

Vállalattörténet, könyvtörténet, családtörténet: a Brockhaus 200 éve*

Brockhaus, Heinrich Eduard: Die Firma F. A.

*Brockhaus von der Begründung bis zum hundertjährigen Jubiläum.
1805–1905.*

(Faksimile kiadás.) Leipzig–Mannheim, Bibliographisches Institut
& F. A. Brockhaus AG, 2005, 11 + x + 441 oldal

Keiderling, Thomas (Hrsg.): F. A. Brockhaus. 1905–2005.

Leipzig–Mannheim, Bibliographisches Institut & F. A. Brockhaus AG, 2005,
448 oldal

Németország a társadalomtudomány több diszciplínájában, így a (tömeg)médiatörténet terén is kétségtelenül jóval előttünk jár. Gondoljunk csak például az utóbbi évtized nagyszámú német nyelvű (és német szerzőségű), összefoglaló jellegű médiatörténeti műveire.¹ Gyakran a német tömegmédiá jelenlegi szereplői, elsősorban a kiadók, vagyis a médiumok „előállítói” is adnak „történetük” megismerésére, megismertetésére. Ezt nem csak a vállalatok – jelen esetben a „médiavállalatok” – olykor évszázados kontinuitása teszi lehetővé, de az ilyesféle kutatók iránti, a magánszféra oldaláról jelentkező tudományos igény is.

A nagy múltú cégek tradíció-ápolása, jubileumi kiadványai/emlékkötetei természetesen marketing célokat is szolgálnak (History Marketing): kapcsolat-tartást és -teremtést a vevőkörrel és a tudományterülettel, illetve egyfajta lojalitás kialakítását a cég és alkalmazottai között, ám ez nem szükségképpen jelent egyet a vállalat pusztá dicsőítésével.² E műveknél az objektivitásra való törekvés

* A recenzió az MTA–OSZK Res Libraria Hungariae Kutatócsoport kutatási programjának keretében készült.

1 Vö. Faßler, Manfred – Halbach, Wulf R. (szerk.): *Geschichte der Medien*. München, 1998; Schanze, Helmut (szerk.): *Handbuch der Mediengeschichte*. Stuttgart, 2001; Stöber, Rudolf: *Mediengeschichte. Die Evolution „neuer” Medien von Gutenberg bis Gates. Eine kommunikationswissenschaftliche Einführung*. Wiesbaden, 2003. (2 kötet); Faulstich, Werner: *Mediengeschichte*. Göttingen, 2006. (2 kötet).

2 Németországban különösen az utóbbi években terjed ez az irányzat, két új „alapvetése” Brückner és Schug munkái. A jelenség azonban – igaz, nem ezen a néven – már évszázados múltra tekint vissza. Bővebben lásd: Brückner, Michael: *Das Firmenjubiläum als Marketinginstrument. Top-Events planen, Medien einbinden, Neukunden gewinnen, Absatz fördern*. Wien–Frankfurt, 2000; Schug, Alexander: *History marketing. Ein Leitfadens zum Umgang mit Geschichte in Unternehmen*. Bielefeld, 2003.

jelének tekinthetjük nem csak az esetleges kritikai hangnemet, a nem mindig „makulátlan” múlttal való szembenézést (még ha az nem is mindig „önkéntes”),³ hanem a vállalati sikerekre történő rámutatást is – természetesen csak akkor, ha az indokolt és bizonyított. Ugyanakkor gyakori jelenség e munkáknál az adott piac egyéb szereplőinek mellőzése, a cégekhez köthető innovációk túlértékelése, aminek folytán e vállalatok, illetve termékeik természetesen már könnyen „dominálhatják” a régmúlt korok piacait.

