ANDREAS GRAF

Die Ursprünge der modernen Medienindustrie:

Familien- und Unterhaltungszeitschriften der Kaiserzeit (1870–1918) [1]

(mit einem Beitrag von Susanne Graf)

[1] Der Beitrag ist erstmals erschienen in: Geschichte des deutschen Buchhandels im 19. und 20. Jahrhundert. Hg. v. Georg Jäger. Bd. 1: Das Kaiserreich 1871–1918. Teil 2. Frankfurt am Main: MVB Marketing- und Verlagsgesellschaft des Buchhandels GmbH 2003, S. 409–522. Die vorliegende Fassung wurde korrigiert und erweitert. Letzte Revision: 14. Februar 2023

INHALT

1. Entwicklungsbedingungen des Zeitschriftenmarktes 3

1.1 Sozial-ökonomische Voraussetzungen 4
(Statistik, Differenzierung, Konzernbildung, Autoren)
1.2 Gesetzliche Voraussetzungen 9
(Preßgesetze, Zeitungsstempel, Postzwang)
1.3 Vertriebsweisen 11
(Abonnement, Postvertrieb, Kolportage, Einzelverkauf, Straßenhandel)

2. Familienzeitschriften 21

2.1 Typische Formen 24
(Die Gartenlaube, Der Hausfreund, Ueber Land und Meer / Das Buch für Alle, Westermanns Monatshefte / Vom Fels zum Meer, Daheim, Religiöse Familienzeitschriften)
2.2 Romane und Erzählungen 31
2.3 Familienblattmoral 35
2.4 Rezeptionszeugnisse 38

3. Kinder- und Jugendzeitschriften (von Susanne Pellatz) 41

3.1 Marktstrukturen 41
3.2 Publikationsformen und Gattungen 45
(Verlagspublikationen, Vereinspublikationen, Beilagen)
3.3 Marktstrategien 49
(Traditionelles Zeitschriftenkonzept, Moderne ästhetisch-literarische Bildungszeitschrift)

4. Hausfrauen- und Modezeitschriften 53
(Modezeitschriften, Hausfrauenzeitschriften)

5. Illustrierte Unterhaltungspresse 60

5.1 Illustrierte 60
5.2 Illustrationen 67
(Techniken, Bilderhandel)

6. Witzblätter 71
(Kladderadatsch, Fliegende Blätter, Meggendorfer Blätter, Simplicissimus, Ulk, Jugend, Erotik und Satire)

7. Romanzeitschriften 84
(Deutsche Roman-Zeitung, Bibliothek der Unterhaltung und des Wissens)

8. Sonderformen 91

8.1 Versicherungszeitschriften 91
8.2 Beilagen-Blätter 94
8.3 Feuilleton-Korrespondenzen 98

Literatur/Quellen 107

1. Entwicklungsbedingungen des Zeitschriftenmarktes

Die Familien- und Unterhaltungszeitschriften gewannen in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts „eine Bedeutung, die der heutigen des Fernsehens vergleichbar ist";[2] mit ihnen begann das Zeitalter der Massenmedien und damit das Bedürfnis nach und die Möglichkeiten zu einer breiten Unterhaltung. Die historisch entscheidende Schwelle war die Revolution von 1848/49; der Brockhaus von 1855 vermerkt, von den Zeitschriften der Vormärzzeit hätten allein solche überlebt, die „bloße Unterhaltungstendenzen verfolgen".[3]

Unterhaltung ist im literarischen Bereich, wie Hügel überzeugend dargelegt hat, weniger mit einer bestimmten Textsorte verbunden als mit einer Leseeinstellung, „die einen bestimmten Mediengebrauch und kein bestimmtes Objekt voraussetzt."[4] Indem die Familienblätter „Lesen und Unterhaltung als soziale Funktion durchsetzten",[5] konnte Unterhaltung zu einer autonomen, sozial neutral bewerteten Haltung werden; auch die informierenden, ‚bildenden' Beiträge sind grundsätzlich unterhaltend: „Die Familienzeitschrift begreift sich als ein einheitliches Medium. Sie weiß, daß ein Medium Botschaft nicht nur hat, sondern ist. Zum ersten Mal gibt es ein Medium, das nicht nur ein Programm hat, sondern Programm macht. […] Unterhaltung ist in der ‚Gartenlaube' nicht nur keine der Belehrung dienende Funktion, sie ist auch keine partielle Funktion mehr. Sie trägt vielmehr das ganze Medium."[6]

Augenfälligste Aspekte dieser umfassenden Unterhaltungsfunktion waren Illustrationen[7], Sachbeiträge und Erzähltexte. Neben Familienzeitschriften gab es noch eine Reihe anderer Unterhaltungszeitschriften, die nicht minder verbreitet waren; zum Genre der Unterhaltungszeitschriften zählen grundsätzlich alle Blätter, für die Unterhaltung des Lesepublikums oberstes Ziel war; sie waren keine Fachperiodika und dienten erst in zweiter Linie Zwecken wie Mode, Belehrung, Information, Erbauung u. ä.[8] Unterhaltungszeitschriften lassen sich nach Adressaten (Familie, Kinder und Jugendliche, Frauen, Männer), thematischen Schwerpunkten (Mode, Haushalt, Witz, Roman) und einer speziellen Aufmachung (Illustrierte) differenzieren. Illustrationen hatten als zentrales unterhaltendes und gattungsprägendes Element allerdings eine große Bedeutung für alle unterschiedlichen Ausprägungen der Gattung.

Für eine Gattungszuweisung sind die Untertitel der Zeitschriften ein wichtiger Anhaltspunkt; eine Autopsie bleibt dennoch unverzichtbar. Leider lassen die wichtigen Verzeichnisse von Estermann (1850–1880) und Dietzel/Hügel (1880–1945) keine Identifikation der Gattungen zu, da die Register keine Untertitel verzeichnen.[9] Aussagen zu Zeit*schriften*[10] sind immer wieder angewiesen auf die Forschungen zur Zeit*ung*sgeschichte; wenn auch die Ergebnisse nicht in jedem Fall übertragbar sind, sind sie doch unabdingbar zur Einschätzung auch der Zeitschriften-Situation.

---

2 Schrader, Autorfedern unter Preß-Autorität, S. 3

3 Artikel „Zeitungen und Zeitschriften" in: Brockhaus Conversation-Lexikon, Bd. 15,2 (1855)

4 Hügel, Unterhaltung durch Literatur, S. 96

5 Hügel, Unterhaltung durch Literatur, S. 103

6 Hügel, Unterhaltung durch Literatur, S. 104/105

7 Am Beispiel einer *Gartenlaube*-Illustration von 1877 erläutert Hügel die Emanzipation der Unterhaltungs–funktion (ebd. S. 105–107).

8 Auch bei den Fachzeitschriften war der Unterhaltungsanteil häufig nicht gering; verläßliche Zahlen hierüber gibt es mangels Forschungsliteratur aber nicht.

9 Ein Nachtragsband mit einem Untertitelregister, anhand dessen sich sämtliche dort auftauchenden Hauptbegriffe (z. B. Familie o. ä.) auffinden ließen, bleibt ein wichtiges Desiderat.

10 Zur Begriffsbestimmung vgl. Lehmann, Einführung in die Zeitschriftenkunde, S. 45–81

1.1 Sozial-ökonomische Voraussetzungen

(Statistik, Differenzierung, Konzernbildung, Autoren)

Statistik

Für die Entwicklung des Zeitschriftenwesens war die Gewerbefreiheit (seit 1869) ein wichtiger Markstein[11]. Drahn schätzte, daß es zu Beginn der 1870er Jahre „10- bis 50mal soviel Abnehmer“[12] von Zeitschriften gab wie in der Zeit vor 1850. Und von 1870 bis 1913 verzehnfachte sich der Absatz von Zeitungen und Zeitschriften erneut.[13] Eine Ursache hierfür, nämlich den Wandel des sozialen Ortes und der konkreten Umstände, also den Beginn der *privaten* Zeitschriftenlektüre, hatte Wuttke bereits 1866 konstatiert: „Gar mancher Geselle hält sich, um am Abende etwas zu lesen zu haben, sein Blättchen. […] Früher gingen die Unterhaltungsblätter in Lesekränzchen und in die öffentlichen Wirtschaften, die jetzigen werden von den Familien gehalten.“[14] Gegen Ende des Jahrhunderts schließlich meinte R. Schmidt-Cabanis ironisch zur Popularität der Zeitschriften: „vom *A*bdecker bis zum *Z*wirnfabrikanten […] ist kein Stand ohne ein ‚seine Strebungen vertretendes Organ‘. Der Brauer hat sein ‚Hopfenzeitung‘, der Schlächter hat sein ‚Wurstblatt‘ […]; der Arbeiter hat seine Arbeiter-Zeitung, der Rentier hat seine (Börsen-) Papier-Zeitung; das Baby hat seine ‚Jugendzeitschrift‘ und sogar der Verstorbene hat noch seine ‚Sphinx‘ oder irgend ein anderes Journal für über- resp. Unterirdische vierdimensionale Interessen.“[15] Gab es 1868 noch insgesamt 748 Zeitschriften in Deutschland (Tab. 1, Sp. 6), hatte sich diese Zahl in 15 Jahren (1883) mit 1332 Titeln nahezu verdoppelt; weitere 15 Jahre später (1897) war mit insgesamt 4571 Titeln eine Steigerung um beinahe das Dreifache zu verzeichnen; die meisten Zeitschriften gab es kurz vor dem Ersten Weltkrieg (1913): 6689 Titel stellten gegenüber den Zahlen 16 Jahre zuvor nochmals eine Steigerung um 68% dar![16] Der Anteil der Unterhaltungsblätter am Gesamtzeitschriftenmarkt (Tab.1, Sp. 5 u. 7) stieg nach anfangs etwa 7% mit den 1880er Jahren auf etwa 10% und in den 90er Jahren kontinuierlich weiter bis auf 12,6% im Jahr 1903; in den Jahren vor dem Ersten Weltkrieg lag er zwischen 10,4 und 11,3%.[17]

Die einzelnen Sparten entwickelten sich wie folgt (Tab.1, Sp. 1–4)[18]: 1887 entfielen von 278 Zeitschriften aus dem Gesamtbereich der Unterhaltung auf deren engeres Feld 149 (53%), 52 (19%) waren Frauen-, Haus- und Modeblätter, 41 (15%) Literatur- und 36 (13%) auf Jugendzeitschriften; 1897 waren von 507 Unterhaltungsblättern 210 (42%) allein der Unterhaltung gewidmet, 113 (22%) waren Frauen-, 117 (23%)Literatur- und 67 (13%) Jugendzeitschriften; 1907 waren es 642 Unterhaltungsblätter, davon 219 (34%) reine Unterhaltungs-, 188 (30%) Frauen-, 144 (22%) Literatur- und 91 (14%) Jugendzeitschriften; und 1914 schließlich entfielen von 724 Unterhaltungsblättern auf die Sparten Unterhaltung 227 (31%), Frauen 215 (30%), Literatur 161 (22%) und Jugend 121 (17%). Während in diesen 30 Jahren die jeweils anteilige Menge der Jugend- und Literaturzeitschriften an der Unterhaltungssparte relativ stabil geblieben ist (13 bis 17% bzw. 16 bis 22%), spiegelt die Zunahme der Frauen-, Haus- und Modeblätter von weniger als einem Fünftel auf nahezu ein Drittel die zunehmende Ausdif-

---

[11] Seit 1869 galt die Gewerbefreiheit in Preußen. In anderen Ländern wurde sie teilsweise schon bedeutend früher wirksam, etwa in Sachsen 1862. Zu den Auswirkungen dieser Unterschiede beispielsweise auf die Entwicklung des Kolportagewesens vgl. Graf, Kolportage bei Münchmeyer und anderswo (I), S. 5

[12] Drahn, Geschichte des deutschen Buch- und Zeitschriftenhandels, S. 26

[13] Drahn, Geschichte des deutschen Buch- und Zeitschriftenhandels, S. 68

[14] Wuttke, Die deutschen Zeitschriften und die Entstehung der öffentlichen Meinung, S. 53

[15] In: Ueber den Einfluß des Zeitungswesens auf Litteratur und Leben (1891): S. 25/26

[16] Die Zahlen für die Jahre 1868 und 1882/83 sind weniger repräsentativ als die der späteren Jahre; zur grundsätzlichen Problematik vgl. Lorenz, Die Entwicklung des Zeitschriftenwesens, S. 47

[17] Abweichende Zahlen bei Lorenz, Die Entwicklung des deutschen Zeitschriftenwesens, S. 47 (in Lorenz’ Gruppe „Unterhaltungs-, Frauen- und Familienblätter“ fehlen u. a. die Kinder- und Jugendblätter und die Belletristik)

[18] Angaben hier nur, insoweit die Rubriken der zeitgenössischen Verzeichnisse (Haendel, Sperling, Mosse) diese Differenzierung erlauben; Daten zu den Witzblättern beispielsweise sind auf diese Weise nicht zu erlangen.

ferenzierung des Zeitschriftenmarktes in dieser Zeit; sie fand ihren Ausdruck u. a. in einem neuen Typ von Hausfrauenzeitschrift, der durch ein sich breit entwickelndes Zusammenspiel diverser Kopfblätter und Beilagen die Bedürfnisse heterogener Publika zu befriedigen suchte.

Tab.1:
Unterhaltungs-, Frauen-, Literatur- und Jugendblätter in Deutschland (1868–1922)

	1	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**
Jahr	*Frauen**	*Unterhaltung*	*Literatur***	*Jugend*	***Summe***	*Zs insgesamt*	*Anteil %*
1868	–	49	–	4	**53**	748	**7,1**
1882/83	–	85	–	7	**92**	1332	**13,8**
1887	52	149	41	36	**278**	2727	**10,2**
1888	53	143	44	42	**282**	2980	**9,5**
1889	65	160	50	48	**323**	3202	**10,1**
1890	62	169	67	55	**353**	3441	**10,3**
1891	69	183	72	58	**382**	3536	**10,8**
1892	78	195	78	56	**407**	3742	**10,9**
1893	70	193	85	61	**409**	3829	**10,7**
1894	87	192	92	63	**434**	4033	**10,8**
1895	93	196	100	63	**452**	4327	**10,4**
1897	113	210	117	67	**507**	4571	**11,1**
1898	135	216	115	68	**534**	4702	**11,4**
1900	142	239	138	72	**591**	5131	**11,5**
1901	143	287	173	83	**686**	5545	**11,4**
1903	146	297	191	84	**718**	5717	**12,6**
1905	163	250	130	93	**636**	5715	**11,1**
1907	188	219	144	91	**642**	5747	**11,2**
1909	186	217	142	92	**637**	5861	**10,9**
1910	175	217	138	89	**626**	6042	**10,4**
1911	186	225	152	92	**655**	6178	**10,6**
1913	209	230	165	111	**715**	6689	**10,7**
1914	215	227	161	121	**724**	6421	**11,3**
1922	156	156	87	78	**477**	4802	**9,9**

* Frauen-, Haus- u. Modeblätter
** Literaturblätter, Revuen, Akad. Blätter (1893–98 auch: Zeitungswesen)
Quelle: Lorenz, Die Entwicklung des dt. Zeitschriftenwesens, S. 35–41 (= korrigierte Zahlen auf der Grundlage von Haendel, Inseraten-Versendungs-Liste 1868 u. 1882/83 sowie Sperlings Adreßbüchern 1887ff.)

Zum Hauptverlagsort für deutschsprachige Zeitschriften entwickelte sich im Verlauf der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts Berlin; dort erschienen 1902 18% aller Zeitschriften, in Leipzig nur noch 7,8%, während 1841 beide Städte mit je 14% noch gleichbedeutend gewesen waren. Sogar in Wien (14,5%) kamen 1902 fast doppelt so viele Zeitschriften heraus wie in Leipzig. Insgesamt erschienen nach der Jahrhundertwende nahezu 60% aller Zeitschriften in den 11 Städten Berlin, Leipzig, München (4,9%), Stuttgart (2,3%), Hamburg (2,2%), Dresden (1,9%) sowie Düsseldorf-Köln, Frankfurt/Main, Wien und Zürich (4,9%).[19]

Differenzierung
Mit Beginn der 1870er Jahre begann sich das Spektrum der Unterhaltungszeitschriften aufzufächern: neben den Zeitschriften selbst und gratis mitgelieferten speziellen Beilagen entstand der neue Zeitschriftentypus der Unterhaltungsbeilage für Tages- und Wochenzeitungen, wie ihn etwa Hermann Schönlein mit seinem *Illustrirten Unterhaltungs-Blatt* (seit 1873) und dem *Illustrirten Sonntags-Blatt* (seit 1874) geschaffen hat. Außerdem entstand nach französischem Vorbild der Typus der Revue; als deren Musterbeispiel gilt für Deutschland Rodenbergs *Deut-*

[19] Lorenz, Die Entwicklung des deutschen Zeitschriftenwesens, S. 54 (Tab. 9)

sche Rundschau (1.1874–68.1941/42), doch waren bereits *Westermann's illustrierte deutsche Monatshefte* (1.1856/57–87.1942/43) weitgehend an dieses Konzept angelehnt.
Um der Stempelsteuer zu entgehen, wurde schon früh die Entwicklung verschiedener Ausgaben einer Zeitschrift vorangetrieben; dadurch hatten manche Verlage im Jahr 1874, als die Stempelsteuer endgültig abgeschafft wurde, einen Erfahrungsvorsprung, auf den sie zurückgreifen konnten. Vor allem große überregionale Blätter (z. B. die *Gartenlaube*) erschienen bereits vor 1870 in verschiedenen Ausgaben: neben Wochenheften gab es zweiwöchentliche, monatliche o. a. Ausgaben. Viele etablierte Zeitschriftenverlage (Keil, Hallberger, Payne u. a.) nutzten diese zunächst aus steuerlichen Gründen entwickelte vertriebliche (und teils bereits redaktionelle) Differenzierung aus, um dem zunehmenden Konkurrenzdruck neuer Blätter, Beilagen und Konzepte mit einer auf sozial unterschiedliche Publika abgestimmten Erscheinungsweise – und damit einem attraktiven Angebot für potentielle Inserenten – zu begegnen. Die *Gartenlaube* beispielsweise erschien 1890 in drei verschiedenen Ausgaben (mit einer Gesamtauflage von 285.000): die Wochenausgabe, die im Abonnement vierteljährlich 1,60 M kostete, wurde ergänzt durch eine Monatsausgabe (14 Hefte pro Jahr zum Preis zu je 50 Pfg.) und eine vierzehntäglich erscheinende sogenannte „Halbheftausgabe" (28 Hefte pro Jahr zu je 25 Pfg.)[20]. Während die drei *Gartenlaube*-Ausgaben im gleichen (Quart-) Format erschienen, wurde in *Ueber Land und Meer*, das sogar in sechs Varianten erschien, die Differenzierung auch über das Format augenfällig: die Folio-Ausgabe im Zeitungsformat gab es in drei Varianten als Wochenschrift (3 Mark vierteljährlich), vierzehntäglich (26 Hefte zu je 50 Pfg.) sowie (seit 1887) als wöchentliche „Künstler-Ausgabe" auf Velinpapier (6 Mark im Vierteljahr); außerdem wurde seit 1884 eine kleinerformatige Oktav- bzw. „Salon"-Ausgabe produziert, die vierzehntäglich 50 Pfg. oder monatlich 1 M pro Heft kostete.[21] Die „Salon-Ausgabe" im Quartformat war zweispaltig gedruckt, „vornehm" layoutet und glich eher anspruchsvolleren Unterhaltungsmagazinen wie *Vom Fels zum Meer*, *Westermanns illustrirte deutsche Monatshefte* oder *Nord und Süd*. Zusätzlich gab es unter dem Titel *Neue illustrierte Zeitung* seit 1873 eine österreichische Ausgabe von *Ueber Land und Meer*. Auch von *Schorers Familienblatt* gab es seit 1885 neben der Wochenausgabe eine monatlich erscheinende „Salonausgabe". Auf diese Weise wurden verschiedene Märkte und Öffentlichkeiten mit ein und derselben Zeitschrift bedient, die ihr Erscheinungsbild dem jeweiligen Publikum anpaßte. Von der Mode- und Frauenzeitschrift *Bazar* gab es seit 1878 eine Separatausgabe für Putzgeschäfte mit dem Titel *Illustrierte Coiffure*[22], und Wachenhusens *Hausfreund* erschien 1889 mit den vier Titelausgaben *Berliner*, *Erholungsstunden*, *Nah und Fern* und *Breslauer Sonntagsblatt* (1.1881/82 – 20.1900/01).[23] Der Konkurrenzdruck auf dem Zeitschriftenmarkt kurz vor der Jahrhundertwende war groß. Die zwei Autoren eines Handbuchs „für die Organisation eines Zeitschriften-Verlages"[24] empfahlen 1899 für *Fach*zeitschriften Werbetechniken wie Probenummernversendung, Preisausschreiben, Changeinserate, Abonnentensammler, Prämien, Preisrätsel u. s. w., wie sie in den Jahrzehnten zuvor weitgehend exklusiv nur von den großen Familienzeitschriften praktiziert worden waren: für diese wiederum galten die geschilderten Maßnahmen nun als veraltet.

Konzernbildung

Makroökonomischer Ausdruck der Zeitschriftendifferenzierung und zugleich deren stärkster Katalysator ist die gegen Ende des Jahrhunderts einsetzende Konzernbildung.[25] Die drei großen Konzerne Mosse, Ullstein und Scherl, die nun das publizistische Verlagswesen in Deutschland

---

[20] Sperling, Adreßbuch 31. Jg. (1890), S. 154
[21] Sperling, Adreßbuch 31. Jg (1890), S. 158
[22] Sperling 30.1889
[23] Sperling 30.1889
[24] Bärwinkel / Webel, Die Praxis des Zeitschriften-Verlegers, S. IV
[25] Konzerne vereinigten, v. a. durch Zukauf aus anderen Verlagen, mehrere Blätter unter einem Dach, setzten v. a. auf das Massengeschäft und drangen, ausgehend vom Berliner Lokalmarkt, in das überregionale Geschäft vor.

entscheidend mitzustimmen begannen, waren zunächst Zeitungskonzerne, die alle drei mit einem zweiten Schritt zur Gründung auch von Zeitschriften übergingen.
Rudolf Mosse verbrachte seine Lehrjahre seit 1864 als Anzeigenwerber für die Leipziger Firma Apitsch, die für Keils *Gartenlaube* zum Jahrespreis von zwei Talern einen *Allgemeinen Anzeiger* herausbrachte. Dieser Anzeigenteil bildete die Grundlage der bedeutenden wirtschaftlichen Interessen, die hinter den Schützen-, Sänger- und Turnerfesten standen, deren Chronik die *Gartenlaube* u. a. war.[26] „Im Auftrag seines neuen Arbeitgebers reiste Rudolf Mosse in den folgenden Jahren quer durch Deutschland, Österreich und die Schweiz, um Geschäftsleute für Annoncen im Anzeigenteil der *Gartenlaube* zu interessieren".[27] Eine eigene Annoncen-Acquisition, die er 1867 gründete, wurde die ökonomische Grundlage für seinen Konzern; später vermittelte er auch Anzeigen für die beiden satirischen Zeitschriften *Figaro* und die *Fliegenden Blätter*. „Mosse führte das Prinzip der Pachtung ganzer Inseratenteile ein",[28] d.h. die Zeitschriften- und Zeitungsverlage kümmerten sich nicht mehr selbst um Annoncen-Acquise u. s. w., sondern übergaben Mosses Agentur den gesamten Inseratenbereich – der ökonomisch immer wichtiger wurde, weil die aufgrund des Konkurrenzdrucks notwendigen Preissenkungen der Abonnements durch Inserateinnahmen aufgefangen werden mußten. Mit dem 1871 von Mosse gegründeten *Berliner Tageblatt*, das von dem 48er-Revolutionär und Kriminalschriftsteller Adolf Streckfuß redaktionell betreut wurde, begann der redaktionelle Aufstieg seines Zeitungsimperiums. Im Jahr 1872 gliederte er der Zeitung die populäre humoristische Zeitschrift *Ulk* an, die anfangs auch extra bezogen werden konnte und in den ersten Jahren eine höhere Auflage gehabt haben soll als die Zeitung selbst. Mit weiteren Zeitschriften als Gratisbeilagen steigerte Mosse im Lauf der Jahre die Attraktivität seiner Zeitung: u. a. kamen 1888 der wissenschaftlich-literarische *Zeitgeist*, 1899 *Haus Hof Garten* und 1902 der illustrierte *Weltspiegel* dazu. Erst mit den 90er Jahren ergänzte Mosse sein Verlagsprogramm durch eine Reihe eigenständiger Zeitschriften.
Leopold Ullstein gründete 1878 die *Berliner Zeitung*, 1887 kam die *Berliner Abendpost* und 1891 die Wochenzeitschrift *Berliner Illustrirte Zeitung* dazu. Beide erstgenannten Zeitungen sind Beispiele dafür, dass zu einer Zeit, als das Abonnementssystem noch nahezu uneingeschränkte Geltung hatte, Rationalisierungsmöglichkeiten nur in Standardisierungen des herkömmlichen Vertriebs lagen: „Man nahm der Post einfach die Sortierung der Zeitungen nach Bestellorten und die Verpackung unter Streifband ab, so daß die Exemplare ohne lange Verzögerung durch den Postbetrieb direkt an die Bahnzüge geliefert werden konnten."[29] Auch bei Ullstein kamen eigene Zeitschriften erst in einem zweiten Schritt ins Programm: 1905 gelangte mit *Dieses Blatt gehört der Hausfrau* die erste große Frauenzeitschrift in den Besitz des Unternehmens, daraus entwickelte sich später die *Praktische Berlinerin* und die *Ullstein-Schnittmuster*. Die *Illustrierte Frauen-Zeitung* und die *Modenwelt* kamen 1911 dazu.

August Scherl, der seine Laufbahn in der Kolportagebuchhandlung seines Vaters begann, brachte seit 1883 in Berlin den *Berliner Lokal-Anzeiger* heraus, der sich ausschließlich über Inserate finanzierte und durch zweitausend Boten gratis an alle Berliner Hausbesitzer verteilt wurde. Damit war die Generalanzeiger-Presse erfunden: „Die zunächst skeptische Konkurrenz mußte Scherl neidlos zugestehen, daß ihm etwas Neues gelungen war."[30] Scherls Konkurrenz mit Ullstein wurde 1900 durch einen bis 1914 geltenden „Freundschafts- und Konkurrenzausschluß-Vertrag" beigelegt; zuvor hatte Scherl seine äußerst erfolgreiche illustrierte Wochenzeitschrift *Die Woche* begründet, die erstmals hauptsächlich auf die Fotographie setzte und damit in Deutschland Maßstäbe setzte für eine moderne Illustrierte. Deren Erfolg ermutigte Scherl offenbar zum Einstieg in das Zeitschriftengeschäft: er erwarb 1904 die *Gartenlaube*.

---

[26] Koszyk, Deutsche Presse im 19. Jahrhundert, S. 280
[27] Kraus, Rudolf Mosse, S. 78
[28] Koszyk, Deutsche Presse im 19. Jahrhundert, S. 280
[29] Koszyk, Deutsche Presse im 19. Jahrhundert, S. 285
[30] Koszyk, Deutsche Presse im 19. Jahrhundert, S. 293

Autoren

Der expandierende Zeitschriftenmarkt war eine einmalige Chance für tausende von Autoren und Autorinnen: erstmals entwickelte sich in Deutschland ein wirklicher Massenmarkt und damit die Möglichkeit, ernsthaft mit literarischem Schreiben seinen Lebensunterhalt zu bestreiten. Die an der Anzahl der Leihbibliotheken orientierten Buchauflagen hatten dies zuvor kaum für mehr als ein paar Handvoll Schriftsteller gewährleisten können. Nun bot die Vielfalt der Publikationen zahlreiche Abdruckmöglichkeiten für unterschiedlichste Texte. Allerdings war von den Autoren hierbei eine aktive, moderne Mittätigkeit gefordert: man konnte sich nicht mehr darauf verlassen, daß ein einmal geknüpftes Netzwerk Jahrzehnte tragen würde; mit der Professionalisierung des Schriftstellerstandes – die Berufsfelder Journalist, Fachredakteur, Lektor, Korrektor, Werbetexter („Reklameschriftsteller"), Schriftleiter, Herausgeber, Verleger, Buchhändler u. s. w. entwickelten sich auseinander – wanderten Redakteure von Zeitschrift zu Zeitschrift, wurden abgeworben oder gründeten eigene Blätter, die häufig genug nach wenigen Jahren wieder eingingen. Diese Situation erforderte von den Autoren eine neue Aufmerksamkeit für den Markt und seine Bewegungen; je genauer sie damit vertraut waren, desto eher konnten sie darauf rechnen, ihre Texte irgendwo unterzubringen.

Die Honorare der großen Unterhaltungszeitschriften und Tageszeitungen wurden in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts die Haupteinnahmequelle vieler Autoren[31]; die geringe Höhe der durchschnittlichen Buchauflagen ließ Buchverlagshonorare, die existenzsichernd gewesen wären, nicht zu.[32] „Zeitungen und Zeitschriften zahlten, meist pünktlich und sogar gut, jedenfalls wesentlich mehr, als jeder Verlag für ein Buch zu zahlen imstande und willens war."[33] Karl May z. B. arbeitete in seinen Anfangsjahren als Redakteur für verschiedene Unterhaltungszeitschriften bei den Verlagen Münchmeyer (1875/76) und Radelli (1878/79),[34] und Peter Rosegger verschaffte sich durch seine eigene Familienzeitschrift *Heimgarten* (1876ff.) eine feste ökonomische Basis, die zugleich zum bevorzugten Publikationsort des Autors wurde. Emil Dominik, der Vater des späteren Erfolgsautors Hans Dominik, betrieb anfangs eine Kolportagebuchhandlung in Stettin, wurde Mitarbeiter einer Reihe angesehener Zeitschriften und dann Chefredakteur der *Deutschen Illustrirten Zeitung* (Berlin 1.1884/85–3.1886/87); als diese nach drei Jahren in *Ueber Land und Meer* aufging, nahm er deren Abonnenten zum großen Teil mit zu der neugegründeten illustrierten Wochenschrift *Zur guten Stunde* (Berlin: Bong 1.1887/88 – 32.1918/19), „die schon 1888 achtzigtausend Abonnenten hatte".[35] Sein Sohn berichtet: „Meine Eltern machten in diesen Jahren ein literarisches Haus",[36] in dem unterschiedliche (Zeitschriften-)Autoren wie Th. Fontane und N. v. Eschstruth verkehrten. Theodor Fontane – der sein Leben lang mit Redakteuren und Journalisten verkehrte, zeitweilig selbst mit dem Gedanken an eine Zeitschriftengründung spielte, zehn Jahre lang „unechte Korrespondenzen" verfaßte und überdies als Theaterkritiker viele Jahrzehnte Woche für Woche in der Redaktion der *Vossischen Zeitung* erscheinen mußte – ist ein typisches Beispiel für eine fruchtbare schriftstellerische Arbeitsbeziehung zu den diversen Unterhaltungs- und Literaturzeitschriften. Nicht zuletzt das Gelingen des hierzu nötigen Balanceaktes kennzeichnet die bemerkenswerte Stellung dieses Autors im Literaturbetrieb. „Er wußte seinem Talent am Ende den Wirkungsraum zu verschaffen, den es benötigte und den es auszufüllen verstand, wann immer er über ihn verfügte."[37]

Auch eine neue Generation von Zeichnern, Holzschneidern und Lithographen fand Beschäftigung durch die illustrierten Zeitschriften, v. a. durch die immer kürzer werdenden technischen

---

[31] Zum Zeitungsvorabdruck vgl. Bachleitner, Romanautoren und Feuilletonmarkt, in: ders., Kleine Geschichte des deutschen Feuilletonromans, S. 75–78

[32] Vgl. z. B. die Honorartabelle bei Graf, ‚Wenn eine Arbeit fertig ist, wird sie eben zur Waare', S. 220

[33] Berbig, Theodor Fontane im literarischen Leben, S. 100

[34] Ueding, Karl-May-Handbuch, S. 86–90

[35] Dominik, Vom Schraubstock zum Schreibtisch, S. 19

[36] Dominik, Vom Schraubstock, S. 20

[37] Dominik, Vom Schraubstock, S. 103

Innovationszyklen der Bildreproduktionsverfahren. Sogar ausgesprochene Gegner dieser Entwicklung konstatierten 1873: „Bedeutende Talente fanden bei den illustrirten Zeitungen so reichen Lohn und einen so ausgedehnten Wirkungskreis, daß sie Pinsel und Palette verließen, um als Zeichner der Kriegsereignisse, als Illustratoren der Haupt- und Staatsactionen, Volksfeste, Ausstellungen u. s. w. ausschließlich zu arbeiten. Mit ihnen wetteifern die Holzschneider, die im charakteristischen Holzschnitte, in der Nachahmung des Stiches, der Lithographie, ja der Gemälde Erstaunliches leisten.“[38]

1.2 Gesetzliche Voraussetzungen
(Preßgesetze, Zeitungsstempel, Postzwang)

Die Modernisierung des Zeitschriftenwesens war in wichtigen Bereichen, nicht nur anläßlich der Konzernbildung, zunächst gekoppelt an die Entwicklung der Tagespresse. Die Gesetzgebung unterschied kaum zwischen Zeitschriften und Zeitungen; polizeiliche Beschlagnahmeverfügungen betrafen nicht nur das Tagesschrifttum, sondern auch Wochen- oder Monatsperiodika, und die in erster Linie auf die Tageszeitungen zugeschnittenen Regulationsmittel wie Kautionspflicht, Zeitungsstempel und Postzwang hatten damit erhebliche Auswirkungen auch auf die Struktur des Zeitschriftenmarktes.

