

Virtuelle Ware Information – Über den Beginn der Kommerzialisierung von Inhalten im 19. Jahrhundert

Dr. Rita Gudermann, Freie Universität Berlin

Vortrag auf der Tagung
„Kulturelles Erbe digital – Bedingungen und
Perspektiven“, 24./25. Oktober 2013 in Köln

- „*Es geht ums Geschäft mit Copyrights und Patenten. Um beides wird gestritten wie früher um Fischfangquoten oder Schürfrechte.*“
- (Jörg Albrecht, Die ZEIT, 2001)

- Wann, wie und warum kam es zur Kommerzialisierung der virtuellen Ware ‚Content‘?

- DFG-Projekt „Ware Information - zur Geschichte der Kommerzialisierung von Medieninhalten im 19. und 20. Jahrhundert“
- Studie im Grenzgebiet zwischen Wirtschafts- und Kulturgeschichte
- Beitrag zur Kontroverse um „Kunst und Kommerz“

- Fallbeispiele Leipziger, Londoner und Pariser Publikumsverlage (Bücher und Zeitschriften)
- Zeitrahmen: 1830er bis 1940er Jahre
- Vergleich Deutschland, Großbritannien, Frankreich

Aufbau der Präsentation

- Definition „Content“
- Protagonisten
- Theoretische Konzepte und Methoden
- Forschungsdesign
- Fallbeispiele
- Erste Ergebnisse
- Fazit und offene Fragen

'Content' - Defintion

- schriftliche, bildliche oder audiovisuelle, von ihrem Trägermedium losgelöste Medieninhalte (Text, Bild, Video, Audio)
- ein immaterielles kulturelles Gut ohne räumliche und zeitliche Begrenzungen
- muss handelbar sein, d.h. auf Kaufinteresse stoßen

Protagonisten

- Urheber: Autoren, Übersetzer, Illustratoren, Photographen, ...
- Medienunternehmer: Verleger, Inhaber von Pressearchiven, Bild- und Nachrichtenagenturen
- Leser als 'Content-Konsumenten'
- Staat (Zentur, Urheberrecht, unmittelbare Marktteilnahme)

Theoretische Konzepte und Methoden

- Konzepte der Dematerialisierung, Virtualisierung, Tertialisierung und Fragmentierung
 - Klassische Ökonomie, ‚Informationsökonomik‘: Information als knappe Ware vs.
 - ‚Aufmerksamkeitsökonomie‘, ‚mentaler Kapitalismus‘, ‚Geschenkeökonomie‘

Fallbeispiele: Leipziger Publikumsverlage, 1830er-1940er Jahre

- Fallbeispiele Verlage J.J. Weber u. Otto Spamer
- Rekonstruktion des Verlagsoutputs
- Quellen: Verlagsmaterialien,
Bibliotheksdatenbanken und -kataloge
 - dnb - Deutsche Nationalbibliothek
 - zdb - Zeitschriftendatenbank der Staatsbibliothek zu Berlin
 - gbv - Gemeinsamer Bibliotheksverbund von sieben Bundesländern und der Stiftung Preußischer Kulturbesitz (gbv)
 - British Library Integrated Catalogue
 - BnF - Bibliothèque nationale de France

Datenbank: Verlagsprogramme

- Extrakt aus der Datenbank

RI	o	1912	Grundzüge der Münzkunde	Dannenberg, Hermann; Friedensburg, Ferdinand	Bd. 139, Nr. 3620 Katechismen	131		3., verm. u. verb. Aufl.			
RT	o		Winterharte Blütenstauden und Sträucher der Neuzeit: ein Handbuch für Gartenfreunde u.				mit 147 in d. Text gedr. u. 78 farb. Abb. auf 21				
RT	o	1913	Gärtner	Foerster, Karl	Webers illustrierte Gartenbibliothek	5 Taf	2., durchges. Aufl.	292 S.			
RT	o	1913	Die Baustile: Lehre der architektonischen Stilarten von den ältesten Zeiten bis auf die Gegenwart	Sacken, Eduard von	Katechismen	Aufl. neu bearb. und vervollst. von 39 O. Gruner	16. Aufl.	229 S.	2 Mark 50 Pf. Neues und Bewährtes aus dem Verlage von J.J. Weber Leipzig, S. 19		
RT	o	1913	Leitfaden der Ornamentik: Einführung in die Geschichte, Entwicklung u. charakteristischen Formen der Verzierungsstile aller Zeiten	Kanitz, F.; Singer, Hans Wolfgang	Katechismen	neu bearb. von 66 Hans W. Singer	7. Aufl.	180 S.	2,50 Goldmark: lose Blätter, o.J., S. 6 (Stand: April 1924); gebunden: 2 RM: lose Blätter, o.J. S. 12 (der Preis gilt ab den 1. Januar 1932); gebunden: 2 RM: lose Blätter, o.J. S. 14 (Stand: Januar 1933)		

