
ANTON TANTNER

Adressbüros

Von Suchmaschinen im analogen Zeitalter

Die großen europäischen Metropolen erlebten im 17. und 18. Jahrhundert die Gründung sogenannter Adressbüros; dabei handelte es sich um Stätten, die in erster Linie dem Informationsaustausch gewidmet waren und zu deren Aufgaben die Vermittlung von Waren, Arbeit, Immobilien sowie Kapital zählte. Heutigen Suchmaschinen glichen sie in ihrem Anspruch, Informationen zu sammeln und Suchanfragen zu beantworten. So sollte das 1750 in London vom Schriftsteller Henry Fielding und seinem Halbbruder John Fielding eröffnete »Universal Register Office« laut seiner Selbstdarstellung »die Welt ... zusammen an einen Platz ... bringen«,¹ ein Mission Statement, das von Google stammen könnte: »Das Ziel von Google ist es, die Informationen der Welt zu organisieren und für alle zu jeder Zeit zugänglich und nützlich zu machen.«²

In ihrer schillernden Vielfalt muten diese lange Zeit von der Geschichtswissenschaft nur wenig beachteten Einrichtungen heute seltsam an, erinnern an frühneuzeitliche Kunst- und Wunderkammern und werfen doch zugleich Probleme auf, die von drängender Aktualität sind, denn ähnlich wie Suchmaschinen agierten Adressbüros in einem Spannungsfeld zwischen Geheimhaltung und Übernahme von Polizeiaufgaben; nur zu oft widersprachen sich das Diskretionsbedürfnis der Klienten und das Streben der Obrigkeit nach Einflussnahme.³ Die Urszene des Adressbüros geht zurück auf Montaigne. In seinen *Essais* befindet sich eine Passage, in der er diese typisch frühneuzeitliche Institution der Informationsvermittlung erstmals beschreibt:

»Mein verstorbener Vater, der für einen Mann, dem nur seine Erfahrung und seine naturgegebenen Fähigkeiten zur Verfügung standen, ein sehr gesundes Urteilsvermögen besaß, sagte mir einmal, er hätte gern veranlaßt, daß in den Städten eine bestimmte Stelle eingerichtet würde, an die alle, die irgend etwas brauchten, sich wenden könnten, um ihre Sache durch einen eigens dafür eingesetzten Beamten registrieren zu lassen – zum Beispiel: ›Ich suche Perlen zu verkaufen‹ oder ›Ich suche Perlen zu kaufen‹. Der und der möchte eine Reisebegleitung nach Paris; der und der hält nach einem Diener mit den und den Eigenschaften Ausschau, der und der nach einem Dienst-

¹ Henry Fielding, *The Covent-Garden Journal and A Plan of the Universal Register-Office*. Oxford: Clarendon 1988.

² www.google.de/intl/de/about/company

³ Vgl. Anton Tantner, *Adressbüros im Europa der Frühen Neuzeit*. Habilitationsschrift an der Universität Wien, 2011 (<http://phaidra.univie.ac.at/o:128115>). Die Forschung wurde durch den Fonds zur Förderung der Wissenschaftlichen Forschung in Österreich innerhalb des Projekts »Europäische Adressbüros in der Frühen Neuzeit« unterstützt. Vgl. <http://adressbueros.tantner.net>

herrn, der und der nach einem Arbeiter; der eine sucht dies, der andere das, jeder nach seinem Bedarf. Offensichtlich würde ein solches Mittel zum Austausch von Informationen die Beziehungen zwischen den Menschen wesentlich erleichtern, denn jeden Augenblick entstehen Situationen, da sich Menschen gegenseitig suchen, aber, weil sie ihre Stimmen nicht hören können, in ihrer mißlichen Lage allein bleiben.«⁴

Montaignes Vater hatte demnach die Schaffung eines städtischen Amtes vorgeschlagen, das sich der Verkaufsvermittlung, der Arbeitsvermittlung und der Vermittlung von Mitreisegelegenheiten widmen, darüber hinaus aber für Anfragen unterschiedlichster Art offen stehen sollte. Einzubringen wären diese Anzeigen bei einem Beamten, der diese wohl schriftlich auf Papier, in einem Protokollbuch oder dergleichen zu registrieren hätte – was gegenüber der Unzulänglichkeit der menschlichen Stimme den Vorteil mit sich brächte, dass auch räumlich voneinander weit entfernte Personen in Kontakt treten könnten.

