

# Kleine Geschichte der Kommunikation

Jens Hüttenberger

## Von der Vorzeit bis ins Echtzeitalter

---

---

Die Geschichte der Kommunikation und ihrer Mittel ist eine Geschichte der Beschleunigung. Die Menschen waren und sind bestrebt, ihre Wünsche, Erfahrungen, Bedürfnisse, aber auch ihre Angebote und ihr Werben auf möglichst schnelle und ökonomische Weise weiterzugeben. Von den langwierigen und gefährlichen Schiffs- und Landreisen unserer Vorvorfahren haben wir es in das kommunikative Echtzeitalter geschafft. Spätestens mit der globalen Verbreitung des Internets ist alles, überall und zu jederzeit, gleichzeitig erfahrbar. Die Welt der Kommunikation dreht sich. Von der Epoche des Augenkontaktes, zum Gutenberg-Zeitalter bis in die Simultan-Ära. Rotation ist ein immanentes Prinzip der Kommunikation.

In dieser Broschüre finden Sie eine kleine anekdotenhafte Geschichte der Kommunikation und ihrer Mittel.

## Ein Fuchs namens P2

ca. 120.000 v. Chr.

Die Geschichte der menschlichen Kommunikation, also der gesprochenen Sprache, beginnt mit einem kleinen Gen, dem FOX-P2. Dieses Gen besteht aus 715 Aminosäuren, die sicherlich alle sehr wichtig sind, zwei scheinen aber für den Akt des Sprechens besonders relevant zu sein. Wissenschaftler verglichen um die zweite Jahrtausendwende das menschliche FOX-P2-Gen mit dem entsprechenden Genom eines Schimpansen (Wenige Jahre vorher konnten Forscher anhand von vererbten Sprachstörungen einer britischen Familie das Gen als tonangebend für den Sprechakt identifizieren). Das Erstaunliche des Mensch-Affen-Vergleichs: Winzige genetische Mutationen von gerade zwei Aminosäuren stellten die Wissenschaftler

fest. Sie schlossen daraus: Die Existenz von FOX-P2 ist offensichtlich eine notwendige Vorbedingung für die Entstehung der menschlichen Sprache – oder präziser: der menschlichen Sprechfähigkeit. Gestützt wird die These durch Untersuchungen an Singvögeln. Genetiker des Max-Planck-Instituts entdeckten eine nahezu identische Version dieses Gens bei Zebrafinnen und konnten anschließend das entsprechende Protein in genau jenen Hirnregionen nachweisen, die maßgeblich am Gesangslernen beteiligt sind. Was uns aber auch zeigt: Zum Sprechen gehört mehr als ein paar Aminosäuren, sie sind nur die Voraussetzung, zum Sprechen gehört – Verstand. Und wie der sich bildet, darüber rätseln noch die Wissenschaftler.

## A wie Stier

ca. 2000 v. Chr.



Um 2000 v. Chr. entwickelte das Handelsvolk der Phönizier die ersten Buchstaben (der Ursprung dieser Erfindung ist unbekannt. Es gibt sogar die Theorie, dass ein einzelner Phönizier das Alphabet kreiert hat, was ihn zum größten unbekanntesten Menschen der Geschichte machen dürfte. Schriftzeichen wie Hieroglyphen gab es zwar schon früher, die geniale Neuerung bestand aber darin, kleinste lautliche Einheiten grafisch zu erfassen. So entstanden die phönizischen Konsonantenzeichen, die allgemein als Ausgangsbasis aller alphabetischen Schriften gelten. Warum die Phönizier? Dieses Volk, das im heutigen Libanon ansässig war, stand vor einem Kommunikationsproblem: Als Seefahrer und Händler pflegten sie regen Kontakt zu den Mittelmeer-Anrainern. Sie waren gezwungen, mehrere Sprachen

und deren bildhafte Schriftsysteme zu beherrschen. Das schrie nach Vereinfachung, denn auch damals galt, Kommunikation soll einfach sein (vielleicht waren sie aber auch schlicht faul). So entwickelten sie eine Synthese aus den verschiedenen Schriftzeichen und reduzierten die Formgebung auf das Wesentliche. Abstrakte Zeichen entstanden.

Und der Stier? Der erste Buchstabe des phönizischen Zeichensystems war der Konsonant aleph. Dieses Zeichen entwickelte sich aus der ägyptischen Bildhieroglyphe des Stiers<sup>1</sup>). Den Griechen unterlief dann bei der Übernahme des phönizischen Alphabets ein folgenreicher Fehler. Sie interpretierten aleph nicht als Konsonant, sondern als Vokal A. Das Alphabet war erfunden.

