

Alexa Geisthövel, Habbo Knoch (Hg.)

# Orte der Moderne

Erfahrungswelten des 19. und 20. Jahrhunderts

*Alexa Geisthövel*, Dr. phil., ist Lise-Meitner-Habilitationsstipendiatin an der Fakultät für Geschichtswissenschaft und Philosophie der Universität Bielefeld. *Habbo Knoch*, Dr. phil., ist wissenschaftlicher Assistent am Seminar für Mittlere und Neuere Geschichte der Universität Göttingen.

Campus Verlag  
Frankfurt/New York

ren in Fernsprechsyste me ein, um Informationen zu erhalten. Auf der anderen Seite verlässt sich die moderne Gesellschaft auf telefonisch gesteuerte Notfallnetze in Bereitschaftsräumen von Krankenhäusern oder Einsatzzentralen von Feuerwehr und Polizei.

Vermitteln soll auch das ARBEITSAMT; die Chancen, die es bereithält, sind jedoch stark vom Steuerungsinteresse des Wohlfahrtsstaats bestimmt. In dessen Auftrag kategorisieren die Beschäftigten ihre Klienten. Dieser bürokratischen Entindividualisierung entspricht eine Raumorganisation, welche die Bewegungen der Arbeitslosen im Amt hochgradig reguliert. Im Arbeitsamt wird mit der kontrollierten Verteilung begrenzter Mittel soziale Identität hergestellt, vergleichbar dem Einwohnermeldeamt oder der transitorischen Situation an der Grenzstation. Staatliche Bürokratien stützen sich auf Informationsspeicher und lagern die Ergebnisse ihres Wirkens in Archiven ab. Diese zeigen sich als Orte der Erweiterung, wenn Unbekanntes oder Geheimes zutage tritt, aber ebenso können sie als Orte der Herrschaft für ungefragte Einflussnahmen und politische Interessen instrumentalisiert werden.

Von der PARTEIZENTRALE aus wird politische Macht offen angestrebt, bisweilen mit verdeckten Mitteln. Ihre partikularen Zwecke können sich in der totalitären Einparteienherrschaft auf die ganze Gesellschaft ausweiten. Die repräsentativen, miteinander konkurrierenden Zentralgebäude, in denen Mitglieder und Organisationsapparat verwaltet und vernetzt werden, verkörpern ähnliche Visionen: Vom Hinterzimmer aus und durch die Nahkommunikation der Parteifunktionäre gesteuert, sollen politische Kollektive im Sinne der Parteilinie mobilisiert werden. Wenn Partei- und Wahlvolk diesen Erwartungen nicht entsprechen, kann die Manipulationskompetenz von Werbeagenturen bemüht werden. Diese tun offensiv, was in Zeitungsredaktionen unausgesprochen geschehen mag, indem sie ausschließlich gute Nachrichten über ihre Auftraggeber verbreiten lassen.

Während Parteien und andere Werbekunden in die Öffentlichkeit drängen, gerät der AGRARBETRIEB vor allem dann in den Blick, wenn Nahrungsmittel knapp zu werden drohen oder Gesundheitsgefahren zum Thema werden. Er versorgt die urbane Marktgesellschaft mit Gütern des alltäglichen Bedarfs, deren Herkunft über Markenzeichen zwar erkennbar ist, aber weitgehend anonym bleibt. Um in die Supermärkte als Schnittstellen der Grundversorgung zu gelangen, kreuzen die Produkte des Agrarbetriebs die Verkehrswege ihrer Nutzer in Güterzügen und Lastkraftwagen. Trotzdem wird der Agrarbetrieb so wenig wahrgenommen wie andere Orte in den Kreisläufen von Ver- und Entsorgung, beispielsweise der Großmarkt, das Elektrizitätswerk oder die Kläranlage.

## Die Zeitungsredaktion

Frank Bösch

### I. Die Redaktionen des Ullstein-Verlags, Berlin 12.30 Uhr, um 1909

Die Größe des Gebäudes wirkt einschüchternd. Die fünfstöckige, nüchtern und gerade aufstrebende Fassade des Ullstein-Verlags zieht sich endlose 150 Meter hin. Dahinter verschanzen sich auf über 10.000 Quadratmetern weitere Gebäudekomplexe, die der Verlag seit dem Neubau 1902 aufkaufte, um so seine Grundfläche schlagartig zu versechsfachen (de Mendelssohn 1982, 191f.). Vom verspielten Fassadenschmuck des Vorgängerhauses ist beim Neubau nichts übrig geblieben. Vorn, in der belebten Kochstraße mitten im Herzen von Berlin, rasen Zeitungsjungen zu Fuß und auf Fahrrädern, auf Motorrädern und Lieferwagen. Sie tragen hektisch die *BZ am Mittag* aus dem Gebäude, die sich rühmt, die »schnellste Zeitung der Welt« zu sein. Immerhin ist sie Deutschlands erstes Boulevardblatt und bringt um halb eins schon die Mittagsdotierungen der Berliner Börse. Ihr Tempo ist ihr Erfolgskonzept und prägt daher auch die Aura des gesamten Areals.



