

Fejezetek az Ullstein kiadó történetéből I.

Hildebert, mainzi érsek és a többi főméltóságú egyházi személyiség izgalommal egyes napokat élhettek át 936 augusztusának első hetében Aachen városában. Vajon megérkezik-e időben Ottó, szász herceg népes kíséretével, vagy az apja halála után kiújult belső harcok lehetetlenné teszik számára, hogy élete addig legfontosabbnak ígérkező eseményén részt vegyen. Ottó sietett, ahogy tudott, hiszen látogatásának célja nem más volt, mint a mainzi érsek keze által Nagy Károly trónusán ülve német királlyá koronáztatása.

Az egyházi vezetők izgatottsága nem bizonyult teljesen alaptalannak. A leendő német király lova ugyanis a Rajna parti Emmerich városkába érve, minden bizonnyal a túlhajszoltság következtében megbotlott és összecsuclott. A szerencsétlen véletlen úgy hozta, hogy a baleset az Ullstein család portája előtt történt, és a családfő, bizonyítandó segítőkészségét, azonmód felajánlott Ottónak egy pihent lovat. A herceg így folytathatta útját és némi késéssel ugyan, de megérkezett Aachenbe, ahol 936. augusztus 7-én frank nemesi viseletben német királlyá koronázták. Hogy a történet igaz vagy sem, ma már nem számít, de a saga mindenképpen az előző századforduló egyik legnagyobb német sajtókonzernjét működtető Ullstein család „legendáriumának” részévé vált (vö. Müller-Marein 1959; Nadolny 2003, 11–12).

Jó néhány évszázadot átugorván, a 19. század elején – immár a dokumentálható családi történetet követve megállapíthatjuk, hogy – a Bajor Királyság területén fekvő Fürth városában az Ullstein családot a helybéli zsidó közösség megbecsülése övezte, sőt a családfő, Hayum Hirsch Ullstein korrekt üzleti kapcsolatokat ápoló papírkereskedésének köszönhetően a nem zsidó lakosság körében is befogadásra találtak. A zsinagóga szomszédságában megnyitott üzlet virágzott, így nem volt véletlen, hogy három fiára kezdettől fogva mint vállalkozásának továbbvivőire tekintett. Nem is kellett csalódnia, hiszen mindhárom gyermeke, miután önállósították magukat, 1847-ben Lipcsébe, a német könyvkiadás korabeli fellegrárába mentek szerencsét próbálni (vö. Ottomeyer – Laufer 2008).

A legkisebb fiú, Leopold az előző hónapokban Londonban és Manchesterben szerzett tapasztalatokat a tradicionális angol sajtópiac működéséről. Feltehetően angliai benyomásaitól is ösztönözvén, 1848-ban Lipcsében úgy döntött, hogy a még több lehetőséget kínáló Berlinbe költözik. A családi hagyományokat követve papír nagyke-

reskedést nyitott, és csakhamar megtalálta új üzleti partnereit a városban. Mivel cége mindig kiváló minőségű papírt szállított a határidők pontos betartásával, és édesapja egykori vállalkozása is jó referenciával szolgált, üzleti kapcsolatai lassan az egész országra kiterjedtek.

Leopold Ullstein a terebélyesedő vállalkozása mellett 1871-től hat éven át a baloldali liberális Haladó Néppárt képviselője volt a berlini városházán. A liberális eszmék elszánt képviselőjeként kritizálta Bismarck autoritárius hatalomgyakorlási technikáját. Politikai karrierjét 1877-ben választási veresége miatt feladván, nyomdát vásárolt és megszerezte a *Neues Berliner Tageblatt* kiadási jogait. Első lapjának címét még frissiben *Deutsche Union*-ra változtatta, és még ugyanabban az esztendőben megvásárolta barátjától, Peter Langmann újságírótól a *Berliner Zeitung* című napilapot. Így jött létre családi vállalkozásként Berlin Tempelhof negyedében¹ a később híressé vált Kochstraße egyik szerény épületében 1877. július 14-én az Ullstein kiadó (Ullstein Verlag), amely a századfordulóra Németország, az 1920-as évekre pedig a világ egyik legnagyobb kiadójává nőtte ki magát.²

Leopold Ullstein, ahogy mondani szokás, jókor volt jó helyen; a 19. század utolsó harmadában ugyanis gyökeresen átalakult a lapkiadás és a kiadók működése. Míg korábban a kiadó és az újságíró személye, illetve tevékenysége nem vált élesen ketté, az 1870-es évektől egyre több, általában egyetemet végzett, nyelveket beszélő, felkészült újságíró talált munkát a német sajtó valamely szegmensében. Ezek a „főállású” újságírók egy-egy területre specializálódtak, megteremtve ezzel a politikai, a gazdasági, a kulturális, a tudomány népszerűsítő és a lokális témák ugyanazon lapon belüli elkülönítésének lehetőségét. Az újságíró lassan megbecsült foglalkozássá vált, a főszerkesztői rang pedig anyagi elismeréssel is járt. A technika gyors fejlődése – így a szedőgép alkalmazása – nagyban hozzájárult, hogy a megnövekedett híréhes olvasóközönség igényeit ki tudják elégíteni.

