

## **80 Jahre Institut für Zeitungsforschung**

Vortragsveranstaltung aus Anlass des 80-jährigen Jubiläums des Instituts für Zeitungsforschung  
Dortmund, 28. April 2006

Nach der Begrüßung durch die Direktorin des Instituts, Dr. Gabriele Toepser-Ziegert, und den Bürgermeister der Stadt Dortmund, Adolf Miksch, berichtete der ehemalige Direktor des Instituts, *Kurt Koszyk*, über die Anfänge des Instituts nach dem Zweiten Weltkrieg, die geprägt waren von dem Umzug in ein neu erbautes Haus der Bibliotheken am Dortmunder Hansaplatz, und über die Kooperation mit den im Hause ansässigen anderen Bibliotheken, einer öffentlichen und einer wissenschaftlichen Bibliothek nach der damaligen Klassifizierung. Besonders fortschrittlich war die Einrichtung einer Fotostelle, in der die gesammelten Zeitungen auf Mikrofilm gebracht wurden, um vorausschauend Magazinplatz zu sparen.

Der nächste Redner, *Hans Bohrmann* (Direktor von 1977-2003), hatte den Gründungsboom 1926 zum Thema. Er stellte dar, wie die Gründungssituation für die zeitungswissenschaftlichen Institute in der Weimarer Republik war, nachdem 1916 in Leipzig das erste Institut von Karl Bücher gegründet worden war. Bohrmann führte aus, dass die Besonderheit in Dortmund die kulturelle Aufgeschlossenheit der Kommune und der Niederrheinisch-Westfälischen Zeitungsverleger war, die ein Institut aus den Beständen der Stadtbibliothek einrichteten, im Gegensatz zu den anderen universitären Neugründungen in anderen Städten. Die nächstgelegene Universität war damals Münster und es wurde diskutiert, mit dieser Hochschule eine Kooperation einzugehen, aber dazu kam es dann doch nicht. Im Laufe der Jahrzehnte, so Bohrmann, wurden die universitären Zeitungsarchive in die entsprechenden Bibliotheken eingegliedert, nur in Dortmund hielt das Institut an der fachwissenschaftlichen Leitung bis heute fest.

Den Festvortrag hielt *Klaus G. Saur*, Vorsitzender der Geschäftsführung des Verlages Walther de Gruyter in Berlin und langjähriger Verleger der Schriftenreihe des Instituts „Dortmunder Beiträge zur Zeitungsforschung“, unter der Überschrift: „Kleine Geschichte zum großen Brockhaus“. Saur führte in kurzweiliger und anschaulicher Weise aus, wie sich das Unternehmen Brockhaus und das berühmte Lexikon aus ihren Anfängen entwickelten.

Der Gründer Friedrich Arnold Brockhaus wurde 1772 in Dortmund geboren und gründete seine Firma 1805 in Amsterdam. 1808 erwarb er auf der Leipziger Messe das Verlagsrecht an einem unvollendeten Konversationslexikon in 6 Bänden, das er vervollständigte und auf den Markt brachte. Diese Geschäftsidee entwickelte sich zum Dauerbrenner, das Werk erlebte zahlreiche Auflagen und unterschiedliche Erscheinungsformen. Die Firmengeschichte ist durchaus wechselvoll, aber kontinuierlich. Schauplatz ist ab 1817 Leipzig, wo auch die technischen Neuerungen der Zeit aufgegriffen wurden, 1826 wurde die erste Schnellpresse aufgestellt.

Neben dem Lexikon druckte die Firma auch Zeitungen und Zeitschriften (Leipziger Allgemeine Zeitung, Illustrierte Zeitung). Die produktivste Zeit des Verlags im 19. Jahrhundert war zwischen 1850 und 1874, in der 956 Werke herausgegeben wurden. In den Jahren nach 1880 spezialisierte sich das Unternehmen zunehmend auf Reiseliteratur, die neben der Lexikonherstellung zum Markenzeichen wurde. Es kam zu Filialgründungen in Paris, Petersburg und London, schließlich kam noch ein Musikverlag dazu.