4. Redaktion der Berliner Illustrierten Zeitung, um 1900

Auf der Straße befinden sich zahlreiche Menschen, die als Erste das Blatt kaufen wollen, um sofort auf die Kleinanzeigen antworten zu können. Beim Eingang in das Vorderhaus, wo die Rotationsmaschinen aus den hinteren Gebäuden zu hören sind, treffen Journalisten von unterschiedlichen Ullstein-Blättern aufeinander, da neben der *BZ* etwa auch die *Berliner Morgenpost* und die *Berliner Illustrierte Zeitung* hier ihre Redaktionen haben. Knapp 100 Redakteure arbeiten in dem Gebäude – fast dreimal so viele wie sieben Jahre zuvor (Stöber 2000, 162). Denn wie bei anderen Großver-

lagen haben die Ullstein-Blätter im Zeitungsboom der Jahrhundertwende schlagartig eine Massenaufage erreicht, die zur rasanten Expansion der Gebäude führte. Ihre *Berliner Morgenpost* ist mit rund 400.000 Exemplaren die führende Tageszeitung, ihre *Berliner Illustrirte* mit rund einer Million das auflagenstärkste deutsche Wochenblatt.

Auf dem Weg zur Redaktion begrüßen die Journalisten regelmäßig Kollegen von der Konkurrenz. Denn um 1900 haben sich auch andere Großverlage wie Mosse und Scherl in der Nachbarschaft, im neuen Berliner Zeitungsviertel, repräsentative Gebäudekomplexe errichtet. An den Eingängen treffen die Redakteure auch auf die Leser der Ullstein-Blätter. Sie besuchen nicht nur die Anzeigenannahme, sondern auch die Sprechstunden der Redaktionen, die ihre Neuigkeiten notieren und eine kostenlose Rechtsberatung für Abonnenten anbieten. In den vorderen Räumen befinden sich zahlreiche Großraumbüros: Männer, die an Schreibtischen handschriftlich die Aufträge entgegennehmen, Räume mit Frauen, die Schreibmaschinen bearbeiten, und Säle mit langen Tischen, an denen Korrektoren nach Satzfehlern suchen oder Graphiker Bilder bearbeiten.

Die Redaktionsräume selbst wirken chaotisch. Die zeitgenössischen Fotografien ihrer Zimmer zeigen vor allem die geballten Insignien der modernen Kommunikation. Telefone, Telegramme, überfüllte Postfächer, Bücherregale, Fotos und Zeitungsstapel umrahmen die Journalisten. Bereits um 1900 ist die produktive Unordnung Kennzeichen der Redaktion. Im Unterschied zur Selbstrepräsentation der staatlichen Verwaltung wurden die Schreibtische mit einer Überfülle von gestapelten Papieren abgebildet, aus denen nicht selten Tassen oder volle Aschenbecher herausragen. Damit repräsentiert die Redaktion wegweisend jene Überlast an Arbeit, die in der Wissensgesellschaft zugleich kreativ und standardisiert unter Termindruck bewältigt werden soll. Die Journalisten selbst zeigen sich auf den frühen Fotos in legerer, aber bewegter Haltung. Sie rauchen, vermeiden den Blick zur Kamera und demonstrieren unermüdliche Tätigkeit. Damit verkörpern sie das Bild des »rasenden Reporters«, das vor allem über Egon Erwin Kischs Selbstdarstellung etwas später popularisiert wurde (Kisch 1930). Auch die Wände der Büros unterscheiden sich von Ämtern oder Unternehmen: Statt repräsentativer Bilder hängen hier Zettel, Kalender und vor allem Plakate, die für die Zeitungsprodukte aus dem eigenen Hause werben. Zudem posieren die Journalisten auf den Fotos nicht bei einsamer Schreibtischarbeit, sondern in diskutierender Haltung. Damit markieren sie, dass die *kollektive* Auswahl, Gestaltung und Kontrolle von Nachrichten das eigentliche Geschäft der Redaktion ist.

## II. Ort und soziale Praxis in historischer Perspektive

Der Begriff Redaktion umschrieb bis 1900 weniger einen Ort als die Praxis und die Gruppe der Redakteure, die ein »Druckwerk« leiten (so noch der Brockhaus 1898). Seit der Jahrhundertwende verweist »Redaktion« gleichzeitig auf den Vorgang des Redigierens von Nachrichten, auf einen materiellen Raum, in dem Medieninhalte

bearbeitet werden, und auf eine Personengruppe, die als Redakteure Medieninhalte beschaffen, bearbeiten und koordinieren. Ort und soziale Praxis sind damit bereits begrifflich denkbar eng verbunden und bedingen sich gegenseitig.

Bis ins späte 19. Jahrhundert dominierten die »Verlegerzeitungen«, bei denen Verleger, Redaktion und Schreiberkraft in einer Person zusammenfielen. Darüber hinaus schrieben und redigierten Professoren, Lehrer, Pfarrer oder Schriftsteller nebenberuflich Artikel oder übersetzten diese aus ausländischen Zeitungen (Requate 1995, 119). Eine frühzeitig ausgebildete Redaktion entstand in Deutschland vor allem bei der Augsburger *Allgemeinen Zeitung*, die als eines der bestinformierten Blätter galt. Sie hatte ab den 1830er Jahren bereits vier Redakteure (Blumenauer 2000). Die Ein-Mann-Redaktion des 19. Jahrhunderts organisierte dagegen den kommunikativen Austausch nur virtuell. Unterschiedliche Meldungen und Meinungen, die per Post oder aus anderen Druckschriften beim Redakteur einliefen, wurden zusammengeklebt. »Kleistertopf und Schere« wurden daher auch in der Selbstbeobachtung der Journalisten und der frühen Zeitungswissenschaft zum Signum der prototypischen Redaktion des 19. Jahrhunderts und der kleinen Lokalblätter des 20. Jahrhunderts (Groth 1928, 383).