- Mehrere Tausend Publikation
- Jeweils mit Jahr, Titel, Autor, Übersetzer, Serie, Anzahl der Seiten und Illustrationen, Preis etc. erfasst

J.J. Weber, Leipzig, 1834-1947

- Gründer Johann Jakob Weber (1803-1880), ehem. Buchhändler aus Basel
- Programm: schöngestige und politische Literatur: Reiseführer, Fachbücher, u. -zeitschriften und die *Illustrierte Zeitung*
- Output: ca. 30 Bücher



- Lehrjahre bei Martin Bossange, Paris
- Editor des Pfennig Magazins als erstem Massenmedium in Dtl.
- Vielzahl internationaler Kontakte und Mäzene
- Gründung des Unternehmens mit Lizenzen auf ausl. Literatur, insbes. die Werke von Charles Dickens



Erste Ergebnisse: Weber

- Import frz. u. britischer Drucktechniken (Holzstiche)
- Import ausländischer Medienformate, Druckmaterialien, Lizenzen
- Reputation als ehrenhafter 'Old-School-Publisher
- Kritiker: Karl Gutzkow

- „*die Buchhändler, die, vom Spekulationsteufel besessen, ihr eigenes Kapital, das Lesebedürfniß der Masse und die Interessen der Literatur in den unnützesten Übersetzungen aus dem Französischen und Englischen verschwenden. Die Buchhändler sind es, welche den Markt mit Waaren überfüllen, die die eigenen heimischen Artikel in ihrem Werthe herabdrücken*“

Karl Gutzkow über die deutsche 'Übersetzungsflut'