Das erste bekannte und auch berühmteste Adressbüro war das 1630 in Paris von Théophraste Renaudot gegründete »Bureau d'adresse«, eine umfassende Vermittlungseinrichtung, deren Tätigkeiten zahlreich und vielfältig waren. Es diente zum einen der Informationsbeschaffung: Wer Wegadressen oder eine Reisebegleitung suchte, wer Namen und Wohnsitze wichtiger Personen wie Theologen, Ärzte und Advokaten in Erfahrung bringen wollte, konnte sich an das Büro wenden und auf eine Antwort hoffen. Es diente zum anderen als Verkaufsagentur: Wer etwas zu verkaufen hatte, konnte seine Ware gegen eine Vermittlungsgebühr von drei Sous in ein Register eintragen lassen; wer eine Ware suchte, konnte ebenfalls gegen Gebühr einen Auszug aus diesen Registern erhalten. Zum Verkauf standen nicht nur bewegliche Güter wie Antiken, Bücher oder Maschinen, sondern auch Tiere – einmal wurde sogar ein Dromedar angeboten –, außerdem Immobilien wie Häuser oder ganze Landgüter. Auch zur Arbeitsvermittlung wurde das Büro eingesetzt: Offene Stellen wurden in ein eigenes Register eingetragen, genauso wie Lehrer, Dienstboten und Gesellen auf Arbeitssuche ihre Anfragen an das Büro richten konnten.

Darüber hinaus bot das Büro medizinische Betreuung an – Renaudot war von seiner Ausbildung her Arzt –, was insbesondere für Arme gedacht war: Nach einer ersten Konsultation wurden die Kranken an Ärzte, Chirurgen und Apotheker weiterverwiesen, die sie gratis behandelten. Dazu fungierte das Büro als Pfandhaus – wer kurzfristig Geld brauchte, konnte eines seiner Besitztümer im Büro abgeben und belehnen lassen – sowie als Kunstgalerie: Zum Verkauf angebotene Tafelbilder wurden in Räumlichkeiten in der Rue de la Calandre auf der Île de la Cité ausgestellt. Schließlich übernahm das Büro noch die Aufgaben einer wissenschaftlichen Akademie: Von 1633 an wurden dort jeden Montagnachmittag Vorträge abgehalten, die eine Reihe

⁴ Michel de Montaigne, *Essais*. Aus dem Französischen von Hans Stille. Frankfurt: Die Andere Bibliothek 1998.

von unterschiedlichen Themen behandelten, zum Beispiel Medizin, physikalische Phänomene oder die Ökonomie, es fehlten auch nicht die Fragen nach dem Sitz des Wahnsinns und ob die Wahrheit im Wein liege.⁵

Dass diese Einrichtung entstand, hatte mit der frühneuzeitlichen Armenpolitik zu tun: Renaudot war der Überzeugung, dass es jenseits der Einsperrung der aus der Provinz nach Paris strömenden Armen in Arbeitshäusern – dem von Michel Foucault beschriebenen »grand renfermement« – auch noch nötig wäre, für geeignete Institutionen der Arbeitsvermittlung zu sorgen. Bereits 1618 war er vom König zum für die Armen zuständigen Generalkommissar bestellt worden, wobei Renaudots philanthropische Rhetorik auch taktisch motiviert gewesen sein mag.

Im Zuge seiner umfangreichen Tätigkeiten geriet das Büro immer wieder in Konflikt mit Personen, deren Aufgabenbereiche es tangierte. So waren die traditionell mit der Arbeitsvermittlung befassten Gesellenvereinigungen keineswegs glücklich über die Konkurrenz, die sie auf diesem Gebiet erhielten. Vor allem war es aber die medizinische Fakultät, die gegen das Büro voringing, insbesondere als Renaudot seine Tätigkeit auf dem Gebiet der medizinischen Beratung noch ausdehnen wollte; erfolgreich waren Renaudots Widersacher erst nach dem Tod seines Protektors Kardinal Richelieu: 1643 musste das »Bureau d'adresse« einen großen Teil seiner Tätigkeit einstellen.⁶

Das Privileg, Adressbüros einzurichten, blieb aber auch nach Renaudots Tod am 25. Oktober 1653 im Besitz seiner Familie. In den folgenden Jahrzehnten wurden immer wieder auf Grundlage dieses zumeist an andere verpachteten Privilegs Adressbüros in Paris errichtet, die zumeist sehr kurzlebige Annoncenblätter herausgaben. In der Regel beschränkten sie sich auf den Aufgabenbereich einer Verkaufagentur, wobei das Bestreben, aus dem Bureau ein Kaufhaus zu machen und die Ware direkt vor Ort anzubieten, wiederholt den Unmut der Polizei auf sich zog. Von längerer Dauer war auch die von Renaudot 1631 gegründete *La Gazette de France*, eine Zeitung, die wesentlicher Bestandteil der Informationspolitik Richelieus wurde und bis zum Ersten Weltkrieg bestand. Als offizielles Blatt druckte sie politisch genehme Nachrichten ab und sollte die vielen kursierenden Gerüchte eindämmen. Nicht zuletzt durch *La Gazette* kam Renaudot zu seinem Ruf als (Mit)Begründer des Journalismus in Frankreich; seit 1926 erinnert an ihn der Prix Renaudot.

