

Medienunternehmen

5. Sitzung des Arbeitskreises Medienunternehmen
der Gesellschaft für Unternehmensgeschichte e.V. (GUG)
im Anzeigerhochhaus der Madsack-Verlagsgesellschaft
Hannover, 12. Februar 2009

Der Arbeitskreis Medienunternehmen der Gesellschaft für Unternehmensgeschichte e.V. (GUG) verfolgt das Ziel, die Entstehung vertikal integrierter „Medienunternehmen“, wie sie für unsere heutige Gesellschaft so überaus einflussreich sind, zu rekonstruieren. War nach dem Zweiten Weltkrieg noch überwiegend von Spezialunternehmen die Rede (Zeitungs- und Buchverlagen, Filmfirmen, den öffentlich-rechtlichen Rundfunksendern, etc.) sind durch den Übergang zum Informationszeitalter die Grenzen zwischen den unterschiedlichen Geschäftsfeldern in den letzten Jahren stark verwischt worden. Was in der modernen Wirtschaft und Gesellschaft seit Jahren „Realität“ ist, hat bislang in der Wissenschaft nicht zu einer umfassenden Zusammenarbeit von Buchhandels- und Verlagsgeschichte, Film- und Fernsehwissenschaft, Mediengeschichte, Werbegeschichte und Wirtschafts- und Unternehmensgeschichte geführt. Die Sitzungen des Arbeitskreises zeigen dagegen, dass ein solcher Diskurs nicht nur für alle Seiten ausgesprochen produktiv und inspirierend ist, sondern für wissenschaftliche Fortschritte in den Spezialdisziplinen geradezu unverzichtbar.

Die diesjährige Sitzung des Arbeitskreises startete mit einem Vortrag des Historikers und Journalisten *Thomas Garke-Rothbart* (Hagen/Leipzig). Garke-Rothbart berichtete aus seinen umfangreichen Studien zur Tätigkeit Georg von Holtzbrincks im Dritten Reich, die eine große Forschungslücke zur Frühgeschichte der populären Buchverlage in Deutschland schließen. Holtzbrinck, aus verarmtem westfälischem Adel stammend, war zum Zeitschriftengeschäft während des Studiums gekommen, als er Zeitschriftenabonnements an der Haustür verkaufte. Sein außerordentliches Verkäufertalent sicherte ihm nicht nur hohes Ansehen in der „Welt der Vertreter“, sondern auch hohe Einnahmen, die ihm schließlich 1937 ermöglichten, das kriselnde Unternehmen seiner Hauptauftraggeber, eine populären Zeitschriftenreihe, aufzukaufen. Die Umwandlung in eine Art populären Buchklub, gute familiäre Kontakte zu NS-Funktionären, eine äußerst sensible Marktkenntnis und ein Mindestmaß an intellektuellem Anspruch sicherte den Erfolg dieses (mit seinem Partner Schlösser) durchgeführten Unternehmens, das freilich in der Bedeutung für die NS Frontliteratur stets deutlich hinter Bertelsmann und dem Eher-Verlag zurückblieb. Garke-Rothbart fand in seinem umfassend aus diversen Archiven zusammengetragenen Material aber keine Hinweise auf eine eindeutig ideologisch motivierte Anpassung des „national-konservativen“ Holtzbrinck, sondern beschrieb ihn als überwiegend unternehmerisch motiviert.

Im zweiten Vortrag beschrieb *Nina Isi Blase* (Hamburg) die Krise der Universum-Film AG (Ufa) in den 1920er Jahren. Frau Blase gelang eine eindrucksvolle Schilderung der Blüte des Filmkonzerns durch die deutsche Hyperinflation, die die Produktionskosten in zunehmendem Maße gegenüber dem Ausland konkurrenzfähig machte und für einen wachsenden internationalen Absatz der Filme sorgte. Die Inflation begünstigte jedoch auch – insbesondere bei den deutschen Starregisseuren der Stummfilmzeit – die Etablierung eines Regimes der Verschwendung. Denn nach der Währungsstabilisierung verkehrte sich dieser einstmalige komparative Kostenvorteil der Ufa in sein Gegenteil. Die großen Budgetüberschreitungen z.B. eines Fritz Lang und eines

