

Editorial

Das nächste Kapitel der Arbeit an der Mediengeschichte ist für den iadm aufgerufen: die relativ neue Disziplin der Medienarchäologie mit ihren Forschungsergebnissen. Dabei geht es zu einem um die Freilegung und den Erhalt von Apparaten und Werkzeugen der Kommunikation, also die Hardware, zum anderen aber auch um den Aufschluss und die Langzeitarchivierung digital vorliegender Informationen, also die Software. Daran knüpfen sich viele Fragen an zur Nutzung von Grammophonen, Computersammlungen, Disketten, Festplatten, Fotos, Magnetplatten etc., aber auch die nach einer verlustfreien Datenübertragung, Kostenübernahme zur Pflege der Datenbestände und ihres Zugangs, Erhalt der Auslesbarkeit, Verwaltung digitaler Rechte etc.

Bekannt sind die damit verbundenen Probleme aus der Archivierung und musealen Präsentation klassischer Techniken wie die der Satzherstellung, Bildreproduktion, Druckverfahren und Weiterverarbeitung. Unsere diesjährige Tagung, vom 3. bis 5. November 2016, wird sich deshalb unter anderem auch diesen Themen widmen müssen: «Vom Stein zum Chip. Alois Senefelder und die Erfindung der Lithographie im internationalen Kontext». Aufschlussreiche Beiträge sind dafür sicherlich nach einem call for papers zu erwarten, weil wir erstmals zusammen mit dem AEPM (Association of European Printing Museums) eine Konferenz konzipieren und im Nederlands Steendrukmuseum in Valkenswaard realisieren. **Harry Neß**

Inhalt

Unternehmensgeschichte
20. Jahrhundert
Die Ullstein-Springer-
Beziehung 25

Unternehmensgeschichte
19. Jahrhundert
Ernst Litfaß und die
Reklame 27

Literaturtipps
Bücher und Drucksachen
der tgm 1949 bis 2009 |
Die Geschichte des
Buchens in 100 Büchern |
read + play 28

Impressum 28

Was bleibt? Bewahrtes und Belastendes der Ullstein-Springer-Beziehung. Ein Beitrag von HARRY NESS

Anlässlich der vierbändigen Veröffentlichung *Hundert Jahre Ullstein 1877-1977* belegte der Verleger AXEL SPRINGER in seinem Beitrag *Tradition, die uns verpflichtet* die Aktivitäten der Ullsteinfamilie in seinem bewertenden Rückblick mit der Einschätzung: «Sie wussten, worauf es ankam und was ankam» (1977, S. 12). Die Ursachen für den Erfolg einer inzwischen untergegangenen Druckerdynastie lagen in seinen Augen in der geglückten Verknüpfung eines liberalen, konservativen und unternehmerischen Geistes mit der «Bewahrung des Bewährten» (ebd.). Mit Bezug auf den Kauf der Ullsteinrechte, des Besitzes und besonders des Erwerbs der Tageszeitungen *BZ* und *Berliner Morgenpost* sowie des Buchverlags aus dem Hause Ullstein betonte er ausdrücklich, dass es nicht «fremde Federn» waren, «mit denen ich mein Verlagshaus dekorierte»; vielmehr sollte die Integration dieser Verlagsteile in sein expandierendes Presseimperium nun alle Betroffenen stolz machen, «Angehörige an Kindes Statt» für ihn zu sein (1977, S. 19). Wie oft bei biographischen Rückblicken erfahren Tatsachen über den Umweg der Geschichte eine subjektive Umdeutung zur eigenen Aufwertung, um die möglichen Differenzen zwischen Selbstbild und distanzierter Fremdeinschätzung zu überbrücken.