Der Ruf des »Bureau d'adresse« – das so aufsehenerregend war, das gleich mehrere Ballette zu seinen Ehren verfasst wurden – überschritt bald die Grenzen Frankreichs: In London war es Ende der 1640er Jahre der Kreis um

⁵ Diese *Conférences du Bureau d'adresse* sind dank Google Books nun auch online zugänglich: <http://adresscomptoir.twoday.net/stories/156267802>

⁶ Vgl. Howard M. Solomon, *Public Welfare, Science, and Propaganda in Seventeenth Century France*. Princeton University Press 1972; Gilles Feyel, *L'Annonce et la nouvelle*. Oxford: Voltaire Foundation 2000; Gérard Jubert (Hrsg.), *Père des Journalistes et Médecin des Pauvres. Théophraste Renaudot (1586-1653)*. Paris: Honoré Champion 2005.

den umtriebigen protestantischen Gelehrten Samuel Hartlib – ein Glaubensflüchtling aus dem preußischen Elbing –, der sich die Broschüren des Bureau durch seine Pariser Korrespondenten zukommen ließ und Pläne für ein »Office of Address« wälzte, dessen Tätigkeitsbereich noch umfassender sein sollte als der des Pariser Pendants. Eine Bildungseinrichtung und Sammelstätte allen verfügbaren Wissens sollte es sein, gedacht auch für Politikberatung und zur Verhinderung weiterer Kirchenspaltungen. Allein, Hartlib scheiterte mit seinem Projekt, das auch von Utopien wie Gabriel Plattes' *Description of the Famous Kingdome of Macaria* oder dem in Francis Bacons *Nova Atlantis* skizzierten Haus Salomons inspiriert war. Sehr wohl entstanden aber in den folgenden Jahrzehnten allerlei »Offices of Entries«, »Mercury« oder »Intelligence Offices« oder »Offices of Publick Advice«, die zumeist bei der Londoner Börse angesiedelt waren und durchaus profanen Tätigkeiten wie der Vermittlung von Waren, Immobilien, Kapital oder Dienstboten nachgingen.⁷

Einen etwas größeren Bekanntheitsgrad erlangte das erwähnte »Universal Register Office« der Brüder Fielding, die es nicht hinnehmen wollten, dass in der bestehenden Gesellschaft die Talente müßig und unbeschäftigt herumlägen und stattdessen einen »universalen Mittelpunkt« propagierten, wo alle Mitglieder der Gesellschaft ihre Wünsche und Talente mitteilen könnten.⁸

Auch in Städten des deutschen Sprachraums wurde Renaudots Gründung registriert; ganz gleich, ob es der weitgehend unbekannte, in Wien tätige Sprachlehrer Johannes Angelus de Sumaran (auch: Juan Ángel de Zumaran), der Kameralist Wilhelm von Schröder oder der Universalgelehrte Leibniz waren, sie alle konzipierten im Laufe des 17. Jahrhunderts Adressbüros, die jedoch unrealisiert blieben. Das in den Jahren nach 1689 in Berlin von Hugonotten errichtete »Bureau d'adresse et de vente publique« war wiederum in erster Linie ein Pfandhaus, das nur in seinen Anfangsjahren widerwillig Adressen und Informationen vermittelte. So dauerte es bis 1707, bis in der habsburgischen Metropole Wien ein »Fragamt« gegründet wurde; sein Tätigkeitsbereich war ursprünglich als der einer Verkaufagentur definiert, später wurden dort auch Wohnungs- und Arbeitsvermittlung betrieben. In der Folge entstanden in vielen deutschsprachigen Städten Adressbüros, die die Bezeichnungen »Intelligenzbüro«, »Adresscomptoir« oder »Berichtshaus« trugen und in der Regel ein »Intelligenzblatt« herausbrachten, das – neben diversen obrigkeitlichen Verlautbarungen – die Registerauszüge der in das Adressbüro eingebrachten Anliegen publizierte. Um Stätten der Gelehrsamkeit handelte es sich dabei in der Regel nicht, es überwogen die Funktionen der profanen Vermittlungstätigkeit. Ausnahmefälle gab es allerdings, zum Beispiel in Preßburg, wo ein Anton Martin in seinem 1781 geschaffenen Fragamt auch eine Leihbibliothek einrichtete.

⁷ Vgl. Justin Stagl, *Eine Geschichte der Neugier*. Wien: Böhlau 2002.

