagazin-Maschine Modell 9* vor, die in den USA als Modell 8 gebaut wurde. Sie ersetzte dort die Modell-1-Maschinen und war mit 1, 2 oder mit 3 Magazinen lieferbar (aufbaufähig). Die deutsche Version, die sich im Aussehen deutlich unterscheidet, gab es ab Ende 1911 nur mit 3 Magazinen, da dort seit kurzem mit dem Modell 2 n.K. ein Eindecker lieferbar war.

Modell 8 a.K. Zweibuchstaben-Dreidecker-Einableger.

Bezeichnung: Dreimagazin-Linotype. Vorgestellt Mai 1911, erste Nr. 2974. Magazin-Umschaltung mit Hebekurven.

Preis: 15 500 M

Modell 9. Baugleich mit Modell 8 a.K., nur mit Dreibuchstaben-einrichtung, z. B. Nr. 3398.

Beim Modell 5 a.K. fielen die Matrizen aus dem oberen Magazin oft nicht richtig, Probleme machte auch die unterschiedliche Fallhöhe. Die MSF stellte deshalb schon Anfang 1913 eine Neukonstruktion vor, u. a. mit nach vorne entnehmbaren Magazinen:

Modell 5 fr.K. (frühere Konstruktion) Doppeldecker-Mixer

Bezeichnung: Doppelmagazin-Linotype n.K. oder fr.K.

Eingeführt 1912, erste Nr. 3532. Eine Reihe Auslösestäbe, schwenkbare Normalmagazine. Auch für 34 Cicero lieferbar.

Modell 6 fr.K. Dreibuchstaben-Doppelmagazin-Linotype

(noch 1928 erwähnt), z. B. Nr. 3767.

1914 fand in Leipzig erstmals die *BUGRA* statt, die *Internationale für Buchgewerbe und Grafik*. Hier zeigte die MSF alle Modelle, darunter eine neue Ideal:

Modell 4 a. Kleine Doppeldecker-Einableger-Linotype

Bezeichnung: Multi-Magazin-Linotype Ideal. Eingeführt 1913, erste Nr. 3900. Bis 1940 wurden über 2000 Stück verkauft.

Die Sensation der *BUGRA* 1914 war aber der Viermagazin-Mixer:

Modell 10. Viermagazin-Mixer-Linotype

Bezeichnung: Viermagazin-Linotype. Eingeführt 1914, erste Nr. 4404; die später weiterverkaufte *BUGRA*-Maschine hatte die Nr. 4227. Ableger mit Vorverteiler und vier Ablegern, die immer mit dem jeweiligen Magazin in Kontakt blieben. Sortierung über Fußkerben in den Matrizen, die entsprechenden Brücken im Vorverteiler waren auswechselbar.

Maschinenpreis 1914: 19 500 M. – Sehr ähnlich dem US-Modell 9, das Juni 1911 vorgestellt wurde. Auch für 34 Cicero lieferbar. Bis 1940 wurden knapp 700 Maschinen verkauft.

Modell 10 Dreibuchstaben, z. B. Maschine Nr. 4537.

Diese Modellversion wurde noch 1928 beworben.

Mit dem Modell 10 war die Entwicklung, Buchstabenbilder oder Magazine zu vermehren, für Jahrzehnte abgeschlossen – bis zum *Modell 20 Universa* im Jahr 1963. Die *Vierbuchstaben-Matrize* wurde zwar patentiert (DRP 233721), kam aber nicht auf den Markt.

Was wird von Archiven erwartet? Wie sollen Firmen sammeln?

Überlegungen zum Umgang mit Akten – von unserem Zeitzeugen PETER NEUMANN

Die revolutionären Veränderungen der industriellen Fertigung im letzten Jahrhundert erfordern, sich mit dem unumkehrbaren Vorgang zu beschäftigen, um Ursachen und Folgen zu erkennen und die weitere Entwicklung einzuschätzen. Eine Erforschung des realen Berufsalltags in jüngster Vergangenheit lohnt sich daher, setzt aber eine ergiebige Dokumentation voraus, auf die Wirtschafts- wie Sozialwissenschaftler zurückgreifen können. In unserem Journal haben wir deshalb wiederholt auf den Nutzen und das Vorhandensein von Firmenarchiven hingewiesen.