A Springer/Ullstein és Bertelsmann vállalatok⁴ visszatekintései mellett az utóbbi évek jelentős médiavállalat-történeti termése közé tartozik – sőt, közülük ki is emelkedik – az egykori F. A. Brockhaus cég mai utódjának, a Bibliographisches Institut & F. A. Brockhaus AG-nak jubileumi vállalkozása.⁵ A „Brockhaus” különösen lexikonjai és enciklopédiái révén – amelyek a 19. századtól kezdve sok helyen a polgári lakás és könyvespolc tartozékává, esetleg csak díszévé váltak – régóta jól ismert márkanév nem csak Németországban, de Közép-Európában is, igaz, itt jóval szűkebb körben. Sőt több is annál: a Brockhaus szinte fogalom, a lexikon szinonimája.

A cég 2005-ben, a 200 éves jubileum alkalmával nagy külsőségek (kiállítás, gálaest) keretében, jelentős médiavisszhang mellett két díszes kiállítású, ünnepi kötetet jelentetett meg Thomas Keiderling szerkesztésében. A vaskos kötetek (illetve ezek CD-ROM változata)⁶ a nyomda- és kiadói vállalat történetének első, illetve második száz évét hivatottak bemutatni.

A Brockhaus dinasztia „atyja”, a dortmundi születésű Friedrich Arnold Brockhaus (1772–1823) 1805-ben alapította könyvkereskedését és könyvkiadó vállalatát Amsterdamban. Későbbi sikereit azzal alapozta meg, hogy 1808-ban 1800 tallérért megvette egy félbemaradt lexikon kiadási jogát Lipcsében, ahová azután cégét is átköltöztette, hogy folytathassa e lexikon soron következő köteteinek kiadását. Cége néhány évtized alatt valóságos „könyvipari nagyüzemmé” nőtte ki magát: a vállalathoz – amely több száz embernek adott munkát – a könyv-, lap- (pl. *Pfennig-Magazin*, *Deutsche Allgemeine Zeitung*) és lexikonkiadó mellett saját,

³ E téren minden bizonnyal a Volkswagen és a náci rendszer kapcsolatának feltárása, dokumentumainak közreadása váltotta ki a legnagyobb visszhangot. Vö. Siegfried, Klaus-Jörg (szerk.): *Rüstungsproduktion und Zwangsarbeit im Volkswagenwerk 1939–1945. Eine Dokumentation*. Frankfurt, 1987; Mommsen, Hans – Grieger, Manfred (szerk.): *Das Volkswagenwerk und seine Arbeiter im Dritten Reich 1933–1948*. Düsseldorf, 1997; Volkswagen Kommunikation – Unternehmensarchiv (szerk.): *Erinnerungsstätte an die Zwangsarbeit auf dem Gelände des Volkswagenwerks*. Wolfsburg, 2001; Hoen, Henk: *Zwei Jahre Volkswagenwerk. Als niederländische Student im „Arbeitseinsatz” im Volkswagenwerk von Mai 1943 bis Mai 1945*. Wolfsburg, 2002.

⁴ Friedländer, Saul: *Bertelsmann im Dritten Reich*. München, 2002; Lindner, Erik (szerk. biz.): *Presse- und Verlagsgeschichte im Zeichen der Eule. 125 Jahre Ullstein*. Berlin, 2002.

⁵ Múltja és kötődései követeztében a Brockhaus „történetének” feldolgozása már a két világháború között is zajlott (a cég 1926-ban nyitotta meg levéltárát a nyilvánosság előtt): pl. Gebhardt, Peter: *Geschichte der Familie Brockhaus aus Unna in Westfalen*. Leipzig, 1928; Michel Hermann (szerk.): *Heinrich Eduard Brockhaus. Stunden mit Bismarck 1871–1878*. Leipzig, 1929; Lehmann, Ernst Herbert: *Geschichte des Konversationslexikons*. Leipzig, 1934.

⁶ A digitális változat a cég honlapján keresztül pdf formátumban is beszerezhető.

technikailag is igen fejlett nyomda, betűöntöde, kötészet és terjesztőhálózat is tartozott. A vállalat kulturális jelentőségét olyan szerzők fémjelzik, mint Ferdinand Lassale vagy Arthur Schoppenhauer. A kiadói cél, az ismeretek és a kultúra terjesztése, igazodott a polgárság széles művelődési igényéhez. Friedrich Arnold Brockhaus nemcsak sikeres üzletember, de egyben a kor közéletének aktív és ismert figurája is volt. Politikai céljának az egységes, polgári-liberális Németország megeremtését tekintette, állandóan hadakozott a cenzúrával.