Ausdifferenzierte Redaktionen kamen zunächst in den USA und Großbritannien auf, dann in Frankreich (Bollinger 2002). Erst mit den Generalanzeigen und insbesondere mit den neuen Berliner Massenblättern der 1880er Jahre entstand die Redaktion auch in Deutschland. Die Redaktion des *Berliner Lokal-Anzeigers*, die 1899 bereits 46 Journalisten zählte, war dabei wegweisend (Stöber 1994). Kulturelle Transfers aus den Metropolen der westlichen Nachbarländer beschleunigten diesen Prozess. Die Chefredakteure der ersten bedeutenden Berliner Redaktionen sammelten ihre Erfahrungen in New York, London oder Paris. Zugleich schufen Vorstellungen von ausländischen Metropolen Leitbilder.

Die Redaktion war ein Kind der nun entstehenden Großstädte, Deutschland in beidem Nachzügler. Die zahllosen Zeitungen in den kleineren Gemeinden beschäftigten bis zum Zweiten Weltkrieg nur einzelne Redakteure, die Meldungen und zunehmend auch Matern, vorgefertigte Druckplatten, übernahmen. Die Angehörigen der ersten Redaktionen waren vornehmlich männliche Akademiker aus bildungsbürgerlichen Familien, zeichneten sich aber durch eine vergleichsweise große soziale Offenheit aus. Immerhin waren bis in die Weimarer Republik bis zu einem Drittel der Redakteure in großen Verlagshäusern jüdischen Glaubens (Requate 1995, 143f.; Retallack 1993, 141, 183). Im Unterschied zu anderen Professionen öffneten sich die Redaktionen auch relativ früh für Frauen (Ichenhäuser 1905). Zudem bildeten Redaktionen zusammen mit den entstehenden Massenorganisationen und -parteien Kulminationspunkte von Nationalismus, Liberalismus oder Sozialismus.

Der materielle Ort der Redaktion war das Stadtzentrum. Redaktionen etablierten sich im Umfeld des Rathauses, des Markts und der Regierung. Diese zentrale Lage war nicht nur nötig, um schnell Informationen zu übermitteln, sondern auch, um die Zeitung schnell an möglichst viele Leser auszuliefern. Vor allem in Deutschland

ballten sich wegen des kaiserzeitlichen Pressegesetzes, das der Post zunächst ein Monopol bei der Auslieferung gab, Zeitungsredaktionen in der Nähe der großen Postämter. Wie beim berühmten Berliner »Zeitungsviertel« in der Kochstraße entstanden dadurch mehrere Verlagshäuser dicht beieinander. Gleiches gilt für England in der Londoner Fleet Street oder für den Civic Center District in New York. Diese räumliche Verdichtung vernetzte die Kommunikation unter den Journalisten und ließ die Presse als eine zusammenhängende neue Macht wahrnehmen. Die Redaktionen waren frühzeitig auch ein Ort der intensiven medialen Selbstrepräsentation. Die Außenaufnahmen der Verlagshäuser unterstrichen wie die Innenbilder eine produktiv-chaotische Dynamik. Ullstein montierte zusätzliche AUTOS auf das Foto des neuen Verlagshauses, um den Konnex zur großstädtischen Moderne zu verstärken.

Bereits der Eingangsbereich betonte mitunter architektonisch die herausgehobene Stellung des Verlegers. Das Verlegerzimmer von Rudolf Mosse wurde beispielsweise schon von außen durch ein Balkongitter mit vergoldetem Bronzerelief markiert. Im Extremfall konnte die architektonische Untermuerung des Verlegers so weit gehen wie bei August Scherl, der sich neben dem Verlageingang einen Privateingang baute, um den Kontakt zu den Angestellten zu meiden. Gepolsterte Türen hinter dem Vorzimmer unterstrichen die Abschottung seines Zimmers (de Mendelssohn 1982, 182). Diese Herausstellung entsprach der exzeptionellen Stellung, die einige Großverleger wie Pulitzer, Northcliffe oder Ullstein um 1900 in der Öffentlichkeit erreichten. Jedes Land wies nun eine Hand voll Pressezaren auf, die auch als Lenker von Politik und Öffentlichkeit gesehen wurden.