⁸ Vgl. Miles Ogborn, *Spaces of Modernity*. New York: Guilford 1998; Lance Bertelsen, *Henry Fielding at Work*. New York: Palgrave MacMillan 2000.

Von den Registern

Wie funktionierte nun die Informationsvermittlung im »Bureau d'adresse«? Sein zentrales Speichermedium war Papier, nämlich Registerbücher, in die handschriftlich die Angebote und Nachfragen eingetragen wurden. Nur in Ausnahmefällen wurden derlei Einträge in einem gedruckten Anzeigenblatt – dem *Feuille du Bureau d'adresse* oder der *Semaine du Bureau d'adresse* – veröffentlicht.

Die Beschaffenheit dieser Register lässt sich zumindest ansatzweise rekonstruieren: Ihre Blätter wie auch die eingetragenen Artikel waren »durch Nummern signiert«, also nummeriert; dies diente auch der Kontrolle und sollte sicherstellen, dass keine Einträge vordatiert wurden: Das Prinzip der Weitergabe von Registerauszügen lautete im Idealfall »first come – first served« (oder im Original: »le premier en date doit estre le premier servi«). Wessen Angelegenheit als erste in das Register eingetragen wurde, dessen Registerauszug wurde auch als erster an einen Informationssuchenden ausgehändigt.⁹

Als Beispiel sei eine im Anzeigenblatt abgedruckte Immobilienanzeige genannt: »Man verkauft ein Haus im Viertel Halles, bestehend aus einer Toreinfahrt, einem großen Geschäftslokal & Hinterzimmer, einem großen Gang, einem großen Hauptgebäude vorne und hinten, Hof, Brunnen, Stall und anderen Annehmlichkeiten, vermietet um 1000 Livres im Jahr, zum Preis von 24 000 Livres. V.5.f.6.a.4.r.«¹⁰ Die Buchstaben-Zahlen-Kombination am Schluss zeigte den Ort im Register an, der die weiteren Angaben zur Annonce enthielt: volume 5, folio 6, article 4 recto.

Auch an die Aktualisierung der Registereinträge war gedacht: War ein Vermittlungsakt erfolgreich zustande gekommen, sollte dies binnen 24 Stunden dem Bureau bekanntgegeben werden, um das jeweilige Angebot beziehungsweise die Nachfrage als erledigt zu kennzeichnen. So sollte verhindert werden, dass Personen an Orte gewiesen wurden, wo sie nicht mehr das Gesuchte finden würden, weil die angezeigte Ware schon verkauft oder die angebotene Stelle bereits vergeben war.¹¹ In der Praxis wurde diese Regelung freilich nur selten eingehalten: Renaudot klagte, dass es selbst die bestens beleumundeten Klienten des Bureau verabsäumten, dieses von einem erfolgreichen Vermittlungsakt in Kenntnis zu setzen, wobei dies doch »nicht mehr als ein Ziehen des Huts kosten« würde.

In den Schriften, mit denen Renaudot seine neue Einrichtung propagierte, verglich er diese mit den Hinweisschildern bei Straßenkreuzungen sowie mit dem Inhaltsverzeichnis eines Buchs, deren Funktion es sei, zu finden, was man suche; ohne Bureau wären die menschlichen Geschäfte von Unordnung

⁹ Vgl. Théophraste Renaudot, *Le renouvellement des bureaux d'adresse*. Paris 1647.

¹⁰ *La prise de la ville de Bergerac et entiere dissipation des Croquans, Par le Duc de la Valette. Avec la semaine du Bureau d'Adresse*. Paris 1637.

¹¹ Théophraste Renaudot, *Inventaire des adresses du Bureau de Rencontre*. Paris 1631.

und Zufall bestimmt, was insbesondere für das so stark bevölkerte Paris zuträfe, wo die schiere Menge der potentiellen Verhandlungspartner es schwieriger als an anderen Orten mache, Geschäfte zustande zu bringen. Wie oft würden sich zwei Menschen suchen und könnten einander nicht treffen, würden im Gegenteil etwas antreffen, was sie nicht suchten? »Serendipity« als Bezeichnung für die Kunst, zufällig etwas Nützliches zu finden, was man ursprünglich gar nicht suchte, scheint hier von Renaudot nicht als eigenständiger Wert anerkannt worden zu sein.