**„Hast du schon gehört?“**

**ca. 0 bis 400 n. Chr.**

Wie konnte sich eine Botschaft im Jahre 35 n. Chr. „rasend“ schnell ausbreiten und das mit einer Überzeugungskraft, die die ganze Welt aus den Angeln hob? Die Antwort: Durch Buzz-Marketing. Wir können getrost davon ausgehen, dass das Wort Buzz-Marketing nicht zum Wortschatz der christlichen Missionare und Propheten gehörte und auch nicht in ihren Kommunikationskonzepten stand (schließlich mussten noch keine Power-Point-Charts mit Modewörtern gefüllt werden), aber die Methode war die gleiche: Mund-zu-Mund-Propaganda. Ein Freund, wie man vermutet eher eine Freundin, da das Christentum sich in erster Linie über Frauen verbreitet hat, erzählt einem Freund mit Begeisterung von einer neuen Botschaft oder neuem „Produkt“. Dieser erzählt es seinen

Freunden weiter, die es wiederum ihren Freunden erzählen und so weiter. Die Botschaft erhält eine nie geahnte Dynamik und breitet sich rasant demografisch und geografisch aus. Die Voraussetzung: Das Produkt muss halten, was es verspricht. Die Botschaft muss interessant sein, nicht unbedingt so sensationell wie die Ankunft des Sohn Gottes auf Erden, aber auf jeden Fall nicht der mühselig abgestaubte Hut vom letzten Winter.

Man bedenke aber: Trotz des effektiven Mittels der Flüsterpropaganda dauerte es 300 bis 400 Jahre bis sich die Botschaft in weiten Teilen der westlichen Welt durchgesetzt hatte. Ein Kampagnen-Zeitraum, den sich ein heutiges Unternehmen nicht leisten wird.

Einer der bekanntesten Werber, David Ogilvy (seine Geständnisse gehören heute noch zur Standardlektüre in Werbeagenturen), sprach einst das obige Zitat aus. Doch Ogilvy war beileibe nicht der Erste, der die Wirkung des gesungenen Vortrages kannte. Seit dem 11. Jahrhundert zogen Minnesänger durch Europa, zuerst durch Frankreich, später auch durch Deutschland und andere europäische Länder. Ursprünglich sangen die wandernden Troubadoure Liebeslieder, Minne war damals das gebräuchliche Wort für Liebe, doch die Fürsten erkannten schnell die Macht des Gesangs und engagierten Dichter und Sänger für ihren Hof. Deren Aufgabe: Die Schönheit und Weisheit des Fürsten

über die Grenzen bekannt zu machen. Auch die Kirche bediente sich der Sangeskunst, um das Wort Gottes zu verkünden. Denn das Besondere des Minnegesangs: Liedtexte und Melodie wurden unter den Sängern getauscht, mit dem Effekt, dass sie sich schnell in alle Herrgottsländer verbreiteten – sozusagen die gesungene Variante des planmäßigen Buzz-Marketings. Wie Recht Hof und Kirche hatten, auf das gesungene Wort zu setzen, beweist die heutige Hirnforschung. Der renommierte Gehirnforscher Prof. Pöppel rät in einem Interview<sup>1</sup>): Die schnellste Methode einen Slogan zu verankern? Lassen Sie ihn singen. Das sitzt dann.

---

---

**„If you have nothing to say,  
sing it...!“**

**ab 1100 n. Chr.**

„Scône bist du frûin tin mîn. sino. scône bist tu?“

ab 1450 n. Chr.

Gutenbergs Buchdruck wählte das Time-Magazin zur bedeutendsten Erfindung des zweiten Jahrtausends. Was sonst? Keine Erfindung wirkt derart lange nach, wie das Setzen von kleinen Bleizink-Lettern in einen Holzkasten. Zahlen? Über eine Millionen Titel finden sich heute im „Verzeichnis aller lieferbarer Bücher“. Der vom Deutschen Börsenverein des Buchhandels geschätzte Umsatz mit Büchern beträgt mehr als 9 Milliarden Euro. Stolze Zahlen für eine alte Erfindung.