Die Räume der Redaktion waren um 1900 nur ein Teil des Verlagshauses. Die ganze Zeitung entstand in einem Gebäudekomplex, um Zeit zu sparen. Hinter der repräsentativen Vorderfront dieser riesigen Verlagsareale mit dem breiten Eingangsbereich befanden sich, für den Besucher versteckt, die Druckereien. Der Redaktionsbereich im engeren Sinne war zunächst ein langer Flur, von dem viele kleine Zimmer abgingen. Sie stehen für die Ausdifferenzierung von Wissensfeldern, da die Büros sich um 1900 zunehmend nach Ressorts aufteilten. Im Flur selbst herrschte fortwährende Bewegung. Gespräche fanden vor allem zwischen den Ressorts statt, während die alltägliche Kommunikation über die Ressortgrenzen hinweg selten blieb. Das durch ein Vorzimmer herausgehobene Büro des Chefredakteurs bildete einen Knotenpunkt. Zu ihm wurden einzelne Redakteure zitiert, um ihre Artikel zu besprechen. Angesichts der immer vielfältigeren Redaktion wuchs die Bedeutung des Chefredakteurs, der die gemeinsame Linie des Blattes oft mit großem Nachdruck vertrat. Die Unterwürfigkeit der Redakteure gegenüber dieser Figur und die Angst vor dem Betreten seines Zimmers ist in Memoiren und autobiographisch angehauchten Romanen popularisiert worden (Kracauer 1995).

Die Anordnung der Redakteurszimmer wies bereits um 1900 nationale Unterschiede auf. In Deutschland besaßen die Redakteure Zimmer, die nach fachlichen Ressorts sortiert waren, da jeder Journalist Recherche, Schreiben und Redigieren gleichzeitig übernahm. Dagegen dominierte im angelsächsischen Raum frühzeitig

eine Trennung nach Arbeitsschritten, die sich in einer entsprechenden Raumanordnung niederschlug (Esser 1998). In der Öffentlichkeit und insbesondere bei konservativen Politikern wurde vielfach angenommen und befürchtet, dass die Redaktionen umfangreiche Karteien, Archive und Korrespondenzen besaßen. Doch fanden sich hier zunächst nur bescheidene und schlecht sortierte Mittel der Wissensspeicherung. Bemerkenswerter war um 1900 die Ausstattung mit Apparaten der elektronischen Kommunikationsübermittlung, insbesondere der eigene telegraphische Anschluss und die Telefone, mit denen die Redaktionen schneller als viele Politiker Informationen erhalten konnten.

Als Kollektiv begegnete sich die Redaktion in den Zimmern für die Redaktions- und Ressortkonferenzen. Diese Sitzungen entsprachen in gewisser Weise politischen Gremien. Die runde oder hufeisenförmige Tischordnung bildete das kollegiale Prinzip ab, das zugleich durch die Ausrichtung auf den Chefredakteur gebrochen wurde. Als Inhaber von »Ressorts« – hier ähnelten die Namen den Ministerien – vertraten sie gesellschaftliche Felder wie Politik, Wirtschaft oder Kultur. Nur wenige Redaktionen hatten Anfang des 20. Jahrhunderts tatsächlich eine kollegiale Verfassung – wie etwa die *Frankfurter Zeitung*. Die tägliche Redaktionssitzung war im frühen 20. Jahrhundert ebenfalls noch nicht überall üblich. Das auflagenstärkste Blatt des katholischen Milieus, die *Kölnische Volkszeitung*, berief selbst in den zwanziger Jahren nur eine wöchentliche Sitzung ein, um die Positionen zu den aktuellen Ereignissen zu debattieren (Groth 1928, 399).

Besonders die deutschen Redaktionen sahen sich dennoch in hohem Maße als ein Kollektiv, das mit einer Stimme zu sprechen hatte. Da namentlich gekennzeichnete Artikel unüblich waren, bildete die Zeitung generell eine stärkere Einheit, die mit der politischen Haltung des Herausgebers verbunden war. Außendruck infolge staatlicher Verfolgung und kollektiver Angriffe der Konkurrenzpresse förderte diese Vorstellung ebenso wie die hohe parteipolitische Bindung der deutschen Presse. In der Selbststilisierung der Redaktionen standen die Kommunikation zwischen den Redakteuren und das Gespräch mit Informanten weitaus mehr im Vordergrund als die alltägliche Arbeit wie das Redigieren von Manuskripten und die Durchsicht von Agenturmeldungen. Seit 1900 nahm nicht nur die Zahl der Redakteure zu, ihre Ressortbildung war auch wegweisend für die Auffächerung von Wissensfeldern. Sie förderten das Expertenwissen in Bereichen wie Sport, Landwirtschaft oder Reisen lange vor einer akademischen Trennung dieser Bereiche. Mit den Arbeits- und Themenfeldern der Redakteure entwickelten sich auch Kriterien für Wert, Gruppierung und Anordnung von Nachrichten. An die Stelle der bis dahin üblichen fortlaufenden Meldungen, die allenfalls geographisch sortiert waren, trat eine hierarchisierte Platzierung.

