

Der Arbeitergroschen

Uwe Danker/Markus Oddey/Daniel Roth/Astrid Schwabe: Am Anfang standen Arbeitergroschen. 140 Jahre Medienunternehmen der SPD, Bonn: Dietz Verlag 2003., 219 S., 34,00 €

Pünktlich zum 140-jährigen Gründungsjahr der SPD – d.h. der Gründung des Allgemeinen Deutschen Arbeitervereins – erscheint im Dietz-Verlag ein Buch, dass sich mit einem vitalen Teilaspekt dieser Bewegung befasst: dem parteieigenen Unternehmensbereich. Hierbei handelte es sich vor allem um Verlage, Buchhandlungen, Zeitungen und Druckereien. Die Arbeit steht damit auch im Spannungsfeld historischer Forschung und der virulenten Diskussion um Parteienfinanzierung und die Unabhängigkeit der Medien.

Das Autorenteam dieses flott geschriebenen und erfrischend lesbaren Bandes hat sich das Ziel gesetzt, den „historischen Wurzeln“ der heutigen sozialdemokratischen Medienbeteiligungen mit dem „Ziel der Transparenz“ nachzugehen. Die Darstellung der historischen Bedingungen und Entwicklungen zeigt ein ganzes Spektrum an Ursachen für die Entstehung und den Wandel der parteieigenen Medien auf. Schnell wird deutlich, wie unauflösbar die Geschichte der Sozialdemokratie verbunden ist mit der ihrer Unternehmen. Beide wuchsen in Symbiose und hatten so auch mit den gleichen Krisen zu kämpfen.

Während des Kaiserreiches formierte sich die Arbeiterbewegung und trug dabei aus „Arbeitergroschen“ das Kapital zusammen, um eigene Zeitungen und Druckereien zu gründen. Die Blätter waren gerade zu Anfang und während des Sozialistengesetzes ein wichtiges Bindungs- und Organisationsinstrument. In ihnen spiegelte sich die „dezentrale Vielfalt“ der jungen Bewegung und sie prägten das stark entwickelte Eigenleben der örtlichen Basisorganisationen. Als Diskussionsforen waren die Zeitungen stets Schauplatz und Objekt von innerparteilichen Richtungskämpfen und Parteispaltungen. Als die SPD in der Weimarer Republik in die Rolle der Regierungspartei geriet, brachen auch in ihren Medien inhaltliche Zielkonflikte hervor. Die Finanzierung der Unternehmen, Parteitreu und die Befriedigung neuer, ausdifferenzierter Lesebedürfnisse bildeten von nun an ein kaum aufeinander abstimmbares Aufgabenfeld. Dennoch gelang nach einer anfänglichen ungesteuerten Gründungswelle und trotz der Wirtschaftskrisen der ökonomische Ausbau der Betriebe. Diesem setzten die Enteignung durch die Nationalsozialisten ein jähes Ende. Eine eigentlich unternehmerische Tätigkeit war fortan nicht mehr gegeben. Dennoch diente der Sozialdemokratie aus dem Exil heraus gerade die Herstellung und Verbreitung von Zeitungen als Kampfmittel im Widerstand sowie als wichtiger Faktor des „Überlebens“ sozialdemokratischer Kultur.

Nach dem Krieg folgte zunächst die Phase der Lizenzpresse: nur in der britischen Besatzungszone kamen parteinahe Zeitungen zustande. Bald aber reetablierte sich die SPD-Presse in den Westzonen (oft mit dem Personal und Vorstellungen aus der Weimarer- und der Widerstands-Zeit), während in der SBZ die Partei mitsamt ihren Unternehmungen zur SED zwangsvereinigt wurde. In den 1960er Jahren fielen viele Betriebe dem Strukturwandel und