Glücksfall für Schrift- und Druckhistoriker: bei Joh. Enschedé wurde seit der Gründung 1703 fast nichts weggeworfen – hier einer von 92 Umschlägen mit Belegexemplaren der Akzidenzdruckabteilung, die an sogenannten «Ohren» eingeklebt sind. Seit 2003 darf sich das Unternehmen übrigens «Koninklijke Joh. Enschedé» nennen. Foto: Frank van Biemen

Private Unternehmer sind nicht verpflichtet, kaufmännische Unterlagen über gesetzliche Vorschriften hinaus aufzubewahren oder gar öffentlich zu hinterlegen. Viele wissen aber nicht, was für die Nachwelt von Interesse sein könnte, weil sie naturgemäß mit gegenwärtigen Problemen und Zukunftsgedanken beschäftigt sind. Früher sorgte oft eine bewusst gepflegte Familientradition dafür, dass auf erhaltenswerte Zeugnisse und deren Überlieferung geachtet wurde. Was man allerdings in gedruckten Jubiläumsschriften vorfindet, die der Eigenwerbung dienen, ist für Historiker meist ungenügend. Für sie sind die Kunden- und Auftragsstruktur oder die Maschinenausstattung im Einzelfall jedenfalls erhellender als verallgemeinernde Statistiken und Übersichten.

In der Praxis erfolgt üblicherweise während der laufenden Geschäftstätigkeit eine gezielte Auswahl des bei zunehmender Bürokratisierung vermehrt anfallenden Datenmaterials jedoch nicht, sodass zwangsläufig das gesamte Schriftgut nach Ablauf der Aufbewahrungsfristen entsorgt wird, schon räumlicher Entlastung wegen. Käufer einer aus Altersgründen oder infolge von Insolvenz aufgegebenen Firma interessiert deren Vorgeschichte ohnehin nicht. Solche Verluste sind auch deshalb bedauerlich, weil heute viele unternehmerische Aktivitäten längst über andere Kommunikationswege ablaufen und keinen Niederschlag auf Papier mehr finden.

Nach den vom Verfasser dieses Beitrags gemachten Erfahrungen können jedoch aussagefähige Unterlagen durchaus für eine spätere Aufbewahrung gesichert werden, wenn man sie für diesen Zweck laufend separiert. Vorangegangen war in seinem Fall die Ordnung und Bewahrung eines noch vorhandenen Bestands, weil es ihm notwendig erschien, das in einem halben Jahrhundert erworbene öffentliche Ansehen eines mittelgroßen Druckereibetriebes nicht vergessen zu lassen. Neben Urkunden zur Rechtsform des Betriebes oder zu Grundstücken und Gebäuden waren die vollständigen Personalakten und Gehaltslisten seit 1920 erhalten geblieben, trotz zweimaliger Verlagerung und zweimaligen Umzugs des Betriebes, auch trotz des Bombenkrieges.

Mehr zufällig allerdings waren handschriftliche Protokolle und Material zu Maschineninvestitionen aufbewahrt. Für das dann seit 1975 neu entstehende Schriftgut wurde ein Organisationsplan erstellt, der garantierte, dass sich aus der allgemeinen Registratur die aufbewahrungswürdigen Vorgänge aussondern ließen. Wichtige Geschäftsvorgänge ließen sich aus den vom Geschäftsführer geführten Handakten herleiten, die durch interne Berichte an die Gesellschafter eingehende Auskünfte über Leistungen und Aussichten, über Marktposition und Zielvorstellungen gaben. Gesammelt wurden zusätzlich die vierteljährlichen Listen mit Umsätzen der einzelnen Kunden und Auftragsgruppen, mit den getätigten Aufwendungen und Erträgen. Solche betriebswirtschaftlichen Zahlen liefert der Computer heutzutage von selbst, sie sind für Urteil und Handlungsbedarf im gegenwärtigen Tagesgeschäft unentbehrlich geworden.