Az imént említett változásokkal párhuzamosan az olvasók lapokkal szemben támasztott igényei is átalakultak. Nem csupán az egyes kormányhivatalok híradásairól akartak olvasni, azokat egyszerűen unalmasnak tartották. Valódi hírekre, új és érdekes témákra vágytak, olyanokra, amelyek egyfelől közelebb hozzák a nagyvilágot, másfelől pedig olyanokra, amelyeknek helyi aktualitásuk van. Az ipari, kereskedelmi és pénzügyi szférában tevékenykedő vállalkozások is hamar felismerték a sajtóban rejlő új le-

¹ Tempelhof Berlin déli részén található, ebben a városrészben alakult ki az úgynevezett sajtónegyed (Zeitungsviertel). Az Ullstein kiadó épülete eredetileg a Kochstraße 23/24. alatt állt.

² Ullstein Verlag und B.Z. feiern ihr 125-jähriges Jubiläum, Pressemitteilung, <http://www.premiumpresse.de/ullstein-verlag-und-b-z-feiern-ihr-125-jaehriges-jubilaeum-PR123046.html> (2008. augusztus 25.). Ezzel szemben Peter de Mendelssohn a *Berliner Zeitung* megvásárlását és a kiadó megalapítását 1878-ra teszi (Mendelssohn 1959).

hetőségeket, ezért a növekvő számban megjelenő lapok valamelyikében hirdetésekkel igyekeztek népszerűsíteni magukat.

Leopold Ullstein még a kiadó megalapításának évében egyesítette az általa megvásárolt két lapot, és 1878. január 1-jén megjelent az összevont napilap első száma *Berliner Zeitung* címmel. Az újság naponta két kiadással jelentkezett, egy reggelivel és egy estivel. A karikatúrákkal megtűzdelt lap hamar népszerűvé vált, az előfizetők száma nemcsak Berlinben, hanem az ország más régióiban is emelkedett, ami azt mutatja, hogy a lap meg tudott felelni a megváltozott viszonyok eredményezte kihívásoknak. Az új *Berliner Zeitung* bemutatkozó vezércikkében magát liberális, demokratikus irányultságú lapnak nevezte.³ Rokonszenvvel viseltetett a Haladó Néppárt iránt, de semmi esetre sem tekinthetjük a baloldali liberálisok pártlapjának. Leopold Ullstein továbbra is Bismarck ádáz ellenfele és a kancellár-abszolutizmus elutasítója maradt. Számára a szabad sajtó a nyilvánosság fórumát jelentette, amely kritikát és kontrollt gyakorol az államhatalom működése felett. Szoros összefüggést látott a sajtó szabadsága és az állam demokratikus berendezkedése között, ugyanis az ő szemében az egyik feltételezte a másikat. Ullsteint Bismarck sajtóellenes rendelkezései sem tudták megfélemlíteni, a laptársakhoz hasonlóan az úgynevezett „névleges szerkesztő” intézménynek bevezetésével sikeresen kijátszotta azokat.⁴

A siker, a társadalmi elfogadottság, az előfizetők növekvő száma mind-mind arra sarkallták Ullsteint, hogy a *Berliner Zeitung* mellett további lapokat indítson vagy vásároljon fel. 1887-ben indította el *Berliner Abendpost* címmel az elsősorban vidéki olvasók figyelmére számító napilapját, a fototechnika fejlődésének is köszönhetően 1894-ben jelentkezett első számával az új *Berliner Illustrirte Zeitung* képes hetilap⁵, amely a kiadó elképzeléseit igazolva eleinte jobbra a nők körében lett népszerű, majd 1898-ban indult hódító útjára a *Berliner Morgenpost*. Valóban nem túlzás hódító útról beszélni, hiszen az előfizetők számának gyarapodási ütemét tekintve a német sajtótörténet egyik legsikeresebb napilapjává vált. A megjelenését követő második hónapban

³ *Berliner Zeitung*, 1878. január 1. (1.szám.)

⁴ Az 1874. május 7-én életbe lépett, és az egész birodalomra érvényes sajtótörvény (Reichspressgesetz) alapján az ország vezetőit és az állam politikai berendezkedését bíráló újságírókat keményen büntették. A büntetések mértéke széles skálán mozgott: fenyítés, pénzbírság, per, vagyonelkobzás, börtön. Az egyébként jól megfizetett névleges szerkesztő, a Sitzredakteur (ma felelős szerkesztőnek mondanánk), a stróman szerepét játszotta, míg a többiek dolgoztak tovább.