dem Konzentrationsprozess der Medienlandschaft in der BRD zum Opfer. Dabei kam es zu zum Teil „schmerzhaften Trennungsprozessen“ – womit die von Zeitgenossen als arbeitnehmerfeindlich empfundenen Praktiken der Partei bei der Auflösung von Betrieben umschrieben werden. Zu den vielfältigen Ursachen des Niedergangs zählen unzeitgemäße Leseangebote, zu zaghafte Innovationsansätze bei fehlendem Kapital und unternehmerische Fehlentscheidungen aus der Partei heraus. Sowohl Mitarbeiter und Politiker, als auch Leser und Anzeigenkunden bewerteten in der Nachkriegszeit die Unternehmen in ihrem Wirtschaftsgebaren politisch – trotz größerer Distanz zur Mutterpartei. Dabei wurden höchst unterschiedliche Anliegen an die Unternehmen herangetragen, ohne deren ökonomische Folgen abzuschätzen. Ab 1971/72 erreichte die neue Holdinggesellschaft DDVG dann eine allmähliche Konsolidierung. Mit einer stärkeren Orientierung auf ökonomische Aspekte der Unternehmenspolitik sei es gelungen, die bisher bestehenden Zielkonflikte aufzulösen. Mit der qualifizierten betrieblichen Mitbestimmung führte man seit 1976 ein Modellbeispiel für die Druckindustrie ein – und man verteilte die Last unpopulärer Entscheidungen auf weitere Schultern. Anfang der 1980er Jahre kam es erneut zu einer partei- und unternehmensbereichsweiten Finanzkrise, die zu weiteren Stilllegungen führte. Der Unternehmensbereich wurde nun „gesundgeschrumpft“, die Parteiöffentlichkeit aber nicht sofort über die neue Unternehmenspolitik unterrichtet. Nach mehrfachen komplizierten – aber wie betont wird „doch nachvollziehbaren“ und letztendlich Transparenz schaffenden – Umstrukturierungen und Erfolgen bei der Restitution nach dem Ende der DDR konnte der Medienbereich der SPD erfolgreich neu aufgestellt werden. Ein Ausflug in den Bereich des privaten Rundfunks scheiterte weitgehend. Heute stellt sich der Unternehmensbereich als Engagement in Form von Minderheitsbeteiligungen und Kooperationsmodellen mit bürgerlichen Mitbewerbern dar, der die Parteiarbeit mitfinanziert und den Erhalt einer mittelständischen Medienkultur in der BRD unterstützt. Der Preis für die Sanierung war der Verzicht auf eine eigene Presse als politisches Instrument.

Die Gliederung des Buches ist übersichtlich: In die großen chronologischen Epochen eingebettet finden sich Fallbeispiele von Unternehmen und einzelnen Publikationen. Diese erläutern anschaulich die äußeren Bedingungen und Entwicklungen – sowohl zeitübergreifend als auch in bestimmten Phasen – und präsentieren wichtige Akteure (etwa den Chefredakteur des Lübecker Volksboten Julius Leber). Auch verdeutlichen die Beispiele die spannende und spannungsreiche Gemengelage politischer, publizistischer und unternehmerischer Tätigkeiten der SPD in ihren Betrieben. Die lange Tradition der zum Teil noch heute existierenden Unternehmen wird in ihnen gegenwärtig.

Allerdings stellen die ausgewählten Unternehmen die ohnehin bekannten Fälle vor (z.B. Verlag J.H. W. Dietz, Berliner Telegraf, Vorwärts), die inhaltliche Dichte und die Anzahl der Beispiele nimmt in Richtung Gegenwart erheblich ab. Dies liegt vor allem aber daran, dass entsprechende Forschungen bisher noch nicht vorliegen und entsprechende Quellen derzeit erst zugänglich gemacht werden. In Zukunft wird der Fundus an Fallstudien, zu denen auch diese Gesamtschau anregt, hoffentlich also anwachsen.