Weiter wurden Kopien wichtiger Korrespondenz und interner Aktennotizen zu geplanten und ausgeführten Investitionen, zu Verhandlungen mit dem Betriebsrat über tarifliche Fragen oder betriebliche Vorkommnisse angefertigt, gleichzeitig als Grundlage für einen fundierten Jahresbericht. Auf diese Weise wurde das lebendige Geschehen festgehalten, aussagekräftiger als die nach allgemeinen Regeln aufgestellten, allein auf finanzielle Belange ausgerichteten Jahresbilanzen. Ergänzt wurden diese Aufzeichnungen durch die in der Werbung eingesetzten Muster und Drucksachen. Diese Andeutungen mögen genügen, denn natürlich muss jeder ein Ordnungssystem und eine Methode finden, die seinen speziellen Verhältnissen entsprechen.

Das bis 1991 reichende Material übergab das weiterhin bestehende Druckhaus inzwischen als Depositum dem zuständigen Landesarchiv, weil es vorwiegend im regionalen Raum tätig ist. Dennoch bleibt die Frage, wer außer Lokalhistorikern und Genealogen solches Material nutzt. Während an einer Reihe von Universitäten buchwissenschaftliche Abteilungen bestehen, Bibliothekare sich buchhistorischen Fragen widmen und die Medienwissenschaft zunehmend Bedeutung gewinnt, ist es um die ohne technische Vorkenntnisse nicht auskommende Druckgeschichte schlecht bestellt. Spezialisierte Druckhistoriker sind selten geworden. Werden also die vorhandenen und neu gelieferten Quellen in den Archiven unbeachtet bleiben?

Buchvorstellung: AXEL SPRINGER (1912 – 1985) ...

... eine der immer noch präsentesten Persönlichkeiten der deutschen Nachkriegsgeschichte: Schriftsetzer, Verleger, Politiker, Kunstmäzen und überzeugter Berliner aus Altona. Dessen dreißigsten Todestag und fünfundzwanzig Jahre Deutsche Einheit nimmt MATHIAS DÖPFNER als Vorstandsvorsitzender des Medienunternehmens *Axel Springer SE* zum Anlass, auf dem Hintergrund der politischen Folie Berlins in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts die Beziehung zwischen den Verlegerambitionen und der geteilten Stadt mit einem Text-Bild-Band genauer auszuleuchten. Der Leser wird mit Anekdoten und Impressionen auf die Spuren der Ursprünge geführt, die heute den Bau des Fundaments für eines der größten digitalen Verlagshäuser in Europa mit circa 30 Milliarden Euro Umsatz und 14 000 Mitarbeitern begründen.

Ideologisch unterschiedlichst ausgerichtete Autoren, die alle für *Die Welt* schreiben, haben sich zu diesem Zweck zusammengetan, um sich auf 288 Seiten, ergänzt von vielen großformatigen Schwarz/Weiß-Fotos, einem Menschen anzunähern, der im Kontakt mit anderen Prominenten aus Politik, Industrie und Kunst seiner Zeit immer zwischen Illusionen und Visionen, Innovationen und Interpretationen unterschiedlichster Interessen, Wertvorstellungen und Situationen schwankte.

Unter anderem ist von STEFAN AUST, über HENRYK M. BRODER und BENJAMIN VON STUCKRAD-BARRE eine Weichzeichnung dieser Beziehung zwischen der damals noch von einer Mauer getrennten Stadt und einem Mann entstanden, in der individuelle Brüchigkeiten und gesellschaftliche Widersprüche in der politischen Spannung zwischen Berliner Provinz und Bonner Republik mit sprachlichem Stil und intelligenter Themenauswahl sehr klug transportiert werden. Positiv aus den Splittern der 25 Kapitel lässt sich eine Persönlichkeit mit einem «Traum von Berlin» herauskristallisieren, deren von «religiösem Ernst» hinterlegtes «Investment» und «Patriotismus» «preußisch grundiert» sind. Sein «Milljöh» findet dieser Mensch im westlichen Bollwerk, das durch sein Bekenntnis mit dem Bau seines vom Osten aus weit sichtbaren Verlagshauses an der Kochstraße ein politisches Klima charakterisiert, in dem «viel geAxelt» wurde. Das ist festzuhalten: er stand im Fokus der deutschen Teilung und des deutschen Herbstes, er versuchte den Überblick zu behalten, die gesamtdeutsche Geschichte zu beobachten und gleichzeitig – mit aller zur Verfügung stehenden Macht – medial zu beeinflussen; er war ein Treibender, aber wohl auch oft ein von sich und anderen Getriebener.