A sikeres alapító halála utáni válságos, jelentős anyagi megrendüléssel járó évek leküzdését követően az utódoknak (fiainak, majd unokáinak) – akik szintén részt vettek mind a kulturális, mind a politikai életben – végül sikerült stabilizálni a helyzetet. A technikai kapacitás fejlesztése és szélesítése mellett a század folyamán több német könyvkiadót is felvásároltak, Párizsban és Londonban leányvállalatot alapítottak. A cégnek a növekvő konkurenciával szemben is sikerült megőriznie vezető pozícióját a németországi könyvpiacra, az 1870-es évektől mindenek előtt a „Reiseliteratur” népszerűségének köszönhetően. A 19. század végétől a Brockhaus már rendkívül széles termékpalalettával bírt, nyomdája a „hagyományos” irodalmi termékek (szépirodalmi művek, sorozatok, tudományos szakirodalom) mellett pl. levélpapírt, csomagolópapírt is gyártott, könyvkötészete pedig más kiadóvállalatok számára is dolgozott. Az I. világháborút követő válságos években, amikor az egész németországi könyvkiadás súlyos nehézségekkel küszködött, a cég kénytelen volt megválni néhány üzemétől, illetve alkalmazottainak jelentős részétől. A békeévekben újra jelentkező kereslet hatására a Brockhaus – szükségmegoldásként – az eredetileg 1892-es megjelenésű (14.) nagylexikonát (a még meglévő, nem teljes íveket kiegészítve) 1920-ban ismét megjelentette. Ebben az időszakban a cég új (tömeg)termékei közül igen sikeresnek bizonyult a „Reisen und Abenteuer” sorozat (1919-től) és az egykötetes lexikon, a „Kleiner Brockhaus” (1925). Az igazi fellendülést az újabb (a 15.) nagylexikon (1928–1935) hozta, amely nemcsak a koncepciójában volt új, hanem piacra vezetésében is: a cég hatalmas összeget költött a lexikon (és a vállalat) népszerűsítésére, megismertetésére, a vásárlói kör megnyerésére (brosúrák, hírlevelek, reklámkampányok, „vevőtalálkozók” stb.). A lexikon óriási sikere nagyban mérsékelte az évtized végén a gazdasági válság hatásait. Hitler hatalomra jutását követően az előzetes cenzúrát a Brockhaus sem kerülhette meg. Korabeli kiadványaikban – bármennyire is igyekeztek azt a vállalatnál tompítani – tetten érhető a nemzetiszocialista ideológia és propaganda. A hatalommal szembeni gyakori összetűzések ellenére, bár egy ízben még a cég működése is veszélybe került, üzletileg végig prosperált, 1939-ben már 1100 főt foglalkoztatott. 1943 végén a lipcsei üzem jelentős része megsemmisült egy légitámadás során. 1945 nyarán az amerikaiak – néhány nappal azelőtt, hogy Lipcsét átadták volna a szovjeteknek – több vezető és politikailag „tisztának” minősített könyvkiadót és könyvkereskedést saját megszállási övezetükbe menekítettek. A Brockhaus nyugati leányvállalata Wiesbadenben jött létre, fő telephelyének azonban megmaradt Lipcse, a család egy másik ágának vezetése alatt. Lipcsében még ebben az évben