Weit weniger bekannt ist allerdings Gutenbergs Einfluss auf die deutsche Sprache. Ohne den Buchdruck müsste diese Broschüre in mindestens 15 Versionen geschrieben werden, wie zum Beispiel in Alemannisch, Badisch, Bayerisch, Fränkisch, Kölsch, Pfälzisch, Sächsisch und Schwäbisch. 15 Texte müssten engagiert werden – wobei der

hiesige Texte bestenfalls radebrechendes Kölsch und Pfälzisch zu Stande bringen würde. Ein Aufwand, der manchen Etat sprengen würde, mal ganz davon abgesehen, dass diese Broschüre so gar nicht gedruckt werden könnte. Erst durch die Verbreitung von Gedrucktem, Gutenbergs berühmte Bibel ist hier an erster Stelle zu nennen, entwickelte sich so etwas wie Hochdeutsch. Damals wie heute machte es keinen ökonomischen Sinn, das Buch in unzähligen Varianten zu drucken. Wer also Gottes Wort lesen wollte, sah sich gezwungen, eine Einheitssprache zu verstehen, sowie die Buchsetzer sich gezwungen sahen, eine Konsenssprache zu drucken. Und plötzlich konnte der Bayer den Preußen verstehen – zumindest sprachlich. Und deshalb sollten nicht nur Etatdirektoren zum Buchdruck sagen: „Schön bist du, mein Freund. Sieh, schön bist Du.“

„... Lustig schmettert das Horn ...“

ab 1660

„Hoch auf dem gelben Wagen, Sitz' ich beim Schwager vorn. Vorwärts die Rosse jagen, Lustig schmettert das Horn...“ sang 1974 unser damaliger Außenminister und späterer Bundespräsident Walter Scheel. Die Postkutsche spielte aber zum Versenden der diplomatischen Post keine Rolle mehr. 1923 erhielten die letzten Postpferde in Hannover ihr Gnadensprotz; ein knapp 300 Jahre altes Transport- und Kommunikationsmittel verabschiedete sich still und leise in Stall und Scheune. Davor durchlief aber auch die Postkutsche einige Innovationsschübe. Ruckelten um 1770 die Kutschen mit gemächlichen 2 km/h durchs Lande, brachten sie es im Jahr 1850 durch verbesserten Straßenbau, schnittigere Aerodynamik und neueste Pneutechnik auf Schwindel erregende 10 km/h. Dennoch: Ihr Ende war schon

eingeläutet. Die Eisenbahn kündigte sich mit großem Getöse an - und die Postdienste sprangen schnell auf neue „Pferde“. Die erste Poststrecke in Deutschland wurde übrigens zwischen Leipzig und Hamburg eingerichtet. Man schrieb das Jahr 1660. Schon wenige Jahre später durchzog ganz Deutschland ein dichtes Postkutschennetz. Ein reger Schriftverkehr zwischen den Reichs-, Hansestädten und den Bistümern begann. Werbebriefe dienten damals allerdings nur zum Anwerben einer Braut oder eines Bräutigams. Mailings und Werbeversand in der heutigen Form sah die Postkutsche nicht, diese sind Erfindungen des 20. Jahrhunderts. Aber welches Pferd möchte auch die 175 Millionen Ikea-Kataloge ziehen, die jedes Jahr in Deutschland und Österreich verschickt werden?

## Es begann an der Ziegenbockwache

ab 1855 n. Chr.

Die visuelle Verschmutzung der Städte durch „wilde“ Werbung war schon im 19. Jahrhundert ein Problem. In Berlin wucherten an allen Häuserwänden Plakate und Poster. Die Stadt sah schlimmer aus als eine spanische Küstenstraße. So empfand es auf jeden Fall Ernst Theodor Litfaß, der Erfinder der gleichnamigen Säule. Ob der umtriebige Herr - er gründete unter anderem einen Verlag, gab mehrere Zeitschriften heraus, probierte sich als Schauspieler und leitete eine Druckerei, - nun ein Ästhet oder ein cleverer Geschäftsmann war, lässt sich heute schwer prüfen. Wahrscheinlich war er beides.