Nach dem Zweiten Weltkrieg floh ein Teilhaber des mittlerweile enteigneten Unternehmens aus der sowjetischen Zone nach Wiesbaden, wohin schon ein Teil der Familie Brockhaus mit Unterstützung der amerikanischen Besatzungsmächte gebracht worden war. Produziert wurde nun an zwei Standorten, es folgten weitere Fusionen, z. B. mit dem Bibliographischen Institut, wodurch „Brockhaus“, „Duden“ und „Meyer“ aus einem Hause kommen. 1993 wurde wieder Leipzig der Hauptsitz des Unternehmens, ein Brockhaus-Zentrum wurde errichtet und 1995 erschien die 20. Auflage der „Brockhaus Enzyklopädie“ zum ersten Mal mit einem computergestützten Redaktionssystem. 2005 konnte das 200-jährige Firmenjubiläum gefeiert werden, die Erfolgsgeschichte geht weiter, wenn auch in einer Welt mit Internet und Suchmaschinen und virtuellen Bibliotheken. Der Vortrag von Saur wurde von den Festgästen mit stürmischem Applaus quittiert.

In der anschließenden Podiumsdiskussion kamen unter der kompetenten Moderation der Züricher Medienökonomin, *Gabriele Siegert*, die Herren *Peter Brummund* (Verlagsberater aus Rödermark), *Jürgen Heinrich* von der Universität Dortmund und der Verleger *Konstantin Neven DuMont* (Köln) zu Wort. Das Thema lautete: Klein und gratis – die Zukunft der Zeitung?

Zunächst wurden die Voraussetzungen für den möglichen Erfolg von Gratiszeitungen erörtert mit Blick auf die bereits existierenden Zeitungen im europäischen Ausland. Sehr schnell kam in diesem Zusammenhang die Frage nach dem Inhalt auf. Heinrich wies darauf hin, dass Häppchenjournalismus nicht gleich Billigjournalismus sein muss. Unterschiedlich interpretiert wurde die Tatsache, dass sich die Zeitungsverleger in Deutschland noch zurückhalten, mit Gratiszeitungen an den Markt zu gehen. Nach dem Einbruch des Anzeigenmarktes 2000, der ins Internet abgewandert ist, müssen sie sich nach anderen Zusatzgeschäften umsehen oder sich bemühen, die Leserbindung zu optimieren. Der Wert von zuverlässigen Informationen muss neu bestimmt werden und das entsprechende Preis-Leistungsverhältnis bei den Kunden und Lesern geschärft werden.

Der Verleger Konstantin Neven DuMont wehrte sich gegen die Behauptung, die Zeitungsbranche in Deutschland sei innovationsfeindlich und legte dar, in welchen Bereichen sein Unternehmen tätig ist, um eine wirtschaftlich abgesicherte Basis zu haben. Einigkeit herrschte auf dem Podium bei der Einschätzung, dass die jugendlichen Leser in Scharen den Printausgaben davonlaufen und eher über die elektronischen Medien bis hin zur Zeitung über das Handy erreicht werden müssten.

Am Ende stand das Resümee, dass es weiterhin die Kaufzeitung geben wird, aber dass diese sich verändern wird in Richtung auf Serviceleistungen, Lebenshilfe, anwendungsorientierte Informationen und dass sich die Branche mit der Abwanderung der Rubriken wird abfinden müssen und versuchen muss, sie anderweitig zu kompensieren.

Gabriele Toepser-Ziegert

Kontakt:

Dr. Gabriele Toepser-Ziegert  
Institut für Zeitungsforschung  
Königswall 18  
44122 Dortmund  
Tel. 0231/50-23216  
Fax 0231/50-26018  
E-Mail: [zeitungsforschung.dortmund@stadtdo.de](mailto:zeitungsforschung.dortmund@stadtdo.de)

**Copyright**

Arbeitsgemeinschaft historischer Forschungseinrichtungen in der Bundesrepublik Deutschland e.V., 2006.

Kein Teil dieser Publikation darf ohne ausdrückliche schriftliche Genehmigung der AHF in irgendeiner Form reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

AHF, Schellingstraße 9, 80799 München

Telefon: 089 – 13 47 29, Fax: 089 – 13 47 39

E-Mail: [info@ahf-muenchen.de](mailto:info@ahf-muenchen.de), Website: <http://www.ahf-muenchen.de>

**Empfohlene Zitierweise / recommended citation style:**

AHF-Information. 2006, Nr.070

URL: <http://www.ahf-muenchen.de/Tagungsberichte/Berichte/pdf/2006/070-06.pdf>