Preßgesetze
Die vormärzliche Vorzensur wurde 1854 per Bundesgesetz in ein System der mittelbaren Polizeikontrolle überführt, die sich letztlich als effektiver erwies.[39] Die Pressekontrolle ging vom Zensor auf Polizei- und Verwaltungsbehörden über, denen ein ganzes Bündel aufeinander abgestimmter Regulierungsinstrumente zur Verfügung stand: Solidarhaftung, praktische Vorzensur an Belegexemplaren, Kaution, Debitentzug, Drohung mit Widerruf der Konzession, administratives Verbot auswärtiger Schriften, flächendeckende Fahndungskoordination, Strafverfolgung über Landesgrenzen hinweg.[40] Neben der inhaltlichen Zensur galt mit dem Pressegesetz vom 12. Mai 1851 wieder die Konzessions- und Kautionspflicht für Zeitungen und Zeitschriften; Gründungen waren genehmigungspflichtig und es mußte eine hohe Kautionssumme hinterlegt werden, von der im Bedarfsfall die aufgrund von Verstößen gegen die Preßgesetze verhängten Geldstrafen bestritten wurden. „Die Verleger mußten dann binnen zwei Wochen die Kautionssumme wieder auffüllen.“[41] Daneben gab es weitere Eingriffsmöglichkeiten des Staates in das Zeitungs- und Zeitschriftenwesen wie die Herausgabe eigener Zeitungen, Gewährung von Amtsblatt-Eigenschaften, finanzielle Zuwendungen, Unterstützung bei der Gründung oder – wie im Fall des *Daheim* geschehen (s. u.) – Hilfen bei Erscheinen und Vertrieb. Presserechtlich gelten die Jahre von 1871 bzw. 1874 (neues Pressegesetz) und 1890 (Ende des Sozialistengesetzes) als bedeutsame Übergangszeit „zwischen den Epochen der Pressezensur und der Pressefreiheit.[42] Wetzel spricht angesichts von etwa 6000 Pressevergehen in diesen 17 Jahren von einer Epoche der „eingeengten Pressefreiheit“.[43] Danach läßt sich bis 1914 eine zunehmende Professionalisierung der staatlichen Pressepolitik verzeichnen, die von direkter Zensur weitgehend zu indirekter Beeinflussung überging, etwa durch bevorzugte Behandlung bestimmter Redaktionen. Das Ende des Sozialistengesetzes führte dann vor allem bei der parteilosen Presse zu einem Aufschwung, der sogar erheblich über dem der bislang staatlich bekämpften sozialdemokratischen Blätter lag.[44]

---

38 Der Görresverein zur Massenverbreitung guter Volksschriften, S. 4
39 Für die Zeiträume 1819–1849 und 1854–1874 vgl. zusammenfassend Siemann, Von der offenen zur mittelbaren Kontrolle; für die Kaiserzeit v. a. Wilke, Die periodische Presse im Kaiserreich
40 Siemann, Von der offenen zur mittelbaren Kontrolle, S. 298–305
41 Meyer, Zeitungspreise, S. 279
42 Wetzel, Kulturkampf-Gesetzgebung und Sozialistengesetz, S. 131
43 Wetzel, Kulturkampf-Gesetzgebung und Sozialistengesetz , S. 150
44 Hense, Kommunikationsobservanz in wilhelminischer Zeit, S. 153

Zeitungsstempel

Die Stempelsteuer, die in Deutschland bis 1874 und in Österreich während des gesamten in Rede stehenden Zeitraums wirksam war, bezog sich auf periodische, wöchentlich einmal oder öfter erscheinende Zeitschriften (mit Ausnahme der Fachzeitschriften)[45]; sie wirkte als indirekte Vertriebsbeschränkung („schwer lastete sie auf der Entwicklung neuer marktnaher Vertriebsmethoden“[46]) und führte damit zur langanhaltenden Dominanz des Abonnementsbezugs. „Dank unserer genialen Stempel-Erfindung muß in Preußen ein Jeder sich zu Anfang des Quartals mit Zeitungslektüre für drei Monate versorgen, wenn er nicht in die Bierhäuser gehen will, um zu erfahren, was in der Welt vorgeht“ schrieb 1868 bedauernd Hans Wachenhusen, der in Paris den freien Straßenhandel mit Zeitungen und Zeitschriften erlebt hatte.[47] Die Stempelsteuer wurde pro Exemplar und Zeitraum berechnet und ließ „einen Einzelverkauf mit täglich schwankender Auflagenzahl und verschieden hoher Zahl von Remittenden kaum zu“.[48] Das preußische Stempelsteuergesetz vom 1. Juli 1852 verbot, nach einer vorübergehenden Aufhebung des Verbots während der Revolution, gänzlich den Verkauf von Einzelstücken. Erst mit einer Gesetzesänderung konnten 1862 die Stempelgebühren für Zeitungen (und Zeitschriften) im Einzelverkauf überhaupt berechnet werden.[49] Deshalb wiesen die meisten Zeitungen und Zeitschriften lediglich den Abonnementspreis aus; von 276 über das ganze 19. Jahrhundert verteilten Zeit*ungen*, die Meyer untersucht hat, gaben nur 6,2% einen Einzelverkaufspreis an.[50] Zu den wenigen Zeitungen, die über einen längeren Zeitraum einen Einzelverkaufspreis angaben, gehörten die *Schlesische Zeitung* (s. u.) und die *Fränkische Tagespost*. Bei der *Fränkischen Tagespost* (1871–1971), einem der ältesten sozialdemokratischen Blätter Deutschlands, ist der Einzelverkauf ein Beleg einerseits für das Bestreben, neue und breitere Publikumsschichten zu erreichen, zum anderen für die besondere Gefährdungssituation der Partei, die praktisch jederzeit mit Repressionsmaßnahmen rechnen mußte.

Auch auf die Struktur des Zeitschriftenwesens hatte der Zeitungsstempel erhebliche Auswirkungen. Denn zur Umgehung der Stempelsteuer erschienen die meisten großen Familienzeitschriften in verschiedenen Ausgaben:[51] Die Wochenausgabe der *Gartenlaube* beispielsweise erreichte im Jahr 1868 in einer Auflage von 150.000, die Monatsausgabe wurde zusätzlich 110.000mal verkauft (1883: 127.000); *Ueber Land und Meer* hatte wöchentlich 55.000, monatlich 27.000 Abonnenten; und Paynes *Illustrirtes Familien-Journal* erreichte wöchentlich 40.000 Abnehmer, mit der Heftausgabe nochmals 10.000.[52] *Westermann's illustrirte deutsche Monatshefte* setzten auch aus diesem Grund vermutlich gleich von Anfang an auf monatliches Erscheinen.

Postzwang

Neben dem Zeitungsstempel war auch der sogenannte Postzwang ein bedeutsames, für den vorliegenden Zusammenhang bislang kaum beachtetes rechtliches Institut. Nach dem Reichspostgesetz vom 28. Oktober 1871 hatte die Post das Beförderungsmonopol für Zeitungen politischen Inhalts, die öfter als einmal wöchentlich erschienen; dabei war ausdrücklich verfügt, daß keine Zeitung vom Postvertrieb ausgeschlossen werden durfte.[53] Ausgenommen vom Postzwang, also dem Verbot des Einzelvertriebs, war ein Radius von zwei Meilen (oder 15 Kilo-

---

45 Vgl. Stichwort „Zeitungsstempel“ in: Brockhaus' Enzyklopädie 1895, Bd. 16, S. 939

46 Kirchner, Das deutsche Zeitschriftenwesen, Bd. 2, S. 416

47 Pariser Photographien, Bd. 1, S. 45

48 Meyer, Zeitungspreise in Deutschland im 19. Jahrhundert, S. 31

49 In Bayern wurde das Verbot des öffentlichen Einzelverkaufs erst mit dem 30. April 1864 aufgehoben.

50 Meyer, Zeitungspreise, S. 31

51 „Eine […] Methode, die Steuerpflicht zu umgehen, war die Zusammenfassung von vier Nummern zu einem Monatsheft, das nicht der Besteuerung unterworfen war.“ (Kirchner, Das deutsche Zeitschriftenwesen, 2. Teil, S. 416). Eine Praxis im übrigen, die auch bei den immer wieder zitierten Auflagenangaben gesondert zu berücksichtigen ist.

52 Alle Zahlen nach Haendel, Inseraten-Versendungs-Liste, 11. Jg. (1868)

53 Vgl. Stichwort „Postdebit“ in: Brockhaus' Enzyklopädie 1895, Bd. 13, S. 314

meter) um den Ursprungsort der Zeitung.[54] In Österreich-Ungarn unterlagen während des gesamten Zeitraums sämtliche periodischen Schriften, gleichviel welchen Inhalts, mithin auch die Zeitschriften, dem Postzwang.[55] Der deutsche Postzwang schränkte den Einzelverkauf von Zeitungen ein und behinderte damit indirekt, trotz Wegfalls der Stempelsteuer, auch die Modernisierung des Vertriebs von Zeitschriften. Die Entwicklung der großen Konzerne um die Jahrhundertwende – bei denen Erfolge mit Zeit*ungen* die Grundlage zur Gründung neuer Zeit*schriften* bildete – zeigt, daß gerade Periodika, die nur wöchentlich, vierzehntäglich oder monatlich erschienen, desto geringere Chancen hatten, öffentlich wahrgenommen zu werden, je weniger das Publikum durch Einzel- und Straßenverkauf von Tageszeitungen daran gewöhnt war, seinen Lesebedarf in der Öffentlichkeit zu stillen. Andererseits liegt, nach dem Wegfall des Zeitungsstempels, paradoxerweise wohl gerade im Postzwang bzw. der darin gebotenen Kombination aus überregional ausgerichtetem Verbot und regional begründeter Ausnahme die legislative Ursache zum rasanten Aufstieg Berlins als wichtigster Pressestadt Deutschlands. Wie nirgendwo sonst bot die rasch anwachsende Bevölkerung dort einen breiten Markt für publizistische Erzeugnisse jeder Art, denen zudem grundsätzlich jede mögliche Form des Vertriebs – Sortimentsauslieferung, Postabonnement, Kolportage, Einzel- und Straßenverkauf – offenstand.

1.3 Vertriebsweisen

(Postvertrieb, Abonnement, Kolportage, Einzelverkauf, Straßenhandel, Bahnhofshandel, Kioskverkauf)

Postvertrieb

Mit dem Postgesetz des Norddeutschen Bundes vom 1. Januar 1868 wurde der Post eine Beförderungsprovision für Zeitungen von 25% und für Zeitschriften von 12,5% eingeräumt. Der Buchhandel protestierte gegen diese Regelung, mit der bestehende Verhältnisse im Sinne der Post gefestigt wurden. „Wer expedirt die Tausende von Zeitungen und Zeitschriften mit Profit? Unser Concurrent, das Postamt! Wer abonnirt auf Zeitungen? Das ganze, große, gebildete Publicum – ein ungeheures Publicum. Wer steckt den Profit dieses enormen Absatzes ein? Unser Concurrent, das Postamt!“[56] Als Staatsmonopolist verfügte die Post über Vorzüge bei der Zeitungs- und Zeitschriftenauslieferung, mit denen die Sortimenter nicht konkurrieren konnten: Sie konnte die auf Schienen rollenden Postwagen kostenlos benutzen, sie arbeitete im Gegensatz zum Buchhandel auch nachts, und ihr Personal, das dem des Buchhandels zudem zahlenmäßig überlegen war, konnte per Gesetz besser kontrolliert werden als die Buchhändler.[57] Dennoch führte die Post insgesamt nur einen geringen Teil der Zeitschriftenauslieferung durch. Nach Angaben von Franz Lipperheide, dem Verleger der *Berliner Modenwelt*, wurden 1868 von den 48.000 Exemplaren der Gesamtauflage nur 6000 per Post expediert. „Wir glauben nicht zu irren, wenn wir annehmen, daß dasselbe Verhältniß ungefähr bei allen Zeitschriften, namentlich den hier vornehmlich ins Gewicht fallenden belletristischen Wochenblättern statthaben wird. Also ein Verhältniß von 1 zu 6–8.“[58] Die Post bzw. Postgesetzgebung befaßte sich auch mit den Beilagen: Das Postreglement von 1860 enthielt für Zeitungsbeilagen, die im Verlag der Zeitung oder Zeitschrift gedruckt wurden und für die der Verlag Insertionsgebühren bezog, eine Genehmigungspflicht.[59] Die Beilagen durften nicht stärker als ein bzw. – mit der Postordnung von 1874 – zwei Bogen sein. Erst die Postordnung von 1917 brachte weitere Erleichterungen. Wie

---

[54] Diese Regelung galt im übrigen in der Weimarer Republik unverändert weiter, vgl. Stichwort „Postzwang“ in: Meyers Konversations-Lexikon 1928, 9. Bd., Sp. 1178

[55] In Österreich nach dem Postgesetz vom 5. November 1837, in Ungarn nach dem provisorischen Postgesetz vom 26. Dezember 1850, vgl. Stichwort „Postzwang“ in: Herders Konversations-Lexikon 1907, Bd. 7, S. 55.

[56] Bbl. zit. n. Keiderling, „Zur Post. Zur Fuhre“, S. 48

[57] Bbl. zit. n. Keiderling, „Zur Post. Zur Fuhre“, S. 48

[58] Bbl. zit. n. Keiderling, „Zur Post. Zur Fuhre“, S. 49

[59] Staedler, Der deutsche Postzeitungsvertrieb in Recht und Geschichte, S. 144

weit diese Regelungen im einzelnen für den in der Kaiserzeit massenwirksam werdenden Markt der Zeitungsbeilagen in Form eigenständiger Unterhaltungs-, Frauen-, Jugend-, Kinder-, Rätselzeitschriften u. s. w. wirksam wurden, bleibt zu klären. Zeitungen, Zeitschriften und sogar Kalender waren jedenfalls seit den 1870er Jahren zunehmend auf Inserate angewiesen, um mit niedrigen Verkaufspreisen dem Konkurrenzdruck begegnen zu können. Der Einfluß der Post auf die Struktur des Zeitschriftenmarktes war insgesamt sehr groß, nicht zuletzt durch das ihr gesetzlich zugesprochene Recht zu Aufnahme und Verwaltung der Abonnements.

Abonnement

Grundlage des Zeitungs- und Zeitschriftenverkaufs war in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Holland das Abonnement. Am Beginn des 19. Jahrhunderts war die Abonnementsdauer noch durchweg ein Jahr, wurde aber bei den Zeitungen im Verlauf der ersten Jahrzehnte fast durchweg auf drei Monate gesenkt. „Mit einem Male mußten die Verleger neuen Lesergruppen mit weniger hohem Einkommen mit der Abonnements-Zahlung entgegenkommen.“[60] In allen anderen Ländern, vor allem in Frankreich, Großbritannien, Italien und den Vereinigten Staaten, überwog der Einzelverkauf. „Der Vertrieb hat sich hier wie in anderen Zweigen der Massenproduktion vollständig losgelöst von der Herstellung und ist einer eigenen Handelsorganisation anheimgefallen.“[61] Diese völlig anderen Kommunikationsbedingungen hatten ihren Einfluß auf Ausstattung, Produktion und Konsumtion der Zeitungen und Zeitschriften. Die deutschen Abonnements-Periodika galten als „naturgemäß solider und individueller“[62], weil die zum Einzel- bzw. Straßenverkauf bestimmten Zeitschriften so gestaltet werden mußten, „daß zum Erwerb jeder einzelnen Nummer ein möglichst zahlreicher Kreis von Käufern angelockt wird“.[63] Ein originäres Genre wie der französische bzw. englische Feuilletonroman von Autoren wie E. Sue, A. Dumas oder Ch. Dickens – die von Tag zu Tag für ein Einzelverkaufs- bzw. Straßenpublikum schrieben und häufig noch während der Abfassung eines Romans Leserreaktionen bzw. -wünsche in diesen einfließen ließen – konnte aufgrund des Abonnementsystems in Deutschland nicht entstehen.[64] Zudem wurden Tageszeitungen sowie zahlreiche Zeitschriften bei der Post abonniert; den Verlegern teilte die Post aber nur die Zahl der Abonnenten mit, „nicht auch deren Namen und Wohnort“[65], und schnitt auf diese Weise die Produzenten von ihren Konsumenten ab. Das benachteiligte Blätter mit starkem Fernabsatz, wie z. B. die großen Familienzeitschriften, da lokal verankerten Blättern die Fühlung zu ihrem Leserkreis nicht unterbunden werden konnte. Genaue Kenntnisse über das Publikum, seine soziale Zusammensetzung, geographische Differenzierung, unterschiedliche Vorlieben und andere Einflußfaktoren galten aber zunehmend als wichtiges Verlegerwissen. „Unterhaltungs- und solche Blätter, die gewöhnlich keine direkten Abonnenten haben, müssen ihren Buchhändlern und Kolporteuren geeignete Listen mitgeben, in welche die zu solchen Zwecken erforderlichen Eintragungen zu machen sind. Gegen eine geringe Entschädigung werden die Kolporteure dazu gern bereit sein.“[66] Der rapide Aufstieg und phänomenale Erfolg der Kolportageblätter dürfte – neben dem billigen Preis und dem Barverkauf – in den beschriebenen Umständen eine seiner Ursachen haben. Da Kolportagezeitschriften nicht mehr bei der Post oder in der Buchhandlung abonniert, sondern durch den Abonnentensammler direkt beim Verlag bekannt gemacht und durch die Kolporteure auch direkt von diesen beliefert wurden, konnten sich die Kolportageverlage gegenüber den herkömmlichen Zeitungen und Zeitschriften allmählich einen wertvollen Wissensvorsprung über ihre Leserschaft erarbeiten. Außer von der Post wurden Abonnements – und dies war offenbar die Mehrzahl – vom Sortimentsbuchhandel besorgt.

---

60 Meyer, Zeitungspreise in Deutschland, S. 37
61 Bücher, Zur Geschichte des Zeitungsabonnements, S. 69
62 Bücher, Zur Geschichte des Zeitungsabonnements, S. 70
63 Bücher, Der Zeitungsvertrieb, S. 194
64 Für den deutschsprachigen Bereich ist deshalb der Begriff „Zeitungsroman“ zutreffender
65 Bücher, Der Zeitungsvertrieb, S. 193
66 Bärwinkel / Webel, Die Praxis des Zeitschriftenverlegers, S. 68

„Wie der Buchverleger, so zahlt auch der Zeitschriftenverleger dem Buchhändler einen bestimmten Rabatt. Der Nachteil dieser Vertriebsform ist es [wie bei der Post], daß der Verleger im allgemeinen die Namen seiner Bezieher nicht kennt; er versendet eine bestimmte Anzahl Exemplare, die der Buchhändler seinerseits an die Kunden weiterleitet.“[67] Häufig wurden Zeitschriftenabonnements von mehreren Familien gehalten: „Ich sehe noch deutlich die wichtige Sitzung einiger wissensdurstiger Weber [in Tschirnitz/Böhmen], unter denen sich auch mein Vater befand, in unserer Wohnstube, in welcher beschlossen wurde, gemeinsam die berühmte ‚Gartenlaube‘ zu abonnieren, und wobei mir [geb. 1874] der Auftrag zufiel, die schriftliche Bestellung zu dem Kolporteur in die zwei Stunden entfernt liegende Stadt zu tragen und die Hefte jedesmal bei diesem in Empfang zu nehmen. […] Hatten dann die Hefte in den Familien der sieben gemeinsamen Abonnenten zirkuliert, so durfte ich sie sammeln und aufheben.“[68] Die Zeitschriftenhefte kamen ungebunden, nur mit den Lieferungsumschlägen versehen und unaufgeschnitten zu den Beziehern, die sie zunächst heften und aufschneiden (lassen) mußten: „Auf dem Tisch lag grober Hanfzwirn, selbstgesponnen, und eine Stopfnadel: erst mußten die Blätter [der *Gartenlaube*] fein säuberlich geheftet werden. Es war eine Pein [für das lesebegierige Kind], und wenn man mal hurtig in die unaufgeschnittenen Seiten lugen wollte, dann hieß es: ‚Aufgepaßt! schön in de Falze steche, nit danebe, und nachher die Blätter fein säuberlich aufschneide!‘ Ach er war so streng, der alte Lehrer, und seine Frau, die helfen wollte, hielt uns noch mehr auf, weil sie noch huddeliger war als ich und schon wissen wollte, wie der Roman der Marlitt weiterging“.[69]

Kolportage

Die Gewerbefreiheit im Norddeutschen Bund 1869 leitete im Zeitschriftenvertrieb den fundamentalen Wandel von der älteren Verlagskolportage zum modernen Kolportage- bzw. Zeitschriftenbuchhandel ein:[70] In der Zeit der Verlagskolportage benötigten Kolporteure für Periodika einen Hausiergewerbeschein, der jedoch von der preußischen Regierung gar nicht bzw. äußerst restriktiv vergeben wurde[71] – eine Verfügung vom 10. März 1838 bedrohte Subskribentensammler ohne Gewerbeschein ausdrücklich mit Geld- und Freiheitsstrafe, in Bayern war Subskribentensammeln überhaupt verboten. Mit der Einführung der Gewerbefreiheit boten sich erweiterte Möglichkeiten: Die gesammelten Subskribenten wurden nicht mehr den ortsansässigen Buchhändlern zur Belieferung übergeben, sondern man ging mehr und mehr zur Eigenbedienung über.[72] Damit begann die Zeit des Kolportagebuchhandels: Das Aufsuchen von Bestellungen und die Zustellung der Schriften erfolgten in getrennten Arbeitsgängen, während beim älteren Buchhausierhandel der Kolporteur die Druckschrift mit sich führte und „aus der Hand“[73] verkaufte. Vertriebsobjekte der Kolportage waren nun vor allem Zeitschriften und Kolportageromane, das Buchgeschäft war weitgehend an den Reisebuchhandel übergegangen. Den Unterschied der sich damit etablierenden Vertriebsweisen konstituierte in erster Linie die geforderte bzw. gebotene Zahlungsweise: Der herkömmliche, übers Sortiment bzw. die Post bediente Abonnent mußte die Zeitschrift für mindestens ein Vierteljahr im voraus (pränumerando)

---

67 Lehmann, Einführung in die Zeitschriftenkunde, S. 133/134

68 Richard Müller (1874–1954) in: Jubiläums-Gartenlaube, S. 48

69 Wanda Jeus-Rothe in: Jubiläums-Gartenlaube, S. 72. Um 1900 dagegen wurde sogar Fachzeitschriften aus ökonomischen Gründen empfohlen, nur aufgeschnitten zu versenden: „Das *Aufschneiden* der einzelnen Nummern ist unerläßlich. Der Leser schneidet sich sonst gewöhnlich nur das auf, was ihn interessiert, nämlich den redaktionellen Teil, aber nicht die Inseratenseiten.“ (Bärwinkel /Webel, Handbuch, S. 26/27)

70 Wichtigste ältere Publikation zu diesem komplexen Problembereich: Niewöhner, Der deutsche Zeitschriften-Buchhandel, 1934

71 Allerdings schreibt ein Zeitgenosse 1856: „Die neueste Art der Zeitschriften Verbreitung ist die durch Colporteure, wodurch es besonders den Berlinern durch gute Bilderbeigaben gelungen ist Auflagen von 6–10 000 Exemplaren abzusetzen und ein erkleckliches zu verdienen.“ Stand, Bildung und Wesen des Buchhandels, S. 48

72 Stand, Bildung und Wesen des Buchhandels, S. 15–17

73 Stand, Bildung und Wesen des Buchhandels, S. 7

bezahlen, der Reisebuchhandel bot Lieferungen größerer Werke, die aufgrund des hohen Gesamtpreises in Raten (Kredit), bei Lieferungsabnahme, gezahlt wurden, während die Kolportage auf wöchentlichem, zweiwöchentlichem oder monatlichem Bar-Inkasso beruhte, das aber aufgrund der geringen jeweils aufzubringenden Summe für breite Bevölkerungskreise extrem attraktiv war. Während die Kolportage- bzw. „Volksromane“ bereits von großen Firmen produziert und überregional vertrieben wurden, die sich auf diese Objekte spezialisiert hatten (Dresden: Münchmeyer, Tittel, Wolf, Ander, Dietrich; Berlin: Weichert, Grosse; Neusalza: Oeser), behielten die Zeitschriften anfangs noch eine eher lokale bzw. regionale Bindung; spätestens mit den 70er Jahren wurden die überregionalen Familienblätter jedoch zur eigentlichen Grundlage der Kolportage, wie Streissler 1887 eindrucksvoll beschreibt. Zur Kolportage in kleinbürgerlichen Kreisen empfahl er v. a. *Ueber Land und Meer*, *Illustrirte Welt*, *Das Buch für Alle*, *Illustrirte Chronik der Zeit*, *Gartenlaube*, *Schorer's Familienblatt* und *Deutsche Illustrirte Zeitung*; „für das ärmere Volk gibt es billigere Journale“[74], z. B. *Das neue Blatt* (Payne), *Die Familien-Zeitung* (Rosenberg), *Illustrirte Blätter* (Berlin: Kulike) und *Der Hausfreund* (Breslau: Schottlaender). Die günstigsten Monatsschriften für den Kolportagehandel seien Vom Fels zum Meer und die Salonausgabe von Schorer's Familienblatt, während die Modezeitschriften von Lipperheide „nur in gewissen Kreisen“absatzfähig seien. „Intelligenteren Arbeitern“ könne man *Die neue Zeit* (Dietz) oder *Die neue Welt* (Breslau: Geiser) verkaufen, Katholiken *Die katholische Warte* (Salzburg: Pustet) oder *Die alte und die neu Welt* (Benziger), Protestanten das *Daheim*.[75] Der Werbevorgang selbst ging noch um 1900 folgendermaßen vor sich:

„Man pflegt jetzt die erste Nummer durch Buchhändler zur Ansicht verteilen und dann persönlich nachfragen zu lassen, und besorgen dieses Geschäft in der Hauptsache die Zeitungsspediteure mit ihren hausiernden Kolporteuren. Dies in ausschließlicher Weise und in größerem Maßstab betrieben, ist aber überhaupt nichts anderes als Kolportage und thatsächlich ist dieselbe in der Gegenwart selbst für die vornehmsten und ältesten Unterhaltungsblätter unentbehrlich geworden. Ein reines Kolportageblatt und doch nicht als Schund zu betrachten ist z. B. der ‚Häusliche Ratgeber‘, und dessen Verbreitungsweise eine entschieden nachahmenswerte. Die ersten Nummern, die Agitations-Exemplare, werden in ungeheurer Auflage gedruckt, an die Kolportage-Grosso-Handlungen gratis versandt und von diesen wieder an die größeren Kolporteure abgegeben. Diese verbreiten nun die Nummern durch ihre Austräger in alle Häuser und lassen dann von denselben nachfragen und den Betrag der einzelnen Nummern, der ohne Kürzung der Verdienst der Boten ist, erheben oder die Nummern zurückverlangen. In der Billigkeit der einzelnen Nummer, die möglichst nicht mehr als 10 Pfg. kosten darf und in der Bequemlichkeit der einzelnen quasi Ratenzahlung liegt der gewaltige Erfolg des Kolportage-Buchhandels […] Natürlich muß man auch bestrebt sein, länger währende Abonnements zu erhalten, da ja dieser einzelne Vertrieb immerhin größere Kosten verursacht und größere Kreditgewährung erfordert.“[76]

Die Anti-Kolportagepolemik der 1880er Jahre hatte schwerwiegende Auswirkungen auf die Entwicklung des Zeitschriftenhandels: Eine Gesetzesvorlage von 1883, die ein direktes Verbot enthielt, Schriften und Bildwerke von Haus zu Haus auf dem Wege der Kolportage zu verbreiten, wurde zwar nicht verwirklicht; doch die neue Fassung der Gewerbeordnung war so mißverständlich, daß Willkürhandlungen der Behörden Tür und Tor geöffnet waren: Wer Druckschriften im Umherziehen feilbot, mußte den Behörden ein Schriftenverzeichnis vorlegen, während Buchhändler, die ein stehendes Gewerbe betrieben und von diesem aus durch Reisende Bestellungen aufnahmen, einer solchen Genehmigung nicht bedurften. Der Unterschied war den Behörden selbst häufig nicht klar, was in der Praxis zu umfangreichen Beschlag-

[74] Streissler, Der Kolportagehandel, S. 3
[75] Streissler, Der Kolportagehandel, S. 5
[76] Bärwinkel /Webel, Handbuch, S. 14/15

nahmungen auch von Zeitschriften wie *Gartenlaube*, *Ueber Land und Meer* u. ä. führte.[77] Noch nach der Jahrhundertwende gingen Behörden systematisch gegen den Zeitschriftenvertrieb per Kolportage vor; der Dresdener Verlag von R. H. Dietrich, der sowohl zahlreiche Kolportageromane produzierte[78] als auch einige gut gehende Unterhaltungs- und Romanzeitschriften (z. B. *Dietrich's illustrirte Familienzeitung*, 1886–1888; *Etwas zu lesen*, 1.1888/89–3.1890/91; *Die Großstadt-Zeitung*, ca. 1895; *Der Geschichtsfreund. Zwanglose Blätter für volkstümliche Geschichtskunde* 1.1897–4.1900?; *Dietrich's Familienblatt*, 1905–1909; *Freya. Illustrierte Roman-Zeitschrift* 1.1901–36.1939?; *Heimat und Fremde. Illustriertes Familienblatt* 1.1909–2.1910), sah sich 1906 genötigt, eigens eine Broschüre zu diesem Thema herauszugeben.[79] Mit der seit 1913 gängigen Bezeichnung „Zeitschriftenbuchhandel" versuchte der Kolportagehandel, vom negativen Image der Kolportage loszukommen und gleichzeitig der Zweiteilung des Geschäfts in Abonnentenwerbung einerseits und Auslieferung in Inkasso andererseits begrifflich gerecht zu werden: der Zeitschriftenbuchhandel wurde als stehendes Gewerbe von einem festen Wohnsitz aus betrieben, wie der Sortimentsbuchhandel auch; im Unterschied zu diesem wurde der Kunde aber in der Wohnung geworben und dort auch durch Boten bedient. „Die Bezeichnung ‚Zeitschriftenbuchhandel' bringt zum Ausdruck, daß das Schwergewicht bei der strukturgewandelten Tätigkeit des früheren Kolportagebuchhandels heute auf der Zeitschrift ruht."[80]

Einzel- u. Straßenverkauf

Die um 1900 zu beobachtende allmähliche Etablierung des Einzel- und Straßenverkaufs von Zeitungen und Zeitschriften neben Post- oder Buchhandelsabonnement und Kolportagebezug vollzieht im Bereich des Vertriebs jene Differenzierungs- und Modernisierungsbewegung nach, die sich auch im Inhaltlichen zeigt (s. u.).[81] Das Bürgertum hatte 1848/49 publizistisch die Straße erobert; zahlreiche Flugblätter und satirische, politische, agitatorische Hausanschläge verbanden die Rezeption neuester Nachrichten, witziger Bemerkungen und bissiger Kommentare mit der sinnlichen Inbesitznahme der städtischen Lebenssphäre. Die Wohn- und Arbeitsumgebung wurde für kurze Zeit zum Erlebnisraum; Öffentlichkeit stellte sich nicht mehr allein durch politische, kritische oder kulturelle Zeitschriften her, sie wurde zu einer sinnlichen Funktion der menschlichen Begegnung, sogar über Klassengrenzen hinweg. Als die Restauration die Öffentlichkeit der Presse zurückzudrängen versuchte, war sie gleichzeitig bestrebt, dem Bürger das neu gewonnene Terrain seines Selbst-Bewußtseins, die Straße, wieder zu verleiden. Doch auch grundsätzlich regierungsfreundliche Journalisten forderten immer wieder, man solle „den Zeitungsverkauf auf den Straßen freigeben";[82] für sie war Allgemeines Wahlrecht „ohne öffentliche[n] Zeitungshandel" ein antimoderner Anachronismus. Gewerbefreiheit und Reichsgründung brachten – wie u. a. aus den Illustrationen der populären Zeitschriften erkennbar – eine allmähliche Wiederaneignung der Straße als Erlebnisraum, etwa bei Paraden, Aufzügen, Illuminierungen, Kaiserhuldigungen, Ausstellungen u. s. w. Ende der 1880er Jahre setzte dann eine allmähliche Verflechtung der beiden Öffentlichkeiten von Straße und Presse ein:

---

77 Drahn, Geschichte des deutschen Buch- und Zeitschriftenhandels, S. 54ff.

78 Kosch / Nagl, Der Kolportageroman, weisen für den Zeitraum von 1885 bis 1912 53 Kolportageromane bei R. H. Dietrich nach.