⁵ A *Berliner Illustrirte Zeitung* című hetilap már évek óta Leopold Ullstein nyomdájában készült bérmunkában, de tulajdonosai számára nem hozott hasznot. Miután Ullstein a fényképezési technika rohamos változásában rejlő lehetőségeket felismerte, jó érzékkel megvásárolta és sikeressé tette. Több sajtótörténeti kiadvány ezt a hetilapot a mai német helyesírásnak megfelelő írásmóddal említi: *Berliner Illustrierte*. Ez azonban nem felel meg az eredeti írásmódnak.

negyvenezer, az ötödik hónap elteltével már százezer előfizetője volt, egy esztendő múlva átlépte a kétszázezres határt, a hatodik évben pedig több mint háromezren fizettek elő a lapra.⁶ Mivel a korabeli Németországban tilos volt a sajtótermékek utcai árusítása, a lapok terjesztésére egy majd kétezer főből álló futárhálózatot hoztak létre, amely házhoz szállította a megrendelt újságot, illetve a birodalmi postával és vasúttal is sikerült megállapodást kötni a szállítás feltételeiről. Leopold Ullstein nevéhez fűződik a piaci magatartás néhány új elemének kidolgozása: a lapokat hetenkénti bontásban is meg lehetett rendelni, sőt az előfizetők akár a részletfizetés kedvezményével is élhettek (vö. Schmidt 1908, Bd. 5, 958). Pontos statisztikák ugyan nem állnak rendelkezésünkre, de a magas előfizetői létszám alapján feltételezhetjük, hogy Ullstein elgondolása bevált.

A kiadó által gondozott lapok mindegyikére jellemző volt és maradt a *Berliner Zeitung* liberális szellemisége, a politikai pártoktól való távolságtartás és függetlenség, amelyet maga Leopold Ullstein úgy fogalmazott meg, hogy nem valamely politikai párt szócsövévé kíván válni, hanem politikai eszmék és alapértékek képviselőjére és közvetítőjére törekszik.⁷ Az Ullstein-lapok ennek jegyében ítélték el többek között a Dreyfus-per által kiváltott és mesterségesen életben tartott politikai hisztériát és utasították el az antiszemitizmus összes megjelenési formáját.⁸

A növekvő sajtóbirodalom egyre több újságíróat alkalmazott. A velük szemben támasztott elvárások a véleményt formálni tudó, híreket kommentáló, az újat befogadni képes, alkotó, teremtő újságíró alakját formálták meg, azét az újságíróét, aki mindig ott van, ahol a dolgok történnek.⁹ A prosperáló üzletmenet eredményeképpen az 1877-ben megvásárolt nyomda kapacitása már nem volt elegendő, és szükségessé vált a bővítés. 1885–86-ban nagyszabású átépítést végeztek, újabb épületet is emeltek, valamint lehetővé vált egy sor nagy teljesítményű, a legmodernebb technikai színvonalat képviselő nyomdagép és egyéb eszköz beszerzése is. A technikai fejlesztések

⁶ Ezek a számok becsléseken alapulnak, mert az Ullstein kiadó csupán 1926-tól kezdve hozta nyilvánosságra – amerikai mintát követve negyedévente – az eladási példányszámokat, mindezt a hirdetőkkal szembeni tájékoztatási kötelezettségükkel indokolva (vö. Mendelssohn 1982, 365). Mivel az adatok közzétételét semmilyen jogszabály nem írta elő, nyilvánvalóan arról volt szó, hogy a kiadó így próbálta biztosítani hirdetőpartnereit befektetések megtérüléséről. A többi kiadó egyáltalán nem követte, vagy csak évekkel később kezdte követni ezt a gyakorlatot.

⁷ „Parteinnehmer und nicht Parteigänger...”. *Berliner Morgenpost*, 1898. szeptember 20.

⁸ 1894. október végétől egészen 1899. szeptember végéig, Dreyfus letartóztatásától a kegyelmi ítélet megszületéséig a kiadóhoz tartozó lapok folyamatosan tudósítottak a francia társadalmat is megosztó per menetéről.

⁹ Az Ullstein-újságírók legendásan fürgék és jól informáltak voltak. Olykor azonban velük is megessett, hogy lekéstek egy eseményről. A szerkesztők éveken keresztül mesélték egymás között azt

mellett az alkalmazottak száma folyamatosan emelkedett, az évtized végén már három ember foglalkoztatott a nyomda és a kiadó (vö. Schmidt 1908, Bd. 5, 960; Mendelssohn 1982, 145). A frissen beszerzett technológiák által garantált nyomdai kapacitás lehetővé tette bérmunkák vállalását is. Ennek köszönhetően maximálisan ki tudták használni az új gépeket, amelyek szinte a nap huszonnégy órájában dolgoztak, így a tulajdonos jókora bevételt könyvelhetett el. Azonban nem csak a nyomdagépek képviselték a világszínvonalat, a vállalkozást kiszolgáló technikai háttér is követte a kor technikai fejlesztéseit. 1880-ban Leopold Ullstein a berliniek közül másodikként szereltette be a telefonkészüléket a Kochstraßen álló szerkesztőségbe és nyomdába (vö. Nadolny 2003, 142).

