

Miggelbrink, Monique: *Fernsehen und Wohnkultur. Zur Vermöbelung von Fernsehgeräten in der BRD der 1950er- und 1960er-Jahre*. Bielefeld: Transcript – Verlag für Kommunikation, Kultur und soziale Praxis 2018. ISBN: 978-3-8376-4253-7; 375 S., zahlr. Abb.

Rezensiert von: Jonathan Voges, Historisches Seminar, Leibniz-Universität Hannover

„Wir mögen es begrüßen oder verdammen: Das Fernsehen ist zu einem festen Bestandteil des alltäglichen Lebens geworden. [...] Die Einrichtung der Wohnung muß dieser Entwicklung Rechnung tragen. Ein Radiogerät kann nahezu beliebig aufgestellt werden. Ein Fernsehapparat dagegen verändert den Raum. Er stellt Bedingungen, die zu berücksichtigen sind [...]. Oft fordert er eine Umgruppierung der Möbel oder sogar eine Veränderung der Lichtverhältnisse und immer trägt er eine betont technische Note in das Raumensemble, die aufgegriffen oder neutralisiert, auf jeden Fall aber berücksichtigt sein will.“¹ Was die beiden WohnberaterInnen Gerd und Ursula Hatje zu Beginn der 1960er-Jahre ihrem Einrichtungsratgeber zum Thema „Fernsehen“ voranschickten, steht für vieles, was die Medienwissenschaftlerin Monique Miggelbrink in ihrer in Paderborn verteidigten und nun als Buch erschienenen Dissertation analysiert. Zwar beruft sich Miggelbrink nicht explizit auf die hier genannte Publikation, doch nimmt sie sich vergleichbare Quellen vor. Neben Werbematerialien, verschiedenen Zeitschriften und einigen sozialwissenschaftlichen Studien zum Wohnen in der Bundesrepublik der 1950er- und 1960er-Jahre sind es gerade derartige Ratgeber (auch in Form heute nicht mehr vorstellbarer „Fernsehbüchlein“, die von der Unerfahrenheit der westdeutschen NutzerInnen mit dem neuen Medium zeugen), die den Grundbestand der verwendeten Quellen ausmachen.

Gerd und Ursula Hatje sprachen 1961 auch schon vieles von dem an, was Miggelbrink nun noch einmal theoretisch untermauert zusammengetragen hat: So wiesen sie bereits – quasi in Vorwegnahme der Akteur-Netzwerk-Theorie, auf die sich Miggelbrink beruft – dem Fernsehgerät eine spezifische, im wahrsten Sinne des Wortes „raumverändernde“

Agency zu. Gleichzeitig erkannten sie die „technische Note“, die das Fernsehen für den Wohnraum bedeutete und auf die zu reagieren war.

Eine Strategie dazu war die „Vermöbelung“, die Miggelbrink als analytischen Leitbegriff ihrer Arbeit vorschlägt und als Prozess des „Möbel-Werdens“ begreift (vgl. z.B. S. 209ff.). Diesen selbstgeprägten Neologismus verwendet Miggelbrink analog zum in den Medienwissenschaften etablierten Ansatz des „Medien-Werdens“ (Joseph Vogl), der Medien nicht als etwas Gegebenes, sondern als etwas Gemachtes begreift – und sich genau diesen Entstehungsprozessen annimmt. Drittens zeigen die leicht gequält wirkenden Formulierungen der Hatjes, dass ihnen persönlich das Fernsehen als Medium offenbar nicht entsprach, sie aber darauf reagieren mussten, weil das Fernsehen nun einmal seinen Siegeszug in den bundesdeutschen Wohnzimmern angetreten hatte. Denn die Wachstumsraten des Fernsehens in der Bundesrepublik waren beeindruckend: 1953 verfügten lediglich 1.524 Haushalte über einen Anschluss, Ende 1957 waren es schon über eine Million und Ende der 1960er-Jahre schließlich 4,6 Millionen (vgl. S. 54).²

Miggelbrinks Arbeit gliedert sich in drei Hauptteile, die jeweils aus zwei bis drei Kapiteln bestehen. Vielleicht disziplinentypisch, für den Zeithistoriker allerdings ungewohnt, zeigt schon ein kurzer Blick ins Inhaltsverzeichnis, dass der theoretische Unterbau knapp zwei Drittel der Textseiten füllt. Nicht nur die schiere Länge dieser (aus Sicht der Geschichtswissenschaft) vorbereitenden Kapitel erstaunt. Nachteilig sind die zahlreichen Doppelungen, die sich dabei ergeben. So werden die beiden Studien von Judy Attfield und Martin Warnke zum Couchtisch bzw. zur Sofaecke nicht nur in eigenen Kapiteln breit referiert (Teil II, Kap. 1.3), sondern auch in anderen Teilen aufgegriffen. Hier hätte Kürzungspotential bestanden.