Friedrich Wilhelm Murnau wurden nun in Zeiten harter Währung zu einer steigenden Belastung des Unternehmens, was freilich zunächst durch die verschleiernenden Bilanzierungspraktiken und die „chaotischen“ Zustände in der Buchhaltung der Ufa noch verdeckt wurde. Die finanzielle Misere des Konzerns wurde erst 1926 in vollem Umfang erkannt und mündete in einen Kooperationsvertrag mit den US-Firmen Paramount und Metro Goldwyn Mayer, welche sich für finanzielle Hilfe mit Abspielrechten in den Ufa-Kinos entschädigen ließen und damit eine finanzielle Regeneration des Konzerns aus eigener Kraft völlig unmöglich machten. Der Konkurs der Ufa konnte 1927 nur durch umfassende Sanierungsanstrengungen der damaligen Hauptaktionärin und -gläubigerin Deutsche Bank und durch die Übernahme der Aktienmehrheit durch das „Hugenberg-Konsortium“ abgewendet werden. Die in der filmhistorischen Literatur bereits häufiger formulierten Gründe für diese existenzbedrohliche Krise der Ufa in den 1920er Jahren sind durch die Ausführungen von Frau Blase erstmals umfassend unternehmenshistorisch fundiert und institutionenökonomisch erklärt worden.

Im dritten Vortrag stellte *Siegfried Lokatis* (Leipzig) zwei Projekte vor, die er an der Leipziger Professur für Buchwissenschaft in den letzten Jahren durchgeführt hat. In einem ersten Großprojekt untersuchte Lokatis mit seinen Studenten die „heimlichen Leser“ der DDR, d.h. den Schmuggel mit westdeutschen Lesestoffen, aber auch solchen, die illegal aus anderen Ostblockländern erworben wurden. Das zweite Projekt steht unter dem bewusst provokant formulierten Titel „Abwicklung des Leselandes DDR“ und beschäftigt sich mit der Veränderung von Leseverhalten, Lesepraxis aber auch der Verlagswirtschaft und dem Buchhandel in Ostdeutschland nach der Wiedervereinigung. Lokatis beschrieb seine Projekte als eine Vielzahl von Unternehmensgeschichten, da sie sich mit diversen kleineren und kleinsten Verlagen zu beschäftigen haben, die im Zuge der Wiedervereinigung aufgelöst, abgewickelt, aufgekauft, umfirmiert wurden.

Im letzten Vortrag des Tages stellte *Jens Flemming* (Kassel) erste Ergebnisse seiner Unternehmensgeschichte des Madsack-Verlages in Hannover vor und rundete damit die Arbeitsgruppensitzung mit der Entstehungsgeschichte jener Verlagsgesellschaft ab, die freundlicherweise die Rolle als Gastgeber des Arbeitskreises übernommen hatte. August Madsack hatte – nach Tätigkeiten in unterschiedlichen Verlagen in seiner ostpreußischen Heimat – 1892/93 den Hannoverschen Anzeiger gegründet. Hierbei besaß er nicht nur ein überaus hellichtiges Gespür für die ökonomischen Möglichkeiten des Generalanzeigerkonzeptes, sondern er entwickelte ein fast modernes unternehmerisches Talent bei der Sondierung des Marktpotentials dieses Konzeptes in unterschiedlichen Städten, was ihn überhaupt nach Hannover führte. In kürzester Zeit etablierte sich der Hannoversche Anzeiger nicht nur als mit Abstand bedeutendste regionale Zeitung, er warf auch ausreichend Gewinn für weitere Investitionen ab, von denen die überwiegend aus Eigenkapital bezahlte Errichtung des repräsentativen Anzeigerhochhauses in Hannover 1926 die noch heute sichtbare gewesen ist. Flemming widmete dann den Aktivitäten des Sohns des 1936 verstorbenen August Madsack, Erich Madsack während der Zeit der Diktatur größere Aufmerksamkeit. Insofern schloss sich auch der thematische Kreis der Arbeitskreissitzung am Ende des Tages.

Eine Führung durch unterschiedliche Medienunternehmen, die heute am Standort Anzeigerhochhaus die Gebäude des Madsack-Konzerns nutzen, rundete die Arbeitskreissitzung ab.

Die nächste Sitzung des Arbeitskreises im Frühjahr 2010 wird sich mit dem Thema „Medien als Marken“ beschäftigen. Vorschläge zu Referaten oder auch zu möglichen Themen der nächsten Arbeitskreissitzungen werden von Jan-Otmar Hesse (Email: jhesse@wiwi.uni-goettingen.de) gerne entgegengenommen.

Jan-Otmar Hesse (Göttingen)

Kontakt:

PD Dr. Jan-Otmar Hesse,

Universität Göttingen,

Email: jhesse@wiwi.uni-goettingen.de

oder Frau Dr. Andrea H. Schneider,

Email: gug@unternehmensgeschichte.de

Copyright

Arbeitsgemeinschaft historischer Forschungseinrichtungen in der Bundesrepublik Deutschland e.V., 2009.

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, Website: <http://www.ahf-muenchen.de>

Empfohlene Zitierweise / recommended citation style:

AHF-Information. 2009, Nr.056

URL: <http://www.ahf-muenchen.de/Tagungsberichte/Berichte/pdf/2009/056-09.pdf>