Leopold Ullstein két házasságából öt lány és öt fiú született. Az apa számára természetesen tűnt, hogy fiai Hans, Louis, Franz, Rudolf és Hermann viszik majd tovább a vállalkozást. A legidősebb fiú, Hans jogot tanult, ügyvéd lett belőle, és édesapjához hasonlóan affinitást mutatott a politika iránt, míg Louist inkább a pénzügyek érdekelték. A két fiú 1889-ben lépett be a céghez, és hamarosan bebizonyosodott, hogy mindketten képesek az atyai elvárásoknak megfelelni. Franz, Rudolf és Hermann csatlakozására sem kellett sokat várni. Így aztán amikor Leopold Ullstein 1899 decemberében, hetvenhárom éves korában ágnak esett, abban a vigasztaló tudatban telhettek el utolsó napjai, hogy a céltudatosan és tervszerűen felépített „életmű” jó kezekbe kerül.

Az örökség egyszerre volt felemelő és terhes. Felemelő, mert a testvéreket büszkeség tölthette el, ha arra gondoltak, hogy édesapjuk egy virágzó és a sikeres továbblépést ígérő vállalkozást hagyott örökül. Kérdéses volt ugyanakkor, hogy az „Ullstein-szellemet”, amely szinte beleégette magát Berlinbe, az édesapjukhoz hasonló hitelességgel tudják-e képviselni. Számolniuk kellett továbbá azzal az erős konkurenciaharcral, amely a német sajtópiacot már egy ideje jellemezte, és amely ezt a piacot a századfordulót követően Európa legkeményebb csataterévé tette. Az Ullstein kiadó mellett ugyanis megerősödtek az August Scherl és a Rudolf Mosse tulajdonában lévő kiadók is.

az immár anekdotává vált esetet, amikor Hawaii uralkodója, I. Kalakaua 1881. júliusában a vártnál három nappal korábban toppant be a berlini forróságba, aminek következményeként a császári család tagjai és a vezető államférfiak közül – akik éppen „évi rendes” szabadságukat töltötték – senki sem várta a pályaudvaron. A király kifogástalan európai szabású öltönyében és minisztere kíséretében három napon át bókászott a Német Birodalom fővárosában anélkül, hogy bárkinnek is feltűnt volna. Miután a *Berliner Zeitung* mégiscsak tudomást szerzett a király jelenlétéről, alkalmazottai napokig egy egzotikus úr után kutattak a városban. A helyzet tisztázását követően a lap azzal próbálta olvasói szűnni nem akaró kíváncsiságát kielégíteni, hogy a még rövid ideig Berlinben tartózkodó király szinte minden percéről beszámolt (vö. Kellerhof 2006).

August Scherl az édesapja lapkiadó vállalkozásában eltöltött évek után a Rajna-vidékről érkezett Berlinbe. Az üzletet tartotta elsősorban szem előtt, vállalkozásai működtetésében kizárólag a nyereség motiválta, kevésbé a politika vagy éppenséggel saját szellemi törekvéseinek kiteljesedése. Elsőként alkalmazott Amerikából elesett szerkesztési és terjesztési technikákat, ugyanis szerkesztői közül többen megjárta Amerikát. Arra törekedett, hogy egy híradás ne legyen hosszú, ne kísérje bonyolult kommentár, viszont annál többféle témát érintsen. Lapjai a női olvasók számára szerelmes regényeket közöltek folytatásokban, de az előfizetési ciklusokat mindig úgy állapították meg, hogy a regény utolsó fejezeteinek elolvasásához újra elő kellett fizetni a lapra. Néhány kudarcral végződő vállalkozása után 1883-ban egy igazi kuriózummal rukkolt elő, a *Berliner Lokal-Anzeiger-Central Organ* című hetilappal, amelyet hirdetésekkel finanszírozott, így az olvasók számára ingyenes volt. Két év múlva a *Lokal-Anzeiger*-ből napilap lett, továbbra sem kellett érte fizetni, de Scherl bevezette a havi egy márka kiszállítási díjat. Ízig-veéig konzervatív volt, aki szenvedélyesen üdvözölte a császári Németország megalakulását 1871-ben, majd haláláig támogatta azt.

Rudolf Mosse Nyugat-Poroszországból származott, „inaséveit” híres könyv- és lapkiadóknál Lipcsében töltötte. 1866-ban tehetős emberként jött Berlinbe, ahol vagyont és korábbi tapasztalatait felhasználva hamarosan kiadót alapított, majd nyomdát vásárolt. 1872-ben lett a baloldali liberális elkötelezettségű *Berliner Tageblatt* tulajdonosa és kiadója. Ez a napilap lett a német értelmiség egyik legolvasottabb sajtóorgánuma. Főszerkesztője hosszú éveken át az a Theodor Wolff volt, akinek hosszú vezércikkeire reggelente Németország határain kívül is sokan vártak. Mosse néhány évvel később bővítette a palettát, új napi- és hetilapokat, illetve magazinokat kínált az olvasóknak, valamint egy sikeres és jól jövedelmező nemzetközi hírszolgálatot hozott létre. Nem állt tőle távol a jótékonykodás sem, feleségével együtt több alapítványt működtetett.