79 Drahn, Geschichte, S. 60

80 Drahn, Geschichte, S. 4

81 Zur Geschichte des Straßenverkaufs vgl. Bücher, Der Zeitungsvertrieb, S. 214–233; Groth, Die Zeitung, Bd. 3, S. 138–148; Kirchner, Das deutsche Zeitschriftenwesen, Teil II, S. 416–418; …

82 Hans Wachenhusen: Pariser Photographien, Bd. 1, S. 45. Schon an früherer Stelle beklagte Wachenhusen, daß „die hohe Polizei das öffentliche Leben durch Verbote aller Art unterbindet, […] den Straßenhandel untersagt" und „verbietet, daß irgend Jemand es wage, mir eine Schachtel Zündhölzer oder ein Zeitungsblatt auf der Straße feil zu bieten. […] Warum unterbindet die Polizei das Straßenleben, den Straßenverkauf? – Weil sie ihn für unsittlich hält, weil sie meint, sie könne ihn nicht gehörig controliren, während doch nichts leichter zu controliren ist, als das, was öffentlich geschieht." (Wachenhusen, Berliner Photographien, Bd. 1, S. 2/3; Vorabdruck dieser Texte in *Der Hausfreund* 9.1866–12.1869)

Abbildung 1: Der Straßenverkauf von Zeitungen und Zeitschriften entwickelte sich in Deutschland erst spät. Hier: Die ‚Illustrierte' als Sensation der Großstadt – Der Straßenverkauf der ersten Exemplare der „Berliner Illustrirten Zeitung" an der Ecke Friedrichstraße (Quelle: Berliner Illustrirte Zeitung, 1. Jg. 1891, Nr. 12)

Zeitungen und Zeitschriften, bislang durch den Bezug per Abonnement gebunden an den privaten (Familie) oder halböffentlichen (Lesezirkel) Raum, begannen sich im Straßenbild bemerkbar zu machen, bezogen sich aber erst ganz allmählich in Aufmachung und Stil auch auf dieses bzw. auf das neue, nun nicht mehr genau bekannte und vorher bestimmbare Publikum.[83] 1871 soll es in Berlin 17 bis 20 Zeitungshändler gegeben haben, die größtenteils auf den Bahnhöfen tätig waren, in den 80er Jahren belief sich ihre Zahl bereits auf einige Hundert.[84] Doch auch die Entstehung der Generalanzeigerpresse in den 1870er Jahren verhinderte nicht die Bindung an den Abonnenten, obwohl die weitgehende Finanzierung durch Inserate den Verkaufspreis ökonomisch irrelevant werden ließ. August Scherl, der „experimentierfreudigste[] Verleger",[85] verteilte 1883 zwar seinen Berliner *Lokal-Anzeiger* gratis, vermochte aber

[83] Wie vielfältig zumindest der Vertrieb der Tagespresse bereits in den 1870er Jahren war, wird u. a. daran erkennbar, daß die Beschlagnahmung eines Exemplars der Frankfurter Zeitung von 1876 z. B. „in der Zeitungsexpedition, bei Austrägern, an einem Kiosk, beim Postzeitungsamt und an anderen Orten" stattfand (Wetzel, Kulturkampf-Gesetzgebung und Sozialisten-Gesetz, S. 150, Anm. 1).

[84] Nahnsen, Der Straßenhandel, S. 37 u. 38

[85] Koszyk, Deutsche Presse im 19. Jahrhundert, S. 270

den Schritt zum Straßenverkauf, der ein „radikaler Bruch mit der Vergangenheit“[86] gewesen wäre, noch nicht zu gehen. Hierzu waren zudem neue redaktionelle und typographische Methoden erforderlich, die sich auf die neue Kommunikationssituation einzustellen hatten: unmittelbare Ansprache eines anonymen, sozial heterogenen Großstadt-Publikums auf Straßen und Bahnhöfen, an Haltestellen und vor Fabriktoren, das aus unterschiedlichsten Arbeitssituationen und Tagesabläufen heraus in Sekundenschnelle für den Kauf einer Zeitung oder Zeitschrift gewonnen werden mußte. Doch „[d]ie größer werdenden Entfernungen von der Wohnung zur Arbeitsstätte, die einen längeren Aufenthalt in Straßenbahnwagen und Zügen notwendig machten, das unmittelbare und lebhaftere Interesse der Berliner Bevölkerung an den Ereignissen des politischen, gesellschaftlichen, künstlerischen, wirtschaftlichen Lebens steigerten weiter die Nachfrage nach der Zeitung auf den Straßen und in öffentlichen Lokalen.“[87] Eines der ersten für den Einzelverkauf konzipierten Blätter – die sog. Verkaufszeitungen – war die liberale Wochenzeitung *Welt am Montag* (1.1895–39.1933),[88] deren Aufmachung sich zwar noch ganz an den Zeitungen orientierte, für die aber mit einem neuartigen Reklamemittel, den „Sandwichmen“, geworben wurde: „Die im Gänsemarsch dahinwandelnden Leute mit ihren großen Brust- und Rückentafeln erregten in den Berliner Straßen großes Aufsehen.“[89]
Wohl nicht zufällig waren es unter den eigentlichen Zeitschriften zunächst vor allem die Illustrierten und Witzblätter, die in den Augen der Zeitgenossen das publizistische Straßenbild bestimmten: sie konnten inhaltlich und formal am ehesten an prärestaurative Traditionen anknüpfen. Bemerkenswerte Einblicke in den Straßenverkauf von Zeitschriften bietet etwa die polemische Schilderung „Auf der Straße“ aus dem Jahr 1902:

„Zu dem eisernen Bestand der großstädtischen Zeitungen gehören Schilderungen des riesig entwickelten *Straßenlebens* mit all den vor 20 Jahren noch unbekannten Erscheinungen, den Fahrrädern, Automobilen, elektrischen Straßenbahnen, den Hoch- und Untergrundbahnen, den Warenhäusern u. s. w. […] Zu jenen Erscheinungen zählen auch die Veranstaltungen zur Verbreitung von Zeitungen und Zeitschriften. Neuerdings werden an den Straßenecken Automaten angebracht, aus denen man für 5 oder 10 Pfennige Zeitungen entnehmen kann, natürlich zumeist liberale; auf allen belebten Plätzen steht regelmäßig eine Kolonne von Händlern und Händlerinnen, die im allgemeinen nicht sehr vertrauenerweckend aussehen, aber jedenfalls noch besser sind als die papierne Ware, die sie verkaufen. Auf dem Kopf eine uralte, in allen Farben schillernde Mütze oder ein Hütchen ohne erkennbare Form, darunter ein Gesicht, dem man das tiefe Verständnis seines Inhabers oder seiner Inhaberin für die deutsche Litteratur – und für starke Getränke ansieht, auf Brust und Magen einen Kasten mit Fächern für Zeitschriften mit grell gemalten Titelbildern: wer kennt diese Gestalten nicht, die den Vorübergehenden mit einem Gemisch von Mitleid und Schmerz erfüllen. Aber der Schmerz überwiegt; denn wenn auch alle Errungenschaften der Neuzeit noch so herrlich sein mögen – der Verkauf von unsittlichen und läppischen, zum Teil auch demagogischen Zeitschriften auf offener Straße ist jedenfalls nicht herrlich, sondern eine traurige und schändliche Zugabe des modernen Lebens.
Alle diese bunten Blätter, die übrigens auch in manchen Buchhandlungen und auf Bahnhöfen verkauft, in Cafés ausgelegt werden, sind ein Krebsschaden, ein Geschwür am Leibe unseres Volkes, mögen sie Simplicissimus, Satyr, Laterne, Affenspiegel, Pikanterien u. dgl. sich nennen. Ihr verderblicher Einfluß ist um so schwerer anzuschlagen, als sie gerade durch den Straßenverkauf in die Hände vieler junger Leute, Schüler, Studenten, Handlungsgehilfen u. s. w. gelangen und in diesen Kreisen von Hand zu Hand wandern; sie ersticken das Schamgefühl, erhitzen die Phantasie und schwächen das Autoritätsgefühl.[90] […] Noch vor kurzem sah ich in einem Vorortzuge einen halbwüchsigen Burschen, vielleicht Sekundaner, mit dem ‚klei-

[86] Koszyk, Deutsche Presse im 19. Jahrhundert, S. 270
[87] Groth, Die Zeitung, Bd. 3, S. 141
[88] Nahnsen, Der Straßenhandel, S. 39
[89] Die Reklame, 6. Jg. (1896) S. 46
[90] Ähnlich auch Bücher 1904

nen Witzblatt‘, auf dessen Titelblatt ein höchst unzüchtiges Bild zu sehen war – ihm gegenüber ein junges Mädchen fast noch im Kindesalter. Es bedurfte einer kräftigen Mahnung, den Jungen zur Entfernung des Blattes zu bewegen; er selbst war augenscheinlich jedes Schamgefühls bar und ledig.“[91]

Diese christlich-konservativ begründete Sichtweise macht die Bandbreite der früheren obrigkeitlichen, nun zunehmend weniger durchsetzbaren Vorbehalte gegen den Pressevertrieb auf der Straße deutlich. Der Verfasser spricht in Bezug auf die genannten Zeitschriften ausdrücklich von „Straßenliteratur“[92], deren Gefahr vor allem in der „Lächerlichmachung unserer staatlichen und kirchlichen Einrichtungen“ bestehe, die wiederum „einen wesentlichen Anteil an der Verrohung und Unbotmäßigkeit unserer Jugend“[93] trage. Für christliche Zeitschriften lehnte der Verfasser den Straßenverkauf ab. „Ein christliches Blatt im Kasten eines Straßenverkäufers neben dem ‚kleinen Witzblatt‘ oder den ‚Pikanterien‘ wirkt peinlich, und es wird nicht allein mir unangenehm aufgefallen sein, das ‚Daheim‘ [!] an solcher Stelle und in solcher Gesellschaft zu sehen.“[94] Gleichwohl konnten sich auch konfessionelle Zeitschriften der Modernisierung des Vertriebs nicht entziehen. Der neugegründeten katholischen Wochenschrift *Die Welt* (1.1900–33.1933?), die kurz nach Gründung bereits einen Absatz von 20.000 verzeichnete, riet der *Literarische Handweiser*: „[N]eben den ständigen u. festen Abonnenten wird stark auf den Einzelverkauf – vor Allem an den Bahnhöfen – gerechnet werden dürfen, und für diesen wird es sich dringend empfehlen, daß die einzelne Nr., wenn irgend möglich, nur für sich Abgeschlossenes liefert.“[95]

Bahnhofshandel

Als eine der Keimzellen des modernen Einzel- und. Straßenverkaufs kann der Bahnhofshandel gelten. Bereits in den Jahren 1845 bis 1850 war die *Schlesische Zeitung* (1848–1945) bzw. ihre Vorgängerin *Privilegirte schlesische Zeitung* (1820–1847; davor *Schlesische privilegirte Zeitung*, 1766–1819) des Breslauer Verlages Korn, von der Polizei unbemerkt, „am Bahnhof bei dem Abgang der Züge feil[ge]halten“[96] worden. Der Oberpräsident wollte den Einzelverkauf verbieten, doch der Innenminister genehmigte dieses Verfahren am 27. November 1847 und so blieb es bis zur Revolution. Erst in den 1870er Jahren erlangte der Zeitungs-, Zeitschriften- und Bücherhandel auf Bahnhöfen, vor allem in Berlin, wieder eine gewisse Bedeutung (s. o.), bis im Jahr 1882, nach Eröffnung der Berliner Stadtbahn, der preußische Eisenbahnminister Maybach den Buchhändler und Zeitschriftenredakteur und -Verleger Georg Stilke (*Der Bazar*, *Die Gegenwart*) mit dem Verkauf von Büchern und Zeitschriften auf den neuen Bahnhöfen betraute.“[V]on nun an waren die sämtlichen großen Berliner, sonstigen führenden deutschen und ausländischen Zeitungen auf den Bücherständen zum Verkaufe ausgelegt.“[97] Mit Verstaatlichung der preußischen Privatbahnen erhielt Stilke auch den Zeitschriften- und Büchervertrieb auf sämtlichen Bahnhöfen Berlins. „Und je weiter das Netz der preußischen Staatsbahnen sich ausdehnte und gewaltig wuchs Jahr um Jahr, desto mehr Bahnhöfe traten unter Stilkes Verwaltung und Bücherversorgung“[98], berichtet eine Festschrift des Verlages. Die Bahnhofsbehörden benutzten ihr Aufsichtsrecht dazu, „der Regierung mißliebige Zeitungen vom Bahnhofsvertrieb auszuschließen. Bis zur Revolution vom 9. November 1918 galt dies auch von den sozialdemokratischen Blättern.“[99] Aufgrund seines Monopols konnte Stilke hohe Pachtsummen bezahlen,

---

91 von Hassell, Auf der Straße, S. 37/38
92 von Hassell, Auf der Straße, S. 38
93 von Hassell, Auf der Straße, S. 38
94 von Hassell, Auf der Straße, S. 39
95 Literarischer Handweiser, Nr. 730, 1900, Sp. 41
96 Hans Jessen: 200 Jahre Wilhelm Gottl. Korn. Breslau 1732–1932. Breslau 1932, S. 277, zit. n. Meyer, Zeitungspreise in Deutschland, S. X
97 Häring, Georg Stilke, S. 58
98 Häring, Georg Stilke, S. 59
99 Bücher, Der Zeitungsvertrieb, S. 209

was dazu führte, daß offiziellen Angaben zufolge im Jahr 1926 an diese Firma 236 (= 40%) der bestehenden 560 Bahnhofsbuchhandlungen verpachtet waren. „Bemerkenswert ist es, daß mit Hilfe dieser Vertriebsform auch viele teure Unterhaltungszeitschriften verkauft werden. Der Reisende, der längere Zeit im Zuge fährt, bevorzugt eine ausgiebige Lektüre. Außerdem handelt es sich meistens um ein kaufkräftiges Publikum.“[100]

Kioskverkauf[101]

Eine vergleichbare Entwicklung erfolgte bei den Kiosken. Stilke gründete 1905 die Deutsche Kiosk-Gesellschaft mbH, um „Zeitungskioske, wie sie im Ausland, besonders in Paris und Skandinavien, aufgestellt waren, auch in Deutschland zu errichten.“[102] Im Lauf der Zeit wurden zahlreiche Kioske errichtet, teils mit Normaluhren, Fernsprechern und Schreibgelegenheit ausgerüstet, denen durch Übernahme der Trinkhallen der seit 1859 bestehenden Gesellschaft der Berliner Trinkhallen (1909) sowie der Firma Berolina in Neukölln weitere hinzugefügt wurden. Im Jahr 1921 betrieb Stilke 90 Zeitungs- und Zeitschriftenkioske in Groß-Berlin. „Man kann bei ihnen neben den Ortszeitungen auch alle großen hauptstädtischen und Provinzblätter, ja selbst ausländische Zeitungen, illustrierte Zeitschriften jeder Art, dazu kleine Unterhaltungsliteratur, Kursbücher, Broschüren u. dgl. kaufen. Der Verkäufer oder die Verkäuferin ist räumlich von Publikum getrennt, gegen Wind und Wetter geschützt und darum dem gewöhnlichen Straßenhandel überlegen.“[103]

Als erste ausdrücklich für den Einzel- bzw. Straßenverkauf konzipierte Wochenzeitschrift gilt die *Berliner Illustrirte Zeitung* (1891–1945), deren erste Nummer im November 1890 erschien[104]. (vgl. Abb.) „Es war ein Groschenblatt, das man im Vorübergehen gern im Straßenhandel kaufte.“[105] Der Erfolg war enorm: die Auflage von 14.000 im Gründungsjahr war 1914 auf über eine Million gestiegen. Ullstein führte nach der Gewerbegesetznovelle von 1893 sogar einen Musterprozeß, als dessen Ergebnis sich auch der Berliner Polizeipräsident der Meinung anschließen mußte, „daß der Straßenverkauf von Zeitungen und Zeitschriften auch in Deutschland durchaus nicht den öffentlichen Frieden stört.“[106] Die BIZ war preiswert: während der – durchaus beträchtliche – Abonnementspreis in der Regel im voraus bezahlt werden mußte, ergab sich durch den Einzelverkauf die Möglichkeit, schon für 10 Pfg. ein Zeitschriftenheft zu erwerben.[107] Das Abonnement kostete anfangs 1,25 M pro Quartal, später 1,50 M, während der Preis einer Einzelnummer bis in die 1940er Jahre weiter 10 Pfg. betrug. War der Einzelverkaufspreis anfangs also weitgehend mit dem Abonnementspreis identisch, so lag er seit etwa Mitte der 90er Jahre deutlich darunter: den 6 M für ein Jahresabonnement standen 5,20 M im Einzelverkauf gegenüber.[108] Anders als die wenige Jahre später gegründete *Jugend*, die konsequent auf die Singularität jeder einzelnen Nummer setzte und deshalb den Abdruck längerer Texte ablehnte (s. u.), waren bei der BIZ jedoch Fortsetzungsromane „das Rückgrat“.[109] Vor 1918 erschienen dort z. B. Romane und Erzählungen von R. Skowronnek – einem der erfolgreichsten Ullstein-Autoren überhaupt[110] –, Th.v. Harbou, A. Neumann-Höfer, W. Hegeler,

---

[100] Lehmann, Einführung in die Zeitschriftenkunde, S. 135

[101] Vgl. Nahnsen, Der Zeitungsvertrieb von Zeitungen und Druckschriften durch Kioske, in: ders., Der Straßenhandel, S. 71–74

[102] Häring, Georg Stilke, S. 67

[103] Bücher, Der Zeitungsvertrieb, S. 212

[104] So Korff, Die ‚Berliner Illustrirte‘, S. 279. Abweichend davon datiert die ZDB die erste Probenummer auf den 14. Dezember 1891.– Es ist eine Legende, der Straßenverkauf der BIZ sei erst seit der Übernahme durch Ullstein eingeführt worden.

[105] Gidalewitsch, Bildbericht und Presse, S. 33

[106] Otto Nahnsen: Der Straßenhandel mit Zeitungen und Zeitschriften in Berlin. Gießen 1922, zit. n. Kirchner, Das deutsche Zeitschriftenwesen, Teil II, S. 417

[107] Vgl. die Faksimiles der Titelköpfe bei Ferber, Berliner Illustrirte Zeitung, S. 5–11: dort findet sich von Anfang an die groß gedruckte Preisangabe für eine Einzelnummer.

[108] Sogar der Monatspreis von 45 Pfg. lag noch deutlich unter dem für ein Jahresabonnement

[109] Ferber, Berliner Illustrirte Zeitung, S. 7

[110] Vgl. die Verkaufstabellen bei Bernhard, Die Geschichte des Hauses, S. 90/91

P. A. Kirstein und C. Matthias, später auch von V. Baum, A. Schnitzler oder C. Zuckmeyer. Die erste, nur für den Straßenverkauf konzipierte Tageszeitung war Ullsteins *B. Z. am Mittag*, die seit 1904 erschien. Der zunehmende Einzelverkauf fand seinen Niederschlag auch in der Gründung des Fachblattes für den Zeitungs- und Zeitschrifteneinzelhandel *Der Straßenhändler* (1907; ab 1921: *Der Zeitungshändler*), das den Berufsstand der Grossisten vertrat, von denen aus „die vielen kleinen Straßenhändler[] und Kioskinhaber“[111] mit Zeitschriften versorgt wurden. Während Victor Klemperer noch 1903 in Paris den Zeitungskauf auf der Straße als „mir damals etwas ganz Neues“ empfand, das „sich später auch in Deutschland einbürgerte“[112], sorgten im Jahr 1916 in Berlin 2400 Botenfrauen, 75 Radfahrer, 50 Zeitungsexpreßfahrer und 360 Straßenhändler für die Verbreitung allein der Periodika aus dem Mosse-Verlag.[113]

[111] Bücher, Zeitungsvertrieb, S. 198; weitere Zahlen bei Groth, Die Zeitung, Bd. 3, S. 144/145
[112] Curriculum Vitae, S. 330
[113] Koszyk, Deutsche Presse im 19. Jahrhundert, S. 283

2. Familienzeitschriften

Der Anteil der Zeitschriften, die sich ausdrücklich an die Familie richteten, war – gemessen an der Gesamtzahl der Unterhaltungszeitschriften – vermutlich hoch; genaue Zahlen sind schwer zu ermitteln.[114] Die Bibliographie bei Kirschstein[115] weist 70 Familienzeitschriften zwischen 1790 und 1852 nach, 51 zwischen 1853 und 1870 und 96 von 1871 bis 1900; genau die Hälfte (48) der Neugründungen des letztgenannten Zeitraums fand im Jahrzehnt von 1881 bis 1889 statt, dabei entfallen je zehn Neugründungen auf die Jahre 1886 und 1888.
Der Begriff „Familienblatt" ist erstmals für 1817 als Untertitel nachgewiesen, als Hauptitel taucht er 1834 auf[116]: angesprochen war damit nicht mehr allein der gebildete Hausvater, sondern mit der ganzen Familie eine bildungsmäßig heterogene Zielgruppe, die sich – befördert durch das Familienblatt – in der fiktiven Homogenität der Familie wieder vereint. Bereits der Begriff trug die soziale Utopie in sich, die zahlreiche Familienblätter – im Anschluß an die *Gartenlaube* – dann ausdrücklich zu ihrem Programm machten. Schon die Leipziger *Illustrirte Zeitung* wollte programmatisch „den Männern die gründlichste Belehrung, den Frauen die angenehmste Unterhaltung und der Jugend die kräftigste Anregung"[117] geben; Keil betonte im *Gartenlaube*-Programm mehrfach, die Beiträge sollten auch deshalb „keinen schulmeisterlichen Anstrich" haben, sondern „populär und für jedermann verständlich" bzw. „leicht verständlich" sein, damit „die gewöhnlichsten Handwerker, besonders aber die Frauen"[118] sie verstehen könnten.

Struktur und Entwicklung der Familienzeitschriften wurden v. a. von zwei sozialen Faktoren bestimmt: während ‚Familie' anfangs ein unabdingbarer Bezugsrahmen war, der gegen Ende des 19. Jahrhunderts jedoch als konstitutives und integratives Moment zweitrangig bzw. danach sogar obsolet wurde, entwickelte ‚Unterhaltung' im Laufe der Ausprägung der modernen Massengesellschaft eine Eigenwertigkeit, die sie – etwa mit den 1880er Jahren – aus der Einbindung in Bildungs- und Belehrungskonzepte löste; mit diesem Zeitpunkt begann auch die an literarischen Avantgardismen orientierte Kritik am Familienblatt. Die „Entfremdung des F.[amilienblatts] von den höheren Zeitinteressen"[119] stellt sich insofern als Ausdifferenzierung der Leserschaft dar, deren gebildeter bzw. literarisch avanciert interessierter Teil zunehmend alternative Organe, vorwiegend des Rundschau- bzw. Revuetyps, als Interessenforum fand.

Die Journale am Beginn des 19. Jahrhunderts hatten zumeist nur Auflagen für wenige hundert Abonnenten; als August Lewald mit seiner Zeitschrift *Europa* 1837 die Auflage von 2500 erreichte, sah er sein Blatt „in die Kreise der Häuslichkeit eingedrungen" und zu „ein[em] Familien-Magazin im rechten Sinn"[120] geworden. Als Gutzkow 1852 die *Unterhaltungen am häuslichen Heerd* gründete, die „erste bekannte[] Familienzeitschrift im modernen Sinn"[121], hatte er bereits nach einem Jahr 7000 Abonnenten. Die programmatischen Äußerungen, mit denen Gutzkow sein Konzept verteidigte, machen deutlich, daß die nachrevolutionäre Publizistik, nachdem ihr die in den Revolutionsjahren gewonnene Öffentlichkeit der Straßen nunmehr verschlossen blieb, bewußt den privaten Raum der Familie als Forum suchte. „Es gibt Zeiten, wo sich jede Überzeugung in die Familie flüchtet. Der häusliche Herd ist uns keine gedankenlose Plauderstube […] er ist und wird uns bleiben das sichere Asyl ernster Lebensauffassung […] eine allgemeine Vereinigung der Menschen als Menschen, wenn auch Parteiung sie zer-

---

[114] Vgl. Anm. 8
[115] Die Familienzeitschrift, S. 148–164. Aufgenommen sind nur Zeitschriften bis 1900, außerdem wurden Pfennig-Magazine, Mode- und Witzblätter u. ä. ausgeschlossen, „um den Eindruck einheitlicher zu gestalten" (ebd. S. 147).
[116] Barth, Zeitschrift für Alle, S. 9
[117] Zit. n. Kirschstein, Die Familienzeitschrift, S. 85/86
[118] Kirschstein, Die Familienzeitschrift, S. 82/83
[119] Kainz, Stichwort „Familienblatt", S. 347
[120] Barth, Zeitschrift für Alle, S. 69
[121] Barth, Zeitschrift für Alle, S. 69

risse.“[122] Gutzkows Vorbild war dabei offenbar die von Ch. Dickens herausgegebene Zeitschrift *Household Words* (1850–1859). In der Zeit vor der *Gartenlaube* bestanden v. a. zwei Typen von Familienblättern: solche für Gebildete (Gutzkow, Lewald), sowie lokal gebundene und besonders populär geschriebene für Handwerker und Gewerbetreibende, etwa die *Blätter für Unterhaltung, Häuslichkeit, Familienglück und Bürgerwohl* (Berlin 1838ff.). Ernst Keil gelang es mit seiner nachrevolutionären Schöpfung *Gartenlaube* erfolgreich, heterogene soziale Adressaten zu erreichen; 1856 schrieb ein anderer Verleger: „Zeitschriften müssen unpartheiisch, getreu und freimüthig erzählen, was geschieht, huldigen sie nur einseitig einem Partheiprincipe, so werden sie niemals glänzende Geschäfte machen“.[123] Die implizite soziale Mehrfachadressierung verlor erst mit der weiteren Ausdifferenzierung der Gesellschaft gegen Ende des Jahrhunderts weitgehend ihre soziale Basis.

Zahllose Rezeptionszeugnisse betonen die Zeitschriftenlektüre als wirkliches Bildungserlebnis (s. u.). „[E]ingehüllt in das aufklärerische Ideal des ‚Dialogischen‘ wird in die hochgradig ausdifferenzierte Kulturvielfalt die Spezialfunktion des ‚Überblicks‘ eingeführt.“[124] Die Rubriken – etwa aus dem ersten Band des *Illustrirten Hausfreunds* (1857) – faßten den universalen Anspruch in konkrete Zusammenhänge: „I. Romane, Erzählungen und Novellen. II. Länder- und Völker-Skizzen. III. Aus der Natur und Technik. IV. Geschichte V. Biographien. VI. Gedichte. VII. Komische Beiträge. VIII. Räthsel und Rebus.“ Unterhaltung und Bildung – v.a in Form populärwissenschaftlicher Beiträge – stehen gleichwertig nebeneinander. Am Beginn der Kaiserzeit (15.1872) praktisch unverändert – „I. Romane, Erzählungen und Skizzen. II. Reisen und Schilderungen von Land und Leuten. III. Wissenschaftliche und gemeinnützige Aufsätze. IV. Historisches, Charakteristiken und Biographien. V. Feuilleton. VI. Gedichte. VII. Illustrationen.“ –, verschwinden erst gegen Ende des Jahrhunderts (43.1899/1900) Rubriken wie Länder- und Völkerskizzen, Aus Natur und Technik oder Historisches, die eher einem klassischen *allgemeinen* Bildungsideal verpflichtet waren; statt dessen werden nun Beilagen mitgeliefert, die *konkrete* Handreichungen für Haushalt und Kinderbetreuung bieten. Daß die Familienzeitschriften „hauptsächlich zur Popularisierung der Wissenschaft beigetragen haben“, wurde auch von kritischen Zeitgenossen immer wieder hervorgehoben: „Ich erinnere, was den letzten Punkt betrifft, nur an die vielen wertvollen Abhandlungen über die wichtigsten Kapitel der Gesundheitspflege in der ‚Gartenlaube‘“.[125] Die meisten Phänomene der industriellen Moderne – z. B. Eisenbahnen, Dampfmaschinen, Setzmaschinen, Brückenbau, Fotoapparate, Fahrräder, Automobile – wurden in den Familienzeitschriften „eingeführt, beschrieben, bebildert“;[126] dadurch entwickelten diese sich im Verlauf der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts „zur dritten Bildungsmacht“. Von Heft zu Heft vertreten die Texte verschiedener Serien ein gemeinsames Wissensfeld (Reise/Geographie, Naturwissenschaft, Medizin/Diätetik u. s. w.), so daß dieses weitgehend in jedem Heft präsent ist, während die Serien sich verstreuen. Die Sparten sind nicht von vornherein gesetzt, sondern wachsen „aus der Rekurrenz der Serien“, um mit dem notwendigen Ende einer Serie wieder suspendiert zu werden. Gleichzeitig öffnen sie jede Serie auf das Buch hin. „In dieser Zwischenposition liegt genau ihre strukturelle Eigenart.“[127] Gegen Ende des Jahrhunderts begann sich die belehrende Funktion jedoch auf andere, spezialisiertere Zeitschriften zu verlagern. Das erste populärwissenschaftliche Periodikum modernen Zuschnitts war Spemanns erfolgreiches Jahrbuch *Das Neue Universum* (1880ff.),

---

[122] Zit. n. Barth, Zeitschrift für Alle, S. 71

[123] [Prinz]Stand, Bildung und Wesen des Buchhandels, S. 49

[124] Graevenitz, Memoria und Realismus, S. 286. Graevenitz’ Erläuterung („Es entsteht dadurch nicht wirklich Einheit, sondern eine die Differenzen der Bildung vermehrende, alternative Presse-Bildung.“, ebd.) sieht jedoch von der historischen Wirklichkeit einer breiten sozialen Rezeption ab.

[125] Steiger, Was unser Volk liest, S. 25; das vorherige Zitat ebd. Auch der Pressehistoriker Koszyk betont, die *Gartenlaube* habe „manchen wertvollen Beitrag zur Popularisierung des technischen und wissenschaftlichen Fortschritts“ gebracht (Deutsche Presse im 19. Jahrhundert, S. 300).

[126] Kinzel, Die Zeitschrift und die Wiederbelebung der Ökonomik, S. 672. Die folgenden Zitate ebd. S. 672–675

[127] Kinzel, Die Zeitschrift und die Wiederbelebung der Ökonomik, S. 675

dem erst nach der Jahrhundertwende eine – mit Zielgruppe und Ausstattung jedoch zunächst kaum vergleichbare – Zeitschrift folgte: der seit 1904 erscheinende *Kosmos*, hinter dem eine Buchgemeinschaft stand, die innerhalb des ersten Jahrzehnts 100.000 Mitglieder warb.

Gerade die Universalität der klassischen Familienzeitschriften führte am Ende des 19. Jahrhunderts indirekt zu deren Auflösung bzw. Metamorphose: einerseits hin zur modernen Illustrierten, andererseits zur Hausfrauen- und Ratgeberzeitschrift. Was lange als „Niedergang“[128] der Gattung angesehen wurde, stellt sich insofern als komplizierter und vielfältig vernetzter gesellschaftlicher Umwandlungsprozeß dar.
Ein bedeutsamer Vorgang dabei war die Ablösung des alten Bildungsbegriffes: nicht mehr Unterhaltung und Bildung hieß die Maxime, sondern Unterhaltung und Ratschlag. Während das Unterhaltungskonzept der alten Familienzeitschriften weitgehend unangetastet blieb, wurde deren tendenziell der ‚höheren‘ Bildung verpflichtetes Bildungsmodell nunmehr durch die Ratgeberliteratur in Zeitschriftenform ersetzt: Bildung wich Nützlichkeitserwägungen, Wissen wurde konkret. Während traditionelle Bildungsinhalte in die Zeitschriften der literarischen Elite – gerade auch der künstlerischen Avantgarde – abgedrängt wurden, die nun in großer Zahl für wenige Käufer entstanden, breitete sich die neue Ratgeberliteratur des angewandten Wissens, der Tipps für Haus und Hof und Garten, der Hinweise für alle Lebenslagen in regionalen und überregionalen Unterhaltungszeitschriften immer weiter aus. Nach etwa 1905 gibt es keine Familienzeitschrift mehr ohne ein umfangreiches Ratgeberrepertoire. Durch den Einstellungswandel des Publikums wurde es von immer geringerer Bedeutung für eine Zeitschrift, im Haupttitel als „Familienschrift“ zu firmieren; im Untertitel lief der Begriff dagegen auch in vielen der neuen Zeitschriften weiter. Die Familie als zentraler Sozialisationsort bekam die Konkurrenz von Cafés, Bahnhöfen und Straßen zu spüren, die sich gegen Ende des Jahrhunderts auch in Deutschland zunehmend als Treffpunkt, Meinungsfeld und sinnlicher Erfahrungsbereich etablierten.