Ganz im Gegensatz dazu war Leibniz dieses Phänomen vertraut: In seinem wahrscheinlich aus den Jahren 1712/1713 stammenden Entwurf zur *Errichtung eines Notiz-Amtes* – keineswegs Leibniz' erstes Konzept für die Schaffung eines Adressbüros – meinte er, dass bislang das Zusammentreffen von Käufern und Verkäufern, Arbeitern und Verlegern, Fuhr- und Schiffsmännern mit ihren Ladungen nur zufällig erfolge und dass gar mancher »in schulden, schaden und verderben gerathen« sei, weil man von ihm nichts wusste, während ein anderer sich »emporgeschwungen« habe durch glücklichen Fund eines Patrons; mit Hilfe des Notiz-Amtes werde »auß einem zufälligen etwas gewißes«. Die Gesellschaft, die Leibniz somit durch seine Einrichtung schaffen wollte, war eine, in der Austauschprozesse nicht mehr chaotisch, sondern geregelt abliefen. Gänzlich den Zufall ausschalten wollte Leibniz jedoch nicht, vielmehr sollte er geplant in den Prozess der Informationsvermittlung eingebaut werden: Durch die Konsultation der Register des Notiz-Amtes »findet oft einer was er sucht, bekommt auch oft gelegenheit etwas zu suchen und zu verlangen, darauff er sonst nicht gedacht hätte«. ¹²

Die Schnelligkeit, mit der ein Adressbüro die ihm aufgetragenen Begehren zu befriedigen versprach, wurde immer wieder als Argument eingesetzt; schon Renaudot hatte darauf hingewiesen, dass »die Dauer der Affären deren Krankheit [sei], die oft zum Tod führe«. Doch wie schnell ist schnell? Die Antwort darauf findet sich immer wieder in den Selbstdarstellungen der Büros: Eine Viertelstunde ist schnell. So verwies Johannes Angelus de Sumaran, als er im Herbst 1636 in Wien darum ansuchte, ein Privileg für eine »öffentliche fragstuben« zu erlangen, dass es bereits in vielen fremden Ländern und Städten »gewisse tabernen oder öffentliche stuben« gebe, wo sich Personen, die etwas kaufen oder verkaufen wollten, anmelden und »nach allen sachen fragen« könnten. In nicht mehr als »in einer viertl stundt« würden sie in diesen Wirtshäusern – den informellen Vorläufern der Adressbüros – erfahren, ob sich ihr Begehren befriedigen ließe.

Der Kameralist Wilhelm von Schröder wiederum, der von seinen Reisen nach England das an der Londoner Börse eingerichtete »Office of Intelligence« kannte, konzipierte 1686 ein die Erbländer der Habsburgermonarchie umfassendes »Intelligenzwerk«, mittels dessen »ein generaler Marckt« er-

¹² Gottfried Wilhelm Leibniz, *Errichtung eines Notiz-Amtes / Création d'un bureau d'adresse*. In: Ders., *Œuvres*. Band 7. Paris: Didot 1875.

richtet werden sollte, »allwo ein jeder ohne Reisen oder Botenschicken in einer Viertelstund alles wissen könne, was in allen diesen Ländern zu verkaufen, und wo ein jedes zu finden sey«. Auf diese Weise sei es möglich, die »gute Ordnung im Handel« herzustellen, die darin bestehe, dass die Handwerker Händler fänden, die ihre Arbeit ankaufen, ohne dass sie es nötig hätten, diese von Haus zu Haus herumzutragen und »die zeit mit lauffen zu verlieren«. ¹³

Wer benützte das Bureau, wer frequentierte seine unterschiedlichen Aktivitäten? Renaudot selbst behauptete um 1639, dass das Spektrum jener, die im Büro die Mittel zur Befriedigung ihrer Bedürfnisse gefunden hätten, »vom mindesten Rüpel bis zum größten Fürsten« reiche. Es gab allerdings eine Gruppe, die von vornherein explizit ausgeschlossen war: Frauen nämlich wurde der Zutritt zum Bureau untersagt, aus moralischen Gründen. Renaudot erklärte dies mit dem Argument, dass das Jahrhundert verdorben sei und er die üble Nachrede fürchte. Vielleicht meinte er damit, dass man ihm vorwerfen könnte, der Prostitution Vorschub zu leisten. Renaudot wusste aber nur zu gut, dass er damit potentielle Kundinnen – sowohl Dienstgeberinnen als auch Dienstbotinnen – ausschloss und kündigte daher eine Alternative an: Arbeitsuchende Frauen könnten ihre Männer zum Bureau schicken; dort würden die Männer an älteste und unbescholtene Frauen weitervermittelt, die den Dienstbotinnen bei der Arbeitssuche behilflich sein sollten. Renaudot wollte hier offensichtlich die Dienste der traditionellen Arbeits- beziehungsweise Dienstbotinnenvermittlerinnen in Anspruch nehmen, zu denen das Bureau ansonsten in Konkurrenz stand.