Leopold Ullstein halálát követően Louis vette át a vállalkozás vezetését, Hans és Franz a szerkesztői munkát koordinálták, Rudolf, aki már kisfiúként lelkesedett a nyomdáért, a technikai fejlesztésekért volt felelős, míg Hermann a hirdetések szervezését irányította. A testvérek 1902 áprilisában jegyeztették be a Császári Szabadalmi Hivatalban a később híressé vált és mind a mai napig használt kövön ülő bagoly motívumot, amely az Ullstein kiadó szimbólumává vált.¹⁰ A nagy horderejű döntéseket

¹⁰ A németek körében a bagoly évszázadokon keresztül a bűnt szimbolizálta (vö. Pfeiffer 1861, 44 és 208–209). A görög-római kultúrában azonban két bagolyfajtát különböztetünk meg: a fülesbagoly a bölcsesség jelképe, a könyvhalomra telepedő bagoly Pallas Athéné jellegzetes attribútuma, ezzel szemben a kuvik mint a negatív értékek – vészhozó, harácsoló – és a démonikus erők szimbóluma ismert. Az Ullstein-fivérek választása természetesen az első jelentést sugallja.

mindig közösen hozták meg.¹¹ Az első stratégiai döntések egyike volt a *Berliner Zeitung* megújítása 1903 végén. Bár az újság előfizetőinek száma nem csökkent, viszont növelni sem tudták, miközben a konkurencia újabb lapokkal jelentkezett. Az új irányítók megőrizték a lap hagyományos szellemiségét, tehát továbbra is a liberalizmus és a világra való nyitottság jellemezte az újságot. A tradíció és a megújulás egysége a lap új elnevezésében is megjelent: *Berliner Zeitung am Mittag*. A *B.Z.*, mert a népnyelv egyszerűen csak így nevezte, a német bulvárújság prototípusa lett. Nem valamely társadalmi réteget célozta meg, a *B.Z.* a szerkesztők szándéka szerint „mindenkihez” szólt. Déli megjelenése újdonságnak számított a számtalan reggeli és esti kiadású lap mellett. Az előző nap délutánjától az aznap délelőttig megtörtént politikai események és egyéb, az érdeklődők széles körének figyelmét kiváltó legfrissebb hírek az ebédnél már olvashatók voltak benne. A kortársak a *B.Z.*-et a világ leggyorsabb lapjának nevezték, amit az a tény is igazolhat, hogy a berlini tőzsde 12 órai nyitását követően 12 óra 18 perckor a *B.Z.*-ből már tájékozódni lehetett az aznapi események nyitóárfolyamokra gyakorolt hatásáról. Mindez úgy volt lehetséges, hogy az Ullstein-nyomdában 12 óra 12 perckor beindították a világ legnagyobb rotációsgépeit és hat perccel később az újság első példányai már el is hagyták az épületet (vö. Schmidt 1908, Bd. 5, 960). Feltűnőek voltak a szokásostól eltérő nagybetűs szalagcímei, valamint az a szerkesztői gyakorlat, hogy a hírt és a kommentárt teljesen elválasztották egymástól. Tudományos, elemző és gondolatébresztő írások nem kaptak benne helyet, de kommentárjait mégsem nevezhetjük felszíneseznek. A *B.Z.* kiegészült egy sportrovattal is, amely roppant népszerűvé tette az újságot. Mivel az utcai árusítás tilalmát időközben feloldották¹², megszokott jelenetté vált, hogy 12 óra után rikkancsok lepik el a berlini utcákat és fennhangon kínálják a *B.Z.*-et.

A *Berliner Illustrierte Zeitung* című képes hetilap, amely a századfordulón négyszáz-ezer fős előfizetői táborral rendelkezett, és amelyből 1906-ban már heti nyolcszázezer példányt adtak el (vö. Kirchner 1962, 357), a fényképezéstechnika rohamos fejlődésé-

¹¹ 1927-ben Berlinben interjú készült Franz Ullsteinnal, a beszélgetést hangreklámra is rögzítették. Egyebek mellett arról kérdezték, vajon nem okoz-e feszültséget a testvérek között, hogy ezt a hatalmas sajtóbirodalmat öten irányítják. A következőt válaszolta: „...tulajdonképpen egy sokszólamú kórus vagyunk, és ez mindig is így volt. Az Ullstein-házban a döntéseket egyhangúlag szokás meghozni, mert ez a feltétele, hogy meg is valósítsuk azokat.” Az idézet megtalálható: Geißler, Ralf: 14.07.1877: Ullstein-Verlag gegründet. www.mdr.de/mdr-info/4664126.htm (2008. augusztus 25.). A visszatekintést is szolgáló beszélgetés készítésekor Franz Ullstein a vállalkozás vezérigazgatója volt, akinek az irányításra vonatkozó megjegyzése csak a részvénytársasággá alakulásig (1920) tekinthető igaznak.