Dank vehementer Modernisierungsanstrengungen konnten sich einzelne Titel der traditionellen Familienzeitschriften nicht nur in den beiden letzten Jahrzehnten des Kaiserreichs[129] behaupten, sondern über die Weimarer Republik hinaus. Es gab nach der Jahrhundertwende zwar keine dezidierten Neugründungen mehr, dafür legten die meisten Hausfrauenblätter im Untertitel großen Wert auf den traditionellen Familienbezug. Die einzelnen Rubriken, mit denen sich die Familienblätter unter dem Dach einer einzigen Zeitschrift beschäftigt hatten, fanden sich nun in den Sparten der neu gegründeten Periodika wieder: technische Periodika (*Das Neue Universum*, *Kosmos*) übernahmen den naturwissenschaftlich-technischen Bereich, Hausfrauen- und Modeblätter (*Fürs Haus*, *Berliner Hausfrau* u. a.) den Ratgeber- und Modeteil, Romanzeitschriften brachten Fortsetzungsromane u. s. w.; Rätselzeitschriften entstanden, Gerichts- bzw. Kriminalzeitschriften und solche, die sich mit der Haustier- und Blumenpflege beschäftigten. Die Familienzeitschrift älteren Zuschnitts war obsolet geworden, da ihre unter dem Vorzeichen der Universalität zusammengebundenen Inhalte von anderen, nunmehr konsequent spezialisierten Zeitschriften vielfältiger und differenzierter angeboten werden konnten. Diese neuen Unterhaltungszeitschriften sogen die Inhalte der traditionellen Familienzeitschriften auf, bezogen sich allerdings immer wieder gern auf diese, so daß der alte Universalitätsanspruch in neuem Gewand nun auch in den spezialisierten Zeitschriften für ein sich immer weiter aufspaltendes Publikum auftauchte: Hausfrauen- und Modezeitschriften brachten weiterhin Fortsetzungsromane, Romanzeitungen boten zusätzlich ein kleines Feuilleton, technische und naturwissenschaftliche Zeitschriften enthielten Rätsel, Zaubertricks u. ä.

---

[128] Kinzel, Die Familienzeitschrift, S. 95

[129] Für die Jahre von 1900 bis 1918 finden sich, aufgrund der These von ‚Niedergang‘, kaum Angaben in der Literatur. Wie weit sich Professionalisierung und Ausdifferenzierung des Zeitschriftenmarktes auf die klassischen Familienzeitschriften im einzelnen auswirkte, bleibt zu untersuchen.

2.1 Typische Formen

Als Vertreterin der Familienzeitschrift schlechthin gilt die *Gartenlaube*, die sich an ein politisch eher liberal eingestelltes Publikum richtete und zahlreiche populäre und erfolgreiche Autoren engagierte. Das Konzept der *Gartenlaube* wurde vielfach kopiert, u. a. vom *Hausfreund*, der jedoch insgesamt Texte von weniger bekannten Autoren enthielt und auch weniger erfolgreich war. Ein weiterer Typ wird durch das konservativere, protestantisch-religiös ausgerichtete *Daheim* repräsentiert; auch diese Zeitschrift wandte sich an ein breites, Standesgrenzen überschreitendes Publikum. Etwas exklusiver sind Zeitschriften wie *Ueber Land und Meer* gestaltet; sie versuchten sich mit einer Mischung von *Gartenlaube* und *Leipziger Illustrierter Zeitung*. Auch Blätter wie *Vom Fels zum Meer* orientierten sich mit anspruchsvollen Beiträgen an einem vornehmen Lesepublikum.

Gartenlaube

Als Ernst Keil 1853 *Die Gartenlaube* gründete, war er bereits ein erfahrener Zeitschriftenredakteur und -Verleger: 1840 übernahm er die Redaktion von *Unser Planet* (später *Wandelstern*), 1845 gründete er einen eigenen Verlag mit der liberalen Zeitschrift *Der Leuchthurm*, 1851 erwarb er den *Illustrirten Dorfbarbier*.[130] Mit der *Gartenlaube* bezweckte er zunächst eine Popularisierung der Wissenschaften: „Mit der naturwissenschaftlichen Aufklärung sollte unterschwellig auch eine politische für das Bürgertum Hand in Hand gehen";[131] v. a. die Autoren E. A. Roßmäßler, J. Liebig und A. Brehm standen mit ihren Namen für dieses Programm. Erzählerische Text von Romanlänge, deren Fortsetzungen über mehr als nur fünf oder sechs Hefte liefen, wurden erst mit den Erfolgen von E. Marlitt (seit 1866) zum Markenzeichen der Zeitschrift. *Die Gartenlaube* war schnell erfolgreich und wurde zum Prototyp: im Verständnis der Zeitgenossen war sie *das* Familienblatt schlechthin. Die Auflage nahm bis Mitte der 1870er Jahre kontinuierlich zu: die Startauflage betrug 5000 (1853), nach acht Jahren waren 105.000 (1861), nach weiteren sechs 210.000 (1867) erreicht[132]; zu Beginn des Kaiserreichs gelang der Sprung auf 310.000, für 1875 ist die höchste Auflage von 382.000 überliefert. Damit war das Blatt nach eigener Aussage die meistgelesene Zeitschrift der Welt.[133] Danach sank die Auflage auf 284.000 (1883), was sich längere Zeit als stabiles Niveau erwies (1895: 275.000).1883 ging die *Gartenlaube* (unter der Verlags-Bezeichnung Ernst Keils Nachf.) in das Kröner-Konsortium unter Leitung Adolf Kröners über, der von 1886 bis 1903 auch als verantwortlicher Redakteur zeichnete und dem Blatt „ein modernes, der Zeit angepaßtes publizistisches Gewand"[134] verpaßte: Anzahl und Qualität der Illustrationen wurde erhöht, neue Autoren (u. a. Spielhagen, Fontane[135], Raabe, Ganghofer, Ebner-Eschenbach) konnten gewonnen werden; Ernst Keils Nachf. wurde 1898 mit der *Gartenlaube* an die Union Deutsche Verlagsgesellschaft in Stuttgart und im Dezember 1903 an den Verlag August Scherls (Berlin) verkauft, der seit 1900 – durch seine Anteile am Spemann-Verlag – bereits Teilhaber der Union war. Für die Zeit nach 1900 sind keine konkreten Auflagenzahlen der *Gartenlaube* mehr bekannt[136]; Angaben in den maßgeblichen Fachorganen (Sperling, Mosse) fehlen, was Hinweis auf ein deutliches Absinken der Verkaufszahlen zu sein scheint.[137] Dafür sprechen auch die Aktivitäten der Union bzw. Scherls:

---

130 Zur Geschichte der *Gartenlaube* vgl. Barth, Zeitschrift für Alle, S. 299–337

131 Barth, Zeitschrift für Alle, S. 306

132 Das für Preußen von 1862 bis zum Mitte1866 wirksame Verbot der Gartenlaube hatte zunächst einen Rückgang der Auflage um 55.000 zur Folge (Barth, Zeitschrift für Alle, S. 323/324).

133 Barth, Zeitschrift für Alle, S. 325

134 Barth, Zeitschrift für Alle, S. 331

135 Zu den Auswirkungen des publizistischen Umfeldes der *Gartenlaube* auf die Romane Fontanes vgl. Kampel, Fontane und die Gartenlaube

136 Barth, Zeitschrift für Alle, gibt für 1905 die Auflage mit 100.000 an; diese Zahl läßt sich für dieses Jahr jedoch nicht konkret belegen.

137 In einem Inserat für Werbekunden hieß es 1896, die *Gartenlaube* besäße „Hunderttausende" Abonnenten (Mosse-Katalog, 29. Jg. 1896), während diese Angabe im Folgejahr, bei ansonsten gleichlautendem Anzeigentext, auf „mehr als Hunderttausend" korrigiert wurde (ebd. 30. Jg. 1897).

in relativ kurzer Zeit wurden einige der bekanntesten und ältesten Konkurrenzblätter mit der *Gartenlaube* vereinigt: 1901 ging die *Illustrirte Chronik der Zeit* (1872–1900) in die *Gartenlaube* über; zum 1. Januar 1906 vereinigte Scherl seine ebenfalls von der Union erworbene Familienzeitschrift *Vom Fels zum Meer* (die aber als Parallelausgabe noch bis 1917 wietergeführt wurde) und deren Wochenausgabe *Die weite Welt* mit dieser, und im gleichen Jahr wurde das Beiblatt *Die Welt der Frau* gegründet und der *Gartenlaube* beigelegt. Aktivitäten, die einer sinkenden Attraktivität des alten Blattes entgegen wirken sollten, indem sie diesem den Abonnentenstamm der anderen Zeitschriften zukommen ließen. (Im Jahr 1937 betrug die Auflage der *Gartenlaube* noch 80.595[138]).

Schon früh hatte Keil – zunächst zur Umgehung der Zensur – auf publizistische Diversifikation gesetzt: neben dem Beiblatt *Deutsche Blätter* erschien 1855 bis 1861 die von A. Diezmann herausgegebene Zeitschrift *Aus der Fremde*, welche die ‚nationale' *Gartenlaube* mit internationalen Themen ergänzen sollte und 1862 mit dieser verschmolz. 1864/65 erschien das mit der *Gartenlaube* weitgehend identische Familienblatt *Der Volksgarten*, und seit 1886 – angeregt durch die entsprechende Praxis des *Daheim* bzw. die Kalenderprojekte der Zeitschriftenverleger Payne, Weber u. a. – der *Gartenlaube-Kalender*.

Der Hausfreund

Das von Hans Wachenhusen 1857 gegründete und bis 1873 redaktionell betreute Familienblatt *Der Hausfreund* (zunächst: *Der Illustrirte Hausfreund*, 1.1857–3.1859/60) ist ein typisches direktes Konkurrenzprodukt zur *Gartenlaube*; es konnte zwar deren Erfolg niemals erreichen, gehörte jedoch mit einer Laufzeit von 44 Jahrgängen zu den langlebigsten Nachahmern des Keil'schen Konzeptes. Das Format entsprach, wie später auch beim *Daheim*, ab dem vierten Jahrgang (1861) ungefähr dem der *Gartenlaube*; der Untertitel lautete meist „[Ein] Illustrirtes Familienbuch", ab den 1880er Jahren „Illustrirtes Familien-Journal". Auch die Rubrikeneinteilung spiegelte die der *Gartenlaube* wider; im Unterschied zu dieser, die erst mit den Erfolgen von E. Marlitt zum Abdruck von Romanen überging, setzte der Journalist und Reporter Wachenhusen, der außerdem ein fruchtbarer Romancier war[139], von Beginn an auf das Leserbindungskonzept der Fortsetzungsromane – die zu dieser Zeit in Deutschland noch keineswegs üblich waren.[140] Der erste Jahrgang enthielt gleich vier Romane (Aug. Blanche: „Der Sohn von Süd und Nord", L. Geyer: „Der Freibeuter", C. Z.: „Nena-Sahib, der Würger von Indien", J. F. Smith: „Ein Familien-Geheimniß"), in den Folgejahren gab es meist zwei; Wachenhusen selbst steuerte zu jedem Jahrgang Feuilletons und kürzere Erzählungen bei, sehr häufig stammte auch einer der Fortsetzungsromane aus seiner Feder (z. B. 2.1858: „Der Löwe der schwarzen Berge", 4.1861: „Die bleiche Gräfin", 5.1862: „Eva's Tochter", 6.1863: „Die Gräfin von der Nadel"). Der belletristische Bereich wurde mit den 1870er Jahren immer weiter ausgebaut, wobei ein Schwergewicht auf Kriminalerzählungen lag: „Criminal-Novelle" lautet eine häufige Gattungsbezeichnung, Ewald August König ist mit einigen Romanen vertreten (z. B. 32.1889: „Die rothe Laterne", 34.1891: „Enterbt"), daneben G. Samarow (36.1893: „Am Abgrund", 43.1899/1900: „Die Goldapotheke"), immer wieder L. Sacher-Masow und mit kürzeren Texten gelegentlich A. Strindberg, R. Kraft, E. Ebenstein und E. A. Poe. *Der Hausfreund* erschien anfangs als Monatsblatt, dann jedoch wöchentlich zu 52 Nummern á 2 Bogen („mit eingedruckten Holzschnitten"), wobei parallel eine ‚Monatsausgabe' (später zweiwöchentlich) mit 16 Heften (später 26) jährlich zum Abonnementspreis von 50 Pfg. pro Nummer ausgegeben wurde. 1889 kostete ein Heft der Wochenausgabe 10 Pfg. im Abonnement, die zweiwöchentliche Ausgabe 25 Pfg. pro Heft. Nach H. Wachenhusen redigierten M. Lilie, W. Krüger u. H. Roskoschny (17.1874–20.1877) bzw. letzterer alleine (21.1878–24.1881) das Blatt, danach K. Teschner (25.1881–29.1885) und Oskar Wilda (20.1886–44.1901). Noch häufiger wechselten die Ver-

---

[138] Seyb, Das Vertriebswesen des werbenden Buch- und Zeitschriftenhandels, S. 36

[139] Vgl. Steinbrink, Abenteuerliteratur, S. 174–177 u. 264/265

[140] Vgl. Meunier / Jessen, Das deutsche Feuilleton, S. 87–89

lage: *Der Hausfreund* erschien zunächst im Berliner Verlags-Comptoir (A. Dominé) (1857–1864), dann im Verlag der Hausfreund-Expedition, darauf bei O. Janke (1865), dann Lemke u. Co. (1866) und schließlich E. Graetz (1867–1876?), eine Parallelausgabe erschien in Leipzig bei Theile & Greese, dann bei Krüger & Roskoschny; 1878–1901 bot der Verlag Schottlaender in Breslau die Zeitschrift an; sie hatte zu dieser Zeit mehrere Titelausgaben in anderen Städten, zudem gab es seit 1900 eine Reihe von Beilagen. Mit dem 45. Jahrgang (1901/1902) wurde der *Hausfreund*, nunmehr redigiert von Wolfgang Engel, vom Berliner Verlag Vobach & Co. Übernommen, in *Neue Illustrierte Wochen-Zeitung. Ein Blatt fürs deutsche Haus*[141] bzw. *Illustrierte Wochen-Zeitung* umbenannt und für 15 Pfg. pro Heft verkauft. Damit ist der *Hausfreund* ein Beispiel für die direkte Umwandlung einer klassischen Familienzeitschrift in ein Hausfrauenblatt neueren Typs, für die der Vobach-Verlag und sein Zeitschriftenprogramm (s. u.) kennzeichnend wurden.

Ueber Land und Meer / *Das Buch für Alle*

Einem gänzlich anderen Zeitschriftentyp gehörten *Ueber Land und Meer* und *Das Buch für Alle* an. Das 1857 von Hallberger in Stuttgart gegründete *Ueber Land und Meer* (1.1858/59–65.1922/23) war der erfolgreiche Versuch, „die unterschiedlichen publizistischen Konzeptionen der *Illustrirten Zeitung* und der *Gartenlaube* miteinander zu verbinden.“[142] Die sonntäglich erscheinende Wochenausgabe der Zeitschrift erschien im Zeitungsformat (Folio), brachte mit dem Untertitel „Allgemeine (später: „Deutsche“) Illustrirte Zeitung“ ein Aktualitätsbemühen zum Ausdruck und kostete im Vierteljahresabonnement 3,50 Mark, was aufs Jahr gesehen dem Doppelten des *Gartenlaube*-Preises (7 Mark jährlich) entsprach, aber nur die Hälfte des Abonnementspreises der Leipziger *Illustrirte Zeitung* (28 Mark jährlich) war. Ueber Land und Meer hatte 1886 eine Auflage von 130.000; sie bezeichnete sich 1896, als sie – wie bereits gesehen – in sechs verschiedenen Ausgaben erschien, als die älteste belletristische Zeitschrift „größeren Stils“[143] in Deutschland. Sie warb mit „glänzende[r] äußere[r] Ausstattung“ und „hervorragende[n] künstlerische[n] Leistungen“, die „dem modernen Geschmack Rechnung tragen[]“, so daß sie für ein „kaufkräftiges Publikum“[144] in Frage käme. Das von Hermann Schönlein gegründete *Das Buch für Alle* (1.1866–67.1935?) entsprach in Gestaltung und Format dem Hallberger’schen *Ueber Land und Meer*, war aber aufgrund des deutlich niedrigeren Preises auf ein „weniger kaufkräftiges Publikum“[145] zugeschnitten. Am Ende des Jahrhunderts hatte die Zeitschrift eine Auflage von etwa 160.000, wobei die Hefte eins und zwei jeden Jahrgangs (der bereits im August des Vorjahres begann), die den Kolporteuren als Werbematerial für neue Abonnenten mitgegeben wurden, jeweils in einer Auflage von 350.000 bzw. 250.000 gedruckt wurden.[146] *Das Buch für Alle* erschien anfangs als „Illustrirte Monatsschrift [später: Illustrirte Blätter] zur Unterhaltung und Belehrung für die Familie und Jedermann“, bis 1870 jährlich zwölfmal, dann sechzehnmal;[147] seit 1873 kam sie vierzehntäglich, erst 25mal, dann 28mal im Jahr heraus. Ein Einzelheft kostete von Anfang an (bis 1915) 30 Pfennig, der Quartalspreis betrug demnach 2,10 Mark; seit 1877 nannte sie sich „Illustrirte Familien-Zeitung zur Unterhaltung und Belehrung. Chronik der Gegenwart“ und betonte damit ebenfalls noch deutlicher den Aktualitätsaspekt. Der Preis für das *Buch für Alle* lag nur unwesentlich über dem für das *Daheim* oder die *Gartenlaube*, was durch weniger häufiges Erscheinen und geringeren Gesamtumfang ausgeglichen wurde.

---

141 Die *Neue Illustrierte Wochen-Zeitung* wurde als Fortsetzung folgender Blätter angeboten: *Am deutschen Herd, Illustrirte Blätter, Erholungsstunden, Illustrirte Familienzeitung, Der Hausfreund, Die Heimat* und *Breslauer Sonntagsblatt* (GValt).

142 Gebhardt, Illustrierte Zeitschriften, S. B43

143 Mosse, Zeitungskatalog und Insertionskalender 29.1896

144 ebd.

145 Gebhardt, Illustrierte Zeitschriften, S. B.44

146 Mosse, Zeitungskatalog und Insertionskalender 29.1896

147 GValt

Beide Zeitschriften gingen später in die Stuttgarter Union Deutsche Verlagsanstalt ein und demonstrieren exemplarisch deren Konzept, möglichst unterschiedliche Leserschaften mit verschiedenen Publikationen zu bedienen. Dem Exklusivitätsanspruch von *Ueber Land und Meer* stand mit dem *Buch für Alle*, das sich mit Haupt- und Untertiteln ausdrücklich an ein breites Publikum wandte, eine populär gefaßte Familienzeitschrift gegenüber; für beide waren im übrigen die jeweiligen Fortsetzungsromane von wichtiger Bedeutung für die Leserbindung.

Westermanns Monatshefte / *Vom Fels zum Meer*

Für ein – in unterschiedlichen Ausprägungen – eher exklusives Publikum bestimmt waren *Westermann's illustrirte deutsche Monatshefte* (1.1856/57–50.1906; dann: *Westermanns Monatshefte* 51.1906/07–128.1987) und Spemanns *Vom Fels zum Meer* (1.1881/82–24.1904/05). Beide erschienen (zunächst) monatlich, *Vom Fels zum Meer* dann seit dem 11. Jahrgang (1891/92–13.1893/94) eine zeitlang parallel auch als Halbmonatsschrift (26 Hefte pro Jahr), was mit dem 14. Jahrgang dann die alleinige Erscheinungsweise wurde. Die *Fels*-Hefte kosteten anfangs 1 Mark, später 50 bzw. 75 Pfennig, was einem Jahresabonnementspreis von 12 bis 13 bzw. 19,50 Mark entsprach; seit 1901 (20. Jg.) erschien unter dem Titel *Die weite Welt* zusätzlich eine Wochenausgabe zum Heftpreis von 25 Pfg. Die Auflage betrug anfangs 50.000[148], 1885 42.000[149]; 1893/94 wurde die Salonausgabe von *Schorers Familienblatt* mit *Vom Fels zum Meer* vereinigt, dieses ging 1905 in der *Gartenlaube* auf, in deren Titel es noch bis 1917 als „Kopfausgabe" geführt wurde. *Vom Fels zum Meer* war nur in den Anfangsjahren, als J. Kürschner das Blatt redigierte (1.1881/82–8.1888/89), eine erfolgreiche Zeitschrift; G. Freytag hatte dem Redakteur bereits 1885 prophezeit: „Die Herrlichkeit wird nur wenige Jahre dauern"[150] und ihm geraten, das Blatt rechtzeitig zu verlassen. Tatsächlich leitete der Weggang Kürschners, der den Verleger Spemann hart traf, den allmählichen Untergang der Zeitschrift ein; seine Nachfolger, zunächst der Verleger Spemann selbst (1889–1892), dann J. Prölß (1893) und P. Dobert (1894–1901?), verfügten nicht über Kürschners besonderes Talent im Umgang mit (potentiellen) Autoren, der Wandel von einer Monats- in eine Halbmonatsschrift, die wechselnde Preispolitik und die Verlagswechsel zur Stuttgarter Union (1889) und schließlich zu Scherl (1901) sind Ausdruck einer mit den 90er Jahren unklarer werdenden Konzeption: man konnte sich offensichtlich nicht entscheiden, ob man künftig ein exklusives Magazin – etwa im Stil der neuen *Velhagen & Klasings Monatshefte* – produzieren oder der teils angedeuteten Öffnung hin zu einem populären Familienmassenblatt folgen wollte; diese Unentschiedenheit, d.h. eine unklare Vorstellung des zu avisierenden Publikums, führte letztlich zum Untergang des Blattes. *Westermanns Monatshefte* dagegen schafften – auf einer anderen Ebene – den Wandel; die Titeländerung im Jahr 1906 signalisiert dies bereits. Westermann hatte zunächst ein deutliches Schwergewicht auf naturwissenschaftliche Berichte gelegt; erst mit den 1860er Jahren begann durch die Gewinnung einer Reihe renommierter Autoren „eine deutliche Wendung zum Literarischen, Schöngeistigen und Unterhaltenden":[151] W. Raabe (32 Beiträge von 1857 bis 1906), Th. Storm (15 Beiträge: 1865–1888), L. v. Sacher-Masoch (10 Beiträge: 1866–1889), W. Jensen (23 Beiträge:1868–1910), F. Lewald (10 Beiträge: 1869–1897), P. Rosegger (17 Beiträge: 1873–1915), M. v. Ebner-Eschenbach (12 Beiträge 1884–1916), H. Böhlau (5 Beiträge 1884–1917), C. Viebig (5 Beiträge: 1902–1926) u. a. gehörten mit zahlreichen Beiträgen zu den literarischen Stützen des Blattes, das um die Jahrhundertwende zudem deutlich den Illustrationsanteil erhöhte. Die Auflage hat wohl etwa 15.000 nie überschritten; die Zeitschrift wendete sich an jene Teile eines (bildungs-) bürgerlichen Publikum mit literarischen Interessen, das um 1900 die naturalistische und später die expressionistische Richtung der modernen Literatur nicht mittragen wollte.

---

[148] 1884, Bd. 2
[149] Dietzel / Hügel, Bd. 4, S. 1245
[150] Zit. n. Graf, ‚Ich bin dagegen', S. 234
[151] Ehekircher, Westermanns illustrierte deutsche Monatshefte, S. 18

Daheim[152]

Seit 1862 plante der Bielefelder Verleger August Klasing, unterstützt von dem Kreisen der Inneren Mission nahestehenden ‚*Daheim*-Comité', eine christliche Familienzeitschrift als bewußte Gegengründung zur liberalen *Gartenlaube*.[153] An seinen Sohn schrieb der Verleger 1862, er sei aufgefordert worden, „eine illustrierte Zeitschrift herauszugeben in der Art der ‚Gartenlaube', aber insofern ein Gegensatz zu ihr und ihren Schwestern, als sie eben auf christlicher Weltanschauung beruhen soll. Nicht aber etwa in erbaulichem Tone und entsprechender Tendenziösität soll sie gehalten sein, sondern auch eben belletristisch wie die anderen […] ein Familienblatt für die deutsche Familie."[154] Später präzisierte er: „Die Familie bezielen wir, aber nicht die pietistische, wohl aber die deutsche und christliche."[155]

Die Auflagenentwicklung des *Daheim*, das im Herbst 1864 zu erscheinen begann, entsprach jedoch zunächst nicht den Vorstellungen des Verlegers: im Dezember 1864 betrug sie 24.000, bis zum Frühjahr 1870 war sie auf 39.000 angewachsen. Der deutsch-französische Krieg führte auch bei diesem Blatt zu einer enormen Auflagensteigerung: im Herbst 1870 hatte das Blatt 70.000, zwei Jahre später sogar 80.000 Abonnenten; in den Jahrzehnten danach sank die Auflage wieder auf das Vorkriegsniveau (1874: 44.000, 1936: 43.000). Der Verlag sah sein Hauptpublikum „in den Kreisen der Rechten und des Zentrums"[156], katholische Leser waren aufgrund der preußisch-protestantischen Orientierung naturgemäß in der Minderheit. Die Abonnenten der Zeitschrift lebten überwiegend in Norddeutschland, nur wenige Exemplare wurden in die katholischen Gegenden nach Österreich und Bayern verschickt.[157] Bezeichnend für Leserschaft und Tendenz ist die Roon-Affäre:[158] im November 1864 wurde eine vertrauliche Verfügung des preußischen Kriegsministers v. Roon publik, in der dieser das neugegründete Blatt *Daheim* „zur Lektüre in militärischen Kreisen, selbst in denen der Unteroffiziere und Soldaten" empfahl; gleichzeitig lobte auch der preußische Innenminister Eulenburg seinen Provinzialbehörden gegenüber „die vortreffliche Tendenz" des *Daheim*. Diese – in Preußen nicht ungewöhnliche – obrigkeitliche Unterstützung für regierungsfreundliche Periodika führte zu einem „Zeitungsskandal", der das *Daheim* schlagartig bekannt machte, aber für Auflage und Image negative Folgen zeitigte. Renommierte Autoren wie Gerstäcker und Rodenberg sahen sich in eine Frontstellung zu ihren Hausblättern (*Gartenlaube*) gebracht und zogen ihre Mitarbeit zurück.

Das „Daheim-Comité" sammelte Gelder und bewilligte Darlehen in der Gründungsphase; Klasing sah in der Gründung des *Daheim* regelrecht „eine göttliche Weisung"[159], ganz im pietistischen Verständnis, dass nicht das Unternehmen von ihm, sondern er von diesem geleitet würde. Mit der protestantischen Ethik verbanden sich im *Daheim* Begriffe wie Zucht, Vaterland und Sitte, die den deutsch-nationalistischen Aspekt betonten.

Die beiden weltanschaulichen Protagonisten Keil und Klasing unterschieden sich in ihren – jeweils „ethisch" orientierten – Beweggründen noch deutlich von der später sog. „Familienblatt-Industrie", die sich, v. a. ab den 1890er Jahren, vorwiegend an ökonomischen Zielsetzungen orientierte. Redakteur des *Daheim* war Robert König, ursprünglich Schulpädagoge, der dafür das sehr hohe Jahresgehalt von 8000 Talern bezog.[160] Der Verlag war allerdings schon bald sehr unzufrieden mit Koenig, den sein Verleger privatim als „eine[] Null von Redakteur"[161] bezeichnete. Seit Juni 1876 hatte das *Daheim* als zusätzlichen neuen Mitarbeiter den auch von

---

[152] Vgl. Barth, Zeitschrift für Alle, S. 339–365
[153] Barth, Das Daheim und sein Verleger August Klasing, S. 43; die folgenden Angaben ebd. S. 43ff.
[154] Barth, Das Daheim und sein Verleger August Klasing, S. 48
[155] Barth, Das Daheim und sein Verleger August Klasing, S. 50
[156] Barth, Das Daheim und sein Verleger August Klasing, S. 95
[157] Barth, Das Daheim und sein Verleger August Klasing, S. 96
[158] Barth, Das Daheim und sein Verleger August Klasing, S. 101–108
[159] Barth, Das Daheim und sein Verleger August Klasing, S. 51
[160] Andere Redakteure verdienten zu dieser Zeit zwischen 600 und 1500 Talern (Barth, Das Daheim und sein Verleger August Klasing, S. 64)
[161] Barth, Das Daheim und sein Verleger August Klasing, S. 65

Fontane geschätzten Th. H. Pantenius, erst 1899 nahm R. König von der Zeitschrift endgültig Abschied. Nachfolger in der Redaktion wurden später die Schriftsteller H. v. Zobeltitz und P. O. Höcker, der als Schriftsteller auch für die *Gartenlaube* und verschiedene Ullstein-Zeitschriften arbeitete. Die Zeitschrift bestand bis zum 79. Jg (1943), als sie mit *Welt und Haus* vereinigt wurde; beide stellten im September 1944 endgültig ihr Erscheinen ein.

Die Rubriken des *Daheim* blieben über die Jahre sehr konstant, waren deutlich meist fast wörtlich an denen der *Gartenlaube* orientiert; wie bei anderen Zeitschriften auch, gab es mit den 90er Jahren eine stärke Auffächerung in einzelne Unterrubriken. Inhaltlich bildete in den Anfangsjahrgängen Erzählung und Novelle der Schwerpunkt, später gewann, ebenfalls wie bei der *Gartenlaube*, der Roman als erzählender Beitrag ein deutliches Übergewicht.
Eine der Lieblingsgestalten des *Daheim* war Bismarck, über den jahrzehntelang immer wieder berichtet wurde; noch 1914 warf die *Daheim*-Redaktion der *Gartenlaube* vor, Bismarck sei für sie der „bestgehaßte Mann“ gewesen.[162] Aufgrund der christlich-konservativen und national-vaterländischen Haltung wurde das *Daheim* von Gegnern auch als „Kasernenblatt“ bezeichnet; die Redaktion selbst empfand das als Ehrentitel.[163] Zugleich verweist der Begriff auf einen Teil des Lesepublikums: kasernierte Männer, die das propagierte Familienideal gerade nicht leben konnten und Ersatz suchten an der idealen Konstruktion von „Familie“, die das Blatt bot. Einen anderen, bildungsbürgerlich orientierten Teil des Publikums erreichte man, im Zeichen weiterer Ausdifferenzierung, durch eine Neugründung: die *Neuen Monatshefte des Daheim* (1.1886/87–3.1888/89; dann: *Velhagen & Klasings neue Monatshefte*, 4.1889/90–5.1890/91), angelehnt u. a. an *Westermann's illustrirte deutsche Monatshefte* und *Vom Fels zum Meer*, entwickelten sich unter dem Titel *Velhagen & Klasings Monatshefte* (6.1891/92–61.1953) zu einer der erfolgreichsten illustrierten Revuen Deutschlands.

Religiöse Familienzeitschriften

Die Wirkungsmacht von Zeitungen und Zeitschriften wurde v. a. von konfessioneller Seite gerne als sehr hoch eingeschätzt. Beklagt wurde immer wieder, daß die neuen Massenmedien die allgemeine Säkularisierung der Gesellschaft beförderten. Von katholischer Seite aus stand die *Gartenlaube* im Zentrum dieser Kritik; 1876 z. B. wurde ihr von L. Deibel in einer umfangreichen Schrift „Materialismus“, Kulturkampfterminologie und Nähe zum Freimaurertum vorgeworfen.[164] Auch auf einem Kongreß der Inneren Mission, der ebenfalls 1876 in Dresden stattfand, wurde konstatiert: „Im Ganzen wird durch diese Unterhaltungsblätter, obgleich sie im Einzelnen viel Wissenswerthes, Lehrreiches und Gutgeschriebenes enthalten, eine zerstreuende und verflachende Leserei befördert und zugleich, was schlimmer ist, wesentlich dazu beigetragen, den mit superkluger, kritischer Nüchternheit gepaarten Diesseitigkeitsrausch zur habituellen Stimmung der heutigen gebildeten Welt zu machen.“[165] Zwar hatte es seit Mitte des 19. Jahrhunderts auf evangelischer wie katholischer Seite immer wieder Versuche gegeben, durch religiöse Vereinspublikationen im Zeitschriftenbereich auch ein etwas breiteres Publikum zu erreichen, etwa durch Missions- oder Volksblätter; doch keines dieser Blätter, wie z. B. das *Volksblatt für Stadt und Land*, das *Evangelisch-lutherische Missionsblatt* (Leipzig), *Der christliche Pilger* (Speyer) oder der *Evangelische Reichsbote* (Berlin), erreichte eine nennenswerte Auflage. Die verbreitetsten Blätter gab es im katholischen Bereich, wo das *Katholische Volksblatt* (Mainz) 1868 25.000 Abonnenten hatte, das *Wochenblatt für das christliche Volk* (Augsburg) im gleichen Jahr 19.000.