Druck- und medienhistorisch ist besonders die Betrachtung seines Wegs von Bedeutung, die den Blick auf seine über ihn hinausreichende Erkenntnis von 1981 lenkte: «Die sogenannten neuen Medien werden die ganze Medienlandschaft verändern.» (S. 242) Dahinter stehen zwei zentrale Fragen: Wie haben sich zum Einem die Transformationsprozesse vom Regionalverleger (Bergedorfer Zeitung) zum Hauptstadtverleger mit beispielsweise solchen Produkten wie *B.Z.*, *Bild*, *Hör zu* und *Morgenpost* vollzogen? Und zweitens: Wie hat sich der traditionelle Zeitungsverlag zum Marktführer digitaler Medientechnologie entwickelt?

Zur ersten Frage vorweg: Sie lässt sich hier auf begrenztem Raum nicht ausreichend beantworten. Aus diesem Grund wird sie

in den nächsten *Journal-Ausgaben* im *Deutschen Drucker* noch genauer betrachtet. Eins lässt sich aber bereits sagen: Der Tür öffnende Schlüssel in die Metropole mit Viernächtestatus war der finanzielle Einstieg beim traditionell in Berlin verankerten *Ullstein-Verlag* (später *Druckhaus Tempelhof*). Diesen wirtschaftlichen Schritt begleitend war die Umsetzung einer bis dato unbekanntenen Vision einer innovativen Radikalisierung und Dynamisierung der Medienwelt durch den Verleger Axel Springer, wodurch in seinem Haus mit Hilfe journalistischer und technologischer Arbeitsbeschleunigung bei der Herstellung der Printprodukte das «Medium die reale Welt überlagern» konnte und «zu einer Welt eigenen Rechts» wurde (S. 157).

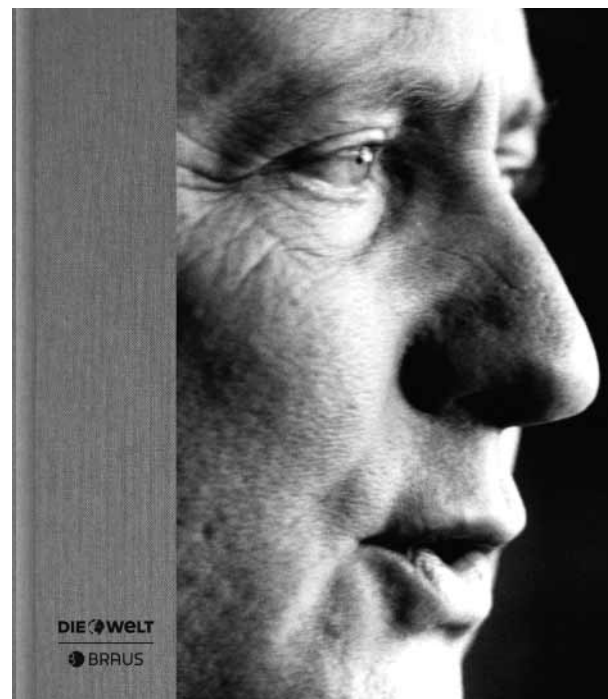
Seine zweite Vision war das Verlegerfernsehen, das er zu realisieren versuchte. Über seine Installation erhoffte er sich eine direkt «gefunkte Zeitung», die auf deutsche Bildschirme gesendet werden sollte. Diesen Impuls brachten die Vertreter der Bundesländer zum Stocken, aber aus der damit verbundenen und heftig geführten Diskussion um die Bedeutung des Föderalismus entstanden letztlich das *Zweite Deutsche Fernsehen*, die *Dritten Programme* und die Privatsender.

Auch die 1973 mit der Bildplatte (DVD-Vorläufer) der *Ullstein-Audiovision* durchgeführten Versuche und das erst 2012 abgeschaltete *Bildschirmtext-Fernsehen (Btx)* brachten aus technologischen Gründen nicht den erwarteten Erfolg, aber auch aufgrund der noch zu hohen Kosten für die Anbieter und Abnehmer. Hier war er mit seinen Ideen noch zu früh, aber – wie sich heute zeigt – die eingeschlagene Richtung war richtig: Der Axel Springer-Konzern geht seinen Weg der Verknüpfung von Print, Fernsehen und Internet mit *WeltN24* weiter.