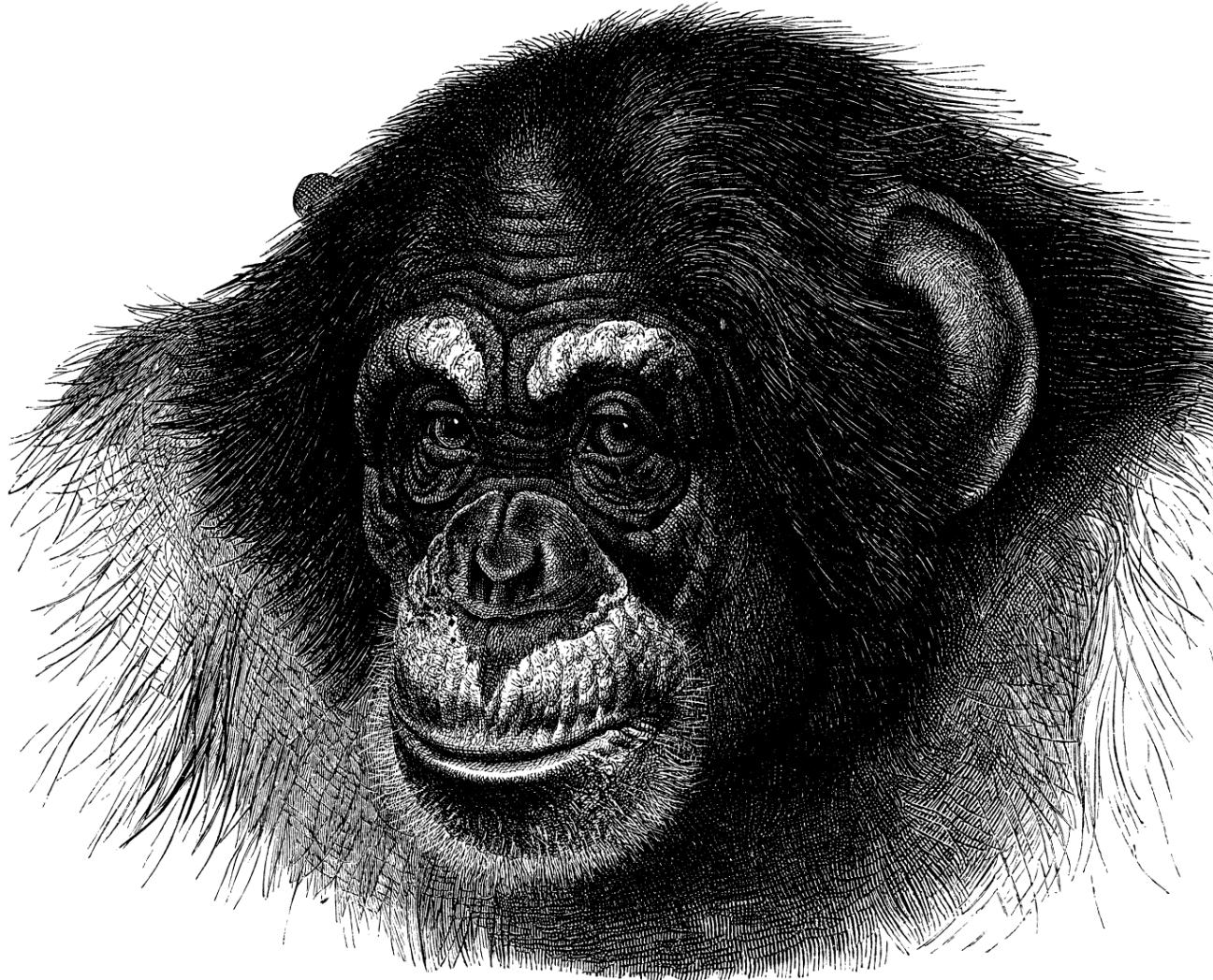
Weber: Erfolgsstrategien

Erfolg mit

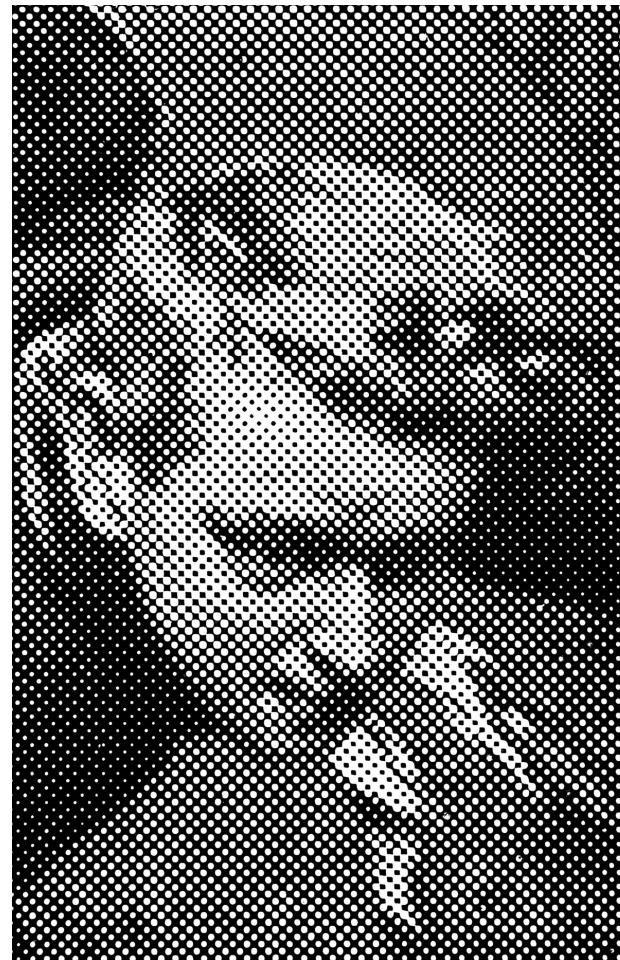
- schöngestiger und politischer Literatur
- Fachbüchern und -zeitschriften
- IZ