Die um 1900 entstehenden großen Redaktionen zeichneten sich durch eine demonstrative Öffentlichkeit aus. Der Zeitungskopf ermunterte die Leser, sich schriftlich, telefonisch oder persönlich an die Redaktion zu wenden. Hinweise auf die Sprechzeiten unterstrichen dies. Die Besucher von außen übermittelten nicht nur Neuigkeiten, sondern wollten selbst zum Thema eines Medienberichtes werden. So

klagte die *Berliner Illustrierte Zeitung* am 22. März 1903 über hartnäckige Besucher, die als »Erfinder« oder Künstler unvermittelt Tricks vorführten. Zugleich war die Redaktion wie das LABORATORIUM ein abgeschlossener, arkaner Ort der Vertraulichkeit. Zum Schutz vor der Strafverfolgung einzelner Journalisten war das Wissen um die Autorschaft ein wichtiges Geheimnis, das Redakteure auch vor Gericht immer wieder verteidigten. Gleiches galt für den Schutz von Informanten. Insbesondere das Redaktionsarchiv wurde dabei zu einem Ort, der in der staatlichen Imagination schnell als Bedrohung gesehen wurde und staatsgefährdende Dossiers bündelte – von der Sozialistenverfolgung unter Bismarck bis hin zur *Spiegel*-Affäre 1962.

Bis zum Ersten Weltkrieg hatte die Redaktion somit zahlreiche Charakteristika ausgebildet, die trotz aller technischen Innovationen bis heute ihre materielle Struktur, ihre soziale Praxis und ihre Repräsentation prägen. Dennoch war sie nicht nur Beobachter und Akteur im Zeitalter der Extreme. Vielmehr schlugen sich die dramatischen Entwicklungen des 20. Jahrhunderts besonders deutlich in den Räumen der Redaktionen nieder. Bei allen Systemwechseln und politischen Verwerfungen war sie ein wichtiges Kampfgebiet.

Der Erste Weltkrieg bedeutete für alle Redaktionen Westeuropas eine starke Begrenzung ihrer Arbeitsweise. Er schnitt von internationalen Nachrichten ab, die Zensur blockierte den freien Diskurs und die Anzeigen- und Papierverknappung bremsten den Zeitungsboom zusätzlich, der schon einige Jahre vor dem Krieg an seine Grenzen gestoßen war. Der materielle Ort der Redaktion geriet nach Kriegsende in Gefahr. Die Arbeiterräte wussten um die kommunikative Schlüsselstellung der großen Verlage. Gerade im Berliner Zeitungsviertel entflammten Anfang 1919 die entscheidenden Revolutionskämpfe, an die die Einschusslöcher in den Gebäuden noch lange erinnerten. Traumatisch war für viele Redakteure, dass Kommunisten ihre Redaktionen besetzten und in ihren Räumen einige Tage marxistische Blätter wie die *Rote Fahne* produzierten. Diese Erfahrung prägte ihre politische Denkhaltung und mag vielleicht auch erklären, dass einige traditionell liberale oder konservative Redaktionen um 1930 weiter nach rechts rückten.

Nachdem der Erste Weltkrieg für den Niedergang vieler kleiner Redaktionen gesorgt hatte, kam es bis 1930 zu einer erneuten Expansionsphase. Die Zahl der Zeitungen stieg zwar wieder auf den Vorkriegsstand an. Allerdings sank die Zahl der selbstständigen Redaktionen, da zumindest der Politikteil durch den Ausbau des Maternsystems zunehmend zentral geliefert wurde. Dieser Konzentrationsprozess, der auch die wirtschaftliche Organisation der Zeitungen mit einschloss, schlug sich nicht nur auf der Rechten im berühmten »System Hugenberg« nieder (Holzbach 1981), sondern auch auf der Linken, sei es in der Gründung der sozialdemokratischen Konzentration AG oder dem Erfolg des kommunistischen Münzenberg-Verlags. Mit Ausnahme von rund 200 größeren Zeitungen konzentrierte sich damit die redaktionelle Arbeit der meisten Blätter auf die Ausgestaltung lokaler Belange. Bei den Verlagen, die von der Pressekonzentration profitierten, wurden hingegen die Verlagshäuser nochmals aus- und umgebaut und Redaktionen von neu gegründeten Blättern zogen in die erweiterten Bauten. Dadurch war zunehmend weniger

die Redaktion das Kollektiv, zu dem ein Journalist sich zugehörig fühlte, sondern das verlagspolitische Verbundsystem jener virtuelle Ort, in dem er sich bewegte und der den weltanschaulichen Rahmen vorgab.

Schon vor dem Nationalsozialismus sorgten um 1930 die Wirtschaftskrise und der Wechsel von Eigentumsverhältnissen in verschiedenen Redaktionen für erneute Einschnitte. Der Generationswechsel um 1930 veränderte ebenfalls vielfach das Klima und sorgte bereits vor der »Machtergreifung« für die Absetzung zahlreicher linksliberaler Redakteure (Frei/Schmitz 1999, 41f.). Grundlegende Änderungen erfuhr die Struktur der Redaktion erwartungsgemäß im Nationalsozialismus. Neben den bekannten rassischen und politischen Verfolgungen und Enteignungen lassen sich in mehrfacher Hinsicht Verstaatlichungsprozesse ausmachen. Das Schriftleitergesetz von Oktober 1933 entband die Redakteure vom Weisungsrecht ihrer Verleger zugunsten des Staates und verlangte die staatliche Zulassung zu dem bisher freien Beruf. Dies bescherte Entlassungen und eine hohe personelle Fluktuation. Der Kauf und die Schließung von Zeitungen überführten zahlreiche Redaktionen in den quasistaatlichen Eher-Verlag der NSDAP. Dies mündete, spätestens durch die großen »Stilllegungsaktionen« ab 1941, in die Schließung der meisten Redaktionen. Durch ihre zentrale Lage in den Großstädten wurde im Zweiten Weltkrieg auch der materielle Ort der wichtigen Redaktionen besonders häufig zerstört. Bei Ullstein überlebten nur einige Druckereimaschinen die Bombenexplosionen; bei Mosse und Scherl standen nur noch die Fassaden.