HARRY NESS

«Berlin ist das Herz Europas, ich kenne kein anderes.»
Axel Springer und seine Stadt. Hrsg. von Mathias Döpfner
Berlin: Edition Braus 2015.

288 S., 130 Abb., Festeinband, 21 x 24 cm. 29,95 €



The Linotype Company

FRANK ROMANO ist emeritierter Professor des *Rochester Institute of Technology (RIT)* einer privaten Hochschule, die vor allem für ihre Ingenieur- und Photographie-Lehrgänge bekannt ist. Er begann seine berufliche Laufbahn 1959

bei der *Mergenthaler Linotype Company* und hat 22 Jahre am RIT gelehrt. Sein Buch stellt die Geschichte der Linotype Company von ihrem Beginn mit der

Erfindung Mergenthalers 1886 bis zum Aufgehen in der *Heidelberger Druckmaschinen AG* im Jahr 1997 dar. Ein großer Teil des Werkes ist der Bleisatzzeit gewidmet; hier findet ein wichtiges historisches Dokument seinen Platz: «The Linotype Machine and the Linotype Organisation» aus der Feder des seinerzeitigen Firmenpräsidenten JOSEPH T. MACKAY, geschrieben 1936 zum 50-jährigen Jubiläum der Erfindung und unveröffentlicht geblieben. Romano richtet seinen Blick aber auch auf die bedeutende Rolle, die Linotype dann beim Photosatz gespielt hat. Auch die Mitwettbewerber im Bereich des heißen und kaltes Satzes sind vorgestellt und eingeordnet.

Alles, was sich über die amerikanische Linotype Company an den verschiedensten Orten finden lässt, ist in diesem Buch gebündelt und mit noch unbekanntem Material angereichert. Hingewiesen sei insbesondere auf die gut gebildete Übersicht über die amerikanischen Linotype-Bleisetzmaschinen. WINFRID GLOCKER.

Frank Romano

History of the Linotype Company
Rochester, N.Y.: RIT-Press 2014. Englisch
480 S., Abb., Softcover, 26 x 21 cm. 39,99 \$
ISBN-13: 978-1-933360-60-7
Festgebunden bei Oak Knoll Books, 75 \$

Impressum

Das JOURNAL FÜR DRUCKGESCHICHTE (Neue Folge) ist das offizielle Informationsorgan des Internationalen Arbeitskreises Druck- und Mediengeschichte (IADM)/Working Group for Printing History.

Die drei jährlich im DEUTSCHEN DRUCKER erscheinenden Ausgaben erhalten Mitglieder kostenfrei. Zwischen 1988 und 1993 sind fünf Ausgaben des Journals als eigenständige Publikation erschienen. Logo: Bernd Feldmann (†), Marcel Kummerer

Schüler forschen in Berlin über die Schriftgießerei H. Berthold AG

«Grabe, wo du stehst»* – diesem Motto folgend, begab sich eine Gruppe Lehrender und Lernender der *Schule für Erwachsenenbildung e.V. (SfE)* auf Spurensuche. 1973 als *private Ergänzungsschule zum Zweiten Bildungsweg* gegründet, kaufte die SfE 1979 zusammen mit anderen politisch Engagierten das ehemalige Grundstück mit dem Fabrikgebäude der *Schriftgießerei H. Berthold* in Berlin-Kreuzberg. Daraus wurde der heutige *Mehringhof*, ein alternatives, autonom, also ohne staatliche Subventionen geführtes Kulturzentrum, das Platz bietet auch für kleine Betriebe und politische Initiativen. Über der Eingangstür zur Schule steht verblasst, aber immer noch lesbar: H. Berthold AG (siehe Foto von Hermann Werle).