Dieser Ausschluss von Frauen aus dem Bureau, der auch die Teilnahme an den dort abgehaltenen Vorträgen betraf, wurde nicht von allen Folgeeinrichtungen praktiziert: Während Samuel Hartlib und sein Kollege John Dury sich in ihrem Projekt am Pariser Vorbild orientierten und arbeitsuchenden Frauen nahelegen wollten, an ihrer statt Männer mit einem schriftlichen »Memorial« ihres Anliegens in das zu gründende »Office« zu schicken, waren im Wiener Fragstuben-Projekt von Sumaran explizit Frauen als Benutzerinnen vorgesehen. Auch ein 1649 vom Journalisten und Prediger Henry Walker in London angekündigtes »Office of Entries or Publique Register« – es hatte zumindest kurzfristig Bestand – versprach, Arbeitsvermittlung für Männer *und* Frauen anzubieten, ganz genauso wie ein Jahr darauf das in der Threadneedle Street angesiedelte »Office of Adresses and Encounters« des Sozialreformers Henry Robinson.

Noch bei den habsburgischen Fragämtern des 18. Jahrhunderts war die Benutzung durch Frauen keine Selbstverständlichkeit. So scheint das Preßburger Fragamt des Anton Martin zunächst beabsichtigt zu haben, nur an Männer Arbeit zu vermitteln, als aber auch Frauen diese Dienstleistung in Anspruch nehmen wollten, war er dazu bereit, für diese ein eigenes Protokoll zu eröffnen.

¹³ Wilhelm von Schröder, *Fürstliche Schatz- und Rent-Cammer*. Leipzig 1686.

Das Ringen um »privacy«

Von Anfang an legte das »Bureau d'adresse« Wert auf Diskretion: Wenn eine Person ihr Anliegen schriftlich einreichte, wurde ihr versichert, dass nur das Anliegen im Register verzeichnet würde, nicht aber ihr Name und Wohnort; letztere blieben nur einem – selbstverständlich gut beleumundeten und ehrenhaften – Angestellten bekannt und würden erst dann Anfragenden mitgeteilt, wenn das Geschäft vor dem Abschluss stehe. Auch für den Fall, dass dies zu wenig Geheimhaltung bedeutete, gab es Abhilfe: Wer seinen Namen nicht dem Angestellten des Bureau preisgeben wollte, konnte stattdessen eine Mittelsperson, einen dritten Ort nennen, an die in der Folge allfällige Fragen weiterverwiesen wurden. Die Kombination von im Bureau geführtem Register, Gedächtnis des verschwiegenen Mitarbeiters und (vermutlich) Ablage der schriftlich eingereichten Anliegen diente somit als eine Art Anonymisierungsmaschine: Nicht von vornherein sollten Arbeit- oder Wohnungssuchende wissen, wer als potentieller Dienstgeber, Wohnungsvermieter oder -käufer auftrat. Erst wenn sie eine Vorentscheidung für einen bestimmten Dienst oder eine bestimmte Wohnung getroffen hatten, wurden ihnen Name und Wohnort der Person mitgeteilt, bei der sie das Gesuchte finden konnten.

Auch in späteren Veröffentlichungen betonte Renaudot immer wieder die Diskretion des Registers, dessen »Geheimnis strikt beobachtet« werde. Die skizzierte Vorgangsweise scheint trotzdem auf Kritik gestoßen zu sein, weswegen der Adressbürodirektor Ende der 1630er Jahre das System einer doppelten Buchführung einzuführen beabsichtigte: Demnach sollte es in Zukunft ein geheimes Register geben, in das die Namen und Wohnorte der Klienten samt ihrem Angebot oder Begehren eingetragen wurden, und ein öffentliches Register, »ausgesetzt den Augen eines jeden«. In letzterem Register würde der Eintrag wiederholt, nun aber ohne Namen und Wohnort des Einbringers anzuführen. Interessenten bekämen nur die öffentlichen Register zur Einsicht; wenn sie darin etwas Passendes fänden, müssten sie drei Sous dafür zahlen, dass ihnen aus dem geheimen Register ein Auszug angefertigt würde.

Privacy und Datenschutz – selbstverständlich anachronistische Begriffe im Bezug auf die Frühe Neuzeit – waren somit Anliegen von Adressbüros, doch verhinderten derlei Vorsichtsmaßnahmen nicht, dass es immer wieder Vorwürfe der mangelnden Diskretion gab, wie zum Beispiel 1676 im Falle des kurzlebigen »Bureau d'adresse« des Dichters François Colletet: Er musste sich in seinem Anzeigenblatt gegen »falsche Gerüchte« zur Wehr setzen, die Böswillige gegen seine Einrichtung ausstreuten und die um die Frage der Öffentlichkeit beziehungsweise der Geheimhaltung der Namen kreisten. Es wurde behauptet, das Bureau sei einzig erfunden worden, die Vermögen der Einbringer der Hinweise zu enthüllen und öffentlich zu machen.