megkezdődött a szovjet politikai munkák kiadása; a törzsvállalat hamarosan erős függésbe és állami ellenőrzés alá került. A Brockhaus kettészakadásának folyamata akkor érte el csúcspontját, amikor a lipcsei vállalat – és vele a márkanév – 1953-ban hivatalosan is a „nép tulajdonába” került. Az államosításra válaszul a nyugat-német, osztrák és svájci kiadók két évtizeden keresztül bojkottálták a vállalat termékeit, a frankfurti könyvvásárról is kitiltották a szocialista VEB (volkseigener Betrieb) F. A. Brockhaust. A „keleti” Brockhaus fő profilja többek között a turisztikai irodalom lett, az NDK kultúráirányítása az egyetemes lexikonok és enciklopédiák kiadását más vállalatra bízta. A kezdetben még igen apró wiesbadeni vállalat ellenben nagy sikerrel vitte tovább a lexikonkiadás hagyományait az NSZK-ban. Lexikonok mellett szaktudományos kiadványokat és kétnyelvű képes szótárakat jelentetett meg, és kiadta a gyermekeknek szánt „Mein erster Brockhaus”-t. A fellendülés azonban az 1980-as évek elején megtört, a vállalat nem bírta a versenyt a németországi lexikonok piacán az egyre szélesedő konkurenciával, bevételei ekkor néhány év alatt a felére csökkentek. A válságból egyetlen kiút mutatkozott: egyesülni a konkurenciával. A „nyugat-német” Brockhaus és a mannheimi – eredetileg szintén lipcsei – Bibliographisches Institut 1984-ben fuzionált. Az új vállalat – amelyhez immár a „Brockhaus”, a „Meyer” és a „Duden” márkák is tartoztak – székhelye Mannheim lett. A német állam újjáegyesítése a vállalat újjáegyesülését is eredményezte. A nyugati cégcsoport megvásárolta a keleti „testvércégek” jogutódjait, a Brockhaus-ág ismét Lipcsébe költözött. A kettős székhelyű (Lipcse – Mannheim) vállalaton belül viszonylag nagy önállóságot élvező Brockhaus ma is a család – immár a hetedik generáció – irányítása alatt és tulajdonában működik.

A Brockhaus bicentenáriumi kiadványai közül az első kötet egy faksimile kiadás. Eduard Brockhaus, az alapító unokájának cég- és családtörténeti munkája, amely hatévi kutatás eredményeképpen a centenáriumba időzítve, 1905-ben jelent meg. A cég történetének korszakait családtagjaihoz, a vállalatvezetés személyi változásaihoz köti. Az egyes fejezetek felépítése egységesen a következő: vállalatirányítás és életrajzok – köztük sajátja is –, valamint kiadói tevékenység, ami jellemzően a címek felsorolásában merül ki. Maga Keiderling is rámutat a kötethez írt bevezetőjében, hogy a mai kor történésze más kérdésekre (is) keresett volna választ, mint tette azt Eduard Brockhaus egy évszázaddal ezelőtt: pl. a cég helyzete a hazai és a nemzetközi piacon, innovációk, fejlesztések kérdése, a „lexikon-készítés” folyamata, reklámok és kapcsolatépítés a vevőkörrel, a vállalkozó család és a cég alkalmazottainak kapcsolata stb. Éppen ezért némi hiányérzetet kelt az olvasóban, hogy 2005-ben e mű jegyzetek nélküli közreadásával teljesítettnek vélték az első évszázad történetének bemutatását. Hiszen bármilyen értékes dokumentum is a centenáriumi kötet, már csak a jellegéből adódó elfoglaltsága miatt sem pótolhatja a tárgyalt korszak mai elvárásoknak megfelelő tudományos feldolgozását.

A második kötet fejezetei 1905-től napjainkig, a német köztörténet periodizációja alapján tekintik át a kiadvállalat történetét kronológiai sorrendben:

a késő császárkort (az 1905-ös Brockhaus-centenáriummal kezdődően, röviden összefoglalva a cég első évszázadát is), a weimari köztársaság, a nemzetiszocializmus, a II. világháború utáni újrakezdés, az NDK és az NSZK, valamint az újjáegyesített Németország korát. A Keiderling által az 1905-ös műből hiányolt megközelítések, témák itt már megjelennek. Az egyes fejezetekben bemutatásra kerül a mindenkori német könyvpiar általános helyzete, a hatalom ellenőrző szerepe, az egyes Brockhaus enciklopédiák, lexikonkiadások története, leírása, koncepciója – akárcsak a vállalat egyéb kiadványai, sorozatai, illetve a kiadó nevesebb szerzői. Ugyanígy döntő teret kap a Brockhausnál folyó munka megszervezésének, szellemiségének, a telephelyek változásának, berendezésének, a terjesztői hálózatnak, illetve a kor kihívásainak és az azokra adott válaszoknak az ismertetése is. A cégtörténettel párhuzamosan felbukkannak a tulajdonos és vállalatvezető Brockhaus család újabb és újabb generációi. Az életpályák révén pedig betekintést nyerhetünk a nagypolgári lét szintereibe is, például külön alfejezet foglalkozik a nagy családi villával és a család egyéb élettereivel.

A kötet jelentős része egyetlen szerző, a szerkesztő írása (a főszöveg további szerzői, egy-két alfejezettel, esettanulmánnyal: Roland Gruschka, Christian Schatt, Alexandra Fritzs, Volker Titel és Sabine Knopf). Thomas Keiderling a modern kori német könyv- és könyvkiadás-történet avatott ismerője,⁷ aki Brockhaus cég történetét több mint egy évtizede kutatja.⁸

A második kötetben a történeti bemutatás szempontjai nem egységesek. Mindez elsősorban a rendelkezésre álló forrásokból következik, ugyanis 1943-ban a cég gazdag levéltárának jelentős része elpusztult. Így például az utóbbi fél évszázad üzletmenetét – a részletes számadások, éves mérlegek ismeretében – jóval pontosabban és változatosabb szempontok alapján lehetett rekonstruálni, mint a megelőző időszakokét.

A nagyobb fejezetek közé besúruva három hosszabb „kitekintés” (Exkurs) szerepel, amelyek a vállalat történetének szélesebb kontextusba helyezését szolgálják. Az első exkuzusban kapott helyett egy rövid, átfogó írás a lexikonok általános történetéről, illetve egy hosszabb elemzés a Brockhaus lexikonok 19. századi és 20. század eleji németországi konkurencijáról, a Meyer-, a Pierer- és a Herder-féle (lexikon-)kiadókról. A német piac fontos, tradicionális könyvkiadóiról azonban összességében viszonylag kevés szó esik a kötetben.⁹ Az ezt követő „kitérő” a kötet legnemzetközibb része, témáját és szerzőgárdáját tekintve egyaránt. A Brockhaus külföldi kapcsolatait, hatásait vizsgáló exkuzus első tanulmányában

⁷ Jelentősebb művei: *Die Modernisierung des Leipziger Kommissionsbuchhandels von 1830 bis 1888*. (Schriften zur Wirtschafts- und Sozialgeschichte 58) Berlin, 2000; *Unternehmer im Nationalsozialismus. Machtkampf um den Konzern Koehler & Volckmar AG & Co.* Beucha, 2003.

⁸ Több tanulmány mellett a következő kötetben – amelyet szerkesztőként is jegyez – jelent meg számos írása a Brockhaus cégről, illetve a Brockhaus családról: *Betriebsfeiern bei F. A. Brockhaus. Wirtschaftliche Festkultur im 19. und frühen 20. Jahrhundert*. Beucha, 2001.

⁹ A Meyer-féle lexikonokról például sok vonatkozásban jóval több információt találhatunk a következő honlapon: <http://susi.e-technik.uni-ulm.de:8080/Meyers2/index/index.html> (a „Projektrundgang” menüpontról indulva).