Aus der Erinnerung der Witwe Axel Springers, FRIEDE SPRINGER, liest sich das dann zugespitzt sogar so, dass der damalige Vermittler zwischen den Interessen beider Häuser, der Enkel des Verlagsgründers und der die generationsübergreifende Kontinuität repräsentierende HEINZ ULLSTEIN (1893-1973) «in Axel Springer den legitimen Nachfolger der Ullsteins» (Tolsdorff 2015, S. 47) gesehen habe. Eine persönliche Bewertung, um für zukünftige Generationen bei weniger werdenden Quellen die Errichtung

eines Denkmals deutscher Druck- und Verlagsgeschichte zu errichten, dem sich natürlich Fragen nach den biographischen Transformationsprozessen von Axel Springer zum Großverleger und zu den dafür eingesetzten Mitteln an Kapital, Technik und Organisation anschließen.

Was und mit welchen Folgen war in dieser historischen Konstellation wirklich geschehen, welche Strategien waren zum Zuge gekommen? Die Beantwortung dieser Fragen stellt das Verhältnis zwischen Ullstein, Springer und dem *Roten Riesen* (Druckhaus



Die 1960er Jahre: Axel Springer vor dem Bild «Die Ullstein-Brüder» von Willy Jaeckel (1927). Foto: Unternehmensarchiv Axel Springer SE.



«Nachts, wenn alle schlafen» – Einblick ins Druckhaus Tempelhof: Zwei Gemälde (Ausschnitt) von Edwin Behn. Fotos: Harry Neß.

Unaufhaltbarer Untergang der Ullsteins

Weiterer Anlass, um bei der Qualität der Verbindungslinien zwischen den drei Beteiligten, den zwei Verlagen und dem Druckhaus noch einmal genauer hinzusehen, ist das in unserer Journal-Ausgabe vom November 2015 vorgestellte Buch «Berlin ist das Herz Europas, ich kenne kein anderes», in dem mit verschiedenen Aufsätzen die schwierige Situation der geteilten Stadt und Axel Springers aggressive Unternehmenspolitik gepaart mit politisch-öffentlicher Selbstdarstellung in einen untrennbaren Zusammenhang gebracht werden.

Ein wichtiger Schlüssel zu Springers Erfolgsgeschichte ist sicherlich die gelungene Verbindung seines Verlagshauses mit dem der Ullsteins, deren guter Klang in den 1950er Jahren und in der Branche noch bis heute nachhallt. Sie handelt auf dem Hintergrund der alten Bundesrepublik mit West-Berlin, der Nahtstelle zwischen den Blöcken unter Viermächtestatus. In dieser Nachkriegszeit etablierten sich ehrgeizige Verleger bereits mit neuen und von den Alliierten lizenzierten Produkten am Markt. Geprägt von allgemein entschlossener Aufbruchstimmung war die Familie Ullstein zur weitgehenden Passivität im Verlagsgeschäft gezwungen, denn sie wartete seit 1945 auf die Erfüllung ihrer angemeldeten Restitutionsansprüche, die sich aus der Quasi-Enteignung durch die Nationalsozialisten ableiteten; sie saßen sozusagen «auf dem Standstreifen der Geschichte fest» (Tolsdorff 2015, S. 40). Erst 1952 gelang es ihr vor der Wiedergutmachungskammer, dass ihr das expressionistische und markante Druckhaus in Tempelhof mit seiner Technik sowie eine Reihe von Markenrechten und Verlagsgesellschaften zugesprochen wurden. Zwar begann der letzte lebende Sohn des Verlagsgründers, RUDOLF ULLSTEIN (1874-1964), sofort, an die erfolgsverwöhnten Vorkriegszeiten anzuknüpfen, aber das sehr zögerliche Verhalten der Familie bezüglich erforderlicher Investitionen, die knappe Kapitaldecke, der eingeschränkte Anzeigenmarkt, die weniger gewordene Leserschaft in West-Berlin und der Wegzug vieler junger Journalisten waren einige der Gründe, warum der Neuanfang bei realistischer Analyse der inzwischen teilweise etablierten Verhältnisse im Druck- und Verlagswesen nur bei anderen Konditionen gelingen konnte.