Der am 20. November 1871 in Köln gegründete katholische Görresverein sollte dem „schlechten Einflusse der Tagespresse, der illustrierten und nicht illustrirten periodischen Pres-

---

[162] Barth, Das Daheim und sein Verleger August Klasing, S. 80
[163] Barth, Das Daheim und sein Verleger August Klasing, S. 83
[164] Deibel, ‚Die Gartenlaube‘
[165] Pastor Krummacher, Die christliche Presse, S. 9

se“[166] durch Massenverbreitung ‚volkstümlicher‘ Schriften entgegenwirken.[167] Analog war das *Daheim* letztlich auf Anregungen aus Kreisen der Inneren Mission zurückgegangen[168]: Auf Betreiben des Evangelischen Kirchentags in Brandenburg 1862 kam es im September 1863 zu einer „Spezialkonferenz über die Unterhaltungsliteratur der Gegenwart, auf der F. Schaubach des Hauptreferat mit dem Titel „Die Unterhaltungsliteratur der Gegenwart in ihrer Stellung zu den sittlichen Grundlagen des Volkslebens“ hielt. Darin wurde die Unterhaltungsliteratur durchaus nicht nur verdammt, sondern für die Ausweitung des Blicks der Menschen über die eigenen vier Wände hinaus ausdrücklich gelobt. Zudem konstatierte Schaubach, vor allem wohl mit Blick auf die Erzähltexte der Traktatvereine: „Langweiligkeit ist keine Sünde, aber jedenfalls ein Fehler“. Als das *Daheim* im Dezember 1864 erschien, war es als Einlösung eines Programms vorgesehen, das eine Öffnung hin zu mehr Vielfalt vorsah. Vier Jahrzehnte später (1908) wies die evangelische Pressestatistik 30 Unterhaltungs- und Familienblätter mit einer Gesamtauflage von 845.500 auf, dazu kamen 84 Sonntags- und Volksblätter mit einer Auflage von zusammen 1.778.711. Der katholische Publizist Heinrich Keiter konstatierte angesichts dieser Situation und den Erfolgen der liberalen Zeitschriften 1896 eine „konfessionelle Brunnenvergiftung“, die er „zum weitaus größten Teil in der Unterhaltungsliteratur“[169] und dort v. a. im Zeitschriftenwesen angelegt sah. Tatsächlich durchzog eine „polemische Grundhaltung des Protestantismus gegenüber dem Katholizismus […] mehr oder weniger deutlich die gesamte protestantische Presse.“[170] Während des ‚Kulturkampfes‘ kam es deshalb auf katholischer Seite zu verstärkten Anstrengungen um die Gründung eigener populärer Familienzeitschriften; am erfolgreichsten wurden die Blätter *Alte und neue Welt. Illustrirtes Familienblatt zur Unterhaltung und Belehrung* (Einsiedeln: Benziger 1.1867 – 79.1945) und *Deutscher Hausschatz in Wort und Bild* (Regensburg: Pustet 1.1874/75 – 18.1891/92) bzw. *Deutscher Hausschatz. Illustrirte Familienzeitschrift* (ebd. 19.1892/93 – 78.1953) bzw. *Hausschatz* (Nürnberg 79.1953 – 82.1957). Der *Deutsche Hausschatz* war die erst deutsche katholische Familienzeitschrift, vom ersten Jahrgang wurden 7500 Exemplare gedruckt, und im Verlauf der nächsten Jahre entwickelte sich die Zeitschrift zu einer ernsthaften Konkurrenz für das acht Jahre ältere schweizerische Blatt. „Als direkte Reaktion auf die Regensburger Neugründung paßte auch Benziger die Physiognomie seiner Zeitschrift den neuen Verhältnissen an: *Alte und neue Welt* wurde von einer Monats- in eine Wochenschrift umgewandelt, Umfang und Preis wurden erhöht, und die besondere Rücksichtnahme auf jugendliche Interessen – bislang eine wichtige Zielgruppe – wurde aufgegeben.“[171] *Alte und neue Welt* soll beim 9. Jahrgang (1874) 80.000 Abonnenten gehabt haben,[172] eine Zahl, die offenbar ebenfalls mit dem 1870/71er Krieg zusammenhängt und später nicht mehr erreicht wurde: 1883 betrug die Auflage 50.000, 1893 hatte sie sich halbiert auf 25.000. Die Auflage des *Deutschen Hausschatz* erreichte erst in den 1890er Jahren (1889: 20.000) etwa die des unmittelbaren Konkurrenzblattes, um es dann zur Jahrhundertwende zu überholen (1901: 37.000). Die Auflagen kleinerer Blätter lagen meist zwischen 2000 und 5000, regional orientierte Zeitschriften – etwa *Die katholische Welt* aus Limburg (1901: 12.500) – überschritten gelegentlich die 10.000. Der Erfolg der katholischen Familienzeitschriften im Bürgertum blieb äußerst begrenzt; deshalb mahnten Kritiker immer wieder an, sich an das ‚Volk‘ statt an die Gebildeten zu wenden. Über die bemerkenswerte Jugendzeitschrift *Ra-*

---

166 Görres-Verein, S. 8

167 Die Polemik mancher Schriften des Görresvereins brachte, analog zu ‚anti-jesuitischen‘ bzw. ‚ultramontanen‘ Verschwörungstheorien auf protestantischer Seite, aggressive antisemitische Töne in die Zeitschriften- bzw. Pressedebatte, die in den nachfolgenden Jahrzehnten immer weiter zunahm und eine Kontinuität bis zum Faschismus bewahrte: z. B. ebd. S. 5, Schaubach (1869), von Hassel (1902), Ramseger (1941) und Kainz (1943).

168 Mehnert, Evangelische Presse, S. 148/149

169 Zit. n. Graf, Der Verlag von Heinrich Theissing, S. 94

170 Mehnert, Evangelische Presse, S. 176

171 Graf, Der Verlag von Heinrich Theissing, S. 94

172 Literarischer Handweiser, zunächst für das katholische Deutschland, 1874 (13. Jg.) Nr. 157, Sp. 333

phael, die 1890 bereits eine Auflage von 10.000 aufwies, hieß es beispielsweise, sie solle vermehrt kürzere Artikel bringen und „nicht die ‚gebildete' Jugend, sondern immer nur die Jugend aus dem Volke vor Augen [] haben; denn von den oberen Zehntausend halten wohl auch manche den ‚Raphael', die Kerntruppen der Leser aber stammen aus dem Volke."[173] Ähnlich hieß es später über *Haus und Welt* (Dortmund: A. Wulff), „die erste katholische Frauen- und Modezeitung, welche auf deutschem Boden entstanden ist", sie solle „nicht mit den ‚oberen Zehntausend' sondern mit den breiteren Schichten des ‚höheren Bürgerstandes' […] rechnen".[174]

Die Anwerbung produktiver Autoren, die über den engeren Kreis des katholischen Milieus hinaus bekannt und beliebt waren, blieb für die katholischen Familienzeitschriften eine Schwierigkeit, die praktisch während des gesamten Kaiserreichs nicht befriedigend gelöst werden konnte: hier hatten *Gartenlaube*, *Daheim*, *Das Buch für Alle* u. a. eher protestantisch bzw. preußisch-vaterländisch bzw. national orientierte Blätter Maßstäbe gesetzt, mit denen katholische Zeitschriften kaum konkurrieren konnten. Auch deshalb konnte ein Ausnahmetalent wie Karl May, der trotz seines protestantischen Bekenntnisses lange als katholischer Autor galt, zeitweise für die Publikumsbindung verschiedener katholischer Periodika (seit 1879: *Deutscher Hausschatz*, seit 1883: *Feierstunden* und *Im Familienkreise*, eine Gratis-Beilage des *Rheinischen Merkur*, aus dem Kölner Verlag von Heinrich Theissing, seit 1891: diverse Marienkalender) von übermächtiger Bedeutung werden, obwohl ihn die katholische kritische Publizistik zunächst beinahe systematisch ignorierte und später, v. a. durch Carl Muth und Hermann Cardauns, demontierte.

2.2 Romane und Erzählungen

Ein wichtiges Profilierungsmerkmal der Familienzeitschriften waren die belletristischen Texte – „beinahe die gesamte Erzählliteratur dieser Ära ist zunächst so unter die Leute gekommen"[175]: „Allgemein wie ihr Publikum waren die Autoren, die für die Familienzeitschriften schrieben. Bis zu den Naturalisten gab es – auch wegen der guten Honorare – keinen Erzähler von Rang, der nicht zu ihren Autoren gezählt hätte. So waren die Familienzeitschriften Ergebnis und Schöpfer einer gemeinsamen deutschen Literatur, die den Unterschied von Dichtung und Unterhaltungsliteratur nicht kannte. […] Bei der Lektüre der Marlitt oder Fontanes, Scheffels, Gerstäckers oder Mays vereinigte sich die ganze Nation."[176]

Angesichts hoher Bücherpreise konnten die Familienzeitschriften mit ihren belletristischen Texten eine Marktlücke füllen: „Das Feuilleton der großen politischen Blätter und die populären Zeitschriften bringen gegenwärtig so viel an Erzählungen und anderem schöngeistigem Stoff zu einem Preise an ihre Abnehmer, daß […] der Romanliteratur der letzte Rest ihrer Käufer – außerhalb der Leihbibliotheken – entzogen wird."[177] Die *Gartenlaube* setzte auch hier Maßstäbe, denen selbst eine Zeitschrift wie der *Bazar*, der zunächst als reines Modeblatt geplant war, nicht entgehen konnte. Zwischen 1850 und 1880 erschienen dort bekannte Autoren wie G. Hiltl, F. Gerstäcker, Th. Fontane, L. Hesekiel, L. Mühlbach, K. Frenzel, I. Turgenjew, M. Ring, W. Jensen, H. Kletke, A. E. Brachvogel, E. Eckstein, E. v. Bibra, F. Friedrich, H. Wachenhusen, E. M. Vacano, G. Höfer, I. Kurz, H. Seidel u. a. Selbst die programmatisch vorwiegend am Bild orientierten Zeitschriften druckten Romane und Erzählungen ab: bei der Leipziger *Illustrirten Zeitung* waren es z. B. P. Heyse, Th. Fontane, P. Rosegger, Th. Storm und F. Schanz,[178] bei der *Berliner Illustrirten Zeitung* hießen die Romanautoren u. a. A. v. Perfall,

[173] Literarischer Handweiser, 1890, Nr. 514, Sp. 638
[174] Literarischer Handweiser, 1900, Nr. 729, Sp. 2 u. 3
[175] Schrader, Autorfedern unter Preß-Autorität S. 4
[176] Schrader, Autorfedern unter Preß-Autorität, S. 103
[177] Hamburger Nachrichten Nr. 227 (1864)
[178] Lehmann, Illustrierte, Sp. 1781

M. Kretzer, R. Herzog, R. Stratz, F. v. Zobeltitz, R. Skowronnek, P. O. Höcker, und später C. Viebig, G. v. Ompteda, R. Huch, Th. v. Harbou, B. Kellermann, N. Jacques.[179]

Im *Daheim* war G. Hiltl, der neben vaterländischen Romanen, Skizzen und Beitragsserien von Kriegsschauplätzen auch kulturhistorische Studien lieferte, Hauptmitarbeiter für die erzählerischen Texte. Verleger A. Klasing schätzte Hiltl höher ein als Th. Fontane.[180] Sehr beliebt waren die Militärgeschichten von G. Hesekiel, daneben gehörten O. Wildermuth, W. Jensen, E. Wiechert und H. Seidel und mit Sachtexten W. H. Riehl, V. F. v. Strauß zu den regelmäßigen Beiträgern des Blattes. Gelegentlicher Beiträger war auch Th. Fontane, dessen Roman „Vor dem Sturm" (1878) im *Daheim* abgedruckt wurde; sogar die *Gartenlaube*-Autorin W. Heimburg war mit einem Roman vertreten (1884, „Das Fräulein Pate"). Insgesamt war es weniger das „mittelmäßige[] literarische[] Niveau"[181] des Blattes, als der geringere Unterhaltungswert, der den Aufstieg zu einer ernsthaften Konkurrenz der *Gartenlaube* verhinderte; den teils großartig erzählten Romanen der Marlitt[182] etwa hatte das *Daheim* nichts gleichwertiges entgegen zu setzen.

Zwar hatte R. Prutz nach Gründung der *Gartenlaube* moniert: „Die schwächste Partie sind bis jetzt noch die belletristischen Beiträge", sah aber „durch die Theilnahme von Amely Bölte, Ludwig Storch etc."[183] einen positiven Anfang gemacht. Über die Jahrzehnte offenbart der Blick auf die Autoren der *Gartenlaube* deren Wandel in Bezug auf Tendenz und Publikum: vom liberal-fortschrittlichen zum national-liberalen Familienblatt weiter zur politisch eher zurückhaltenden Frauenzeitschrift. Anfangs bestimmten Autoren der realistischen Richtung wie M. Ring, O. Ruppius, F. Stolle, E. Willkomm, F. Gerstäcker und J. D. H. Temme, häufig mit Vormärz- bzw. 48er-Erfahrung, das erzählerische Profil der Zeitschrift (vgl. Tab 2). Prototyp dieser Autorengeneration ist der ehemalige Kriminalgerichtsdirektor und Staatsanwalt J. D. H. Temme (1798–1881), der als demokratisches Mitglied der Frankfurter Nationalversammlung mehrfach des Hochverrats angeklagt und ohne Pensionsanspruch entlassen wurde. Von seinen vielgelesenen Kriminal- und Detektivgeschichten, mit denen er, gemeinsam mit A. Streckfuß, diese Erzählgattung in Deutschland begründete[184], wurden 35 zwischen 1855 und 1878 in der *Gartenlaube* publiziert; damit war Temme der meistgedruckte Autor des Blattes überhaupt. Auch die frühen Marlitt-Romane, die seit 1865 abgedruckt wurden – und keineswegs von allen männlichen Kritikern getadelt wurden[185] –, setzten die gesellschaftskritische Tendenz der Zeitschrift erzählerisch um.[186] Der enorme Erfolg dieser Autorin beruhte zudem auf ihrer intimen Kenntnis diffiziler psychologischer Zusammenhänge, v. a. im Zusammenspiel der Geschlechter, was sie offenbar zur Lieblingsautorin des sich wandelnden Publikums der Familienzeitschriften prädestinierte: der Frauen.[187] Die Wünsche dieses Publikums spiegeln sich auch in der Zusammensetzung der Autoren: waren in den ersten achtundzwanzig Jahren des Bestehens noch weniger als 20% der häufigsten *Gartenlaube*-Autoren Frauen, so wuchs der Frauenanteil zwischen 1881 und 1902 auf 50% an (vgl. Tab.3)! Einige Schriftstellerinnen, die v. a. das Genre des Frauenromans bedienten, wurden (nach Temme und seinen Kriminalgeschichten) zum neuen ‚Markenzeichen' der *Gartenlaube*:

---

[179] Korff, Berliner Illustrirte Zeitung, S. 298
[180] Barth, Das Daheim und sein Verleger August Klasing, S. 84
[181] Barth, Das Daheim und sein Verleger August Klasing, S. 87
[182] Vgl. die Sachartikel zu den Marlitt-Romanen in: Reclams Romanlexikon
[183] Deutsches Museum 1854, Nr. 2, S. 33
[184] Vgl. Hügel, Untersuchungsrichter
[185] Vgl. Steiger, Was unser Volk liest, S. 30/31
[186] Vgl. Wallraff, Die ‚Bürgerliche Gesellschaft' im Spiegel deutscher Familienzeitschriften, S. 10–17
[187] Grundlegend zu dem komplexen sozialpsychologischen Zusammenhang von Frauen- bzw. Mädchenlektüre und männlicher Leserkritik: Wilkending, Mädchenlektüre und Mädchenliteratur

Tab. 2: Die meistgedruckten Gartenlaube-Erzähler/-innen (1853–1880)

Name	*Anzahl*	*Zeitraum*
Heinrich Beta	4	1853/54
Erst Fritze	6	1856–1859
Friedrich Gerstäcker	9	1854–1869
Amelie Godin	10	1854–1880
Karl August Heigel	4	1863/1864
[W. Heimburg	3	1878–1880]
Paul Heyse	4	1866–1875
W. O. von Horn	4	1855
E. Marlitt	9	1865–1879
Max Ring	10	1857–1868

Name	*Anzahl*	*Zeitraum*
Otto Ruppius	8	1860–1864
Herman Schmid	22	1860–1880
August Schrader	13	1854–1857
Levin Schücking	18	1858–1875
Ferdinand Stolle	4	1853
Ludwig Storch	4	1853–1858
J. D. H. Temme	35	1855–1878
C. Werber	5	1872–1879
E. Werner	8	1870–1880
Ernst Willkomm	7	1853–1863

Quelle: Generalregister 1882

Tab. 3: Die meistgedruckten Gartenlaube-Erzähler/-innen (1881–1902)

Name	*Anzahl*	*Zeitraum*
Hans Arnold	22	1888–1901
R. Artaria	4	1881–1895
Marie Bernhard	9	1890–1898
Victor Blüthgen	7	1881–1899
Ida Boy-Ed	6	1889–1901
Ernst Clausen	4	1894–1901
Ernst Eckstein	7	1883–1897
Ludwig Ganghofer	10	1884–1902
W. Heimburg	21	1884–1902
Paul Heyse	6	1898–1902
Stefanie Keyser	10	1882–1895
Isolde Kurz	4	1886–1897
[E. Marlitt	3	1881–1888]

Name	*Anzahl*	*Zeitraum*
Ernst Muellenbach	16	1892–1902
Charlotte Niese	5	1893–1900
Anton v. Perfall	5	1887–1895
Helene Pichler	6	1883–1891
Anna Ritter	5	1899–1901
Peter Rosegger	4	1882–1899
Rosenthal-Bonin	7	1883–1897
Eva Treu	10	1895–1901
Hermine Villinger	6	1883–1899
E. Werner	11	1883–1902
Luise Westkirch	5	1892–1902
Ernst Wichert	8	1883–1901
Adolf Wilbrand	5	1895–1901

Quelle: Generalregister 1903

Tab. 4: Die meistgedruckten Gartenlaube-Erzähler/-innen (1903–1918)

Name	*Anzahl*	*Zeitraum*
Ida Boy-Ed	10	1903–1916
Georg Freih. v. Ompteda	10	1903–1916
Rudolf Stratz	10	1903–1917
Hans Hyan	9	1906–1916
Anton von Perfall	9	1903–1912
Rudolf Herzog	8	1903–1918
Wilhelmine Heimburg	7	1903–1913
Adelheid Weber	7	1904–1916
Elise (Else) Franke	6	1907–1912
Lotte Gubalke	6	1909–1918
Paul Heyse	6	1905–1913
Karl Busse	5	1903–1916
Ludwig Ganghofer	5	1904–1915

Name	*Anzahl*	*Zeitraum*
Paul Oskar Höcker	5	1906–1912
Luise Westkirch	5	1904–1912
O. von Gottberg	4	1912–1914
Balduin Groller	4	1907–1909
Hermann Stegemann	4	1911–1915
Hans Arnold	3	1904–1906
Goswina von Berlepsch	3	1912–1918
Marthe Renate Fischer	3	1908–1918
K. M. Schneider	3	1916–1918
Eva Treu	3	1903–1905
Henry F. Urban	3	1910–1913
Hermine Villinger	3	1909–1916

Quelle: Inhaltsverzeichnisse 1903–1918, Rubrik „Romane und Novellen“

Nach den Erfolgen E. Marlitts, deren Veröffentlichungen von 1865 bis 1888 liefen, waren dies v. a. W. Heimburg (1878 bis 1913), E. Werner (1870 bis 1902), I. Boy-Ed (1889 bis 1916) und L. Westkirch (1892 bis 1912).[188] Es gab jedoch auch unter den männlichen Autoren der *Gartenlaube* einige besonders produktive: anfangs waren dies neben J. D. H. Temme (1855 bis 1878) H. Schmid (1860 bis 1880) und L. Schücking (1858–1875), im mittleren Zeitraum H. Arnold (1888 bis 1901) und L. Ganghofer (1884 bis 1915), dessen Mitarbeit bis zum Ersten Weltkrieg reichte, sowie nach 1900 v. a. G. v. Ompteda (1903 bis 1916), R. Stratz (1903 bis

[188] Vgl. Graf, Briefwechsel E. Werner / J. Kürschner, S. 227–232

1917) sowie H. Hyan, A. v. Perfall und R. Herzog.[189] Auffallend ist ein allgemeiner Generationenbruch gegen Ende der 70er Jahre: von den Autoren aus dem Zeitraum vor 1880 erscheinen nur zwei (P. Heyse, E. Werner)[190] in der Statistik für die folgenden Jahrzehnte; um 1900 dagegen herrscht Kontinuität: Nicht wenige der beliebtesten Autoren der 80er und 90er Jahre gehörten auch zu den meistgedruckten in den beiden Jahrzehnten nach der Jahrhundertwende (I. Boy-Ed, L. Ganghofer, W. Heimburg, P. Heyse, A. v. Perfall, E. Treu, H. Villinger, L. Westkirch); daß die Mehrzahl hiervon Frauen waren, entspricht der allgemeinen Tendenz (Tab.4). Die neben Temme im ersten Zeitraum meistgedruckten Autoren waren H. Schmid, L. Schücking, A. Schrader, A. Godin und M. Ring, die alle auch zu den beliebtesten Autoren der damaligen Leihbibliotheken gehörten.[191] Die erfolgreichsten *Gartenlaube*-Schriftsteller der beiden letzten Jahrzehnte des 19. Jahrhunderts waren H. Arnold (d. i. Bertha v. Bülow), W. Heimburg, L. Ganghofer, E. Werner, E. Muellenbach und E. Treu; nur die beiden letztgenannten tauchen in Leihbibliothekskatalogen nicht auf. Dagegen waren I. Boy-Ed, G.v. Ompteda, R. Stratz und A. v. Perfall, die beliebtesten *Gartenlaube*-Autoren vor dem Ersten Weltkrieg, dort auch vielfältig vertreten. Eine Ausnahme bildet nur Hans Hyan, dessen auf den Zeitschriften- bzw. Zeitungsrahmen zugeschnittene Kriminal-Shortstories zwar nicht die Buch-[192], offenbar aber eine Leihbibliotheksverwertung behinderten. Hier deutet sich eine neue Tendenz des literarischen Tagesmarktes um 1900 an: der massive Bedarf an literarischen Kurztexten, sogenannten – wie der ältere Begriff lautete – Novelletten bzw. – mit dem neueren Begriff – Skizzen. Spezialisiert auf diesen Bereich war die 1897 bis 1899 erscheinende Monatsschrift *Kurze Geschichten* aus dem Deutschen Verlagshaus in Berlin[193]; die von F. Heinemann herausgegebenen und von P. Schettler redigierten Bändchen von je etwa 100 Seiten, die 1900/1901 mit dem Titel *Vitas Novellenschatz (Moderne kurze Geschichten)*[194] erschienen, stellten faktisch, auch durch ihre formale Anlehnung an Schönleins *Bibliothek der Unterhaltung und des Wissens*, eine Art Romanzeitschrift dar.

Die meisten Familienblatterzählungen beschäftigten sich mit historischen oder zeitgeschichtlichen, in der unmittelbaren Gegenwart angesiedelten Stoffen; dabei bedingte die massenmediale Struktur der Unterhaltungszeitschriften einen hohen Konventionalisierungsgrad der verschiedenen Erzählschemata. Kennzeichnend für die Historien-, Gesellschafts-, Tendenz-, Liebes-, Frauen-, Abenteuer-, Geheimnis-, Kriminal- und später Kolonialerzählungen der Unterhaltungspresse war ein „demonstrative[r] und hochgradig konventionalisierungsanfällige[r] Gebrauch ‚klassischer' Merkmale"[195]; die Beschränkung auf ‚gesicherte' Erzählmittel erleichterte bzw. ermöglichte erst die populäre, nicht an Avantgardediskursen orientierte Kommunikation der (wenig gebildeten) Vielen.[196] Mit diesen Voraussetzungen mußten nicht nur Autoren wie Fontane, Storm und Raabe rechnen, wenn sie in Unterhaltungszeitschriften publizieren wollten. „Zu erwarten, der veränderte Medienkontext der für die Presse geschriebenen ‚realistischen' Literatur habe neue Textstrukturen erzeugt, […] diese ‚Ursprungsmythe' von medientechnisch erzeugter neuer ästhetischer Struktur verkennt sämtliche Funktionszusammenhänge dieser Literatur."[197] Dennoch wurden die Autoren keineswegs zu „bewußtlosen Agenten des

---

[189] Bei den Angaben der Tabellen zum Zeitraum der Mitarbeit ist zu bedenken, daß einige Autoren durchaus bereits zu einem früheren Zeitraum Beiträge beigesteuert haben können, dies jedoch in der entsprechenden Tabelle nicht erscheint, da sie dort mit weniger als vier Texten vertreten waren.

[190] W. Heimburg in Tab. X1 und E. Marlitt in Tab. X2 sind mit jeweils weniger als vier Texten nur zum Vergleich aufgenommen.

[191] Vgl. Martino, Die deutsche Leihbibliothek, Namenregister

[192] Kosch, Deutsches Literatur-Lexikon (Halle 1927) weist 45 Buchveröffentlichungen Hyans vor 1918 nach.

[193] Sperling, 40.1901, Abt. I, S. 217

[194] GValt

[195] Graevenitz, Memoria und Realismus, S. 298

[196] *Die Grenzboten* (1.1841–81.1922), politisch-ästhetisch eine der avanciertesten Zeitschriften der 50er bis 70er Jahre, kam über eine durchschnittliche Auflage von ca. 1000 nicht hinaus.

[197] Graevenitz, Memoria und Realismus, S. 298

Mediums"; sie beharrten – im Einklang mit dem Pressekontext – auf der Autonomie ihrer ästhetischen Position und artikulierten ihre jeweilige Eigenart „als kritische Position zur Medialität gewissermaßen aus deren Mitte heraus".[198] Ob Th. Fontane, P. Rosegger oder B. Möllhausen: ihre Romanvorabdrucke wurden für die Zeitschriften gekürzt und jeder kämpfte auf seine Weise mit den Redaktionen um die Autonomie seiner Position; der letztgenannte brach 1888 mit dem Spemann-Verlag, nachdem sein Roman „Haus Montague" für *Vom Fels zum Meer* gekürzt worden war. Möllhausens bitteres Fazit: „Lieber würde ich ja meine Manuscripte verbrennen, als sie noch einmal einer Firma u. deren Beamten anzuvertrauen, die mit meiner teuren Arbeit verfahren, wie der Lumpensammler mit einem Ballen Hemden."[199]

2.3 Familienblattmoral

Charakteristisch für das Familienblatt war von Anfang an eine mehr oder weniger streng ausgeprägte moralische Grundhaltung, die es sowohl unteren Gesellschaftsschichten wie auch jüngsten Familienmitgliedern ermöglichen sollte, alle Beiträge ‚gefahrlos' zu rezipieren: Zum moralischen Programm der Familienzeitschriften gehörte demnach die Vermeidung alles Politischen und Erotischen. Bis Mitte der 1880er Jahre wurde das von der literarischen Öffentlichkeit mehr oder weniger unangefochten akzeptiert. Mit den Anfängen der naturalistischen Bewegung setzte dann, überwiegend von den jüngeren literarischen Geschmacksträgern formuliert, eine inhaltliche Kritik v. a. an den belletristischen Beiträgen ein, die bis zum Ersten Weltkrieg nicht mehr verstummte: Das „ethische Prinzip" (Verzicht auf anstößige Themen, weitgehende Abstinenz von Politik),[200] wurde nicht mehr als Garant solider Bürgerlichkeit verstanden, sondern als Spießermoral; A. Holz reimte 1885: „Dort räkelt sich der fettige Philister, / braut bayrisch Bier, backt Knödel, klebt am Staube / und liest Romane in der Gartenlaube."[201] Die jüngere Autorengeneration wollte einerseits auf „die hohen Honorare […], die für im Familienblatt verwendbare Romane gezahlt werden"[202] nicht verzichten – „jeder nicht von Haus aus materiell unabhängige Schriftsteller [ist] auf die Honorare der periodisch erscheinenden Blätter angewiesen"[203] –, sich andererseits deren zunehmend als prüde aufgefaßte Moral nicht zueigen machen. 1887 schrieb O. Welten, an den literarischen Inhalt der Blätter werde „der Maßstab peinlichster Prüderie" gelegt, weil man sich vom universalen Anspruch eines ‚Familienblattes' nicht verabschieden wolle und statt dessen weiterhin die Fiktion einer „Gemeinsamkeit der geistigen Genüsse für die [ganze] Familie"[204] pflege. Wer für Familienblätter schreiben wolle, gerate deshalb in einen Zwiespalt, der auf deren „Verlogenheit" gründe: zwar ginge es in der deutschen Familienblattliteratur „fast ausnahmslos um Liebe und Ehe", doch dürfe die untrennbar damit verbundene geschlechtliche Seite nicht geschildert werden. Als Familienblattromancier müsse man deshalb lernen, „seine Liebesgeschichten so zu erzählen, daß Mama (Papa liest das Zeug ohnehin nicht) die volle Verfänglichkeit des Erzählten auszugenießen vermag, die siebzehnjährige Tochter, ohne vielleicht noch dieses volle Verständnis zu besitzen, dabei doch schon heftiges Herzklopfen und brennende Wangen bekommt – während der Backfisch und der vierzehnjährige Knabe über das zu grübeln beginnt, was ihm hier verhüllt – und verheißend angedeutete wird."[205] Manche Zeitschriftenredaktionen gaben dem entstehenden Modernisierungsdruck hinsichtlich der Text- und Bildauswahl allmählich nach, so daß es um 1900 Lockerungen vor allem im Bereich der Erzähltexte (was erotische Anspielungen angeht) und im Bereich der Berichterstattung (hinsichtlich politischer Implikationen) gab. Das

---

[198] Graevenitz, Memoria und Realismus, S. 302, Anm. 20
[199] Graf, Briefwechsel Kürschner / Möllhausen, S. 221–224, hier 224
[200] Barth, Zeitschrift für Alle, S. 178/178a
[201] Zit. n. Ramseger, Literarische Zeitschriften um die Jahrhundertwende, S. 73
[202] [Ein Familienblattredakteur], Familienblatt-Romane, S. 194
[203] Wolzogen, Das Familienblatt und die Literatur, Sp. 178
[204] Welten, Die Prüderie in der deutschen Litteratur, S. XI und IX
[205] Welten, Die Prüderie in der deutschen Litteratur, S. XII

wiederum führte zum Protest konservativer Leser und Kritiker: Mehr noch als politisch-religiöse Themen wurden Erotik und Sexualität zum Angelpunkt der Kritik an den Familienblättern. Konservativen Beobachtern galt der ‚laszive' Umgang mit dem neuen Thema Erotik als Hauptkennzeichen „der modernen realistischen Schule"[206], so daß in der Folge auch liberale Kritiker von „sogen. realistischen Romane[n] und Novellen"[207] sprachen, wenn von Prosa mit geschlechtlichen Themen die Rede war.

Im Jahr 1906 berichtete E. v. Wolzogen in einem vielbeachteten Aufsatz, die insgesamt sehr konservativ gesinnten *Daheim*-Abonnenten hätten seinerzeit „in einmütiger Entrüstung wider einen der schönsten Romane von Theodor Fontane demonstriert"; *Vom Fels zum Meer* habe Tausende von Abonnenten durch einen Roman Wilhelmine von Hillerns verloren, und „eine Novelle von Sudermann gab derselben Zeitschrift beinahe den Todesstoß".[208] Da ein Familienblattautor „für Kinder und Greise der breitesten mittleren Bildungsschicht" schreiben müsse, seien „alle die Gegenwart stark bewegenden Probleme"[209] ausgeschlossen. Wie sehr der Diskurs über die Familienblattmoral von Verteilungskämpfen der Schriftsteller (-Generationen) untereinander beherrscht wurde, erhellt aus den Beispielen, die Wolzogen anführt: Vor „zehn bis zwanzig Jahren" hätten auch Autoren wie H. Böhlau, I. Boy-Ed, S. Junghans, A. v. Roberts, H. Heiberg, H. Sudermann und G. v. Ompteda für Familienblätter Romane verfaßt, „in denen es durchaus nicht immer harmlos wie im Kindergarten zuging";[210] jetzt hätten sie, wie auch Ganghofer, „vor der harten Notwendigkeit die Segel gestrichen und sich dem Anstandskodex und Sittengesetz der Redaktionen gefügt" I. Boy-Ed und G. v. Ompteda gehörten noch vor L. Ganghofer zu den beliebtesten Autoren der *Gartenlaube* jener Zeit, ob ihre Werke jedoch weniger gegenwartbezogen waren als die Wolzogens, ist fraglich. Dessen Kritik spiegelt insofern auch einen Kampf um literarische Marktanteile.