Polizeiliche Utopien

Die von den Adressbüros praktizierten Registrierungstechniken führten immer wieder zu Versuchen, sie als eine Art Meldeämter zu verwenden, bei denen man auch Auskunft über den Leumund von bestimmten Personen einholen konnte. So wurden im Falle des renaudotschen Bureaus in den Jahren 1639/1640 zwei Anordnungen erlassen, dass sich alle nach Paris kommenden Handwerker beziehungsweise überhaupt alle arbeitssuchenden Fremden binnen 24 Stunden im Bureau einzuschreiben und die ihnen angebotene Arbeit anzunehmen hätten. Auf Nichtbeachtung dieser Zwangsmaßnahme stand die Galeerenstrafe, und auch die Vermieter sollten in dieses Überwachungssystem – das in der Praxis wohl kaum funktionierte – einbezogen werden: Wenn die bei ihnen Wohnenden nicht binnen 24 Stunden über ein vom Bureau ausgestelltes Zertifikat verfügten, durften sie nicht länger beherbergt werden.

Die von Sumaran vorgeschlagene Fragstube sollte wiederum jenseits der üblichen Vermittlungstätigkeiten auch als eine Art Meldeamt oder Auskunftsbüro über Aufenthaltsort und Ansehen der Stadtbewohner verwendet werden: Mit ihrer Hilfe könnte man erfahren, was für Leute in der Stadt seien, wo sie herkämen, »was ihr thuen und lassen sey, wo sie wohnen, undt mit wem sie sich aufhalten« und von welchem Schlag sie seien. Polizeiaufgaben sollte auch Leibniz' projektiertes »Notiz-Amt« übernehmen; ihm sollte die Aufsicht über die Juden und Jüdinnen übertragen werden, und obendrein sollte es noch nach venezianischem Vorbild als Annahmestelle für anonyme Anzeigen dienen, wobei sich der Universalgelehrte genötigt sah zu betonen, dass ein solches Angebot nicht missbraucht werden dürfe.

Und schließlich beinhaltete das von einem gewissen Johann Friedrich Schütz 1782 gefertigte Ansuchen, in der galizischen Landeshauptstadt Lemberg ein »Intelligenz- und AdreßKomtoir« zu eröffnen, ebenfalls den Vorschlag, diese Einrichtung um die Funktion eines Meldeamtes zu ergänzen. Der Wohnort und die Namen der in Lemberg ankommenden Fremden sollten dem neuen Comptoir zum Nutzen der »Sicherheit des Publikums« täglich mitgeteilt werden, da es ansonsten sehr »mühsam« sei, »die Wohnung seines Schuldners ... aufzusuchen«, noch dazu, »da verschiedene Fremde aus allerley Absichten, besonders um ihren Gläubigern auszuweichen, ihre Wohnung sehr oft verändern«. Das Ausfindigmachen von Schuldnern und Schuldnerinnen mittels eines neuen Mediums – die Schufa hätte ihre reine Freude daran.

Derlei Verwendungen von Adressbüros wurden in der Regel nicht realisiert. Tatsächliche obrigkeitliche Funktionen übernahmen Adressbüros hingegen bei der Arbeitsvermittlung und hier speziell bei der Vermittlung von Dienstbotinnen und Dienstboten: So mussten im Fall des Wiener Fragamts dienstsuchende Personen Angaben über Alter, Geburtsort, Eltern, Vermögensverhältnisse und Fähigkeiten machen und Führungszeugnisse und Empfehlungsschreiben einbringen. Die Brüder Fielding wiederum priesen ihr »Universal Register Office« ob der disziplinierenden Wirkung, die eine sol-

che Registrierungsprozedur auf Dienstboten ausübe, und veröffentlichten einen eigenen Katalog von 24 Geboten für Dienstboten.

An Adressbüros geknüpft Utopien, die über diese Träume von einer effizienter polizierten Gesellschaft hinausgingen, lassen sich zumeist nur indirekt feststellen: so im Falle Renaudots, wenn dessen Gegner ihm vorwarfen, mit seinem Bureau der Gütergemeinschaft sowie der Häresie Vorschub zu leisten; deutlicher bei Samuel Hartlib, dessen »Office of Address« auch utopische Vorbilder hatte und Teil eines umfassenden Projekts zur Reform von Bildung und Sprache sein sollte. Auch bei Sumarans und Leibniz' Projekten lässt sich diese Tendenz, das Adressbüro als Bildungseinrichtung zu konzipieren, noch erkennen, während bei den meisten Realisierungen des 18. Jahrhunderts pragmatischere Vorstellungen im Vordergrund standen. Doch noch bei späteren Gründungen wie dem 1819 von Baron Karl von Steinau und Joseph Jüttner in Wien errichteten »Anfrage- und Auskunftcomptoir« wurde satirisch unterstellt, dieses Büro könnte Aussagen über die Zukunft treffen und damit allwissend sein.