Bereits die vorgenommenen Grundstückskäufe durch Axel Springer im alten Zeitungsviertel Berlins machten deutlich, dass er willens war, in der Stadt zu investieren und dem neuen Konkurrenten mit dem guten Namen Ullstein – falls nötig – eine eigene Großdruckerei Vorort entgegenzustellen (Schwarz 2008, S. 235). Wie sein Biograph HANS-PETER SCHWARZ Springers wichtigste und persönlichste Unternehmensausrichtung bildhaft auf das mit allen Mitteln zu erreichende Ziel brachte: Er wollte mit Zustimmung der Verlegerfamilie «in den Königshermelin des Hauses Ullstein» schlüpfen (Schwarz 2008, S. 236).

1956 war ein wichtiger Meilenstein auf diesem Weg dahin erreicht, indem er 26 Prozent der Ullsteinaktien in seinen Besitz gebracht und damit eine Sperrminorität bei Unternehmensentscheidungen hatte (Riess 1977, S. 427 f.). Schon drei Jahre später besaß er die ganze Mehrheit im nun künftig unter dem Label Ullstein/Springer firmierenden Verlag bei einem allerdings hohen Preis, denn er übernahm 14 Millionen Schulden, und das für ein Unternehmen ungesunde Verhältnis von Eigen- zu Fremdkapital betrug 22,5 zu 77,5 Prozent (Schwarz 2008, S. 301). Die übernommenen 4500 Arbeiter und Angestellten sollten nach anfänglicher Skepsis ihnen gegenüber das wichtigste Pfund sein, mit dem sich aufgrund des nun auch wieder stärker vorhandenen Eigenkapitalanteils das Unternehmen in die Gewinnzone zurückführen ließ (Schwarz 2008, S. 304).

Eine wichtige Rolle für die gelungene Übernahme spielte unter anderem PETER TAMM. Er wechselte vom Stammhaus in Hamburg als Verlagsleiter der Ullstein GmbH nach Berlin und war später Alleinunterzeichner der Springer AG. In der vierbändigen Publikation *Hundert Jahre Ullstein* (1977) verglich er noch einmal die Parallelen im unternehmerischen Handeln der Glanzzeiten Ullsteins mit denen des Hauses Springers. Dabei spielte der Mut zur Einführung neuer Techniken für ihn eine wichtige Rolle: Bei den Ullsteins war das 1920 die Entscheidung «für eine Hochdruck-Rotationstechnik, die es ermöglichte, auch Bilder zu drucken», bei den Springerleuten – unter den Bedingungen des dominanter werdenden Farbfernsehens – Anfang der 1970er Jahre im Offsetverfahren der «Vorstoß ins Zeitalter der Farbe auch für Massenblätter» (Tamm 1977, S. 31). Doch da waren 1963 bereits 66,66 Prozent des Druckhauses Tempelhof von Springer an den Präsidenten der deutschen graphischen Verbände und Hauptgesellschafter bei *Belser Druck* (Stuttgart) HANS WEITPERT (1905-1993)

verkauft und sein verlegerisches Macht- und Druckzentrum in das 1966 eingeweihte Gebäude nach Kreuzberg in die Kochstraße verlegt worden.

Belastete Beschäftigte sind Betroffene

Für die 1390 gewerblichen und 150 kaufmännisch bzw. redaktionell Beschäftigten bedeutete die Veränderung in den Besitzverhältnissen, dass der «größte Teil der Technik zu einem reinen Lohndruckbetrieb» wurde (Bannehr et al. 2012, S. 157). Trotz der erfolgreichen Bilanzen war diese Situation wie auch der 1979 erfolgte Kauf einer Tiefdruckanlage nach Einschätzung der Beschäftigten «eine nie wieder gut zu machende Fehlinvestition, beruhend auf absoluter Fehleinschätzung des Marktes» (Bannehr et al. 2012, S. 162). Ob sie damit Recht hatten, ist aus heutiger Sicht vor allem angesichts des technologischen Strukturbruchs in der Medienindustrie dieser Jahre nur schwer zu beurteilen. In jedem Fall machen sie hier den Wendepunkt aus, ab dem die Abwärtsspirale für die Existenz des Druckhauses Tempelhof in Gang gesetzt wurde. Neue Druckkapazitäten der Verlage entstanden an anderen Orten, digitale Techniken gewannen an Boden, die Aufträge