Insgesamt gelingt den Autoren die Darstellung der Geschichte der SPD-Medien als Teil der Organisationsgeschichte der Partei und deren Einbettung in die allgemeine politische so-

wie Presse-Geschichte. Gerade die Darstellung der Repressions- und Enteignungsphasen, wie etwa die Zeit des Sozialistengesetzes, sensibilisiert für das besondere Verhältnis der Partei zu ihrem Eigentum. Wie auch schon in früheren Publikationen wird auf die Entstehung und die Hintergründe des eigentümlichen Treuhandsystems hingewiesen, mit dem die Partei sich die Kontrolle über die Unternehmen sicherte und sie gleichzeitig gegen obrigkeitliche Einflussnahme schützte. Auch die Rolle von Dachgesellschaften wie der 1925 gegründeten Konzentration AG wird ein weiteres mal aus verschiedenen Perspektiven beleuchtet. Die Geldflüsse zwischen Partei und Unternehmen scheinen im Übrigen – wenn auch zeitversetzt – bei fast allen Betrieben wechselseitig verlaufen zu sein. Das Autorenteam legt dar, welche große Rolle die Zeitungen bei der Herausbildung arbeiterspezifischer Milieus und deren Fortbestand in Zeiten der Verfolgung spielten. Es wird aber auch vermittelt, welche vielseitige Funktions- und Bedeutungswandlungen die Blätter für Partei, Mitglieder und Leser durchgemacht haben. Hierzu zählten etwa ein besonderes Sendungsbewusstsein für die Arbeiterbildung, oder die Einkommenssicherung von Parteipersonlichkeiten durch Posten als Herausgeber oder Redakteure. Mit den Parteibetrieben propagierte die Bewegung ein wirtschaftliches Gegenmodell, in dem Genossenschaften oder Unternehmen mit sozialer Mitarbeiterpolitik ihre Überlebensfähigkeit unter Beweis stellen sollten. Gemeinwirtschaftliches Gedankengut zeigte sich in den Unternehmungen in den unterschiedlichsten Kooperationsansätzen (Dachgesellschaften, Presse- und Materndienste, Finanzhilfen etc.). Verfolgungsanfällige Genossenschaftsformen dagegen wurden nach ersten Erfahrungen möglichst beschnitten. Unterbelichtet bleibt die Rolle von Frauen als Mitarbeiterinnen und Konsumentinnen der zum Teil direkt an sie gerichteten Zeitschriften.

„Am Anfang standen Arbeitergroschen“ ist populär gehalten, aber bei Weitem nicht unwissenschaftlich: Fußnoten und Anhang (Literaturverzeichnis, Begriffserklärungen, biographische Angaben, Sachregister) stellen Angebote an den interessierten Leser dar und befriedigen den wissenschaftlichen Anspruch an eine derartige Publikation. Die schnelle Folge von Zwischenüberschriften zerlegt den Text in leicht verdauliche Häppchen. Das Buch ist abwechslungsreich bebildert, was im Zusammenspiel mit dem Sprachstil ein farbenfrohes Bild der jeweils behandelten Epoche vermittelt. Sprachlich fügen sich die Kapitel leider nicht immer auf einheitlichem Niveau ineinander.

In Fortführung der Schriften von Boll¹ und Brunner² bietet dieses umfangreichere Buch eine gelungene Überblicksdarstellung, die den bisherigen Forschungsstand gut komprimiert zusammenfasst. Damit stellt diese Publikation eine erste breitere Bestandserfassung des Themas dar, die sich zudem über Legendenbildung und tagespolitische Diskussionen erheben will. Dies gelingt, auch wenn sich unübersehbar (immerhin schlüssige) Argumente zur Verteidigung des Medienengagements der SPD wie ein roter Faden durch das Buch ziehen. Der sachlichen Argumentation dienlich ist vor allem die Darstellung der Größenordnungen, in denen die Medienunternehmen die Partei mitfinanzierten und die SPD-Blätter Marktanteile

1 Friedhelm Boll: Die deutsche Sozialdemokratie und ihre Medien: wirtschaftliche Dynamik und rechtliche Formen, Bonn 2001.

2 Detlev Brunner: 50 Jahre Konzentration GmbH, Berlin 1996.

errangen: In der Blütephase während der Weimarer Republik waren es etwa 9% der Parteieinnahmen und 5% aller Zeitungen in Deutschland. Insgesamt erhält der Leser einen nachvollziehbaren Überblick über die komplizierten Verhältnisse im sozialdemokratischen Medienbereich, die zu erheblichem Teil der historischen Genese der Partei zuzuschreiben sind.

Jens Scholten