Lipták Dorottya (Magyarország) a mind szerkesztésükben, mind külalakjukban a Brockhaus által jelentősen befolyásolt magyar lexikonokat mutatja be: részletesebben a Wigand Ottó-féle kezdeteket, rövidebben a későbbi nagyobb vállalkozásokat. Wigand vállalkozása, a 12 kötetes *Közhasznú Esmeretek Tára. A Conversations-Lexicon szerént Magyarországra alkalmaztatva*¹⁰ (1831–1834) többek között azért jelentős, mert nemzetközi viszonylatban is az elsők közé tartozott. A politikailag aktív, liberális reformer Wigandnak – akinek könyvkereskedésében hazai és külföldi tiltott írások is hozzáférhetők voltak, és aki Széchenyi István több műve mellett Wesselényi Miklós *Balítéletekről* című írását is kiadta – azonban még 1833-ban el kellett menekülnie Magyarországról (vállalatát sógorára, Heckenast Gusztávra ruházta át), az utolsó lexikonkötetek megjelenésekor már Lipcsében tevékenykedett. Sonda Miley Cooney (Egyesült Államok) az edinburgh-i *Chambers's Encyclopaedia* német gyökereit vizsgálja – tételesen is összeveti például a szócikkek száma és tartalma alapján a *Brockhaus Konversationslexikon*nal. Erhard Hexelschneider a *Brockhaus-Efron* néven ismert, a szentpétervári Efron kiadóval történő kooperáció révén megvalósult orosz enciklopédia keletkezését ismerteti. A kötet harmadik kitekintése már szűkebb értelemben vett – „history” előtag nélküli – marketing: a Brockhaus-nál zajló, modern lexikonkészítés folyamatát (munkafázisok, technológiák) mutatja be részletesen.

Érdeemes kiemelni a második kötet egyedi belső kiállítását, szerkezetét. A vizuális megjelenítés magában hordozza azt a szövegek stílusában is tetten érhető szerkesztői/kiadói koncepciót, miszerint e kiadvány a precíz tudományosság és az igényes ismeretterjesztés között helyezkedik el. Ennek jegyében a viszonylag apróbetűs szöveg két hasábra van törölve – a kitérő fejezetek kivételével –, akár csak a lexikonokban (a Brockhausnál az 1880-as évektől). Ez a kézikönyv számára szokatlan, de igen látványos forma kissé megnehezítené a folyamatos olvasást, ha az alfejezetek hosszabbak lennének. A jellemzően 5–10 oldalas alfejezetek befogadása azonban nem okoz nehézséget; jegyzeteik, akárcsak – valamennyi alfejezethez összevonva – a felhasznált irodalom és források felsorolása, valamint a cégtörténeti kronológia, a személy- és cégnevmutató a kötet végén található. A kötet áttekinthetőségét nagyban segítik a gyakori oldalszéli hivatkozások, „átírányítások” a könyv egyes alfejezeteire (oldalszámmal). Nemcsak számos illusztráció gazdagítja, színesíti a Brockhaus jubileumi kiadványát, a szöveghez kevésbé szorosan tartozó mellékinformációk (pl. hangsúlyos kiemelések, idézetek, rövid esettanulmányok – olykor több mint egy oldalon át) is megjelennek a főszövegtől elkülönülve (lényegében külön rubrikában), sárga háttérrel.

A Brockhaus jubileumi kötete – a látványosan (és olykor kissé zavaró módon) megmutatkozó marketing-elemek ellenére – mind koncepciójában,

¹⁰ A 19. század közepi honi viszonyokról, valamint a Brockhaus etalon voltáról írta 1862-ben Vajda János: „Az ezelőtt évtizedekkel kiadott „Ismeretek tára” ellen még felhozták, hogy az ha nem is drága, de ára a szegénynek mégis sok. Most egy olcsó „Ismerettár” van folyamatban, azon nagy közönség számára, mely nincs ellátva Brockhausféle lexikonokkal.” – *Vajda János Összes Művei*. Budapest, 1979. VII. kötet, 238.

mind kivitelezésében példaértékű, gazdagon dokumentált (három ország tizenhét levéltárának anyagán alapuló) vállalat-, könyv- és családtörténeti vállalkozás. A cég 20. századi történetének kevésbé dicső elemeit, kríziseit sem hallgatja el, így összességében még ha – természetesen – nem is teljes, de igen átfogó és összetett képet kapunk Közép-Európa egyik legpatinásabb kiadóvállalatának és a mögötte álló kulturális vállalkozóknak a történetéről.

Balogh János Mátyás