gingen kontinuierlich zurück, sodass das Unternehmen letztlich in den Konkurs ging und damit die letzten 400 Arbeitsplätze am Standort Tempelhof 1985 verschwanden (Bannehr et al. 2012, S. 227). Nachtrag: bereits vorher, im selben Jahr, war am 22. September 1985 Axel Springer im Alter von 73 Jahren verstorben.

Literatur

Ernst Bannehr, Bernd-Ingo Drostel, Christoph Hamann, Gerhard Fischer, Constanze Lindemann: *Die Eule läßt Federn. Das Ullsteinhaus 1926–1986. Setzer, Drucker, Journalisten.* Berlin 2. Aufl. 2012

W. Joachim Freyburg, Hans Wallenberg (Hg.): *Hundert Jahre Ullstein.* 4 Bände. Berlin 1977. Darin:

Axel Springer: *Tradition, die uns verpflichtet.* Bd. 1, S. 11–20

Peter Tamm: *Ein Unternehmen wie kein anderes.* Bd. 1, S. 21–34

Curt Riess: *Restitution und Neubeginn.* Bd. 3, S. 385–430

Hans-Peter Schwarz: *Axel Springer – Die Biographie.* Berlin 2008

Tim Tolsdorff: *Das Erbe der Ullsteins.* In: «Berlin ist das Herz Europas, ich kenne kein anderes». Hrsg. von Mathias Döpfner. Berlin 2015. S. 39–47

Findiger Druckereibesitzer und Impulsgeber für die «Kreativbranche» Vor 200 Jahren wurde in Berlin Ernst Litfaß geboren

Säulenheiliger, Reklamekönig, Impresario – so wurde er schon zu Lebzeiten titulierte. Heute würde man ihn als Eventmanager und Unternehmer der Kultur- und Kreativbranche bezeichnen: ERNST THEODOR AMANDUS LITFASS stellte 1855 in Berlin nicht nur die ersten schon bald nach ihm benannten Anschlagssäulen für kommerzielle Werbung und kostenfreie amtliche Verlautbarungen auf, er erfand auch ganz neue Arten von Drucksachen, mit denen er die Auftragsbücher seiner Druckerei zu füllen verstand. Darüber hinaus organisierte er Bälle und Konzerte, oft zu Wohltätigkeitszwecken, ließ Lieder komponieren und machte immer wieder von sich reden, nicht nur beim Volk, sondern auch bei Hofe.

Geboren wurde er am 11. Februar 1816. Der Vater ERNST GREGORIUS LITFASS, der es als Verleger und Druckereibesitzer zu einigem Ansehen gebracht hatte, starb kurz nach der Geburt des Sohnes; die Witwe heiratete daraufhin den Buchdrucker und Buchhändler LEOPOLD WILHELM KRAUSE, der sich – ebenfalls geschäftstüchtig – 1825 das literarische Theaterzettel-Monopol der königlichen Nationaltheater sicherte. Sein Unternehmen wurde zum Treffpunkt von Literaten und Journalisten; das von Kultur, Kreativität und Geschäftssinn gleichermaßen geprägte Umfeld blieb nicht ohne Wirkung auf den Stiefsohn.