¹ Gerd Hatje / Ursula Hatje, Knaurs Wohnbuch, München 1961, S. 90.

² Für eine wirtschafts- und unternehmenshistorisch unterfütterte Perspektive auf den Fernsehmarkt vgl. Sebastian Teupe, Die Schaffung eines Marktes. Preispolitik, Wettbewerb und Fernsehgerätehandel in der BRD und den USA 1945–1985, Berlin 2016.

Die Hauptthese der Autorin lautet, dass der erfolgreiche Einzug des Fernsehens in die westdeutschen Haushalte nicht nur deshalb erfolgen konnte, weil das Programm so spannend war (auf die Inhalte des Fernsehens geht Miggelbrink gar nicht ein, was aber auch nicht ihrer Fragestellung entspricht), sondern auch, weil es gelang, die „technische Note“ des Geräts weitgehend zum Verschwinden zu bringen, indem der Fernseher zum Möbel wurde. Minutiös arbeitet die Autorin heraus, dass der Prozess der „Vermöbelung“ sich vor allem am Gehäuse des Geräts manifestierte. Miggelbrink begreift die Gestaltung der Außenhülle des Fernsehapparats als „Schnittstelle“ zwischen „Nutzer und technischem Artefakt“ (S. 13). „Das Möbel-Werden wäre dann wiederum als (möglicher) Bestandteil des Prozesses zu beschreiben, in dem Medien zu Medien werden.“ (S. 209) Überzeugend argumentiert Miggelbrink gegen allzu linear gedachte Analysen der „Verhäuslichung“ des Fernsehens insbesondere aus dem anglo-amerikanischen Kontext.

Zur Untermauerung ihrer These offeriert Miggelbrink dem Leser eine erfreulich breite Auswahl an Werbefotografien von Fernsehgeräten, die aus heutiger Perspektive wenig ansprechend gestaltet waren, aber den Geschmack der Zeit trafen. Das „Gelsenkirchener Barock“ machte eben nicht am Wohnzimmerbuffet halt, sondern überwölbte auch den Fernseher, der sich so ins Wohnensemble einpassen konnte, dieses jedoch gleichzeitig veränderte – etwa durch neue Sichtachsen und eine Neudefinition dessen, was als „gemütlich“ galt. Die Fernsehgestaltung blieb dabei allerdings nicht stehen: Schlaglichtartig zeichnet Miggelbrink nach, wie die Gestaltung der Fernsehgehäuse die Einrichtungstrends des Untersuchungszeitraums mitmachte, später skandinavisch anmutende Teakholz-Oberflächen anbot und Ende der 1960er-Jahre – interessanterweise nahezu zeitgleich mit der Einführung des Farbfernsehens – auch bunte Holz-, später zudem Kunststoffverschalungen im Programm waren. Der (moderaten) Pluralisierung des Medienangebots durch Einführung des ZDF und die dritten Programme entsprach so auch eine Pluralisierung der Gehäuseformen der Geräte.

In einem zweiten Schritt, und da wird

die Akteur-Netzwerk-Theorie in den Vordergrund gestellt, demonstriert Miggelbrink dann, wie das Fernsehgerät mit anderen Möbeln im Wohnraum interagierte, welche „Allianzen“ es einging und mit welchen traditionellen Einrichtungspraxen es in „Konkurrenzen“ geriet (Teil III, Kap. 3.2). Hierfür hat die Autorin wiederum einschlägiges Quellenmaterial ausgewählt. Sie zeigt gekonnt die Beziehungen zum Beispiel zwischen Fernsehgerät und Teppich oder Fernsehgerät und Servierwagen auf, verbunden mit bestimmten „Geschlechterdichotomien“ (Teil II, Kap. 2.4).