¹² A Német Birodalom területén 1904-től lehetett sajtóterméket az utcán árusítani (vö. Ferber 1982, 5).

nek köszönhetően szintén megújult. Az emberi kéz alkotta rajzokról a lap ugyan soha nem mondott le, de a szubjektív művészszemek helyébe egyre inkább az objektivitást sugalmazó kamera lépett. Az olvasók a hét történéseit tárgyaló krónikában nemcsak olvashattak az eseményekről és a benne szereplő személyekről, hanem láthatták is őket. Hiszen mennyivel izgalmasabb az Altes Museum egyiptomi ásatásokból származó újabb darabját egy fotón megcsodálni vagy egy ünnepelet színésznőt esti toalettjében szemügyre venni, mint egyszerűen a hírről olvasni!

A megújult *Berliner Illustrirte Zeitung* főszerkesztője Kurt Korff lett, akinek szerkesztési alapelvei közé tartozott, hogy egy jó kép többet mond minden szónál. Egy kép, de még inkább egy egész oldalas címlap – Korff újítása – nem csupán információt közöl, hanem felkeltheti a figyelmet, képes megragadni a pillanatot, történetet tud elmesélni, mosolyt csal az ember arcára, meghökkent, egyszerűen érzelmeket vált ki. Ahhoz azonban, hogy a fotó valóban betölthesse ezt a szerepet, meg kellett találni az alkalmas technikát, amely lehetővé tette a képek jó minőségű sokszorosítását a lapfelületen. Az Ullstein nyomdának a századfordulón nem utolsósorban Rudolf Ullsteinnak köszönhetően, aki a technikai újítások megszállottja, mintegy félszáz világszínvonalú szedőgépe és rotációs gépe volt, s ezek gyorsan és nagy példányszámban állították elő a lapokat. Rudolf felismerte és megértette a fotóban rejlő lehetőséget, így talált egymásra Rudolf Ullstein és Kurt Korff.¹³

Az újságokban megjelentethető jó minőségű képek előállításában azonban hosszú ideig komoly nehézségek elé állította a szakembereket. Az addig alkalmazott technika, az autotípia vagyis a féltónusos hálómátrás nehézkes, bonyolult és drága volt, ráadásul sok esetben nem felelt meg az elvárt minőségnek. Maga a fotózás sem volt egyszerű, mert olyan fényképezőgépet használtak, amelyet állványhoz kellett rögzíteni, hosszú expozíciós idővel dolgozott, lehetetlenné téve ezzel a spontán felvételeket. Az amerikai George Eastman új találmánya, az állvány nélkül is használható hordozható fényképezőgép, amely nem volt nagyobb, mint egy mai színházi retikül (16,5cm×9,5cm×8,3cm) és cserélhető szalagfilmmel dolgozott, azonnal felkeltette Rudolf Ullstein kíváncsiságát.¹⁴ A merőben új kamera megvásárlásával és az úgynevezett rotációs mélynyomás alkalmazásával az Ullstein cég hatalmas előnyre tett szert vetélytársaival szemben (vö. Steinorth 1991, 54). A technikai fejlődés egy új foglalkozás megjelenését is magával hozta: a fotózás önálló mesterséggé vált.

¹³ A zseniális főszerkesztő nevéhez fűződik mindazonáltal a weimari időszak legnagyobb sajtóbotránya, az úgynevezett Badebild (Fürdőzők) kép címlapon történt közlése (BIZ, 1919. augusztus 24.).

¹⁴ Tulajdonképpen a Kodak-kamera megalkotásáról van szó (vö. Coe 1979, 52).

Az Ullstein-fivérek a népszerű magazinok sorát kifejezetten nőket megszólító lapokkal bővítették. 1905-ben dobták piacra a *Dies Blatt gehört der Hausfrau*-t (Háziaszonyok lapja), amelynek két melléklete, a *Die praktische Berliner* (A praktikus berlini nő) és az *Ullstein-Schnittmuster* (Ullstein-Szabásminta) később önálló magazinokká váltak. Ezekben az újságokban megtalálhatóak voltak mindazok a tudnivalók, amelyek egy – modern és praktikus – nő érdeklődésére számot tarthattak: tradicionális német és külföldi konyhák ételreceptjei, azon boltok és áruházak elérhetőségei, ahol éppen szövetet érdemes vásárolni vagy ahol momentán a teáskanna vagy a háziköntös a legolcsóbb. Tájékozódni lehetett a legújabb divatról, a legelegánsabb kalapkreációkról, a kötés és a horgolás fortélyairól, de a fiatal hölgyek a teherbeesést gátló biztos szerekről is információkhoz juthattak. Ezek a magazinok Németország határain kívül is népszerűekké váltak. A kiadó irodát nyitott Bécsben, így az Osztrák-Magyar Monarchia területén élők is könnyen hozzájuthattak a kiadványokhoz. A *Musik für Alle* (Zene mindenkinek) című lap pedig teljesen újszerű volt a maga nemében. Az 1904-től havonta jelentkező füzetekben gondosan válogatott zeneművek, operák szerkesztett kotta- és szövegvérvét adták közre.