Die alliierte Medienpolitik sorgte nach 1945 für eine grundsätzliche Neustrukturierung der Redaktionen. Die geringsten Veränderungen fanden in der Britischen Zone statt, wo die Besatzer vielfach die parteinahen Redaktionen wieder aufleben ließen, so dass insbesondere sozialdemokratische und katholische Verleger an alte Orte und Traditionen anknüpfen konnten. Die Amerikaner schufen in ihrer Zone neuartig strukturierte Redaktionen, in denen Redakteure unterschiedlicher politischer Couleur für einen neuen Pluralismus innerhalb einer Zeitung sorgen sollten (Koszyk 1999). Nun saßen zwangsweise und konfliktträchtig Redakteure in einem Raum, die aus bislang völlig getrennten (politischen) Lebenswelten stammten. In der SBZ und der DDR wurde die Pressekonzentration verfestigt, wodurch Großredaktionen dominierten (Holzweißig 2002). Die neuen Bezeichnungen »Kollegium« und »Redaktionskollektiv« sollten das geschlossene Handeln hervorheben. In der Bezirksredaktion wurde in den fünfziger Jahren vom Chefredakteur für einen Monat ein Arbeitsplan entwickelt, über den das »Kollegium« entschied (Bönisch 1955). SED und Redaktion wurden eng miteinander verzahnt. Ressorts und Kollegium entwickelten sich zu einem Berichtssystem, das in beide Richtungen auch Informationen über die Redakteure lieferte.

Im Westen Deutschlands wurden die Gebäude der »Alt-Verleger« bis zur Aufhebung des Lizenzzwangs 1949 vielfach nicht journalistisch genutzt. Das galt vor allem für die Redaktionsräume der Lokalzeitungen. Erst in den frühen fünfziger Jahren blühten sie kurzzeitig in der Provinz auf, um dann in der Phase der Pressekonzentration zwischen 1955 und 1976 vielfach wieder zu verschwinden oder er-

neut einen anderen Zeitungsmantel zu übernehmen. Die akademische und parlamentarische Beobachtung der Redaktion führte in den sechziger Jahren zu einer neuen statistischen Wahrnehmung, die mit dem Begriff »redaktionelle Einheit« deren Selbstständigkeit vermaß. Gerade mit Blick auf die Weimarer Republik sah man in der Abnahme der selbstständigen Redaktionen eine Gefahr für die Demokratie (Melchert 2003).

Zugleich wurde das große Verlagshaus der Metropole, das markant herausragte, seit den sechziger Jahren wieder zum Symbol des Selbstbewusstseins, der Macht und der Modernität der Redaktionen. Statt der langen Fassade dominierte nun das HOCHHAUS als Zeichen der Moderne. Den wohl wichtigsten Akzent setzte Axel Springer, der 1957 im alten Berliner Zeitungsviertel das ehemalige Grundstück des Scherl-Verlags kaufte, um direkt an der Mauer ein Hochhaus für Redaktion und Verlagsabteilung zu bauen. Ursprünglich waren 35 Stockwerke geplant, der Untergrund erlaubte jedoch nur 20. Dennoch war das 1966 eingeweihte Haus damals die höchste Berliner Erhebung nach dem Fernsehturm. Auch das Hamburger Hochhaus des *Spiegel* lag direkt in der Innenstadt.

Die soziale Praxis innerhalb der Redaktionen scheint sich bis zu den sechziger Jahren nicht grundlegend geändert zu haben. Sie übertrug sich auf neue Medienredaktionen, die mit dem Radio und dem Fernsehen entstanden. Die Entwicklungen weisen hierbei erstaunliche Parallelen auf. So bestand die Arbeit der wenigen Tagesschau-Redakteure zunächst ebenfalls daraus, aus vorhandenen Berichten mit »Kleister und Schere« ein eigenes Produkt zu entwerfen. Bei den Zeitungsredaktionen veränderte sich die freie Zugänglichkeit des Gebäudes. Das galt insbesondere für das politische Ressort. Wie zeitgenössische Sozialwissenschaftler in teilnehmender Beobachtung feststellten, waren gerade hier in den sechziger Jahren die Arbeitskontakte zu anderen Ressorts, zu Informanten und zu Lesern besonders gering (Rühl 1969). Generell sorgte die massive Verbreitung des Telefons und des Fernschreibers dafür, dass die Räume seltener für Außenrecherchen verlassen werden mussten. Den meisten Außenkontakt wahrte noch die Lokalredaktion.