Viele Familienblattredaktionen befanden sich auf einer Gratwanderung: einerseits konnten sie sich den Entwicklungen der modernen literarischen Öffentlichkeit nicht entziehen, andererseits mußten sie die Wünsche der traditionellen Leser und Kritiker berücksichtigen. Dem Autor Arthur Zapp (der selbst Dutzende von Zeitungsromanen verfaßt hat[211]) wurde von einer Redaktion 1908 mitgeteilt: „Die in unserem Blatte zur Veröffentlichung gelangenden Beiträge dürfen weder eine politische noch eine konfessionelle Tendenz enthalten und müssen in erotischer Hinsicht so gehalten sein, daß sie auch vor jüngeren Mitgliedern im Familienkreise vorgelesen werden können. Auch darf weder eine Ehescheidung noch ein Selbstmord vorkommen."[212] Der Literaturagent Max Hirschfeld riet 1908 seinen Autoren, sich auf diese Situation einzustellen: „Man muß sich […] entscheiden, ob man nur aus innerm Drange oder zu seinem Vergnügen, oder ob man für seinen Erwerb schreibt. Im letzten Falle wird man sorgsam darauf zu achten haben, daß die Liebesepisoden und alle erotischen Erwähnungen nicht über das Gartenlaubenniveau hinausgehen. […] ist es doch bei dem größten Teile der Provinzzeitungen und kleinen Familienblättern Regel, daß keine Unterhaltungsliteratur acceptiert wird, in welcher eine Ehescheidung oder ein unerlaubtes Liebesverhältnis vorkommt. Verpönt ist auch bei diesen Redaktionen das Erwähnen unehelicher Kinder."[213] Für die großen überregionalen Familienblätter schien der ‚Familienblatt-Kodex' allerdings nur eingeschränkte Gültigkeit zu haben. Die erfolgreiche Hausfrauenzeitschrift *Dies Blatt gehört der Hausfrau* (Berlin: Schirmer) druckte z. B. in ihrem 10. Jahrgang (1895/96) F. Spielhagens Ehebruchsroman „Zum Zeitvertreib" ab, ein „Effi Briest"-Pendant über die Ardenne-Affäre. Ähnliches legt auch eine Leserzuschrift nahe, die Hirschfeld erhielt und in der moniert wurde, ‚Ehebruchsromane' gebe es auch

---

[206] Rosevalle, Lascivität in der Sprache und ihre Folgen, S. 250
[207] [Hirschfeld], Ehebruchsromane, S. 3003
[208] Wolzogen, Das Familienblatt und die Literatur, Sp. 180
[209] Wolzogen, Das Familienblatt und die Literatur, Sp. 179
[210] Wolzogen, Das Familienblatt und die Literatur, Sp. 182
[211] Kosch, Deutsches Literatur-Lexikon (1930) weist 129 Titel zwischen 1886 und 1923 nach.
[212] Zapp, Schriftstellerleiden, zit.n. Mayreder
[213] [Hirschfeld], Das Erotische in der Belletristik, S. 2184

in *Gartenlaube*, *Zur guten Stunde*, *Welt und Haus*, R*omanzeitung*, *Romanbibliothek*, *Neues Blatt*, *Ueber Land und Meer* und *Sonntagszeitung fürs deutsche Haus*[214] – mithin in der gesamten Palette der älteren Illustrierten und Familienzeitschriften wie der neueren Frauen- und Ratgeberblätter. Die Gartenlaube hatte 1874 den Roman *Gesprengte Fesseln* von E. Werner abgedruckt, dessen Inhalt R. v. Gottschall so beschreibt: „Der Held ist ein Künstler, der die Fesseln seiner Ehe sprengt und mit einer Sängerin lange Zeit ein freies Leben führt, das heißt in einem fortgesetzten Ehebruch lebt.“[215]

Ein Familienblatt-Redakteur bestätigte 1906 die ‚Zensur‘, schränkte sie jedoch gleichzeitig ein: zwar würden Arbeiten abgelehnt, „in denen Schilderungen krassester Erotik, religiöse Streitigkeiten, Fruchtabtreibung und Homosexualität eine breiten Raum einnehmen“, doch könne es durchaus einmal „eine Notzuchtsszene“ geben: „Sofern sie nicht die Hauptsache des ganzen Werkes bildet, wird kein Redakteur die Arbeit allein deshalb ablehnen“; zudem könne man sich des Blaustifts bedienen, „um die allzu große Kraft für das zahme Publikum zu bändigen.“[216]

Rosa Mayreder kritisierte 1905 die „besondere Mission“ der Familienblattliteratur als anachronistische Bevormundung der jungen Frauen: „Das junge Mädchen ist es, um dessen geistige Unberührtheit an dem Familientisch ewig gezittert wird; und für die achtzehnjährige Mädchenintelligenz muß alles zugeschnitten sein, was auf den Familientisch kommt. Für die achtzehnjährige – denn mit diesem Alter wird ja die intellektuelle Ausbildung bei den wohlerzogenen Mädchen der bürgerlichen Gesellschaft als abgeschlossen betrachtet.“[217] Familienliteratur sei identisch geworden mit Frauenlektüre[218]; und ähnlich wie zwanzig Jahre früher O. Welten sieht sie den Widerspruch, daß die Familienliteratur zwar beständig das Verhältnis von Mann und Frau thematisiere, nicht jedoch „die Ehe, dieses schwierige und komplizierte, konfliktreiche und für das Frauenleben so entscheidende Verhältnis“, sondern stets nur „das Lieben und Verloben“.[219] Einerseits werde „die weibliche Phantasie beständig mit erotischen Dingen beschäftigt“, andererseits geschehe dies „in einer falschen und verlogenen Gestalt“; die „Familienblattschablone“ sei Ausdruck einer veralteten Einstellung zur Individualität der jungen Frau, deren Selbstbestimmung gefesselt werde: „eine Literatur, die ihrem Wesen nach heuchlerisch und verlogen ist, die zu ihrem obersten Gesetz eine lebensfeindliche und lebensunfähige Prüderie macht, muß die Phantasie derjenigen, für welche sie die einzig gestattete Nahrung bildet, irreführen und verderben.“[220] Die literarischen Erfahrungen P. Roseggers, der selbst jahrzehntelang mit dem *Heimgarten* ein kleines (Auflage: 5000–7000) Familienblatt herausgab, verweisen darauf, daß das Problem der Familienblattmoral auch auf der Übergangslinie zwischen universal angelegter Familienzeitschrift und Spezial- bzw. Fachzeitschrift angesiedelt war. Ein befreundeter Redakteur schickte dem Autor seine Beiträge meistens zurück, „da seine Musikzeitung keine Anspielungen auf Konfessionelles, nichts gegen Richard Wagner und namentlich nichts gegen die Familienblattmoral bringen dürfe“;[221] zwei Spezialisierungsrichtungen (Musik, Konfession) haben hier die gleiche einschränkende Funktion wie eine universal angelegte (Familie). Rosegger verfaßte daraufhin die Satire „Aus der Redaktionsstube des Allgemeinen Moralischen Familienblattes“[222].

---

[214] [Hirschfeld] Ehebruchsromane, S. 3003
[215] Gottschall, Der Frauenroman, S. 597/598
[216] [Ein Familienblatt-Redakteur], Familienblatt-Romane, S. 194/195
[217] Mayreder, Familienliteratur, S. 191
[218] Mayreder, Familienliteratur, S. 192; ähnlich Goebeler, Die Frau und der Roman
[219] Mayreder, Familienliteratur, S. 193
[220] Mayreder, Familienliteratur, S. 194
[221] Latzke, Der ältere und der alte Rosegger, S. 66
[222] In: Der Heimgarten, 20.Jg. (1896/97), S. 345. Buchausgabe: „Venus im Hemde“, II in: Sünderglöckel.

2.4 Rezeptionszeugnisse

Autobiographen haben immer wieder die wichtige Funktion der Familienzeitschriften für unterschiedlichste Lesekarrieren während der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts festgehalten. Oft stellten in entlegenen Gegenden die heißersehnten Blätter den einzigen Kontakt zur Außenwelt her; „[i]ch habe lesen gelernt an der ‚Gartenlaube' „[223] ist der Tenor in Lebensgeschichten mehrerer Generationen. Der Bauernsohn Franz Michael Felder, der in einem kleinen Tal im Bregenzerwald aufwuchs, lernte mit Keils *Illustrirten Dorfbarbier* Lesen und abonnierte kurz danach mit einem Freund zusammen die *Gartenlaube*: „Nr. 27 der Gartenlaube 1854 war die erste, die ich erhielt. Ich wartete nicht, bis der Bote sie mir auf den Platz vor der Kirche brachte, sondern ging am Sonnabende nach Au zum Boten und nahm die Langerwartete in Empfang."[224] Die spätere Autorin Felicitas Rose (geb. 1862), aufgewachsen in Erfurt, berichtet, sie habe ihren Vornamen nach der weiblichen Heldin in Marlitts *Gartenlaube*-Roman „Das Geheimnis der alten Mamsell" erhalten: „Meine Eltern lasen sie seit 1854."[225] Der Schlossermeistersohn Adolf Bartels las in den 1860er Jahren in Dithmarschen zahlreiche Jahrgänge der *Gartenlaube*, je einen Jahrgang von *Aus Nah und Fern*, *Omnibus* (Hamburg), *Das Buch für Alle* sowie von *Bunte Welt*, „aus der mir ein historischer Kaukasusroman mit dem russischen Lustspieldichter A. Gribojedoff als Helden im Gedächtnis geblieben ist", und außerdem „eine unillustrierte Hamburger Unterhaltungsschrift aus den fünfziger Jahren mit einer Reihe von Schauer- und geschichtlichen Romane wie einem ‚Letzten Mauren von Granada'."[226] Ebenfalls in Dithmarschen erhielt, zwanzig Jahre später, der Landarbeitersohn Franz Rehbein, der bis dahin nur „Räubergeschichten und Schundromane, die mir ein Hausierer gelegentlich mitbrachte" kannte, vom Gutsverwalter „ganze Jahrgänge illustrierter Zeitschriften, wie ‚Daheim', ‚Über Land und Meer', ‚Gartenlaube' und ‚Buch für Alle' „[227] als Lesestoff. Selbst in katholischen Gegenden Hessens wurde Mitte der 1860er Jahre die liberale *Gartenlaube* von Gymnasiasten gelesen: „Als eine Nummer der ‚Gartenlaube' bei einem Schüler entdeckt worden war, der in der Unterrichtsstunde unter dem Tische gelesen hatte, wurde sie beschlagnahmt und es gab eine hochnotpeinliche Untersuchung, bei der Abonnenten und Leser des gefährlichen Blattes ermittelt und mit Schulstrafen belegt wurden."[228] Der Vater von Ludwig Thoma, Förster in der Nähe von Oberammergau und Lenggries, bekam in den 1870er Jahren Woche für Woche die *Gartenlaube* und *Ueber Land und Meer* vom örtlichen Boten zugestellt.[229] Aus einem entlegenen Hunsrücktal ist überliefert: „Ein Winterabend ohne die ‚Gartenlaube' war undenkbar. Mit der Zeit stapelten sich die Bände auf unserm Boden, aber sie blieben dort nicht liegen, der Vergessenheit und dem Staub preisgegeben. Oft holten wir uns die alten Jahrgänge herunter, und immer wieder hatten wir Freude und Genuß daran."[230] Für viele Leser bedeutete die Zeitschriftenlektüre ein Bildungserlebnis, anderen spendete sie Trost und Zuversicht. Der aus Köln stammende Wilhelm Bölsche (geb. 1861) betonte die prägende Funktion der Zeitschriftenlektüre für sein eigenes (naturalistisches) Schreiben: „Wenn ich später einige eigene Erfolge mit volkstümlicher Naturgeschichte erreicht habe, so dankte ich die Methode sicherlich neben Brehms ‚Tierleben' ganz wesentlich auch der damaligen Schreibweise der ‚Gartenlaube'. Sie hatte Forscher, die zugleich Deutsch schreiben konnten […] Ihre älteren, gebundenen Jahrgänge, auch innerlich verbunden durch einheitlichen Geist, waren ein dauernder Schatz, zu dem man immer wieder griff, ein zusammenhängendes Werk, das in bestimmter Richtung erzog."[231]

---

[223] Wolfgang Goetz (1885–1955) in: Jubiläums-Gartenlaube 1928, S. 22
[224] Felder, Aus meinem Leben, S. 204
[225] Jubiläums-Gartenlaube, S. 596
[226] Bartels, Kinderland, S. 321/322
[227] Rehbein, Das Leben eines Landarbeiters, S. 110
[228] Bücher, Lebenserinnerungen, S. 69
[229] Thoma, Erinnerungen, S. 36/37
[230] Wanda Jeus-Rothe in: Jubiläums-Gartenlaube, S. 71
[231] Jubiläums-Gartenlaube, S. 23

Der 14jährige Hermann Schlittgen, später Maler und Zeichner, der als Kind Bilder aus der *Gartenlaube* mit Tusche und Feder kopiert hatte, las 1873 die *Gartenlauben*-Novelle „Künstler und Fürstenkind“ von A. Lienhardt: „Oft träumte ich [daraufhin] davon, wie ich einst als berühmter Maler, mit meinem Fürstenkind an der Seite, im Dorfe einziehen, und was für Augen der Onkel, die Tante und das ganze Dorf machen würde.“[232] Adelheid Dworschak (später Popp) betont, sie habe sich als junges Arbeitermädchen im Wien der 1880er Jahre von Kolportageromanen zu den bürgerlichen Familienzeitschriften (genannt werden: *Das Buch für Alle*, *Ueber Land und Meer* und (*Illustrirte) Chronik der Zeit*) ‚emporgelesen‘; als sie sich gegen sexuelle Belästigung durch Vorgesetzte wehrte, galt dies ihrer Mutter als durch Zeitschriftenlektüre erworbene „Überspanntheit“ und „Starrköpfigkeit“.[233] Bei Kindern und Jugendlichen waren Zeitschriften wie die *Gartenlaube* besonders beliebt: In den 1880er Jahren entdeckte der junge Eugen Kalkschmidt auf dem Dachboden eines Gutshofs in Memel ein paar Jahrgänge der *Gartenlaube* (aus den 1860er Jahren), die er dem Lesebedürfnis seiner verstorbenen Mutter verdankte: „Die berühmten Romane der Marlitt habe ich hier schon mit zehn Jahren verschlungen.“[234] Die junge Hedwig Mahler (geb. 1867) fand Anfang der 1880er Jahre in der *Gartenlaube* Anregung für ihre Phantasie und Trost in bedrückendster sozialer Situation.[235] In dem Kinderroman *Glückliche Ferien* aus dem Jahr 1889 wird ein Vater, dessen Sohn spurlos verschwunden ist, gefragt, ob er sich „noch nicht an die Gartenlaube gewendet“[236] habe: gerade bei Kindern wurde also ein sehr hoher Bekanntheitsgrad der Zeitschrift vorausgesetzt; zudem gilt als ausgemacht, daß das Blatt in einem solchen Fall helfen kann und will, und drittens hebt die Stelle implizit auf die weithin bekannte Verbreitung der *Gartenlaube* ab. Wolfgang Goetz (geb. 1885) bestätigt ebenfalls solche Erlebnisse: „Ich las und las und kniff nach dem Mittagessen aus und bemächtigte mich der Welt aus alten Jahrgängen der ‚Gartenlaube‘. Meine Bildung war ungeheuer, als ich […] in die Schule kam. Ich wußte von den Eskimos bis zu den Feuerländern völlig Bescheid und traf auf neidischen und ehrlich-zweifelnden Widerspruch.“[237]

Autobiographen von außerhalb des deutschen Reichsgebietes betonen häufig die sprachlich-kulturelle Integrationsfunktion der *Gartenlaube*. Franz Karl Ginzkey (geb. 1871), der in Pola/Istrien aufwuchs, fand als 10jähriger den Jg. 1868 der *Gartenlaube* und darin „ganze Ströme eines liebevollen, mir durchaus neuen, würdig sich seiner selbst bewußten Deutschtums“.[238] Franz Xaver Kappus (geb. 1883) las als 12–13jähriger in Temesvar/Banat dort Romane und Sacherzählungen: „Denn ob ‚verstanden‘ oder nicht: diese Novellen und Romane setzten meine Einbildungskraft ebenso gewaltig in Schwung wie die Aufsätze mit strengem Wirklichkeitsgehalt.“[239] In Rußland blieben die eher unpolitischen Familienzeitschriften von der strengen Zensur unbehelligt und fanden zahlreich Eingang in die Mappen der Lesezirkel: „Da ist das ‚Buch für Alle‘ in großem Format und in gelbem Umschlag, und das ‚Universum‘ ist vorhanden mit Späßen, Reisebeschreibungen, Witzen und Schnurren, mit Bastelei und Technik, da ist ‚Über Land und Meer‘ und die ‚Leipziger Illustrierte‘, die ‚Fliegenden Blätter‘ sind da mit Bildchen von Oberländer, Harburger und Schlittgen, mit Dackeln und Stammtischleuten, Strolchen und Professoren, mit feinen Damen und Leutnants… Da kommt die ‚Illustrierte Landwirtschaftliche‘ zum Vorschein und die ‚Deutsche Jägerzeitung‘ und ‚Weidwerk in Wort und Bild‘, die ‚Gegenwart‘, die ‚Romanzeitung‘ und ‚Schorers Familienblatt‘ seligen Angedenkens…. Und ‚Natur und Haus‘ und der ‚Kladderadatsch‘ und ‚Daheim‘ und ‚Westermanns Monatshefte‘ und – die liebe, gute, alte ‚Gartenlaube‘!“[240]

---

[232] Schlittgen, Erinnerungen, S. 14
[233] Popp, Die Jugendgeschichte einer Arbeiterin, S. 52
[234] Kalkschmidt, Vom Memelland bis München, S. 32
[235] Graf, Hedwig Courths-Mahler, S. 33f.
[236] Emma Biller: Glückliche Ferien. Stuttgart: Thienemann o. J. [1889] S. 134
[237] Jubiläums-Gartenlaube, S. 22
[238] Jubiläums-Gartenlaube, S. 22
[239] Jubiläums-Gartenlaube, S. 23
[240] Egon v. Kapherr in: Jubiläums-Gartenlaube, S. 49

Noch um 1910 fand der junge Erich Pfeiffer-Belli aus großbürgerlichem Hause im Wartezimmer seines Arztes in Frankfurt/Main „dicke Bände *Gartenlaube* und *Über Land und Meer*; ihre Holzschnitte waren so schön, daß man sich ungern von ihnen fortrufen ließ.“[241]

[241] Pfeiffer-Belli, Junge Jahre im alten Frankfurt, S. 211

3. Kinder- und Jugendzeitschriften (von SUSANNE GRAF)

Im Vergleich zur Gesamtzahl der auf dem Markt befindlichen Unterhaltungszeitschriften war der Anteil der ausdrücklich an Kinder und Jugendliche adressierten gering (vgl. Tab.1, Sp. 4). Allerdings spielten gerade für die Konzeption der Erwachsenenpresse im Kaiserreich die jungen Leser eine zunehmend wichtige Rolle: besonders die Familienzeitschriften engagierten sich verstärkt für die jüngere Lesergeneration. Speziell für Kinder und/oder Jugendliche konzipierte Seiten und/oder Beilagen ergänzten bis gegen Ende des 19. Jahrhunderts das ansonsten v. a. an erwachsene Leser adressierte Repertoire zahlreicher Blätter. Parallel dazu expandierten die von einer Stammzeitschrift unabhängigen, eigens für Kinder (ca. 6–10 Jahre), Heranwachsende (8–12 Jahre) oder Jugendliche (12–18 Jahre) konzipierten weltlichen und religiösen Zeitschriften, die in mehr oder weniger starker Ausprägung alle zum Typus der Unterhaltungszeitschrift gehören. Wenngleich insgesamt der Erziehungs- und Bildungsgedanke, besonders zu Beginn des Kaiserreichs, stark ausgeprägt war, verfügten doch viele Kinder- und Jugendzeitschriften – ähnlich wie die Familienblätter – über einen universalen Charakter: eine Kombination von Unterhaltung, Belehrung und Bildung war üblich und wurde von Herausgebern und Verlegern bewußt angestrebt, nicht zuletzt, um das Interesse der jungen Leser über eine geraume Zeit fesseln zu können.[242] Die Struktur der Kinder- und Jugendzeitschriften war insgesamt stark von der Erwachsenenpresse geprägt. Namengebung, Aufmachung und Rubrikeneinteilung orientierten sich häufig an damals renommierten Blättern wie der *Gartenlaube*, dem *Daheim* oder dem katholischen Erfolgsblatt *Alte und neue Welt*. Einen großen Teil der Inhalte machten Prosatexte aus: Erzählungen, Novellen und Biographien waren besonders beliebt, kleinere und größere Sachtexte zu verschiedenen Wissensgebieten ergänzten das Repertoire. Eine Rubrikeneinteilung in „Erzählungen, Abenteuer, Erlebnisse“, „Biographien“, „Länder- und Völkerkunde“, „Naturwissenschaftliches“, „Experimente, und Beschäftigungen, Sammlungen, Spiele“ und „Allerlei“, wie man sie im *Guten Kameraden* (1.1887– 58.1943/44, 59.1951–75.1968) aus dem Spemann-Verlag findet, war für viele Zeitschriften üblich und erinnert an die Rubrizierung der *Gartenlaube* („Gedichte“, „Biographien und Charakteristiken“, „Erzählungen und Novellen“, „Beschreibende und geschichtliche Aufsätze, Zeitgeschichtliches“, „Medizin“, „Naturwissenschaften“, „Vermischtes“, „Blätter und Blüthen“). Die meisten Blätter erschienen als Wochen- oder Monatshefte; charakteristisch für die Jugendprese war das zusätzliche Angebot, einen kompletten Jahrgang – als Jahrbuch gebunden – am Ende eines Jahres als Weihnachtsgeschenk zu erwerben.

3.1 Marktstrukturen

Für viele Verlage stellten Zeitschriften und Periodika eine sichere und berechenbare Einnahmequelle dar, deshalb unterlag auch die Produktion der Kinder- und Jugendzeitschriften in besonderer Weise dem kommerziellen Interesse der Unternehmen. Ob von eher privaten Projekten oder Vereinsorganen: von allen Verlegern wurde ein möglichst hoher Absatz – verbunden mit einem möglichst hohen Gewinn – angestrebt. Man war – mehr noch als bei der Buchproduktion – gezwungen, das Konzept eines Periodikums dem Geschmack und Unterhaltungsbedarf einer möglichst breiten Leserschicht anzupassen; entsprechend wurde auch der Adressatenkreis möglichst weit gefaßt. Häufig ist in Vorworten und Untertiteln der Wunsch formuliert, „Alt und Jung“ oder „Groß und Klein“ anzusprechen; spezielle Zeitschriften für eine eng begrenzte Altersgruppe waren ebenso selten wie geschlechtsspezifisch ausgerichtete. Erst gegen Ende des Jahrhunderts nahm die Produktion eigens für Mädchen oder Jungen konzipierter Projekte zu.[243]

---

[242] Eine differenzierte Darstellung der von 1850 bis 1900 marktgängigen Zeitschriften für Kinder und Jugendliche bieten meine Ergebnisse aus dem Forschungsprojekt der Universität zu Köln zum Handbuch der Kinder- und Jugendliteratur: [Pellatz-]Graf, Zeitschriften, Sp. 885–928.

[243] Vgl. Mädchenzeitschriften / Jungenzeitschriften. In: [Pellatz-]Graf, Zeitschriften, Sp. 909–911, sowie Werkprofil *Der Gute Kamerad* und *Das Kränzchen*. In: [Pellatz-]Graf, Zeitschriften, Sp. 920–928.

Wenngleich sich zahlreiche Blätter – vor allem bis zum Beginn des 20. Jahrhunderts – vorzugsweise an bildungsbürgerliche Kreise richteten, waren besonders die religiösen Unterhaltungszeitschriften immer daran interessiert, auch sozial schwächere Leserschichten zu erreichen; sie lockten deshalb mit einfacher Ausstattung und besonders niedrigen Preisen. Auch mußte man der steigenden Konkurrenz auf dem Zeitschriftenmarkt standhalten, was de facto bedeutete, daß alle technisch vorhandenen bzw. sich neu ergebenden gestalterischen Möglichkeiten (Seitenteilung, Illustrationen u. s. w.) ausgeschöpft werden mußten. Kommerzielle Interessen einzelner Unternehmer haben insofern – über die Kopplung eines universalen Unterhaltungskonzeptes mit einer technisch versierten Ausstattung – die Modernisierung des Zeitschriftenmarktes wesentlich vorangetrieben. Deshalb weisen nahezu alle Zeitschriftenredaktionen programmatisch auf den Unterhaltungswert ihres Blattes hin: Die Herausgeberin der *Lachtaube* (1.1865–2.1866), einer Kinderzeitschrift für etwa 5–10jährige, betont, daß „Frohsinn und Scherz“ nicht den „geringsten Teil“ ausmachen werden, und in der *Jugend-Lust* (1.1876–72.1954), einer vom Bayerischen Lehrerverein herausgegebenen, sehr langlebigen „Wochenschrift zur Belehrung und Unterhaltung“ heißt es einleitend: „Ihr Knaben und Mädchen von Nah und Weit / empfangt es mit freundlichen Herzen / Die Jugend-Lust biet Euch ein fröhlich Geleit / im Ernst, wie bei heiteren Scherzen!“(1.1876, S. [1]) Selbst moralisch-religiös ausgerichtete Blätter bemühten sich zusehends um die Unterhaltung ihrer Leser: Neben Gebeten, Ratschlägen und Bibeltextauszügen nehmen Nachrichten aus aller Welt, kleine Anekdoten und/oder abenteuerliche Berichte aus den Kolonialgebieten bis zum Ende des Kaiserreichs einen immer breiteren Raum ein (*Die kleine Biene auf dem Missionsfelde für Kinder* 1.1861–41.1901, *Der evangelische Kinderfreund* 1.1870–99.1972). Sogar ausgesprochen konservative Projekte gaben dem Unterhaltungsbedürfnis ihrer Leser nach und paßten sich den allgemeinen Marktbedingungen an (*Manna für Kinder* 1.1884–17.1900; *Das Waisenkind* 1.1884/85–38.1921?). Häufig geschah dies auch erst, nachdem sich Absatzschwierigkeiten einstellten. Beispielsweise wird der von Carl Ninck im Jahr 1878 zur Unterstützung armer Waisenkinder gegründete *Deutsche Kinderfreund* (Oemler: Hamburg, 1.1878–54.1932) zwar schon im ersten Jahrgang als „frommer, frischer und fröhlicher deutscher Junge“ vorgestellt, der „zuweilen lustig ist und überhaupt so fröhlich in die Welt hineinschaut“(1.1878, S.[1f.]), dennoch verfügten die meisten Beiträge der ersten Jahre über einen predigtartigen Ton und waren mit moralischer Belehrung überlastet. Im Laufe der Jahre engagierte der Herausgeber dann jedoch immer mehr populäre Unterhaltungsschriftsteller, vor allem aus dem Bereich der Kinder- und Jugendliteratur (u. a. J. Bonnet, G. Ch. Dieffenbach, C. Helm, P. Rosegger, J. Spyri), so daß sich um die Jahrhundertwende Nincks *Kinderfreund* nicht mehr von anderen weltlichen Unterhaltungszeitschriften unterschied. Um die Attraktivität einer Zeitschrift zu erhöhen, sorgten viele Redaktionen auch für eine ansprechende Seitengestaltung (etwa mit Schmuckvignetten, unterschiedlichen Schriftarten und -größen, Mehrspaltigkeit) und legten großen Wert auf die der Leserunterhaltung und -bindung dienenden Briefkästen und Rätselseiten. Eine besondere Unterhaltungsfunktion hatten Illustrationen, die als Textbebilderung (z. B. bei der Illustrierung von Abenteuererzählungen oder Backfischromanen[244]) oder auch eigenständig – als Anschauungsobjekte – funktionierten. Spezielle Kinderzeitschriften für die Jüngsten waren bereits seit den 1860er Jahren mit besonders vielen Bildern ausgestattet; seit der Jahrhundertwende gab es praktisch kein Blatt mehr ohne Illustrationen. Auch die mit der Witzblattkultur aufkommenden Bilderwitze und skurrilen Figuren (s. o.) sickerten seit der Reichsgründung – als Unterhaltungselemente – allmählich in die Kinder- und Jugendzeitschriften ein; eigene – mit der Erwachsenenpresse vergleichbare – Witzblätter für Kinder hat es jedoch in dieser Zeit offenbar nicht gegeben.

Der Vertrieb von Kinder- und Jugendzeitschriften wurde – ähnlich wie bei Familienblättern – häufig über Kolporteure organisiert.[245] Eine große Rolle hat auch die Abonnementauslieferung durch Sortimentsbuchhandlungen oder die Versendung per Post gespielt.

---

[244] Vgl. vor allem die Zeitschriften *Der gute Kamerad* und *Das Kränzchen.*
[245] Barth 1974, S. 136.

Häufig wurden für größere Mengen Rabatte eingeräumt, so daß auch an eine Verteilung durch Schulen, Vereine oder – wie bei religiösen Blättern üblich – durch Kirchengemeinden gedacht werden muß. Hingegen hat der Straßenverkauf (s. o.) für den Absatz von Kinder- und Jugendzeitschriften bis gegen Ende des Kaiserreichs vermutlich keine Rolle gespielt. In der Regel war der Bezug an ein Abonnement gebunden, nur ausnahmsweise konnten einzelne Hefte separat erworben werden (z. B. die *Kinder-Gartenlaube* seit 1888 auch als Einzelheft zum Preis von 15 Pf.). Das mag zum einen mit der pädagogischen Zielrichtung vieler Zeitschriften zusammenhängen: Eltern, Pfarrern oder Lehrern sollte die Überwachung des Lesestoffes erhalten bleiben. Zudem gab es, besonders seit der Jahrhundertwende, immer mehr von Vereinen und Jugendgruppen vertriebene Blätter, die ohnehin überwiegend an Mitglieder verteilt wurden und im Straßenverkauf kaum Kunden gefunden hätten.

Die Preisentwicklung ist im Bereich der Kinder- und Jugendzeitschriften in etwa vergleichbar mit der der Erwachsenenpresse: Das Jahresabonnement für ein einfach ausgestattetes religiöses Massenblatt (*Manna. Illustrierte katholische Jugendschrift*, ca. 200 kleinformatige Seiten, Auflage 15.000) kostete bis zu einer Mark, eine reich illustrierte großformatige Unterhaltungszeitschrift auf dem Niveau der *Gartenlaube* (z. B. *Der Gute Kamerad* ca. 700 großformatige Seiten) ca. acht bis neun Mark. Die Auflagenhöhe war abhängig von der Publikationsform: privatwirtschaftlich organisierte Verlagspublikationen hatten wesentlich geringere Auflagen (etwa 3000 bis höchsten 12000 für erfolgreiche Projekte) als Vereinsorgane (bis 100.000 und mehr) oder Beilagen, deren noch höhere Auflage sich an der Stammzeitschrift orientierte.[246]

Die meisten Zeitschriften wurden von privatwirtschaftlich organisierten, renommierten Verlagen herausgegeben. In der Regel handelte es sich um Unternehmen, die sich mit einem kleinen überschaubaren Spektrum bereits in der Kinder- und Jugendliteraturszene etabliert hatten (Opetz in Leipzig, Braun& Schneider in München), um renommierte Kinder- und Jugendliteratur-Verlage (z. B. Steinkopf in Stuttgart) oder um bekannte Großproduzenten, die sich zumindest mit einem Verlagszweig auf die Produktion periodischer Werke spezialisiert hatten (Union in Stuttgart, Benziger in Einsiedeln). Die in erster Linie für die Erwachsenenpresse bedeutenden Zeitschriften- und Zeitungsverlage beschränkten sich in der Regel darauf, ihre Stammblätter mit Beilagen für jüngere Leser auszustatten (z. B. Vobach in Berlin, Verlag der deutschen Hausfrauenzeitung in Berlin). Nur in Einzelfällen wurden Zeitschriften im Eigenverlag publiziert (Verlag der Kinder-Gartenlaube, später Verlag der Jugend-Gartenlaube in Nürnberg); vermutlich handelte es sich hier um kolportageartig vertriebene Großprojekte. Etwa ein Viertel der Zeitschriften im Kaiserreich wurden – als Vereinsorgane oder als kommerzielle Projekte zur Finanzierung einer Wohltätigkeitsorganisation – in vereinseigenen Verlagen oder Druckereien hergestellt (z. B. Agentur des Rauhen Hauses, Elberfelder Erziehungsverein). Eine Besonderheit der Zeitschriften-Verlagslandschaft des Kaiserreichs stellt der seit 1869 in Süddeutschland etablierte vereinseigene Verlag Auer des Casseaneums in Donauwörth dar: Gegründet von Josef Auer (1839–1914), dem geistigen ‚Vater' des Vereins, wuchs der Verlag schnell zu einer umfangreichen Produktionsstätte, vor allem für katholische Familien – und Bildungszeitschriften (u. a. das erfolgreiche Familienblatt *Monika*) an.[247] Auers Jugendzeitschriften (z. B. *Raphael* 1.1879–56.1934) pflegen eine interessante Mischung aus christlich-moralischer Lehre und modern anmutendem, kommerziell motivierten Unterhaltungswert.