Az Ullstein-testvérek 1903 őszén könyvkiadót alapítottak. A könyvkiadó élére Emil Emanuel Herzet nevezték ki, aki korábban angol és német irodalmat, valamint nyelvészetet hallgatott az egyetemen. Ullsteinék választása ez alkalommal is telitalálatnak bizonyult, a kiadó szakmai vezetése jó kezekbe került. A kiadott könyvek irodalmi értéküket és témájukat tekintve sokfélék voltak: kellemes szórakozást ígérő regények, filozofikus magasságokba röpítő szépirodalom és szakkönyvek. A könyvkiadó egyik legpompásabb vállalkozásának világtörténeti sorozata bizonyult. Az egyetemi oktatók és kutatók által írt világtörténet 1908 és 1910 között öt kötetben jelent meg.¹⁵ Az egyenként majd kétezer oldalas reprezentatív kivitelezésű könyvek sok képet, térképet és ábrát tartalmaztak. Az olcsónak korántsem mondható kötetek hatalmas sikert arattak. A kiadó azonban nem feledkezett meg a kevésbé tehető rétegekről sem. Számukra elindította az úgynevezett Rote-Ullstein könyvsorozatát, amelyben elsősorban kortárs német és világirodalmi művek jelentek meg. Minden egyes kötet árát egy birodalmi márkában állapították meg.

Az Ullstein-fivérek hosszas és nehéz tárgyalásokat követően 1913-ban vásárolták meg a Németország egyik legrégebbi napilapjaként számon tartott *Vossische Zeitung*-ot. Az újság 1904-ben ünnepelte kétszáz éves fennállását, a jubileumi kiadvány szerint azonban a lap története korábbra nyúlik vissza: létrejötté tulajdonképpen egybeesik a

¹⁵ A kötetek eredeti címe: *Altertum, Orient, Mittelalter, Neuzeit 1500–1650, Neuzeit 1650–1815* és *Neuzeit seit 1815*.

német nyomtatott sajtó kezdetével (vö. Buchholtz 1904). A tranzakció célja az volt, hogy az új szerzeményt a Mosse tulajdonában lévő *Berliner Tageblatt* versenytársává tegyék. Az Ullstein-fivérek azért törekedtek erre, mert a családi vállalkozásuk bár a lapok és folyóiratok széles választékát kínálta, de hangsúlyozottan politikai irányultságú, véleményformáló, az értelmiségi rétegek által preferált napilap nem volt a birtokukban. A *Vossische Zeitung* erre a hiánypótló szerepre tökéletesen alkalmasnak látszott.

A napilap elnevezése a lap története során többször is megváltozott. A *Vossische Zeitung* cím csak 1911-ben került a fejlécre annak ellenére, hogy már az 1760-as évektől így emlegették. A cím a nyomdász Christian Friedrich Vossra utal, aki miután feleségül vette munkaadójának lányát, családi örökségként jutott a nyomdához és a kiadóhoz. Voss lánya a híres drámaíró, Gotthold Ephraim Lessing egyik testvéréhez ment feleségül, így az újság egy időre a Lessing család birtokába került (vö. Becker 1966, 13). A drámaíron kívül a lap állandó szerzői közé sorolhatjuk Johann Gottfried Herdert, Jean Pault, de II. Frigyes, porosz király írásai is megjelentek itt. A 19. század utolsó harmadában Theodor Fontane irodalmi témájú írásai, színikritikái hatottak különös vonzerővel az olvasókra, és a lap példányszáma lassan húszezer fölé kúszott. 1910-re azonban igen bonyolulttá vált a tulajdonosi szerkezet, s ez meglehetősen lassította a döntési folyamatokat. A lap nem volt ugyan veszteséges, mert a hirdetői eltartották, de a technikai fejlesztésekre már nem tudtak elegendő forrást teremteni, aminek eredményeként a lap és a kiadó működtetése anakronisztikussá vált. Baloldali liberális irányultsága, a Haladó Néppárt iránti rokonszenve kitapintható volt ugyan, de soha nem jellemezte a harcias hangvétel.