### III. Beschleunigtes Wissen: Die Zeitungsredaktion als Ort der Moderne

Die Redaktion ist ein Promotor der Moderne. Wie die Börse oder die TELEFON-ZENTRALE ist sie ein Ergebnis und ein Knotenpunkt der beschleunigten Kommunikation. Sie lässt sich ebenso als Katalysator der Informations- und Wissensgesellschaft fassen wie als Produkt und Antriebskraft der industrialisierten, technisierten und demokratisierten Konsumgesellschaft. Gerade durch ihre offene Orientierung auf eine große Gruppe von anonymen und heterogenen Kunden steht sie in Beziehungen zu anderen neuen Orten – wie etwa dem WARENHAUS. Ihr Anspruch auf weltanschauliche Lenkung und Kontrolle verbindet sie mit den nun ebenfalls entstehenden PARTEIZENTRALEN. Wie die WAHLKABINE bietet sie eine »verwaltete Partizipation« an, da Medienkonsumenten durch Leserbriefe oder Abokündigun-

gen zumindest einen indirekten Einfluss auf die politische Arbeit der Redaktion nehmen können. Ihre präzise, streng termingebundene Arbeit unter Zeitdruck korrespondiert durch die Zeitfixierung auch mit Orten der technischen Moderne, die durch das Fließband repräsentiert werden (STAHLWERK). Ihre bürokratische Kategorisierung verweist auf das Amt (ARBEITSAMT) und ihre ausgefeilte Logistik auf technische Großunternehmen wie den AGRARBETRIEB. Wie andere Orte der Medienproduktion und Mediennutzung, vor allem das KINO, sorgt sie für die Vielfältigung von Wahrnehmungen, die die Erfahrungen der Mediennutzer ändern können.

Die Redaktion ist ein neuer Ort, der seine Vorläufer bedeutungslos machte. Sie bildete in gewisser Weise einen professionalisierten Ersatz für jene Vereinslokale, Logen oder Kaffeehäuser, in denen die frühe bürgerliche Öffentlichkeit politisch-kulturelle Fragen und Schriften diskutierte. Damit stand die moderne Massenpresse nicht allein für das Aufkommen einer kommerzialisierten Medienöffentlichkeit (Habermas 1990, 302), sondern auch für die Entstehung eines neuen Ortes der interpersonalen Kommunikation, der die von Habermas sehr idealtypisch ausgemachten Diskursformen der bürgerlichen Öffentlichkeit tradierte. Ihn kennzeichnete Überbelastung in Gestalt der nachts arbeitenden, sich selbst wie die Polizei wachen als Wächter stilisierenden Redaktion. Dem entsprach die Selektion der immer wieder fotografisch inszenierten Flut eingehender Meldungen. Sie bildet widersprüchliche Merkmale der Moderne ab: den Glauben, durch rationales Abgleichen von Aussagen Wahrheit und Realität zu ermitteln, das utopisch aufgeladene Ziel, Partei für eine Verbesserung der Gesellschaft zu ergreifen, und den Anspruch, sich an Geschmack und Interessen von Konsumenten und öffentlicher Meinung zu orientieren. Die Zeitungsredaktion wurde zu einer neuen Kontrollinstanz der Moderne. Sie bildete einen institutionellen Ort, in dem die mediale Konstruktion von Wirklichkeit reflektiert wurde. Manuskripte, Konkurrenzprodukte und Inhalte wurden auf ihre Wahrheit geprüft, Sprache daraufhin korrigiert, ob sie sagbar war. Redaktionen polarisierten und emotionalisierten deshalb in der öffentlichen Wahrnehmung: Sie beschworen Faszination, aber auch Angst und Gefahr herauf, zumal sie Demokratisierungsprozesse befördern und unterlaufen konnten.

### Literatur

- Blumenauer, Elke (2000): Journalismus zwischen Pressefreiheit und Zensur. Die Augsburger »Allgemeine Zeitung« im Karlsbader System (1818-1848), Köln/Weimar/Wien.
- Bollinger, Ernst (2002): Die goldenen Jahre der Massenpresse (1840-1930), 2. Aufl., Freiburg.
- Bönisch, Werner (1955): Zur Arbeit des Redaktionskollegiums, in: Neue Deutsche Presse 5, 14-16.
- Danker, Uwe u.a. (2003): Am Anfang standen Arbeitergroschen. 140 Jahre Medienunternehmen der SPD, Bonn.
- Esser, Frank (1998): Die Kräfte hinter den Schlagzeilen. Englischer und deutscher Journalismus im Vergleich, Freiburg.
- Frei, Norbert/Johannes Schmitz (1999): Journalismus im Dritten Reich, München.