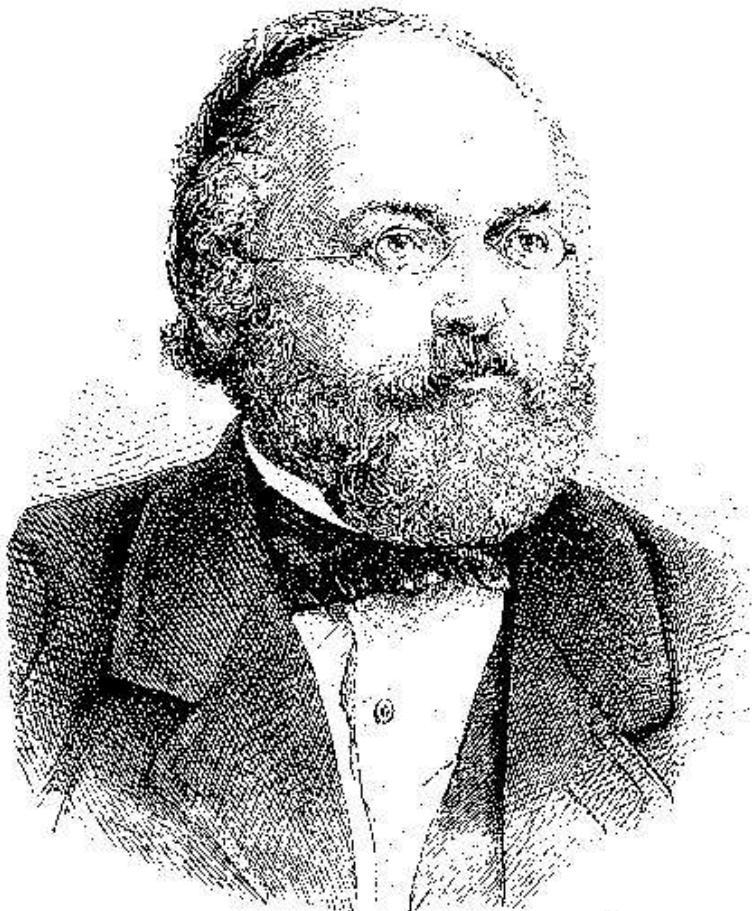
Holzstich



Autotypien



Otto Spamer, Leipzig, 1847-1948



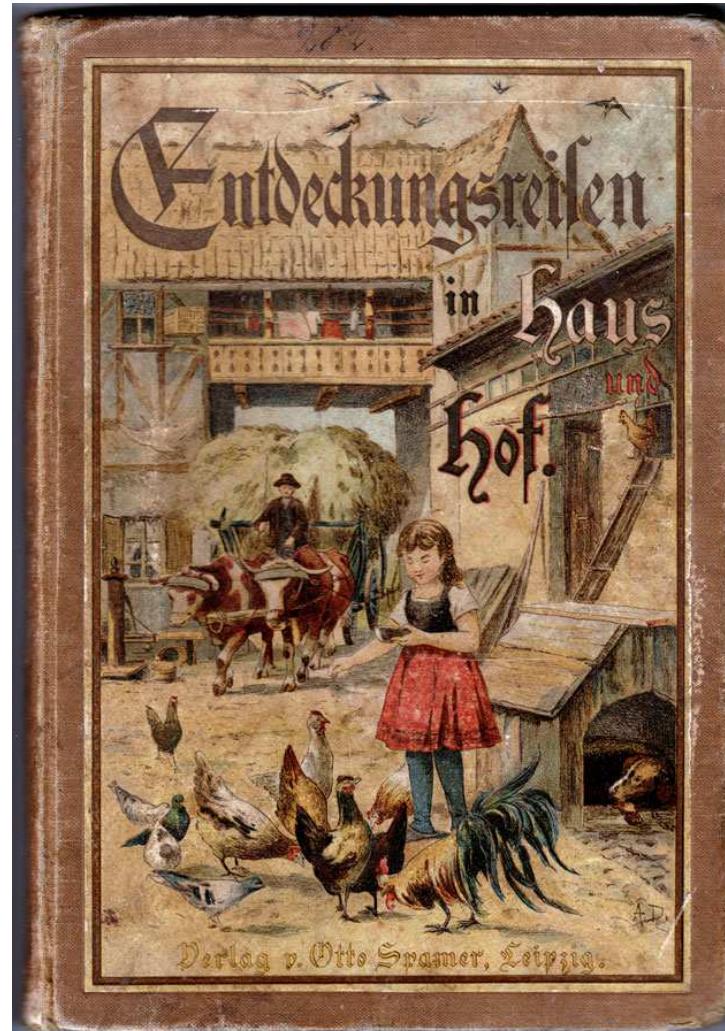
- Gründer: Otto Spamer (1820-1886), ehem. Angestellter bei J.J. Weber
- Programm: Lexika, Jugendliteratur, Fach- und Sachbücher
- Output: ca. 10 Bücher u. 5 Magazine/Jahr