Eine gewisse Bedeutung hatten die Adressbüros dadurch, dass sie mit ihrer registerbasierten Vermittlungstätigkeit als Wegbereiter der »Medialisierung« zwischenmenschlicher Beziehungen angesehen werden können. Sie trugen bei zu jenem »Prozess der Durchdringung des menschlichen und gesellschaftlichen Lebens mit (medien)vermittelter Kommunikation«, als den der Kommunikationshistoriker Jürgen Wilke »Medialisierung« beschrieben hat.¹⁴

Im Vergleich zu einem Markt, auf dem Käufer und Verkäufer direkt aufeinander treffen, fand in den Adressbüros die Vermittlung indirekt statt. Das schriftliche Register trat zwischen jene, die Informationen zur Verfügung stellten, und jene, die Informationen suchten; es waren die Register, die – frei nach Rudolf Schlögl¹⁵ – »Vergesellschaftung unter Abwesenden« ermöglichten. Zu einem gewissen Grad wurde Kommunikation dadurch entzeitlicht: Sie war nicht abhängig vom direkten Aufeinandertreffen der beiden Parteien, sondern deren Anliegen konnten zu den Öffnungszeiten der Adressbüros eingesehen werden. Nur der endgültige Vermittlungsakt fand dann, ohne dass die Adressbüros einbezogen wurden, wieder mittels konventioneller Face-to-Face-Kommunikation statt.

Zu einer Enträumlichung von Kommunikation kam es, wenn überhaupt, dann nur partiell: Auf Seite der Informationseinbringer dann, wenn das Angebot schriftlich mit Hilfe eines Boten eingebracht wurde; auf diese Weise brauchte der Informationseinbringer das Adressbüro nicht zu betreten, um sein Angebot bekanntzumachen. Auf Seiten der Informationssuchenden kam

¹⁴ Jürgen Wilke, *Vom stationären zum mobilen Rezipienten. Entfesselung der Kommunikation von Raum und Zeit – Symptom fortschreitender Medialisierung*. In: *Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte*, Nr. 6, 2004.

¹⁵ Rudolf Schlögl, *Kommunikation und Vergesellschaftung unter Anwesenden*. In: Ders. (Hrsg.), *Interaktion und Herrschaft*. Universitätsverlag Konstanz 2004.

es zu einer begrenzten Enträumlichung dann, wenn es ein Anzeigen- oder Intelligenzblatt gab, das dank der Vervielfältigung des Drucks an den Wohnorten der Informationssuchenden durchgesehen werden konnte. Auch diese Enträumlichung war jedoch nur begrenzt, da auf Grund der Anonymisierung der Registerauszüge die vollständige Information, insbesondere Namen und Wohnort der Personen, nur im Protokoll des Büros eingesehen werden konnte. Das Adressbüro blieb somit der privilegierte Ort der Vermittlung; wer etwas auszutauschen gedachte, musste sich dorthin begeben. Die Informationen wurden an einem zentralen Ort gesammelt und konnten durch persönliches Erscheinen im Adressbüro abgerufen werden. In der Nutzung der Adressbüros mischten sich also direkte und indirekte, synchrone und asynchrone Kommunikation.

Die Geschichte der Adressbüros kann heute, zu Beginn des digitalen Zeitalters, als Teil einer Vorgeschichte der Internetsuchmaschinen beschrieben werden, die ähnlich ambivalent zwischen Kommerzium und Gelehrsamkeit, zwischen Diskretion und obrigkeitlicher Inanspruchnahme oszillieren.¹⁶ Selbstverständlich soll damit kein teleologisch ausgerichtetes Geschichtsverständnis vertreten werden, das eine direkte, zwangsläufige Entwicklungslinie von dem einen zum anderen Medium konstruiert. Jedoch hilft der Rückgriff auf die Frühe Neuzeit vielleicht, aktuelle Problemlagen besser in den Blick zu bekommen. Immerhin generieren Suchmaschinen ähnliche Utopien wie seinerzeit die Adressbüros, die den Zugang zum Wissen der Welt ermöglichen wollten und zugleich kommerzielle Unternehmungen waren.

¹⁶ Vgl. Thomas Brandstetter / Thomas Hübel / Anton Tantner (Hrsg.), *Vor Google. Eine Mediengeschichte der Suchmaschine im analogen Zeitalter*. Bielefeld: transcript 2012.