- Freyburg, Joachim/Hans Wallenberg (Hg.) (1977): Hundert Jahre Ullstein 1877-1977, Bd. 4, Frankfurt.
- Groth, Otto (1928): Die Zeitung. Ein System der Zeitungskunde (Journalistik), Bd. 1, Mannheim u.a.
- Habermas, Jürgen (1990): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft, Frankfurt.
- The History of the Times (1947): Bd. 3. The Twentieth Century Test 1884-1912, London.
- Holzbach, Heidrun (1981): Das »System Hugenberg«. Die Organisation bürgerlicher Sammlungspolitik vor dem Aufstieg der NSDAP, Stuttgart.
- Holzweißig, Gunter (2002): Die schärfste Waffe der Partei. Eine Mediengeschichte der DDR, Köln.
- Ichenhäuser, Eliza (1905): Die Journalistik als Frauenberuf, Berlin.
- Kisch, Egon Erwin (1930): Der rasende Reporter, Berlin.
- Köcher, Renate (1985): Spürhund und Missionar. Eine vergleichende Untersuchung über die Berufsethik und das Aufgabenverständnis britischer und deutscher Journalisten, München.
- Koszyk, Kurt (1999): Presse unter alliierter Besatzung, in: Jürgen Wilke (Hg.), Mediengeschichte der Bundesrepublik Deutschland, Bonn, 31-58.
- Kracauer, Siegfried (1995): Georg, Frankfurt.
- Melchert, Florian (2003): Meinungsfreiheit in Gefahr? Die medienpolitische Debatte in der Bundesrepublik vom Fernsehstreit bis zur Anti-Springer-Kampagne (1961-1969), Ms. Diss. Bochum.
- Mendelssohn, Peter de (1982): Zeitungsstadt Berlin. Menschen und Mächte in der Geschichte der deutschen Presse, Berlin.
- Mergel, Thomas (2001): Die Bürgertumsforschung nach 15 Jahren, in: Archiv für Sozialgeschichte 41, 515-538.
- Requate, Jörg (1995): Journalismus als Beruf. Entstehung und Entwicklung des Journalistenberufs im 19. Jahrhundert. Deutschland im internationalen Vergleich, Göttingen.
- Retallack, James (1993): From Pariah to Professional? The journalist in German society and politics, from the late Enlightenment to the rise of Hitler, in: German Studies Review 16, 175-223.
- Rühl, Manfred (1969): Die Zeitungsredaktion als organisiertes soziales System, Bielefeld.
- Stöber, Rudolf (1994): Der Prototyp der deutschen Massenpresse. Der »Berliner Lokal-Anzeiger« und sein Blattmacher Hugo von Kupffer, in: Publizistik 39, 314-330.
- Ders. (2000): Deutsche Pressegeschichte. Einführung, Systematik, Glossar, Konstanz.
- Verlag der Frankfurter Zeitung (Hg.) (1906): Geschichte der Frankfurter Zeitung 1856-1906, Frankfurt.

## Die Telefonzentrale

*Andreas Killen*

### I. Konzentrierte Kommunikation: Fernsprechvermittlungsamt VI, Berlin, 1900

Das Fernsprechamt VI in der Lützowstraße war die erste echte Telefonzentrale in der deutschen Hauptstadt. Mit 10.000 Teilnehmern die damals größte ihrer Art, verfügte sie über eine hochrationalisierte Anordnung und technische Vorrichtungen, die charakteristisch für alle späteren großstädtischen Telefonzentralen waren. Die Längsseiten des schlauchigen, höhlenartigen Raums säumten Reihen von Schaltbrettern, an denen 80 bis 100 Telefonistinnen mit Kopfhörern saßen. Die Schaltbretter, Wunderwerke der Elektrotechnik, bestanden aus Glühlichtern, Schaltern und Tastaturen mit wabenförmigen Öffnungen. Diese quer und frontal zum Arbeitsplatz angeordneten Klinkenfelder waren durch eine Vielzahl von Kabeln verbunden. Wenn ein aufleuchtendes Licht einen eingehenden Anruf anzeigte, nahm ihn die Telefonistin an, indem sie einen Stöpsel in die Klinke steckte und den Anrufer mit einer Standardformel wie »Hier Amt« oder »Hallo Zentral« begrüßte. Um den Anruf zu verbinden, steckte sie den Stöpsel am anderen Ende der Leitung im oberen Feld der Schalttafel in eine Klinke, über deren Leitung der gewünschte Gesprächsteilnehmer erreichbar war.

Das gesamte System wurde von einer oder mehreren Aufseherinnen überwacht, die an einem der Kopffenden des Raums an eigenen Schaltbrettern saßen. Die Telefonistinnen waren fast ausschließlich junge, ledige Frauen in langen, schwarzen Kleidern mit sorgfältig aufgestecktem Haar. Privatgespräche zwischen Telefonistin und Anrufer waren strengstens untersagt und die Kommunikation unter dem Personal auf ein Minimum begrenzt. Die Anspannung im Raum war geradezu greifbar und führte während der Stoßzeiten gelegentlich zu nervösen Ausbrüchen unter den Telefonistinnen. Um sie zu entlasten, wurden die Pausenräume mit Turngeräten ausgestattet.

### II. Vom frühen Schaltbrett zur Automation

Das Fernsprechamt in der Lützowstraße stand am Ende einer rapiden Entwicklung von Schaltbrettern. Die erste Telefonvermittlung war 1878 in New Haven in den USA eröffnet worden, zwei Jahre, nachdem Alexander Graham Bell das Telefon erfunden hatte; das Telegrafenamts stand dabei Pate. Als sich das Fernsprechwesen von einer vor allem von Geschäftsleuten genutzten Dienstleistung zu einem System der Massenöffentlichkeit entwickelte, mussten die Ingenieure zunächst die Stauungen beseitigen, die an den Knotenpunkten des rasch wachsenden Leitungsnetzes auftraten. Die ersten Telefonvermittlungen waren chaotische Räume mit einem spaghettiartigen Kabelgewirr und einer primitiven Arbeitsteilung. Je größer das System wurde, desto komplizierter wurde es auch, zwei Teilnehmer zu verbinden.