Seit der Jahrhundertwende expandierten vereinsmäßig betriebene Verlage der Wandervogel- und Pfadfinderbewegung. Gleichzeitig etablierte sich auch Berlin als Verlagsort von Kinder- und Jugendzeitschriften, die bis dato traditionell schwerpunktmäßig im Süden (München und Stuttgart) und im Osten (Leipzig) des Deutschen Reiches produziert wurden.[248]

---

[246] Vgl. zur Preisentwicklung Hild 1905.
[247] Einen Überblick über Verlagsgeschichte und Biographie Auers gibt Schloms 1994.
[248] Vgl. zu einem Überblick der Produktion Schierer 1938 und Schrölkamp 1997.

Die Ermittlung einer annähernd vollständigen Zahl aller marktgängigen Kinder- und Jugendzeitschriften gestaltet sich problematisch. Bis gegen Ende der 1880er Jahre verzichteten, mehr noch als bei den Unterhaltungsblättern für Erwachsene, Verlage und Herausgeber auf die damals noch relativ neuartige Finanzierung über Anzeigen. Entsprechend verzeichnen verschiedene zeitgenössische Adressbücher nicht einmal annähernd die Zahl der tatsächlich vertriebenen Kinder- und Jugendzeitschriften. [249]

Tab. 5: Gesamtzahl der in Sperlings Adressbüchern verzeichneten Kinder- und Jugendzeitschriften (Anm.)

Jahr	*allg./weltl.*	*kath.*	*ev.*	*gesamt*
1868*	4	–	–	**4**
1890	32	4	12	**48**
1894	34	10	17	**61**
1900/01	36	11	25	**72**
1904	38	13	33	**84**
1915	61	20	40	**121**
1923	30	19	24	**73**

* Zahlen nach Haendel 1864

Immerhin konnten für die zweite Hälfte des 19. Jahrhunderts bislang rund 270 Zeitschriftentitel bibliographisch ermittelt werden (vgl. Tab. 6).[250] Gegen Ende des Jahrhunderts nähern sich Zahlen der bibliographisch ermittelten den durch Sperling verzeichneten Titeln an. Für das 20. Jahrhundert dürften dann Sperlings Zahlen, die sich ja stets auf Zeitschriften beziehen, die Inserate aufnahmen, repräsentativ sein: In dieser Zeit war eine zumindest teilweise Finanzierung von Zeitschriften über Anzeigen und Werbung üblich und auch in der Kinder- und Jugendpresse verbreitet. Die Zahlen belegen einen deutlichen Produktionsaufschwung seit Mitte der 1870er Jahre, einen weiteren gegen Ende der 1890er Jahre. Die Entwicklung des Zeitschriftenmarktes im 20. Jahrhundert scheint auch im Bereich der Kinder- und Jugendliteratur der allgemeinen Tendenz zu folgen: Von der Jahrhundertwende bis zu den ersten Jahren des ersten Weltkrieges stieg die Produktion an; um 1917/18 kam es zu einem kriegsbedingten Produktionsabfall (vgl. Tab. 5).

Tab. 6: Neugründungen von KJl-Zeitschriften

Jahrzehnt	*Beilagen*	*Vereinsorg.*	*ev.*	*kath.*	*gesamt*
1850–1860*	1	4	2	–	**15**
1860–1870*	1	4	3	–	**14**
1870–1880*	2	6	2	2	**20**
1880–1890*	5	6	1	3	**28**
1890–1900*	10	8	1	5	**29**
1900–1910**	?	ca. 6	?	?	**ca. 20**
1910–1920**	?	ca. 18	?	?	**ca. 30**

* Quelle: Kölner Datenbank
**Quelle: Sperling/ZDB, Grundrecherche

[249] Vgl. Gracklauer, Haendel, Mosse. Einen ersten Überblick über marktgängige Kinder- und Jugendzeitschriften bieten Tiesmeyer 1877/78 für die 1870er Jahre und Ritthammer 1989 für die von 1800 bis 1900 in Österreich erschienenen Titel.

[250] Die Bibliographie wurde im Rahmen des Kölner Forschungsprojektes (vgl. Anm. 214) erstellt. Von den ermittelten 270 Titeln wurde eine repräsentative Auswahl von 106 Titeln in die Datenbank aufgenommen und autopsiert.

3.2 Publikationsformen und Gattungen

Verlagspublikationen

Die meisten eigenständigen Zeitschriften wurden von privatrechtlich organisierten Verlagen veröffentlicht. Der Schwerpunkt dieser (kommerziellen) Verlagspublikationen lag auf ansprechend gestalteten, ästhetisch wertvollen Zeitschriften. Wurde eine neue Zeitschrift auf den Markt gebracht, war sie möglichst unter den jeweils verlagsbedingt bestmöglichen Bedingungen hergestellt und von Anfang an darauf angelegt, erfolgreich zu sein. Herausgeber und/oder Verleger derartiger Blätter hielten Schritt mit den sich gegen Ende des 19. Jahrhunderts rasant entwickelnden Produktionsbedingungen und reagierten auf sich verbessernde technische Möglichkeiten unmittelbar mit einer prächtigeren Ausstattung ihrer Zeitschrift. Häufig wurden von Anfang an bekannte Pädagogen und Autoren bzw. Autorinnen für die Textbeiträge engagiert, für die dann auch auf dem Titelblatt geworben wurde. Doch konnten nicht viele derartige Projekte große Erfolge verzeichnen. Die meisten hatten eine Laufzeit von weniger als 20 Jahren, oft wurde ihr Erscheinen schon nach ein bis zwei Jahren eingestellt. Das mag zum einen an falschen Kalkulationen oder mangelnder Werbung gelegen haben. Andererseits spricht diese Tatsache aber auch dafür, daß Zeitschriften als Experimentierfeld für Verlage funktionierten, deren Produktion, bei ausbleibendem Erfolg, wieder eingestellt wurde: Hierzu gehören vermutlich die Schweizer Zeitschrift *Jugendwart. Illustrierte Sonntagsblätter für die Jugend und deren Freunde* (1873), verlegt vom Centralbureau Jugendwart-Expedition in Glarus, die ansprechend gestaltete Bildungszeitschrift *Aus aller Welt: illustrierte Jugendschrift für die Familie* (1890/91) sowie *Der Jugend Heimgarten* (1898) aus dem Verlag Hoffmann in Stuttgart. Zu den ästhetisch besonders ansprechenden, immerhin für ein paar Jahre gängigen Zeitschriften gehören die von Ludwig Hevesi konzipierte Wochenschrift *Illustrierte Zeitung für Kleine Leute* (1.1875–7.1881) sowie die im Eigenverlag erschienene *Kinder-Gartenlaube* (1.1886–6.1891), fortgesetzt durch die *Jugend-Gartenlaube* (1.1892–14.1905). Von einer geradezu herausragenden Qualität ist die von Julius Lohmeyer kurz nach der Reichsgründung in Leben gerufene Jugendzeitschrift *Deutsche Jugend* (1.1872 –13.1884, als N. F.1.1885–10.1894), die sich trotz intensiver Bemühungen des Herausgebers und verschiedener Verleger aus Kostengründen nicht halten konnte (s. u.). Es gab aber auch regelrechte Erfolgsprojekte, wie z. B. die inhaltlich abwechslungsreich und ansprechend gestaltete Monatsschrift *Kinderlaube* (Dresden: Meinhold, 1.1863–33.1895) und die beiden von Wilhelm Spemann (1844–1910) professionell konzipierten, später bei der Union in Stuttgart verlegten Longseller *Das Kränzchen* (1.1889/90– 46.1934) und *Der Gute Kamerad.*[251] Wie vergleichsweise modern gerade diese beiden Zeitschriftenkonzepte waren, zeigt sich, wenn man das *Kränzchen* vergleicht mit der kurz vor Kriegsbeginn vom Deutschen Druck- und Verlagshaus produzierten *Mädchenpost* (Leipzig, 1.1913–26.1928), einer unterhaltenden „Wochenschrift für die weibliche Jugend“: Ähnlich komponiert wie das *Kränzchen*, richtet sie sich mit einer insgesamt etwas einfacheren Ausstattung (weniger Illustrationen, kleineres Format) an ein noch breiteres Publikum. Die schon von Spemann favorisierte Mischung von Literatur, Bildung, Unterhaltung, ratgebenden Artikeln und einem umfangreichen Briefkasten bestimmt nicht nur den Charakter der *Mädchenpost*, sie erwies sich bis weit ins 20. Jahrhundert hinein als zugkräftig und findet sich in zahlreichen modernen Illustrierten und Jahrbüchern noch heute.

Es gab aber auch andere, einfacher ausgestattete religiös orientierte, an traditionellen Mustern ausgerichtete Verlagspublikationen, die – bei allem Anspruch auf Unterhaltung, Wissensvermittlung und literarische Bildung – den Aspekt der moralischen Erziehung auf dem Boden einer christlichen Weltanschauung in den Vordergrund stellten. Die Ausstattung derartiger Blätter war einfacher, der Preis geringer und der Adressatenkreis oft noch weiter gefaßt (Kinder, Heranwachsende und Jugend). Auch diese Verlagsprodukte orientierten sich letztlich

[251] Vgl. hierzu auch meine Analyse der beiden Zeitschriften für das Handbuch der Kinder- und Jugendliteratur 1850–1900, ungedr. Ms. (Anm. 214).

– mit einer ihnen eigenen konsequenten Behutsamkeit – am fortschreitenden Modernisierungsprozeß. Das interessanteste und langlebigste Projekt dieser Art ist die von der Katholikin Isabella Braun konzipierte Zeitschrift *Jugendblätter für christliche Erziehung und Bildung* (Stuttgart: Scheitlin, später München: Braun & Schneider 1.1855–1951) (s. u.). Einigen Erfolg hatten auch die *Illustrirten Schweizerischen Jugendblätter zur Unterhaltung und Belehrung* (1.1873–29.1901), der Schweizer *Kinderfreund* (1.1884–22.1905/06) oder die *Epheuranken*, eine bei Korff in München u. a. verlegte, sorgfältig gestaltete „Monatsschrift für die katholische Jugend" (1.1890–19.1908), die sich nach der Jahrhundertwende zu einer ansprechenden Unterhaltungszeitschrift entwickelte.

Vereinspublikationen

Von der Reichsgründung bis zur Jahrhundertwende wurde etwa ein Drittel der Kinder – und Jugendzeitschriften von religiösen oder pädagogischen Vereinen herausgegeben. Unter ihnen befinden sich zahlreiche Longseller, einige liefen länger als ein Jahrhundert. Besonders erfolgreich waren protestantische Vereins-Blätter, die sich, unter Einhaltung eines christlichen Grundkonzeptes – am Typus der (weltlichen) Unterhaltungszeitschrift orientierten. Hierzu gehören der von der evangelischen Gemeinschaft hrsg. *Evangelische Kinderfreund* mit einer Laufzeit von über einem Jahrhundert (1.1870–103.1972, Jahrespreis um 1900: 1 Mark) und der vom protestantisch ambitionierten Elberfelder Erziehungsverein herausgegebene *Kinder-Bote* (1.1850–83.1932, Jahrespreis um 1900:2 Mark), dessen Erlös zum Schutz verwahrloster Kinder dienen sollte. Auch die von Sophie Loesche als Organ der evangelischen Sonntagsvereine herausgegebene *Mädchen-Zeitung* (1.1867/68–um 1930, Aufl. bis zu 34.000)[252] hatte eine lange Laufzeit und diente in erster Linie der finanziellen Unterstützung der Vereinsarbeit. Noch erfolgreicher war *Komm mit* (1.1898–?), eine offenbar professionell vertriebene Wochenschrift für junge Mädchen vom Verband der evangelischen Jungfrauenvereine Deutschland (Berlin). Sie erreichte 1914 eine Auflage von 116.000.[253]

Unter den seit den 1880er Jahren verbreiteten katholischen Vereinprojekten rangierten österreichische Wohltätigkeitszeitschriften bzw. kommerzielle Unternehmungen, die der Unterstützung eines religiösen Hilfsvereins dienten (z. B. *Das Waisenkind*, hrsg. vom Katholischen Waisen-Hilfsverein 1.1884–27.1921), andere Vereinsorgane (z. B. die illustrierte katholische Jugendschrift des Engelsbündnisses *Manna für Kinder* 1.1884–16.1900) und der Volksbildung verschriebene Zeitschriften für die „Ärmsten" (z. B. *Das kleine Ave Maria* 1.1898/99–35.1933) an erster Stelle. Bei aller konservativen Prägung bemühten sich auch diese Vereine – schon aus kommerziellen Gründen – um eine ansprechende Gestaltung ihrer Blätter, setzten auf einen zumindest annähernd weltlichen Charakter, lieferten Bilder, Rätsel und stellenweise auch einen „Briefkasten". Ein weiterer Zeitschriftentyp der katholischen Kinder- und Jugendpresse ist charakterisiert durch einen dominanten Unterhaltungs- und Bildungsaspekt, hohe Ausstattung und vergleichsweise geringe Preise. Produktionsstätte war der Verlag Auer in Donauwörth: Bekannt und verbreitet war *Raphael*, eine „illustrierte Zeitschrift für die reifere Jugend und das Volk" (1.1879–44.1933), die mit einer sehr guten Ausstattung, qualitativ anspruchsvollen Textbeiträgen, einem Jahresumfang von 416 großformatigen zweispaltig bedruckten Seiten, einem Abonnementpreis von 2,50 Mark und einer Auflage von immerhin 10.000[254] im Jahr 1890 zu den bemerkenswerten Zeitschriften der Kaiserzeit gehört. Aber auch der *Stern der Jugend* (1.1893–23.1915), eine „Zeitschrift zur Bildung von Geist und Herz", die seit 1904 als „illustrierte Wochenschrift für Schüler höherer Lehranstalten" bezeichnet wird und sich – bis auf die religiöse Orientierung – nicht von weltlichen Zeitschriften unterscheidet, war ein ansprechendes Zeitschriftenprojekt Auers: Die Auflage dieses Blattes war entsprechend des eingeschränkten Leserkreises mit 2100[255] geringer. Die Zeitschriften des Auer-Verlages bilde-

[252] Sperling 1914.
[253] Sperling 1914.
[254] Lit. Handweiser 1890, Sp. 638.
[255] Sperling 1901.

ten, was die Qualität angeht , eine Ausnahme unter religiösen Blättern, die ansonsten nur sehr einfach ausgestattet waren (wenig Illustrationen, wenig Schmuck) und überwiegend anspruchsloseren Lesestoff (kleine Volkserzählungen, Gebete etc.) enthielten.
Insgesamt anspruchsvoller in Texten und Aufmachung, waren die von pädagogischen oder Lehrervereinen herausgegeben Zeitschriften. Erfolgreich und für die erste Hälfte des Kaiserreichs charakteristisch sind die vom sächsischen Pestalozzi-Verein zunächst unter der Leitung von Karl Petermann hrsg. *Deutschen Jugendblätter* (1.1861–47.1907) sowie die vom Bayerischen Lehrerverein herausgegebene *Jugend-Lust* (1.1876–79.1954), die gegen Ende des Jahrhunderts vom Wiener Lehrerverein unter wechselnder Leitung (H. Fraungruber, K. Hilber u. a.) herausgegebene Monatsschrift *Für die Jugend des Volkes* (1.1892–7.1898).

Charakteristisch für den traditionell längeren Erfolg einer Vereinszeitschrift ist die Tatsache, daß die nach Lohmeyers Vorbild *Deutsche Jugend* konzipierte und vom Deutschen Landeslehrerverein in Böhmen seit 1884 herausgegebene *Österreichs Deutsche Jugend* (1.1884–54.1936/37) bei ähnlicher Qualität eine wesentlich längere Laufzeit und eine sehr viel höhere Auflage (28.000[256]) hatte als das vergleichsweise Verlagsprojekt[257].

Seit den 1890er Jahren erschienen dann verstärkt Zeitschriften aus dem Umfeld der Jugendbewegung: Vor allem Wandervogel- und Pfadfindervereine brachten zahllose, in erster Linie wohl für Vereinsmitglieder konzipierte unterhaltsame Blätter auf den Markt, die zum Teil in hohen Auflagen erschienen.[258] 1906 kam der erste Jahrgang der Zeitschrift *Wandervogel. Monatsschrift für deutsches Jungwandern* auf den Markt. Das Inhaltsverzeichnis spiegelt den Aufbruch einer jungen Generation, die sich während der Anfangsjahre vor allem als Wander-Bewegung verstand. „Froh und unbekümmert handeln die Texte von Gruppe und Bund, Heimstunde, Fahrt und Lager, Lied und Volkstanz.“[259] Der *Wandervogel* umfaßte im Jahr bis zu 360 Seiten und erreichte bereits 1912 eine Auflage von 30.300.[260]

Seit 1910 stieg die Produktion neuer, regional begrenzt vertriebener Wandervogelblätter weiter an (z. B. *Jung-Wandervogel. Bund für Jungwandern* (Hamburg, Berlin 1.1910–23. 1932).[261] Die ebenfalls seit Beginn des neuen Jahrhunderts expandierenden Pfadfinderzeitschriften erreichten zum Teil innerhalb kurzer Zeit Auflagen von 15.000 und mehr.[262] *Der Pfadfinder* (Leipzig: Spamer, 1.1912–19.1930), das „offizielle Organ des Deutschen Pfadfinderbundes“ warb im Zeitschriftenadressbuch damit, Anzeigen für „Ausrüstungs- und Bekleidungsstücke, Touristengegenstände und Sportgeräte, Jugendbücher, Photogr. Artikel, Musikinstrumente, Nährmittel und Konserven, wie überhaupt [für] alles, was für die deutsche Jugend nur in Frage kommt, ferner Vorbereitungsinstitute, Lehranstalten usw.“ aufzunehmen.[263] Auch die Pfadfinderzeitschriften verstanden sich als Unterhaltungsblätter und enthielten – neben kleinen Erzählungen und Berichten aus dem Vereinsleben – Liednoten, Sachartikel, ratgebende Beiträge und einen umfangreichen Briefkasten.

Beilagen

Die Beilagenproduktion nahm im Bereich der Kinder- und Jugendzeitschriften im Laufe des 19. Jahrhunderts einen immer breiteren Raum ein; in den 1890er Jahren waren beinahe die Hälfte der Zeitschriften-Neugründungen als Beilage für Familien-Unterhaltungszeitschriften und Tageszeitungen konzipiert (vgl. Tabelle 7).

---

256 Sperling 1914.
257 Lohmeyers *Deutsche Jugend* erreicht eine Auflage von höchstens 3000. Vgl. Sperling 1889.
258 Das ergab meine Grundrecherch in der ZDB. Vgl. zu Wandervogelzeitschriften Göbels 1986, S. 202; zur Pfadfinderzeitschrift auch Schrölkamp 1997.
259 Göbels 1986, S. 202
260 Göbels 1986, S. 202.
261 Vgl. Schierer 1938, S. 16 ff.
262 Sperling 1912.
263 Sperling 1914.

Tab.7: Kinder- und Jugendbeilagen (1866–1900)

Titel	*Stammperiodikum*	*Zeitraum*	*Ort/Verlag*
Kindergarten	Der Bote aus Sachsen	1866	Dresden: Lohse
Sonntagsfreunde für die deutsche Jugend	Sonntagsfreude. Bekehrungen aus dem Gebiet des praktischen Wissens	1872–1875	München: Leutner
Für die lieben Kleinen	Evangelisch-lutherisches Gemeindeblatt	1877–1878	o.O./o.V
Der Schutzengel. Ein Freund, Lehrer und Führer der Kinder	Monika.Wochenblatt zur Verbesserung der Familienerziehung.	1875–1910?	Donauwörth: Auer
Der Jugend Sonntagslust	Kropper kirchlicher Anzeiger	1880–1901	Kropp: Eben-Ezer
Der kleine Schornsteinfeger	Allgemeine Hausfrauenzeitung	1881–1882	Köln u. a.: Krygeer u. a.
Familien-Blatt	Die israelitische Wochen-Schrift	1884–1894	Leipzig: Friese
Für die junge Welt	Schweizer Frauen-Zeitung	1888–1894	St. Gallen: Kälin
Lust und Lehre fürs junge Volk	Schweizer Familien-Wochenblatt	1889–1916	Zürich: Schröter
Der Jugendfreund	Schweizer Hauszeitung	1891–1892	Zürich: Wirz-Baumann
Für unsere Kleinen	Häuslicher Ratgeber. Illustrierte Familien- und Modenzeitung	1892–1902	Breslau?: Schneeweiß?
Für die kleine Welt	Schweizer Frauen-Zeitung	1891–1912	St. Gallen: Kälin
Österreichische Jugend-Zeitung	Neues Wiener Tagblatt / Neues Wiener Abendblatt	1894	Wien: Österreichische Verlagsgesellschaft
Jugend-Warte	Deutsche Nachrichten / Deutsche Warte	1897	Berlin: o.V.
Jugend-Missionsblatt	Missionsbote / Heidenbote	1898–1910	Neukirchen: Stursberg
Illustrierte Kinderzeitung	Kindermodenwelt	1898	Leipzig: Vobach
Illustrierte Jugendzeitung	Sonntagszeitung für Deutschlands Frauen	1898–1900	Leipzig: Vobach
Die Zukunft	Katholischer Schulfreund	1900	Einsiedeln: Eberhard & Rickenbach

Beiblätter hatten zwei Funktionen: sie sollten eine Unterhaltungzeitschrift attraktiver gestalten (z. B. die *Jugend-Warte*) oder sie dienten dem Versuch, eine neue Zeitschrift, bevor sie auf den Markt gebracht wurde, mit Publikum zu testen. Oft verkalkulierten sich die Zeitschriftenverlage jedoch: Zahlreiche Beilagen erschienen nur über einen kurzen Zeitraum, andere funktionierten nicht mehr, nachdem sie als eigenständige Zeitschrift angeboten wurden. Beispielsweise wurde das Erscheinen eines als kostenlose Beilage offenbar erfolgreichen Projektes (*Für die junge Welt*), kurz nachdem es als unabhängige Zeitschrift zu einem vergleichsweise geringen Preis (2 Mark / Jahr) erschienen ist, eingestellt.

Die Preise von Beilagen waren gering, zum Teil wurden sie auch gratis angeboten, wie z. B. das Schweizer Blatt *Für die junge Welt* oder Lohmeyers *Illustrierte Jugendzeitung*. Hinsichtlich der Gestaltung unterschieden sich die Beilagen nicht oder kaum von selbstständigen Zeitschriften. Sie waren bemüht, das Unterhaltungsbedürfnis junger Leser zu befriedigen, und sie enthalten, neben Illustrationen, Rätseln und kuriosen Nachrichten, kleine Erzählungen oder Sachtexte (z. B. *Der Jugend Sonntagslust* „Beiblatt zum Kropper Kirchlichen Anzeiger“ 1880–1901). In Deutschland hatte besonders das der Zeit*ung* beiliegende Kinderblatt einigen Erfolg:

„Im Hinblick auf die Mannigfaltigkeit des hier veröffentlichten Stoffes, auf den einheitlichen inneren Aufbau und die originelle drucktechnische Gestaltung kann man in diesem Fall wirklich gelegentlich von Kinder“zeitschriften“ sprechen. Bezeichnend für die Tatsache ist

weiterhin, daß beispielsweise einzelne Zeitungsverlage die gesammelten Hefte ihrer Kinderzeitschrift – auf gutes Papier gedruckt- in Jahrgängen zusammengefaßt abgeben.“[264]

Ähnliches gilt für die Beilagen von Zeit*schriften*; ein derartiges Phänomen stellt *Der Schutzengel* (1.1875–26.1910) dar: Er wurde als Beilage zur Zeitschrift *Monika* (Auflage 1907: 93.000[265]) für Kinder und Heranwachsende herausgegeben, konnte aber auch einzeln (für einen Jahrespreis von 2 Mark für 200 Seiten) bezogen werden; die Auflage betrug (beilagenbedingt) immerhin bis zu 125.000 (Sperling 1901). Anliegen des *Schutzengels* ist es, „Vertiefung des Wissens, Wollens und des Handelns der Kinder“ zu fördern. Das Blatt richtet sich aber auch an Erzieher „um ihnen guten Unterhaltungsstoff für ihre Plaudereien mit den Kindern zu liefern, z. B. Erzählungen, Rätsel, Beschäftigungen“.[266] Seit der Jahrhundertwende gab es auch immer mehr unterhaltende Beilagen zu politisch orientierten Zeitschriften; zu den ersten sozialistisch orientierten Projekten gehörte *Für unsere Kinder* (1.1905–18.1917), eine monatliche Beilage der von Clara Zetkin herausgegebenen Zeitschrift *Gleichheit* (1892–1917). Auch diese Beilage hatte den Charakter einer eigenständigen Zeitschrift, enthielt literarische Texte (Märchen, Fabeln, realistische Alltagsgeschichten, Gelegenheitslyrik) mit sozialkritischer Tendenz und Sachbeiträge politisch engagierter Autoren. Zu den bekannteren Beiträgern gehörten neben der Herausgeberin selbst E. Hörnle und M. Gorki.[267]

3.3 Marktstrategien

Um eine Zeitschrift auf dem Markt profitabel etablieren zukönnen, bedurfte es also einer intelligenten Marktstrategie. Am erfolgreichsten erwies sich ein vorsichtiges Abwägen zwischen der Modernisierung eines Zeitschriftenkonzeptes und dem für einen Verlag finanziell Machbaren. Am besten funktionierte diese Strategie, wenn Herausgeber und Verleger Hand in Hand arbeiteten, im Idealfall – wie bei den beiden erfolgreichen Zeitschriften *Der Gute Kamerad* und *Das Kränzchen* – war der Herausgeber (Wilhelm Spemann) zugleich der Verleger. Häufig gab es jedoch Probleme zwischen beiden Instanzen: Entweder hielt ein Herausgeber an einem bestimmten – moralischen und/oder ästhetischen – Anspruch fest, der den Absatz einer Zeitschrift behinderte und/oder begrenzte oder der Verleger hatte aus persönlichen oder kommerziellen Gründen kein Interesse mehr an einem Projekt. Das Beispiel zweier unterschiedlicher, für das Kaiserreich typischer Zeitschriftenbiographien ermöglicht einen Einblick in die üblichen Vermarktungsstrategien von Kinder- und Jugendzeitschriften:

Traditionelles Zeitschriftenkonzept

Mit einer Erscheinungsdauer von fast 100 Jahren (1.1855–84.1951, unterbrochen 1936–1948) stehen Isabella Brauns *Jugendblätter* an der Spitze der Longseller und waren bei einem eher traditionellen Zeitschriften-Konzept sehr erfolgreich. Braun war neben dem Unterhaltungsaspekt eine solide und gediegene Wissensvermittlung auf der Grundlage einer christlich-moralischen Weltanschauung wichtig: „Im Format der Zeitschrift sollte eine Angleichung an die Tagespresse der Erwachsenen vermieden werden im Gegensatz zum ‚Berliner Kinderwochenblatt‘, das sogar politische Notizen enthielt.“[268] Braun konnte den Stuttgarter Verlag Scheitlin für ein solches Projekt gewinnen, im Jahr 1855 erschien das erste Monatsheft mit einem grünen Schmuckumschlag und einem Umfang von 48 Seiten. Mit einer Fülle moralischer Geschichten und belehrender Beiträge, wenigen qualitativ herausragenden Texten, mit den nur spärlich bestückten Spiel- und Rätselecken, dem Fehlen eines „Briefkastens“ und nur einer Illustration pro Monat kamen die ersten Jahrgänge auf den Markt. Der erhoffte Erfolg blieb zunächst aus,

---

[264] Elisabeth Stritholt: Die Kinderbeilage in der Zeitung. In: Deutsche Presse“, Nr. 51 vom 22. Dezember 1934. zit. nach: Lehmann 1936, S. 77f.

[265] Zeitungskatalog Haasenstein & Vogler 1907

[266] Schloms 1994, S. 374.

[267] Vgl. Drust, Für unsere Kinder

[268] Vgl. Baader 1956, zit. nach DBA II 169, S. 270f.

und Scheitlin beklagte sich bei der Herausgeberin mehrfach über Absatzschwierigkeiten. In ihrer Not wandte sich Braun direkt an den von ihren Schriften begeisterten Bayernkönig Ludwig II., der ihr 1860 lebenslang eine jährliche Pension von anfangs 300 und später 858 Gulden aussetzte und der Zeitschrift somit über die Krisensituation hinweghalf. Nach Scheitlins Tod, mit dem Jahr 1867 wurde die Zeitschrift vom Verlag Braun & Schneider in München übernommen[269], der durch seine humoristischen Bildwerke (Fliegende Blätter u. a.) hinlänglich bekannt war und dem Blatt allmählich ein neues Gepräge gab, indem er marktstrategische Überlegungen, die auf die Erweiterung des Absatzmarktes (über die Grenzen der katholisch geprägten südlichen Reichsgebietes hinaus) hinzielten, durchsetzte und eine ausgefeilte Werbekampagne betrieb. Die Zeitschrift wurde aufwendiger illustriert, und im Laufe der Jahre wurde das Religiöse zurückgenommen: Im Prospektus des ersten ‚neuen' Jahrgangs (1867) spielt Religion kaum mehr eine Rolle, die Zeitschrift wird als Erziehungs- und Bildungsintrument angepriesen (1867, 1. Heft); bereits im nächsten Jahrgang wird auch dieses Vorhaben relativiert, die Unterhaltung rückt ins Zentrum der Werbung: „Die Jugendblätter wollen keineswegs mit der Schule, wohl aber mit dem Elternhause wetteifern", heißt es da, und die Redaktion verspricht, den „jugendlichen Frohsinn[]"zu nähren mit „harmlosen Scherzen", „Neckrätseln" und „kleinen Theaterstücken"(1868, 1. Heft). Ab dem 21. Jahrgang (1875) heißen die *Jugendblätter* im Untertitel lediglich „Blätter zur Unterhaltung und Belehrung". Doch die Probleme blieben. In Brauns Briefen häufen sich seit den 1870er Jahren Klagen über die steigende Konkurrenz auf dem Zeitschriftenmarkt, wozu sie vor allem das „fade[] Töchteralbum, das enormen Absatz hat", die „vereinsschullehrerische […] Jugendlust" und die religiösen Blätter des Auer-Verlages zählte[270]. Fortan werden vermehrt Texte namhafter Autoren (u. a. M. von Ebner-Eschenbach, I. Geibel, I. und H. Proschko, P. Rosegger, O. Wildermuth, I. von Zingerle) und schreibender Damen aus den obersten Adelskreisen (seit den 1880er Jahren die Prinzessinnen Alexandra und Therese zu Bayern und die Erzherzogin Marie Valerie) veröffentlicht. Allerdings ist der moralische Duktus vieler Texte weiterhin sehr ausgeprägt. Erst mit Isabella Brauns Tod im Jahr 1886 und dem Wechsel der Herausgeberschaft auf ihre Nichte Isabella Hummel kam es zu weiteren Veränderungen im Zeitschriftenkonzept, der ‚Verweltlichungsprozeß' schritt fort: Einerseits rückte die literarisch-ästhetische Erziehung stärker in den Mittelpunkt, andererseits wurden politische und gesellschaftliche Ereignisse stärker berücksichtigt. Aktuelle Berichte, etwa Briefe aus den ‚schwarzen' Kolonien (1889) oder ein Loblied auf das „endlich" wieder deutsch gewordene Helgoland (1892) ergänzen den tradionellen Zeitschriftenkanon. Gegen Ende der 1880er Jahre ist die Rätselecke ausgebaut und durch kleine Bilderwitze und Sprüche bereichert. Ab den 1890er Jahren wirkte sich schließlich der insgesamt fortschreitende Modernisierungsprozeß auf die Gestaltung der Zeitschrift aus: Es gibt mehr – auch kleinere in den Text gesetzte – Illustrationen, um 1900 ist die Aufmachung der Zeitschrift an der Kunstrichtung des Jugendstils orientiert. Im Laufe der Jahre nahm die Popularität der *Jugendblätter* zu; mit einer Auflagenhöhe von bis zu 5000[271] konnten sich die Blätter zwar nicht mit institutionell vertriebenen Großproduktionen (die *Jugend-Lust* hatte z. B. 20 000) vergleichen, doch war die Zahl der verlegten Hefte bis dato immerhin höher als etwa beim *Kränzchen*[272] Zu einer nochmaligen Umstrukturierung der *Jugendblätter* kam es unter der Leitung von Josef Meilinger (seit 1903). Im Jahr 1906 wurde die Zeitschrift auch als „Jahrbuch" vermarktet und durch zahlreiche Beilagen bzw. Extra-Hefte (z. B. über Franz Pocci oder über Bayern) ergänzt. Meilinger sorgte auch für eine neue Illustrierung: „Sailer, Caspari, Engels, E. Liebermann – das ist eine ganz andere Welt. Es ist für L. Meilinger ein großes Verdienst, einen Teil der Münchener Künstlerschaft zur Mitarbeit geworben zu haben.[…] Der Bilderschmuck der Jugendblätter ist

[269] Vgl. Baader 1956, zit. nach DBA II 169, S. 196.
[270] Vgl. Filchner 1915, S. 54.
[271] Kürschner 1902, Sp. 566.
[272] Kürschner 1902: 3000.

eine lobenswerte Tat […].“[273] Fortan stehen Texte von J. von Eichendorff, M. Kerschensteiner, W. Kreiten, D. von Liliencron und Meilinger selbst neben denen der ‚alten‘ Beiträger (s. o.) und geben der Zeitschrift ein neues Gepräge. Im Untertitel wird darauf hingewiesen, daß die *Jugendblätter* mittlerweile laut „Ministerialentschluß vom 16. November 1903“ zur Anschaffung in Schülerbibliotheken „ministeriell empfohlen“ werden. Bis nachweislich 1933/34 erschien die Zeitschrift im Münchener Verlag der Jugendblätter, weiterhin monatlich, nach einer Unterbrechung (1935–48) wurde das Projekt noch einmal aufgenommen und für drei Jahre (offenbar) wenig erfolgreich weitergeführt. 1951 wurde die Produktion dann eingestellt.