Neben der konsequenten Verwendung des Präsens auch in historisch referierenden Passagen liegt ein Problem der Studie darin, dass vieles von dem, was Miggelbrink anbietet, im Kontext der bundesdeutschen Kulturgeschichte nicht überrascht. Der Unwille, sich durch allzu viel „Technik“ die gemütliche Atmosphäre daheim stören zu lassen, die Verlagerung der Familienzeit vor den Fernseher und die fortbestehende innerhäusliche geschlechtliche Separierung von Sphären bzw. Aufgaben sind jeweils nichts Neues, werden aber von der Autorin nochmals (durchaus überzeugend) zusammengeführt, theoretisch unterfüttert und an einem bestimmten, immer wichtiger werdenden Konsumgut bzw. Einrichtungsgegenstand diskutiert. Dass sich gerade das Fernsehen dafür eignet, macht Miggelbrink deutlich. Insbesondere für die Medienwissenschaften bietet sie dabei einen breiteren Blick, der sich eben nicht ausschließlich auf Medieninhalte konzentriert, sondern verstärkt auch deren Verpackung untersucht.³

Interessant wären darüber hinaus transmedial vergleichende Fragestellungen: So könnte geprüft werden, inwiefern sich die „Vermöbelung“ des Fernsehens von der vorangegangenen „Vermöbelung“ des Radios unterschied, das ja zunächst ebenfalls in hölzerne Gehäuse im Stil der jeweiligen Zeit verpackt und so seines technischen Erscheinungsbildes möglichst beraubt wurde. Zweitens würde es sich anbieten, den normativen Quellen in Zeitschriften und Ratgebern auch per-

³ Aus einer technikgeschichtlichen Perspektive findet sich eine ähnliche Betonung des Gehäuses (am Beispiel der fortschreitenden Miniaturisierung) bei Heike Weber, *Das Versprechen mobiler Freiheit. Zur Kultur- und Technikgeschichte von Kofferradio, Walkman und Handy*, Bielefeld 2008.

sönliche Quellen (es gibt in Fotoalben der 1950er- und 1960er-Jahre erstaunlich oft mindestens eine Abbildung des neuen Familienunterhalters) und unternehmenseigene Materialien gegenüberzustellen: Hielten sich die BundesbürgerInnen an die Einrichtungsempfehlungen aus den Ratgebern? Unterliefen sie sie am Ende vielleicht eigensinnig wie die Hausfrauen, die sich etwa die Arbeitsküche zunächst eben nicht so zu eigen machten, wie die ArchitektInnen das erwartet hatten?⁴ Wie stellten sich die Produzenten die Kunden vor? Wie wurde entschieden, wie die Geräte aussahen? Sinnvoll wäre drittens ein genauerer Blick auf die Zeit, als das Verbergen des Technischen nicht mehr notwendig erschien, sondern der Fernseher als technisches Artefakt zunehmend selbstverständlich in den Wohnräumen stand.⁵ In der Einleitung und im Fazit versucht sich Monique Miggelbrink an einer Interpretation gegenwärtiger Fernsehmöbel und argumentiert, dass zunehmend vor allem die Verkabelungen als störend in der Einrichtung empfunden werden. Eine Fortführung ihrer anregenden Studie über die späten 1960er-Jahre hinaus dürfte sich ebenso lohnen wie die Ergänzung der primär medienwissenschaftlichen Perspektive durch stärker geschichtswissenschaftliche Leitfragen.

HistLit 2019-1-144 / Jonathan Voges über Miggelbrink, Monique: *Fernsehen und Wohnkultur. Zur Vermöbelung von Fernsehgeräten in der BRD der 1950er- und 1960er-Jahre*. Bielefeld 2018, in: H-Soz-Kult 05.03.2019.

⁴ Vgl. Martina Heßler, The Frankfurt Kitchen. The Model of Modernity and the 'Madness' of Traditional Users, 1926 to 1933, in: Ruth Oldenziel / Karin Zachmann (Hrsg.), *Cold War Kitchen. Americanization, Technology, and European Users*, Cambridge 2009, S. 163–184, bes. S. 175–178.

⁵ Zur Hinterfragung derartiger Selbstverständlichkeiten in der Technikgeschichte vgl. auch Martina Heßler, *Kulturgeschichte der Technik*, Frankfurt am Main 2012, S. 11.