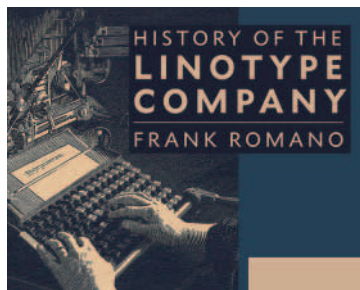
Was sich dahinter verbirgt, wusste aus der Mehringhof-Gemeinschaft niemand. Grund genug, dem nachzugehen. Ende 2013 fand sich an der SfE ein *Arbeitskreis H. Berthold AG* zusammen, mit dem Lehrer HERMANN WERLE und der Schülerin DANIELA WALTER als treibenden Kräften. Ziel war es, die Firmengeschichte zu erforschen, mit dem Fokus auf der Zeit zwischen 1920 und 1945, also: Wie kam das Unternehmen durch die Jahre des Nationalsozialismus? Schwamm es mit oder gegen den Strom? Gab es dort Zwangsarbeit? Wurde für die Rüstung produziert?

Auf solche Fragen geben Festschriften und Geschäftsberichte naturgemäß kaum Antworten. Zeitzeugen konnten nicht auffindig gemacht werden, also führte der Weg in die Archive: Bundesarchiv, Hessisches Wirtschaftsarchiv, Wirtschaftsarchiv Berlin/Brandenburg, ITS Bad Arolsen (International Tracing Service, seit Oktober 2015 ist ein Teil der Dokumente von NS-Verfolgten und befreiten Überlebenden online zugänglich). Darüber hinaus wurden Museen besucht und viel Fachliteratur konsultiert.

Die Ergebnisse der intensiven Recherche dokumentierten im Sommer 2015 eine Ausstellung und die hier vorgestellte Publikation. Sie widmet sich einerseits dem System der Zwangsarbeit und seiner Geschichte sowie dem Werdegang der H. Berthold AG und der gesamten Branche.

Was hier zusammengetragen wurde, ist bemerkenswert. Fazit: Die H. Berthold AG gehörte – anders als beispielsweise *D. Stempel* und *Schelter & Giesecke* – wohl nicht zu den Profiteuren der NS-Zeit. Auch eine Nähe zu antisemitischen Organisationen ist auszuschließen, denn neben dem prägenden OSKAR JOLLES gehörten noch bis 1938 weitere jüdische Geschäftspartner dem Vorstand an. Jenseits von schrift- und druckhistorischen Aspekten bietet diese Broschur wichtige Details zur Wirtschafts- und Zeitgeschichte. *siw*
Bleileitern aus Kreuzberg erobern die Welt. Faschismus, Zwangsarbeit und die Schriftgießerei H. Berthold
Hrsg. vom *Arbeitskreis Berthold AG der Schule für Erwachsenenbildung e.V. Berlin 2015*
122 S., s/w-Abb., Broschur, 21 x 21 cm
Schutzgebühr 4 € zzgl. 2 € Versand
Anfragen telefonisch unter 030 / 693 70 48
oder per eMail: koa@sfeberlin.de

* Dies geht zurück auf das gleichnamige, 1978 erschienene Buch des schwedischen Schriftstellers Sven Lindquist, der damit zum Initiator der Geschichtswerkstätten-Bewegung wurde. Die Lokal- und Alltagsgeschichte zu erforschen und in einen größeren historischen Zusammenhang einzuordnen, ist hier der Ansatz. Zu den ersten deutschen Gründungen gehört die Berliner Geschichtswerkstatt (1981).



Journal
No. 1/2016
erscheint
in
Deutscher
Drucker
Heft-Nr. 4
(25. 2. 2016)

Herausgeber

Dr. Harry Neß, Silvia Werfel M.A.

Internet

www.journal-fuer-druckgeschichte.de
www.arbeitskreis-druckgeschichte.de

Redaktion

Dr. Harry Neß
Peter Neumann
Silvia Werfel M.A./siw (verantwortlich für
Redaktion und Gestaltung)

Redaktionsadresse

Silvia Werfel
Postfach 13 02 83, 65090 Wiesbaden
Telefon: 06 11 / 2 97 23
eMail: werfelsi@mac.com

IADM-Kontaktadresse

Dr. Harry Neß
Frankfurter Straße 69, 63067 Offenbach/Main
Telefon + Fax: 069 / 17 50 94 00
eMail: harry-ness@web.de