Um dem Plakat-Wildwuchs Einhalt zu gebieten, entwickelte er seine Annonciersäule, so der ursprüngliche Name, und trat mit seiner Idee an die Stadt Berlin. Diese zierte sich zuerst, aber nach jahrelangen Verhandlungen überzeugte Litfaß

die Oberen. Dabei setzte er modernste Handels-Marketingstrategien ein. Er sicherte der Stadt nämlich das Recht zu, Ankündigungen und Depeschen auf seinen Säulen kostenlos zu veröffentlichen, wenn er diese auf öffentlichen Plätzen aufstellen dürfe. Selbstredend boten die Säulen noch Platz für kommerzielle Werbung. Ein schönes Incentive-Programm. Die Stadt schlug ein. Am 15.4.1855 wurde die erste Annonciersäule an der so genannten „Ziegenbockwache“ in der Münzstraße 23 aufgestellt. Noch im selben Jahr folgten 100 weitere, für die Litfaß das alleinige Vermarktungsrecht hatte. Schnell wurden die Säulen im Volksmund zu Ehren des Erfinders zu „Litfaß-Säulen“ umgetauft. Litfaß starb 20 Jahre später als reicher und angesehener Bürger.

Die Beliebtheit der Säulen ist übrigens ungebrochen. Ende 2005 gab es nach Angaben des Fachverbandes für Außenwerbung e. V. etwa 51.000 Litfaßsäulen in Deutschland.

## „Das Pferd frisst keinen Gurkensalat“

ab 1861 n. Chr.

Manchmal müssen erste Sätze sinnlos sein. Philipp Reis, der eigentliche Erfinder des Telefons, – Alexander Graham Bell meldete seine Erfindung als erster zum Patent an, was Reis nicht konnte, da es in Deutschland noch kein Patentrecht gab –, sprach der Legende nach den berühmten Satz in sein „Fernphonograph“. Und das aus gutem Grund. Als Reis seinen Apparat vorstellte, traf er – wie heute zumeist auch – auf ein innovationsfeindliches Publikum.

Zuerst hatte sein Schwager auf der einen Seite der Leitung Sätze aus einem Buch vorgelesen, die Reis wiederholte. Das anwesende Publikum munkelte, Reis hätte die Sätze auswendig gelernt und repetiere sie nur. Der erboste Reis trat nun selbst zur Tat. Er bat einen

Zuhörer die Hörmuschel zu nehmen, ging selbst zur anderen Seite der Leitung und sprach den berühmten Satz, da man bei diesem Satz nicht von einem Wort auf das andere schließen konnte. Der Zuhörer, ein Kollege, konnte den Satz klar verstehen und wiedergeben. Das lauschende Publikum im Raum war überzeugt.

Das Reis'sche Telfon war allerdings zum Dialog-Marketing nicht geeignet. Denn die Kommunikation funktioniert nur in eine Richtung. Die Möglichkeit der Antwort blieb den Teilnehmern verwehrt. Erst Alexander Graham Bell vereinte Sender und Empfänger. Was seine Erfindung für die heutige Kommunikationslandschaft nicht ganz unbedeutend macht und ihm zu Recht Ruhm und Reichtum brachte.

# „Vergessen Sie bitte nicht, die Antenne zu erden“

ab 1923

„Achtung, Achtung, hier ist die Sendestelle Berlin im Vox-Haus auf Welle 400 Meter. Meine Damen und Herren, wir machen Ihnen davon Mitteilung, dass am heutigen Tag der Unterhaltungs-Rundfunk-Dienst mit Verbreitung von Musikvorführungen auf drahtlos-telefonischem Wege beginnt ...“ Mit dieser ungelenten Ansage begann am 29. Oktober 1923 um 20 Uhr der Rundfunk in Deutschland.<sup>1)</sup> Wir müssen bedenken, der Beruf des Radio-Moderators steckte noch in seinen Babysocken. Das war echte Pionierarbeit. Dennoch war den Radiomachern und Werbetreibenden die Kraft dieses revolutionär neuen Kommunikationsmittels bewusst. Während der ersten Sendung fiel wie zufällig der Satz: „Zur Begleitung wird ein Steinway-Flügel benutzt.“ Productplacement in seiner frühesten

Form, von Steinway gesponsert. Offizielle Radiowerbung wurde dann ab 1924 erlaubt. Vorher machte es auch kaum Sinn, denn die Rundfunkgebühr 1923 kostete die stolze Summe von 350 Milliarden Mark, nur 467 zahlende Hörer waren registriert. Ein Jahr später, die Inflation war beendet, die Gebühr war auf 2 Mark reduziert, fanden sich schon 539.000 Hörer vor den Empfangsgeräten ein. Ende 1925 war dann die erste Million erreicht. Bis 1930 sollte sich diese Zahl noch verdreifachen. Das Zeitalter der Massenkommunikation mittels elektromagnetischer Schwingungen in Deutschland begann. Übrigens, die erste Radiosendung endete mit der Absage: „Wir wünschen Ihnen eine gute Nacht. Vergessen Sie bitte nicht, die Antenne zu erden.“ Na dann.