Dieser machte zunächst eine Buchhändlerlehre, aber anstatt danach ins Familienunternehmen einzusteigen und die lukrativen Theaterzettel zu drucken, wollte er lieber selbst die Bretter erobern, die die Welt bedeuten. Gegen den Willen des Stiefvaters verließ er Berlin und trat zwischen 1832 und 1837 durchaus erfolgreich an verschiedenen Bühnen in der norddeutschen Provinz auf, kurzum: er führte ein flottes Leben als Bohemien und kehrte erst nach Berlin zurück, als ihn der Militärdienst dazu zwang.

1845 übernahm er dann doch die Druckerei. Bevor er mit seinen Anschlagssäulen neuartige (vorher in etwas anderer Form allerdings schon in London und Paris existierende) Stadtmöbel instal-

lierte, druckte er im Revolutionsjahr 1848 Plakate und Flugblätter für die demokratische Bewegung und gab ein satirisch-frechtes Blatt namens *Berliner Krakehler* heraus, mit dem schönen Werbeslogan «Der Berliner Krakehler erscheint gar nicht, sondern vergreift sich wöchentlich ein bis zweimal.» Im Januar 1849 hatte es sich auskrakehelt, die Zensurbehörde verbot die Zeitschrift.

Bekanntlich ging Litfaß nicht als Revolutionsdrucker in die Annalen ein, wusste sich vielmehr mit der Obrigkeit gut zu arrangieren und wurde 1863 sogar zum *Hofbuchdrucker des Königs von Preußen* ernannt. Ab 1849 beeindruckten seine sechs mal neun Meter großen Riesenplakate die Berliner Öffentlichkeit – machten gleichsam Reklame für die Reklame; 1851 machte Litfaß mit seinem *Tages-Telegraphen* Furore, einer Art Stadtmagazin voller Veranstaltungs- und Restauranttipps, den Anreisende schon vor der Stadtgrenze überreicht bekamen. 1858 erfand er mit seiner *Theater-Zwischenacts-Zeitung* auch das Theaterprogrammheft.

Ernst Litfaß war ein guter Beobachter seiner Zeit und seiner Zeitgenossen, erkannte Marktlücken und schon früh auch den Wert von Werbung. Mit seinem Tod im Dezember 1874 verschwand die Druckerei in der Bedeutungslosigkeit, die Litfaßsäule aber blieb, bis heute. SILVIA WERFEL



Mit stilvoller Signatur – das Grab von Ernst Litfaß auf dem Dorotheenstädtischen Friedhof in Berlin. Foto: Silvia Werfel

Lesenswert 1 Die tgm-Drucksachen seit 1949

Die *Typographische Gesellschaft München e.V. (tgm)* wurde 1890 von Setzern und Buchdruckern gegründet. Fachlicher Austausch und Weiterbildung waren die erklärten Ziele. Nach der Auflösung 1934 wurde sie 1949 neu gegründet, 2015 feierte sie ihr 125. Jubiläum. Zu diesem Anlass erschien, in rotes, seidig glänzendes Leinen gebunden, eine Rückschau auf fünfzig Jahre Publikations- und Bildungstätigkeit, wobei der Blick stets sowohl aufs handwerklich technische Detail wie auch über den Tellerand hinaus gerichtet war (und ist).

Ein Buch, das Drucksachen auflistet und abbildet, ist womöglich ziemlich dröge? Nein, nicht in diesem Fall. RUDOLF PAULUS GORBACH, tgm-Urgestein, dazu Gestalter wie auch Hersteller, hat für das disparate Material eine optimale Struktur entwickelt; zwei Papiere und Farbe helfen zusätzlich differenzieren. So geben die Bücher und Drucksachen einen Einblick in eine Ära immensen satz- und drucktechnischen Wandels, gestalterische Vielfalt mit inbegriffen. Besonders spannend sind die Jahresprogramme mit ihren «Cover-Botschaften», die bei gleich bleibenden Vorgaben enorme Vielfalt zeigen. *stw*