Erste Ergebnisse: Spamer

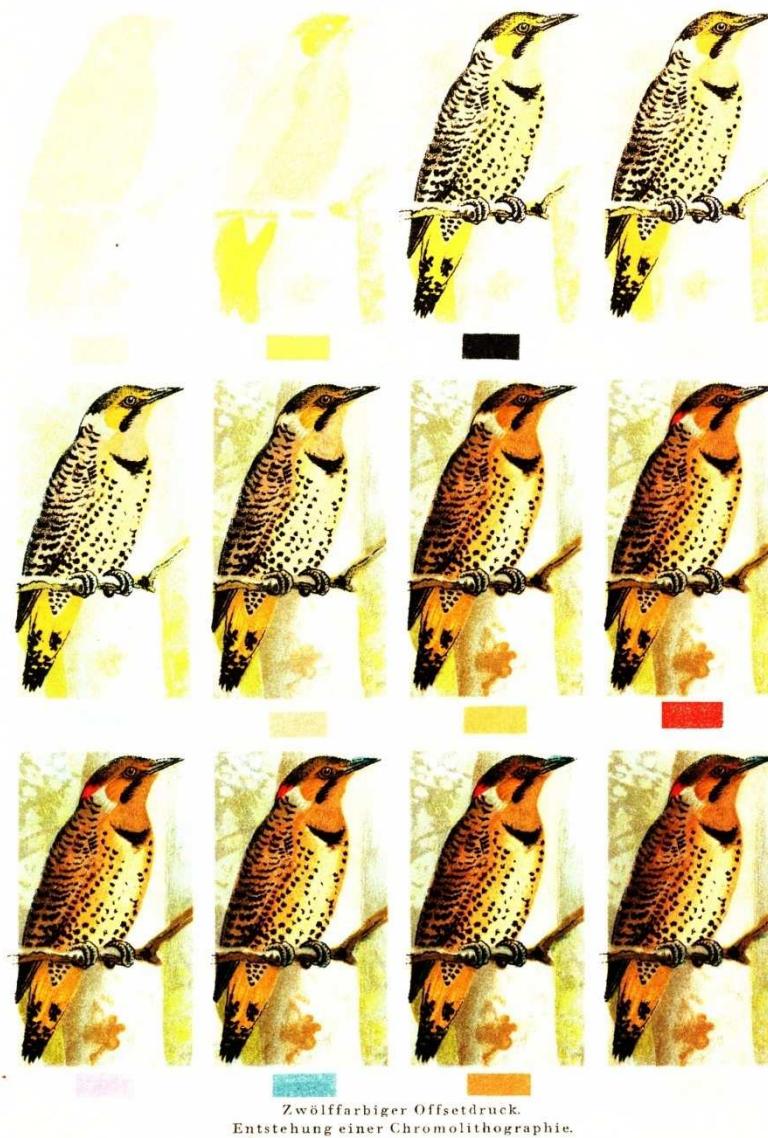
- schwieriger Start, Marktnischen bereits besetzt
- Verkauf des 'Kaukasischen Insektenpulvers'
- erfolgreich mit Lexika und (farbig) illustrierten Büchern für Kinder und Jugendliche
- Reputation als Emporkömmling

Spamer: Erfolgsstrategien

- Veröff.
selbstverfasster
Bücher unter
Pseudonym
- farbige
Buchillustrationen und
-einbände
- Kindern und
Jugendlichen als
Lesern



Chromolithographie: Technik



Chromolithographie Kinderbuchillustrati



Der Gelehrte in tausend Ängsten !

Weber and Spamer: Erfolgsstrategien

- Übernahme innovativer Illustrationstechniken: Holzstich, Autotypien, Chromolithographien
- Befriedigung unerfüllter Bedürfnisses (Weber: Mittel- und Unterschicht als Magazinleser, Spamer: Jugendliche)
- Syndikation

'Mehrfachverwertung'

- Aufbau eines Pools mehrfachverwertbarer Inhalte
- 'vermehrte und verbesserte' Auflagen, usch. Ausstattungen
- Wiederverwendung in verschiedenen Produkten (Periodika, Bücher, Kalender, Chroniken, Werbematerial, 'special editions', ...)

'Syndication'

- Otto Spamer's Illustrationen- & Clichés-Katalog (1858)
- Verzeichniss Verzeichniss der in Band I-V der Illustrirten Zeitung enthaltenen Abbildungen, von welchen Clichés in scharfen Bleiabgüssen abgegeben werden. Leipzig: J.J. Weber (1846)
- Bildermarkt der Illustrierten Zeitung, 1896

Syndikation: Voraussetzungen

- Innovationen der Repro-Technologie
(Stereotypen, Galvanoplastiken)
- Verständnis des vorhandenen Content-Pools als 'Assets'
- Fragmentierung
- mediennetrale Datenhaltung'
- Archivierung

Fazit

- 'Content' als Handelsware bereits im 19. Jh.
- Mythos Bestseller und 'Mischkalkulation'
- Syndikation als Erfolgsstrategie
- Virtualisierung bereits vor der Digitalisierung

Offene Fragen

- Verifizierung der Ergebnisse durch weitere Studien
- vielversprechend: systematische Verfolgung von Content-Einheiten (Texte, Bilder) durch Vielzahl von Medien und Medienunternehmen

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!