# „Du machst alleweil gleich ein Trara ...“

ab 1930

Die erste elektronische Übertragung von Bildern mit einer Elektronenstrahlröhre auf Sender- und Empfangsseite gelang Philo T. Farnsworth am 7. September 1927. Sage und schreibe 30 Zeilen wackelten über den Bildschirm. Der Begriff „Flimmerkiste“ kam nicht von ungefähr. Aber schon wenige Jahre später nahm das Fernsehen an Fahrt auf: durch die Einführung der Braun'schen Röhrentechnik. 1931 wurde diese Technik auf der Funkausstellung vorgestellt. Jetzt hätte das Glotzen eigentlich losgehen können, Pech nur, dass es keine Fernsehanstalten gab. Erst vier Jahre später startete das erste Fernsehprogramm der Welt, nicht in New York, sondern in Berlin. An drei Tagen der Woche kamen die wenigen Zuschauer, die klobige Kiste konnten sich nur die Wenigsten leisten, zwischen 20 und 22.30 Uhr in den Genuss von Nachrichten-, Kultur-

und Unterhaltungssendungen. Der 2. Weltkrieg verhinderte aber vorerst den Siegeszug der Mattscheibe. Es dauerte bis 1950 ehe der Norddeutsche Rundfunk wieder auf Sendung ging. Jetzt gab es aber kein Halten mehr, schließlich wollte jeder 1954 die Fußball-Weltmeisterschaft in der Schweiz sehen.

Die Waren lernten im deutschen Fernsehen allerdings erst 1956 das Laufen. Am 3. November strahlte der Bayerische Rundfunk den ersten Fernsehspot mit dem beliebten Schauspieler Beppo Brem aus. Dieser bekleckert in einem Restaurant die Tischdecke und wehrt sich gegen seine nörgelnde Frau mit den Worten: „Du machst alleweil gleich ein Trara und Theater, der gebildete Mensch sagt nur ‚Persil‘ – ‚Persil‘ und nichts anderes.“ Aber eigentlich hieß es bis zur Erfindung des Internets: ‚Fernsehen‘ und nichts anderes.

# Utopie: Einmal wird alles ganz anders.

Der Hype um Web 2.0 ist noch nicht abgeklungen, da kündigt sich schon die nächste Generation der digitalen Kommunikation an: Web 3.0. Aber was kommt nach Youtube, MySpace und Wikipedia? Ein selbst denkendes Netz! So die Hoffnung. Das neue Internet soll eine Art künstliche Intelligenz bilden, die brauchbare Antworten auf Fragen und Bedürfnisse findet, ohne, dass der Nutzer Millionen von Suchmaschinenergebnisse durchforsten muss. Das Web mutiert zu einem persönlichen Assistenten. Dazu werden Programme entwickelt, die nicht nur nach Worten suchen, sondern auch nach Sinnzusammenhängen, man spricht deshalb auch vom semantischen Netz. Zum Beispiel gibt der Nutzer in

eine Maske folgende Stellungnahme ein: „Ich bin umweltbewusst, muss nach Berlin, habe 300 Euro und abends nichts vor.“ Das Internet spuckt dann den kompletten Reiseplan mit Bahnticket, Buchung des Ibis Hotels und Besuch der Deutschen Oper aus. Auf einen Klick, auf einer Seite.

Derzeit zweifeln noch die Wissenschaftler, ob die Idee des semantischen Webs überhaupt realisierbar sei, einige Skeptiker halten sie gar für utopisch. Aber wer glaubte im 19. Jahrhundert daran, dass man in einer Eckkneipe in Wanne-Eickel vor einem Bildschirm sitzt und sieht, wie Andy Brehme im Stadio Olimpico in Rom den Elfmeter in die linke, untere Ecke schießt?

## Impressum

---

---

Copyright 2009

Jens Hüttenberger  
Alemannenstr. 2  
50679 Köln  
Telefon: +49 221 3103812  
Mobil: 0176 96850089  
[www.texter-huettenberger.de](http://www.texter-huettenberger.de)  
[info@texter-huettenberger.de](mailto:info@texter-huettenberger.de)

Alle Rechte, insbesondere das Recht auf Vervielfältigung, Verbreitung und Übersetzung, bleiben Jens Hüttenberger vorbehalten

Gestaltung:  
Jens Hüttenberger

Bildnachweis:  
Alle Bilder Jens Hüttenberger