Rudolf Paulus Gorbach
Bücher und Drucksachen der tgm 1949 bis 2009.
Mit einem Katalog sämtlicher Vorträge und Veranstaltungen. Zwischentexte: Philipp Luidl. Vorwort: Olaf Leu
München: Typographische Gesellschaft München 2015
272 S., 450 Abb., Leinenband mit Prägung; 16 x 24 cm.
tgm-Jahresgabe für die Mitglieder;
frei käuflich für 30 €. ISBN 978-3-981-2040-2-5



Lesenswert 2 100 Bücher – Wissenspeicher

Die Qual der Wahl hatten RODERICK CAVE und SARA AYAD, als es darum ging, anhand von hundert Büchern 5000 Jahre Buchgeschichte darzustellen. Die beiden Autoren fühlen sich «dem physischen Buch emotional verbunden». Im letzten der insgesamt elf Kapitel widmen sie sich aber auch der (digitalen) Zukunft des Buches. Demnach kann das «mechanische, elektrische und Luftdruck-Lesebuch» der spanischen Lehrerin ÁNGELA RUIZ ROBLES von 1949 als erstes E-Book gelten. In diesem Kapitel findet sich auch ein aus zwei Spulen bestehendes sulawesisches *Lontar* (Palmbblatt)-Manuskript, das die Frage aufwirft: Was ist eigentlich ein Buch? Ob Knochen, birmanisches Faltformat, reich illustrierte Handschrift oder gedruckte Aldine – hier handelt es sich um Wissenspeicher! Die Auswahl aus fünf Kontinenten zeigt nicht die schönsten und bekanntesten, sondern diejenigen Bücher, die unser Denken veränderten und den Horizont erweiterten. Viele Entdeckungen sind zu machen in diesem schönen Lese-Bilder-Buch! *stw*

Roderick Cave, Sara Ayad: *Die Geschichte des Buches in 100 Büchern. 5000 Jahre Wissbegier der Menschheit*
Hildesheim: Gerstenberg 2015
288 S., durchgehend farbig bebildert, mit Glossar;
Festeinband; 21 x 26 cm. 34 €



Lesenswert 3 Navigator fürs Typo-Fachwissen

ULYSSES VOELKER lehrt Typografie und Editorial Design im Fachbereich Gestaltung (Kommunikationsdesign) an der Hochschule Mainz. Zur besseren Orientierung im Dschungel der Fachliteratur hat er 2010 (mit PETER GLAAB zusammen) für seine Studenten ein Kompendium entwickelt, das mehr Aussagekraft hat als eine reine Bücherliste. Dieses ist nun aktualisiert, erweitert und in handlicherem Format neu erschienen.

Drei Teile gibt es. Teil A beleuchtet das Beziehungsgeflecht zwischen Typografie, Kommunikation und Gesellschaft, in Teil B geht es ums Detail und um Grundsätzliches (Konventionen/Zeitgeist/Kunst), Teil C bezieht Semiotik und visuelle Rhetorik mit ein, bringt eine handverlesene kleine Bildauswahl und liefert die sehr hilfreichen Buchtitel-, Autoren- und Stichwortregister für Zugänge unterschiedlicher Art.

Die Doppelseiten stellen Text (rechts, blau) und kurz kommentierte Literatur (links, rot) lebendig und übersichtlich strukturiert einander gegenüber. So bietet das raffiniert gestaltete, haptisch ebenfalls sehr angenehme Buch viel Wissenswertes zu allen Facetten der Typografie, streift auch Fragen zur Rolle des Gestalters und macht Lust auf noch mehr Lektüre... *stw*

Ulysses Voelker
read + play. Einführung in die Typografie: Hintergründe. Grundlagen. Literaturempfehlungen
Mainz: Hermann Schmidt 2015
168 S., mit über 100 kommentierten, hierarchisierten Literaturtipps; 17,5 x 25 cm; fadengeheftete Schweizer Broschur mit bedrucktem freien Rücken. 19,95 €



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

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 (Redaktion und Gestaltung)

Redaktionsadresse

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

IADM-Kontaktadresse

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