Kevesébé állíthatjuk ugyanezt az 1914. január 1-jén kezdődő periódusról. Ekkor jelent meg ugyanis az új *Vossische Zeitung* első száma. Az Ullstein testvérek a munkatársak egy részét tovább foglalkoztatták, vezető publicistának azonban a már ismert újságíró, Georg Bernhardot kérték fel. Bernhard a főszerkesztői posztot csak 1920-ban kapta meg, de munkába állásának első pillanatától ő volt a *Vossische Zeitung* legmeghatározóbb alakja. A tulajdonosok és a szerkesztők közös célja az értelmiség jelentős részében, a politikai döntéshozók, a gazdasági, a tudományos és a kulturális elit meghatározó alakjaiban a *Vossische Zeitung* iránti érdeklődés felkeltése volt. A lap hangvétele a korábbi visszafogottságot feladva harciasabbá, helyenként harsánnyá és ironikussá vált, a stílusváltás a nyelvezet megújítását eredményezte. Bernhard szinte minden nap írt kommentárt, hetente egy alkalommal pedig vezércikket. Állandó mellékleteket alakítottak ki, és az elkövetkező években sikerült olyan személyiségeket rendszeres szerzőként megnyerni, mint Hermann Hesse, Alfred Döblin, Roda-Roda, Walther Rathenau, Anton Erkelenz, Erich Eyck, Robert Musil, Heinrich és Thomas Mann.

A *Vossische Zeitung* politikai rokonszenvét nem tagadva a liberális értékek közvetítőjének tekintette magát, és a parlamenti pártok közül leginkább a Haladó Néppárt politikájával azonosult. 1914 augusztusának első napjaiban a szerkesztők többségét éppen úgy hatalmába kerítette a háború kezdeti eufórikus hangulata, amiként Németország polgárai közül is sokakat. A *Vossische Zeitung* példányszáma a világháború éve alatt megtöbbszöröződött, a véleményformáló német értelmiségiek közül sokaknak a napja a *Vossische Zeitung*gal kezdődött és fejeződött be. Az Ullstein-fivérek itt is jó munkát végeztek, az Ullstein-bagoly a magasba emelkedett.

IRODALOM

- BECKER, WERNER: *Demokratie des sozialen Rechts. Die politische Haltung der Frankfurter Zeitung, der Vossischen Zeitung und des Berliner Tageblatts 1918–1924*. München, 1966.
- BUCHHOLTZ, AREND: *Die Vossische Zeitung. Geschichtliche Rückblicke in drei Jahrhunderte*. Berlin, 1904.
- COE, BRAIN: *Das erste Jahrhundert der Photographie 1800–1900*. München, 1979.
- FERBER, CHRISTIAN (szerk.): *Berliner Illustrierte Zeitung. Zeitbild, Chronik, Moritat für Jedermann 1892–1945*. Berlin, 1982, Ullstein.
- GEISSLER, RALF: 14.07.1877: Ullstein-Verlag gegründet. www.mdr.de/mdr-info/4664126.htm (2008. augusztus 25.)
- KELLERHOF, SVEN FELIX: Der unerwartete Gast. *Berliner Morgenpost*, 2006. július 23.
- KIRCHNER, JOACHIM: *Das deutsche Zeitschriftenwesen, Seine Geschichte und seine Probleme. Teil 2, Vom Wiener Kongress bis zum Ausgange des 19. Jahrhunderts*. Wiesbaden, 1962.
- MENDELSSOHN, PETER DE: *Zeitungstadt Berlin. Menschen und Mächte in der Geschichte der deutschen Presse Berlin*. Berlin, 1959, Ullstein (a második bővített kiadás adatai: Frankfurt am Main – Berlin – Wien, 1982, Ullstein).
- MÜLLER-MAREIN, JOSEF: U4 hat 85. Geburtstag – Rudolf Ullstein, ein großer Drucker und Verleger. *Die Zeit*, 1959. febr. 27.
- NADOLNY, STEN: *Ullsteinroman*. München, 2003, Ullstein.
- OTTOMEYER, HANS – LAUFER, ULRIKE (szerk.): *Gründerzeit 1848–1871, Industrie und Lebensträume zwischen Vormärz und Kaiserreich*. Kiállításkatalógus. Berlin, 2008, Deutsches Historisches Museum.
- PFEIFFER, FRANZ (szerk.): *Das Buch der Natur von Konrad von Megenburg. Die erste Naturgeschichte in deutscher Sprache*. Stuttgart, 1861.
- SCHMIDT, RUDOLF: *Deutsche Buchhändler. Deutsche Buchdrucker, Beiträge zu einer Firmengeschichte des deutschen Buchgewerbes*, Bde. 1–6, Berlin – Eberswalde, 1902–1908, Ullstein.
- STEINORTH, KARL: *Fotos für Millionen*. In FREY, VERENA (szerk.): *75 Jahre Leica Fotografie 1914–1989*. Solms, 1991, 2. Auflage.
- Ullstein Verlag und B.Z. feiern ihr 125-jähriges Jubiläum, Pressemitteilung. <http://www.premiumpresse.de/ullstein-verlag-und-b-z-feiern-ihr-125-jaehrigen-jubilaeum-PR123046.html> (2008. augusztus 25.)