Moderne, ästhetisch-literarische Bildungszeitschrift

Unter den ästhetisch-literarischen Bildungszeitschriften verfügt die bereits von vielen zeitgenössischen Kritikern gelobte Zeitschrift *Deutsche Jugend* (1.1872 –13.1884, als N. F.1.1885–10.1894), zuerst erschienen bei Dürr in Leipzig u. a., über eine vergleichsweise herausragende Qualität sowohl der Beiträge als auch der Illustrationen. Ähnlich wie Brauns *Jugendblätter* wurde die Zeitschrift vom Herrscherhaus gewürdigt, die Kaiserfamilie (insbesondere die beiden Kronprinzen Wilheln und Heinrich) gehörte zu den regelmäßigen Konsumenten des Blattes, das Preussische Unterrichtsministerium und andere Schulbehörden sprachen Empfehlungen aus. Dennoch wurde diese Zeitschrift nach einer jahrelangen Odyssee durch mehrere Verlage und zahlreiche konzeptuelle Veränderungen im Jahr 1894 aufgegeben.

Die von Julius Lohmeyer (1835–1903) entworfenen Pläne für ein eigenes Zeitschriftenprojekt konkretisierten sich, nachdem er 1872 aus dem Redaktionsteam der satirischen Zeitschrift *Kladderadatsch* ausgetreten war[274] (Göbels S. 122). Noch im selben Jahr konnte er seinen Freund Alphons Dürr für die *Deutsche Jugend* begeistern. Ein an alle namhaften Dichter und Künstler gerichteter Aufruf zur Mitarbeit an der *Deutschen Jugend* hatte Erfolg: Als regelmäßige Beiträger konnten u. a. V. Blüthgen, E. Frommel, A. W. Grube, F. von Köppen, J. Ludwig und J. Stieler gewonnen werden. Darüber hinaus finden sich Texte von I. Braun, F. Dahn, R. Löwenstein, H. von Fallersleben, Th. Fontane, E. Geibel, von dem für seine naturkundlichen Studien bekannte Hermann Wagner und verschiedenen damals populären Abenteuerschriftstellern wie C. Falkenhort und E. von Barfus. Als Illustratoren wurden namhafte Künstler engagiert, u. a. der Bilderbuchillustrator Fedor Flinzer und der durch seine Bilder in Abenteuerbüchern bekannte Johannes Gehrts. Auf monatlich 32 Seiten wurde anspruchsvolle Unterhaltung geboten: Neben zahlreichen, zum Teil als Fortsetzungen komponierten, Erzählungen (Historisches, Lebensbilder, Heimaterzählungen, in der „neuen Folge“ seit 1886 auch Abenteuerliteratur), prägen einige Märchen und Fabeln, Lyrik, kleine dramatische Dichtungen und Liednoten das Bild der Zeitschrift in erster Linie. Weniger präsent, jedoch regelmäßig mitgeteilt sind sachliterarische Beiträge aus dem Umfeld der Naturwissenschaften, der Ethnologie und der Historie. Am Ende eines jeden Heftes sorgen zwei aufwendig gestaltete Seiten mit Rätseln und „Knackmandeln“ für Unterhaltung und Abwechslung, hin und wieder werden Spiele präsentiert. Der Grundtenor der Zeitschrift ist von Anfang an ein kaisertreu-patriotischer, mehr als einmal werden die Reichsgründung, das endlich wieder deutsch gewordene Elsaß, die Ruhmestaten der Freiheitskämpfer während der napoleonischen Kriege (z. B. Ferdinand Schill) bejubelt. Bis 1884 gab Dürr 26 Halbjahresbände zu einem Stückpreis von 7 Mark (kartoniert) bzw. 8 Mark (mit Leinwandumschlag) heraus. Bei einem Jahrespreis von 14 bzw. 16 Mark steht die *Deutsche Jugend* damit an der Spitze der teuersten Blätter, und es ist erstaunlich, daß eine Auflagenhöhe von 3000 [275] erreicht werden konnte. Im Jahr 1882 erschien eine mit einfachen Pappdeckeln versehene preiswertere „Volksausgabe“ bereits erschienener Bände. 1885 mußte Lomeyer den Verlag verlassen, Dürr hatte seine Jugendbuchproduktion eingestellt, um „sich ganz der neu eingeschlagenen wissenschaftlichen Verlagsrichtung zu widmen“[276]. Im Jahr 1885

[273] Hild 1905, S. 73.
[274] Göbels 1986, S. 122.
[275] Sperling 1889.
[276] Dürr 1903, S. 120.

gingen die Verlagsrechte an der Heftausgabe an den Herausgeber über, der daran gedacht haben soll, eine „von der Zeitrichtung mehr und mehr geforderte Umwandlung des Blattes in ein farbiges Gewand“[277] zu verfolgen. Lohmeyer konnte Simion in Berlin von seiner Idee überzeugen, doch die Herausgabe dieser aufwendigen Zeitschrift scheint für den Verleger nicht besonders attraktiv gewesen zu sein: Nachdem die ersten drei fast durchgängig und aufwendig mit zum Teil großformatigen Chromolithographien ausgestatteten Bände erschienen waren, wurde ab dem vierten Band der „Neuen Folge“ nicht nur gänzlich auf farbige Abbildungen verzichtet, auch das Format der Zeitschrift wurde verkleinert. Am Ende des dritten Halbjahrbandes schildert Lohmeyer seinen Lesern die Nöte eines Zeitschriftenherausgebers und empfiehlt – vermutlich als Reaktion auf die finanziellen Probleme – den weniger Betuchten den preiswerteren *Jugendschatz.*

Lediglich sechs Halbjahresbände erschienen bei Simion, danach wechselte der Herausgeber zu Kröner in Stuttgart, wo der 7. Band der „Neuen Folge“, diesmal nur als Jahresband, erschien. Band 8 erschien dann bereits bei der Union, nach dem Zusammenschluß von Kröner, Spemann u. a.[278] Vermutlich gab es auch mit den Stuttgarter Verlegern Probleme, denn für die Folgebände 9–11 (1890–93) wechselte Lohmeyer nach Hamburg zur Verlagsanstalt und Druckerei Richter, die wieder eine Heftausgabe verlegte und mit einzelnen Chromolithographien und Tonbildern ausstattete. Eine neue Marktstrategie führte dazu, daß die *Deutsche Jugend* fortan 14tägig zu einem Heftpreise von „nur 25 Pf. pro Heft“ (ein früheres Monatsheft kostete eine Mark!) erschien. Dennoch mag es weiterhin finanzielle Probleme gegeben haben, denn im Jahr 1894 hat der Herausgeber sein Projekt beendet; weitere Heftausgaben hat es nicht gegeben. Gegen Ende der 1890er Jahre versuchte Lohmeyer sich noch mehrfach in der Publikation sehr aufwendig gestalteter und illustrierter – allerdings kostenloser – Beilagen zu Familienblättern (Illustrierte Jugendzeitung, Illustrierte Kinderzeitung s. o.), deren Erscheinen jedoch nach kaum einjähriger Dauer – vermutlich ebenfalls aus Kostengründen – eingestellt wurde.

[277] Dürr 1903, S. 120
[278] Vgl. zur Gründung der Union Aktiengesellschaft Jäger in Bd.1 (2001), S. 197ff.

4. Hausfrauen- und Modezeitschriften

Neben Kindern und Jugendlichen wurde im Laufe des 19. Jahrhunderts auch die Frau als Konsumentin eigens auf ‚weibliche' Bedürfnisse zugeschnittener Zeitschriften entdeckt:
Zu unterscheiden sind die in erster Linie mit Bekleidung und Schönheitspflege bürgerlicher Damen befaßten (zum Teil exklusiven) Modeblätter und die etwas schlichter gestalteten sog. Hausfrauenzeitschriften, die sich vor allem dem praktischen Alltagsleben widmeten. Bis gegen Ende des 19. Jahrhunderts nahm die Produktion der Modeblätter ab, während von den Hausfrauen- bzw. Frauenzeitschriften der universale Unterhaltungs- und Bildungsanspruch der Familien- und Bildungsblätter in neuer Weise aufgegriffen und zu einem umfassenden Unterhaltungs- und Ratgeberinteresse umgeschmolzen wurde. Insofern ist von einem Wandel der klassischen Modezeitschrift zum Hausfrauenblatt zu sprechen, das ein breites Spektrum häuslicher Tätigkeiten mit Ratschlägen u. s. w. abdeckte. In Gestalt von Schnittmusterbeilagen, die bald auch gesondert abonniert werden konnten, erschien der Umgang mit Mode nun in einer auf Selbstfertigung gerichteten Form. Darin spiegelt sich die soziale Ausweitung des Publikums: Die ungekannt niedrigen Preise der Hausfrauenzeitschriften machten es nun breitesten Bevölkerungsschichten möglich, eine Zeitschrift zu erwerben. Auch inhaltlich gibt das breite Themenspektrum dieser ausdrücklich am konkreten Alltag orientierten Blätter die Modernisierung der deutschen Gesellschaft nach der Jahrhundertwende wieder; politisch ist dieser Modernisierungsschub auch in der Selbstverständlichkeit zu spüren, mit der sozialdemokratische Positionen, die kurz zuvor noch per Sozialistengesetz kriminalisiert waren, nun in allen Schichten diskutiert und auch in den bürgerlichen Familienblättern dargestellt werden.[279] Techniken und Bedürfnisse hielten Einzug in den kleinbürgerlichen Alltag, die noch zwei Jahrzehnte zuvor als Privilegien der Begüterten galten: neue Mode, billige Schnittmuster; raffiniert zubereitete Speisen, vielfältige Rezepte, Abkehr von nur lokal bestimmten Eßgewohnheiten; eigene Mode für Kinder, die nicht mehr nur die Kleidung der älteren Geschwister auftrugen u. s. w. „Die Hausfrauen, die seit der immer ausgedehnteren Verbreitung der Nähmaschine, vor allem in den neunziger Jahren, vielfach dazu übergingen, einen Teil ihrer Kleidung im Hause anzufertigen, ersparten sich durch den Bezug dieses neu aufgekommenen Zeitschriftentyps das Abonnement auf eins der damals noch recht teuren speziellen Modeblätter, und gleichzeitig bot ihnen der unterhaltende Teil Ersatz für die […] Familienzeitschriften."[280]

Die bedeutsamste Veränderung, von der man in diesem Zusammenhang auszugehen hat, ist bislang unbeachtet geblieben: der innerfamiliäre Wechsel bzw. eine Auffächerung der Verfügungsgewalt über den regelmäßigen Lesestoff vom Mann auf die Frau. War das frühere Abonnement, da es auf ein Jahr oder drei Monate im Voraus (pränumerando) abgegolten werden mußte, meist wohl vom Familienvater bezahlt worden, der als Alleinverdiener die Familienkasse verwaltete und außerdem gemäß preußischem Allgemeinen Landrecht der Vormund seiner (allein nicht geschäftsfähigen) Ehefrau war[281], so machte es die Umstellung auf wöchentliches Inkasso möglich, daß die Hausfrau die neuen Zeitschriften von dem ihr zugemessenen Haushaltsgeld erwarb. In der programmatischen Vorrede zu Vobachs *Sonntagszeitung für Deutschlands Frauen* hieß es folgerichtig am 3. Oktober 1897: „Selbst das bescheidenste Wirtschaftsgeld erlaubt es daher jetzt der Hausfrau, sich eine eigene Frauenzeitung zu halten."[282] Diese neuen Hausfrauenzeitschriften, die neben Mode und Unterhaltung eine Vielzahl konkreter Hilfestellungen und Angebote für den Alltag boten waren sehr erfolgreich; spätestens nach 1900 überholten sie die Auflagen vieler Modeblätter und auch der traditionellen Familienzeitschriften um ein Vielfaches (Tab. 10).

---

[279] Vgl. Otto, Bürgerliche Töchtererziehung
[280] Kirschstein, Die Familienzeitschrift, S. 144
[281] Vgl. die Titelköpfe der klassischen Familienzeitschriften wie *Gartenlaube*, *Daheim* oder *Hausfreund*: dort wird meist der Vater im Zentrum der familiären Runde abgebildet.
[282] Zit. n. Kirschstein, Die Familienzeitschrift, S. 142

Tab. 8: Auflagen europäischer (Haus-)Frauen- u. Modezeitschriften (1891)

Titel/Ort	*Anzahl*
Der Bazar (Berlin)	105.000
Mode und Haus (Berlin)	42.000
Dies Blatt gehört der Hausfrau (Berlin)	70.000
Das Blatt der Hausfrau (Berlin)	10.000
Deutsches Hausbuch (Berlin)	13.000
Deutsche Frauenzeitung (Berlin-Köpenick)	31.800
Der Rathgeber für's Hauswesen (Donauwörth)	31.000
Für's Haus (Dresden)	82.000
Schweizerisches Haushaltungsblatt (Bern)	7.800
Schweizer Familien-Wochenblatt (Zürich)	16.300
Margherita (Mailand)	6.000
Fiori femminili (Mailand)	8.000
Eleganza (Mailand)	10.000
Le Petit Echo de la Mode (Paris)	50.000
La Mode francais (Paris)	10.000

Quelle: Mosse, Insertions-Kalender 24. Aufl. (1891)

Tab. 9: Auflagen europäischer (Haus-)Frauen- u. Modezeitschriften (1893)

Titel/Ort	*Anzahl*
Der Bazar (Berlin)	105.000
Mode und Haus (Berlin)	111.000
Dies Blatt gehört der Hausfrau (Berlin)	70.000
Dass. 1894	85.000
Der Frauen-Liebling (Berlin)	13.000
Häuslicher Ratgeber (Breslau)	50.000
Der Rathgeber für's Hauswesen (Donauwörth)	40.000
Die Arbeitsstube. Zeitschrift f. leichte u. geschmackvolle Handarbeiten (Leipzig)	9.000
Deutsche Moden-Zeitung (Leipzig)	35.000
Schweizerisches Haushaltungsblatt (Luzern)	9.000
Schlesische Haufrauen-Zeitung (Schweidnitz)	7.850
Der Hausfreund (Zürich)	5.000
Margherita (Mailand)	6.000
Lavori femminili (Mailand)	8.000
L'Eleganza (Mailand)	10.000
Giornale dei Fanculli (Mailand)	12.000
Le Petit Echo de la Mode (Paris)	200.000
La Mode francaise (Paris)	25.000

Quelle: Mosse, Insertions-Kalender 26. Aufl (1893)

Tab.10: Auflagen deutscher (Haus-)Frauen- und Modezeitschriften (1865–1914)

Titel/Verlag	*Jahr*	*Anzahl*	
Modenwelt (Lipperheide)	1865	16.945	
Dass.	1868	48.000	
Dass.	1872	165.000	
Dass.	1887	306.883	
Der Bazar	1872	140.000	
Dass.	1883	100.000	
Illustrirte Frauenzeitung (Lipperheide)	1883	80.000	
Für's Haus (Leipzig)	1894	82.000	
Sonntagszeitung für Deutschlands Frauen (Vobach)	1897	25.000	
Dass.	1901	80.000	
Dass.	1909	130.000	
Dass.	1911	140.000	
Die elegante Mode (Berlin)	1897	70.000	*****
Dass.	1908	100.000	*
Dass.	1909	100.000	
Dass.	1910	95.000	
Sonntagszeitung fürs Deutsche Haus	1908	120.000	
Dass.	1909	135.000	
Dass.	1910	140.000	
Dass.	1912	140.000	
Dass.	1913	140.000	
Deutsche Frauen- und Moden-Zeitung (Vobach)	1908	85.000	
Vobachs Frauen- und Moden-Zeitung	Mai 1909	105.936	
Dass.	Juni 1909	112.490	
Dass	Juli 1909	118.000	
Dass.	Nov. 1909	170.000	
Dass.	1911	205.000	
Dass.	1912	263.000	
Dass.	1913	200.000	
Österr. Familien- u. Modenzeitung (Vobach)	1908	18.000	
Haus Hof Garten (Mosse) **	1908	128.000	
Dass.	1909	150.000	
Dass.	1912	208.000	
Moden-Zeitung fürs Deutsche Haus (Vobach)	1910	227.000	
Dass.	1911	254.000	
Dass.	1912	250.000	
Dass.	1913	380.000	****
Illustrierte Familien-Zeitung (Berlin) ***	1911	150.000	
Frauen- u. Modenzeitung f.d. Schweiz	1912	18.500	
Dass.	1913	33.000	
Deutsche Wäsche- u. Handarbeitszeitung (Berlin)	1912	65.000	
Dass.	1913	70.000	
Illustrierte Familien-Zeitung (Berlin)	1913	184.000	
Berliner Moden- u. Handarbeitszeitung	1913	38.000	

* zus. m. „Grosse Modenzeitung“
** Beilage zum „Berliner Tageblatt“
*** Beilage zur „Berliner Morgen-Zeitung“ und „Berliner Volks-Zeitung“
**** zus. m. „Die Hausschneiderei“ und „Praktische Damen- u. Kindermode“
***** zus. m. „Die graziöse Welt“

Modezeitschriften

Die Kombination von Mode- bzw. Frauen- und Unterhaltungszeitschrift hat in Deutschland v. a. mit dem seit 1855 erscheinenden *Der Bazar. Illustrirte Damen-Zeitung* (1.1855–78.1932) und der von Lipperheide herausgegebenen *Illustrirten Frauen-Zeitung* bzw. der *Modenwelt. Illustrirte Zeitung für Toilette und Handarbeiten* (1.1864–47.1911) eine lange Tradition. *Der Bazar*, dessen Verleger Louis Schäfer sich anfangs wirkungsvoll der preußischen Administration

zum Subskribentensammeln bedienen konnte[283], erschien zunächst als „Technische Muster-Zeitung für Frauen“ bzw. „Berliner Illustrirte Damen-Zeitung“ vierzehntägig, ab dem Jahrgang 3.1857 dann – eine Reaktion auf den Erfolg der *Gartenlaube* – von Woche zu Woche: dem Modeheft wurde nun ein Unterhaltungsblatt mit Erzählungen und Romanen bekannter Autoren angegliedert, das mit diesem abwechselte. Noch am Ende des Jahrhunderts warb der *Bazar* v. a. mit den modischen und unterhaltenden Aspekten: „Er gilt mit Recht für tonangebend im weiten Reich der Mode. Aber auch seine Leistungen auf belletristischem Gebiet sind anerkannt hervorragende“[284].

Lipperheide kombinierte seine *Modenwelt*, die anders als der *Bazar* zunächst ausschließlich Mode brachte, mit der seit 1874 erscheinenden *Frauen-Zeitung* , die im Untertitel als „Ausgabe der Modenwelt mit Unterhaltungsblatt“ firmierte.[285] Beide Zeitschriften waren auf „die anspruchsvolleren Leserinnen“[286] zugeschnitten: der *Bazar* kostete 1871 10 Mark, die alle zwei Wochen erscheinende *Modenwelt* 5 Mark pro Jahr. Die Auflagen entsprachen anfangs dem sozial exklusiven Lesepublikum: die *Modenwelt* hatte 1865 knapp 17.000 Abonnenten, 1868 waren es aber bereits 48.000. Mit Beginn der Kaiserzeit verzeichneten beide Zeitschriften über 100.000 Leserinnen, im Jahr 1872 rangierten sie unter den fünf auflagenstärksten Zeitschriften Deutschlands.[287] Vergleicht man zu diesem Zeitpunkt die Auflagenhöhe mit der Erscheinungsdauer, so hat die *Modenwelt* mit 23.500 Abonnenten in weiten Abstand vor der *Gartenlaube* (Jahreszuwachs 13.500) den höchsten Zuwachs pro Jahr zu verzeichnen. Beide Zeitschriften konnten sich auch in den 1890er Jahren behaupten, als der Schwerpunkt dieses Marktsegmentes sich von ‚Mode und Unterhaltung‘ auf ‚Mode und Ratgeber‘ zu verschieben begann; allerdings mit unterschiedlichem Erfolg: Während der *Bazar* nach einem vorübergehenden Höhepunkt von 140.000 Abonnenten im Jahr 1872 seit den späten 1880er Jahren nicht mehr über 100.000 Exemplare hinauskam (Tab.8, Tab.10), erreichte die sehr viel stärker als Ratgeber konzipierte *Modenwelt* bereits 1887 eine Auflage von fast 307.000 (vgl. Tab.10). In den Jahren 1895/96 erschien eine „billige Ausgabe“ der *Modenwelt* zum Jahrespreis von 3 Mark, seit 1899 wurde ein Heftpreis von 25 Pfg. verlangt.

Von 1865 bis 1890 erschienen in Deutschland 51 Modeblätter, von denen im Jahr 1890 nur noch zwei vorhanden waren; die übrigen gingen ein oder verschmolzen mit anderen.[288] Der fundamentale Bedeutungswandel, dem diese ganze Zeitschriftengattung innerhalb der folgenden zwei Jahrzehnte unterlag, wird auch in den Vertriebszahlen deutlich: Machten um 1890 die Modezeitungen nur etwas mehr als 5% des Kolportagehandels aus, so betrug im Jahr 1914 der Anteil der Frauenzeitschriften und Modeblätter mehr als ein Viertel des gesamten Zeitschriftenhandels.[289] Der Leipziger Verlag Vobach & Co. schuf 1898 mit der *Sonntagszeitung für Deutschlands Frauen* einen äußerst erfolgreichen Standardartikel für den Zeitschriften- bzw. Kolportagehandel: Mode und Unterhaltung – „gediegene *Romane*, *Novellen* und anregende, reich illustrierte, belehrende *Artikel*“[290]– waren mit einem immer umfangreicher werdenden hauswirtschaftlichen Teil kombiniert, der eine Fülle praktischer Ratschläge „für Haus und Hof, Kindererziehung und Gesundheitspflege“[291] enthielt und damit zum Vorbild für zahlreiche ähnliche Hausfrauenblätter wurde. „Sie brachten praktisch zu verwertende Schnittmusterbogen

---

[283] Darüber kam es zum offenen Streit mit Otto Janke, dem Verleger der *Berliner Muster- und Modenzeitung*; vgl. u. a. Börsenblatt Nr. 156 u. 162 (31. Dez.) 1855

[284] Mosse-Katalog, 30. Jg. (1897)

[285] Kirchner, Das deutsche Zeitschriftenwesen, Teil II, S. 358; Niewöhner, Der deutsche Zeitschriften-Buchhandel, S. 42

[286] Niewöhner, Der deutsche Zeitschriften-Buchhandel, S. 42.????oder Kirchner, Zeitschriftenwesen S. 358

[287] Neben *Gartenlaube* (270.000), *Ueber Land und Meer* (150.000) und *Daheim* (80.000). Vgl. Börsenblatt vom 7. Oktober 1872, S. 3693

[288] Niewöhner, Der deutsche Zeitschriften-Buchhandel, S. 42

[289] Drahn, Geschichte des deutschen Buch- und Zeitschriftenhandels, Tabelle

[290] Werbung in: *Jugend*, Nr. 38/1911

[291] Niewöhner, Der deutsche Zeitschriften-Buchhandel, S. 25

und fanden infolge dieser Einrichtungen eine willige und freundliche Aufnahme beim Publikum. So entwickelten sie sich nach und nach zu einer höheren Leistungsfähigkeit und kamen den wirtschaftlichen Bedürfnissen der Hausfrauenwelt in weitestem Umfange entgegen.“[292] Darüber hinaus wurden (im Jahr 1911) regelmäßig neun Blätter beigelegt, von denen fünf als bibliographisch halbautonome Zeitschriften fungierten: die wöchentliche Beilage *Illustrierte Chronik der Zeit*, die vierzehntäglichen Beilagen *Moden-Zeitung für Deutschlands Frauen* und *Für unsere Jugend. Unterhaltungsbeilage für die Kinderwelt*, die Monatsbeilagen *Moden für unsere Kinder* und *Album praktischer Handarbeiten* sowie die Vierteljahresbeilage *Wäsche für Erwachsene und Kinder*; jede Nummer enthielt darüber hinaus mehrere farbige Kunstbeilagen, Schnittmusterbogen sowie praktische Koch- u. Back-, Gesundheits- und Erziehungshinweise. „Gehaltvolle Lektüre für alle Familienmitglieder!“ wurde versprochen: „*Jedes Familienmitglied* findet in der ‚Sonntags-Zeitung fürs Deutsche Haus‘ *Unterhaltung* und *geistige Anregung*.“[293] 1919 wurde das Blatt mit der seit 1910 bestehenden *Vobachs Frauen- und Modenzeitung* vereinigt.[294]

Auch die Bezahlung gestaltete Vobach – mit dem Hintergedanken einer noch profitableren Vermarktung – konsumentenorientiert: Er ging von der vierteljährlichen Bezahlung, die dem quartalsweisen Abonnement entsprach, zur wöchentlichen Bezahlung über: „Bekanntlich werden in der breiten Masse wöchentlich zu zahlende Beträge bereitwilliger aufgebracht, als wenn dieselben vierteljährlich kassiert werden.“[295] Damit hatte er exorbitanten Erfolg: bereits nach einem Jahr hatte die Zeitschrift 25.000 Leserinnen, 1901 war eine Auflage von 80.000, 1910 von 130.000 Exemplaren erreicht.[296]

Die wöchentliche Gesamtauflage aller Blätter dieses Verlags betrug im Jahr 1914 eine Million. Auch die Zeitschriften-Großverlage Meyer (Leipzig), Hamel (Berlin), Beyer (Leipzig) und Mittag (Berlin) (vgl. Tab.15) stützen sich auf Hausfrauen- bzw. Ratgeberblätter.[297] Ullstein übernahm 1905 *Dies Blatt gehört der Hausfrau* aus dem Schirmer-Verlag, woraus sich die *Praktische Berlinerin* abspaltete und später die erfolgreichen *Ullstein-Schnittmuster*, die seit 1912 zu einem selbständigen Verkaufsartikel wurden.[298]

Hausfrauenzeitschriften

Die neue Gattung der frauen- bzw. hausfrauenorientierten Zeitschrift bot erstmals auch in größerem Umfang die Möglichkeit, daß Frauen selbst nicht nur als Autorinnen, sondern auch als Herausgeberin und Redakteurin tätig wurden: Das erfolgreiche Titelkennwort „Hausfrau“ war erstmals von der seit 1874 (bis 1905) in Berlin erscheinenden Wochenschrift *Deutsche Hausfrauen-Zeitung* verwendet worden[299], die vierteljährlich 1,50 M (1902) kostete, Herausgeberin war Lina Morgenstern. Jeanne Marie Gayette-Georgens gründete die Zeitschrift *Zu Hause* und Anny Wothe die *Deutschen Frauenblätter*[300], Clara von Studnitz war über zwei Jahrzehnte lang Herausgeberin der von ihr gegründeten Zeitschrift *Für's Haus* (s. u.), Helene Lange gab seit 1893 *Die Frau. Monatsschrift für das gesamte Frauenleben unserer Zeit* heraus, Helene Stöcker seit 1905 *Mutterschutz. Zeitschrift zur Reform der sexuellen Ethik*. Von den im Jahr 1908 in *Sperlings Zeitschriften-Adreßbuch* aufgelisteten 188 Frauen-, Haus- und Modeblättern wurden 59 (30%) von Frauen als Herausgeberin, Chefredakteurin oder Redakteurin betreut, darunter Gertrud Bäumer (*Neue Bahnen*), Antonie Steinmann (*Die praktische Berline-*

---

[292] Klein, Die Entwicklung des Buch- und Zeitschriftenhandels, S. 274
[293] Werbung in: *Jugend*, Nr. 38/1911
[294] Kirchner, Das deutsche Zeitschriftenwesen, Teil II, S. 363
[295] Niewöhner, Der deutsche Zeitschriften-Buchhandel, S. 24/25
[296] Über den Vobach-Verlag vgl. Kirschstein, Die Familienzeitschrift, S. 142–144, der Verlagsmaterial zur Verfügung stand.
[297] Ebenfalls wichtig: das Deutsche Druck- und Verlagshaus, Berlin, wo neben den Ausgaben der *Hausfrau* (s. u.) einige Illustrierte erschienen
[298] Bernhard, Die Geschichte des Hauses, S. 59–65
[299] Kirchner, Das deutsche Zeitschriftenwesen, Teil II, S. 359
[300] Häntzschel, Bildung und Kultur bürgerlicher Frauen, S. 41

rin), Eva Stosch (*Blätter für die deutsche Hausfrau*), Doris Kiesewetter (*Illustrierte Frauen-Zeitung* und *Die Modenwelt*), Dorothee Goebeler (*Berliner Hausfrau*), Fanny Burckhard (*Wiener Kinder-Mode*) und Frl. E. M. Zimmerer (*Monika. Zeitschrift für katholische Mütter und Hausfrauen*).

Eine der frühesten Hausfrauenzeitschriften, später als Versicherungszeitschrift vertrieben, war der *Häusliche Ratgeber*, der seit 1887 in Breslau, später in Berlin von Robert Schneeweiß herausgeben wurde, der gleichzeitig eine Literarische Agentur betrieb. 1908 hatte die Zeitschrift eine Auflage von 70.000.

Zu den interessantesten und erfolgreichsten Hausfrauenzeitschriften zählt die 1882 von den Geschwistern Arthur und Clara von Studnitz in Berlin gegründete illustrierte Zeitschrift *Für's Haus. Praktisches Wochenblatt für alle Hausfrauen*. Das Einzelheft kostete, bei einem Preis von vierteljährlich einer Mark, weniger als 10 Pfg; auf diese Weise erreichte die Zeitschrift bereits 1889 eine Auflage von 100.000.[301] Das Blatt, das neben Schnittmustern, praktischen Ratschlägen für Küche und Haus auch Nachrichten über Frauenvereine, Frauensport und über das Erwerbsleben der Frau brachte, verschmolz allmählich, nachdem es seit 1893 im Deutschen Druck- Verlagshaus erschien, mit der seit 1900 im gleichen Verlag gegründeten *Berliner Hausfrau*, die als Kopfblatt für die im Lauf der Zeit entstandenen diversen Mode-, Unterhaltungs- und lokalen Beilagen von *Für's Haus* fungierte. Gleichzeitig firmierten die diversen Lokal-Ausgaben der *Hausfrau*, die nur scheinbar konkurrierende Unternehmen mit in Wirklichkeit – vom lokalen „Mantel" abgesehen – identischem Inhalt waren, als „Nebenausgabe von ‚Für's Haus'. Das Unternehmen war äußerst erfolgreich: im Jahr 1910 existierten bereits 13 Nebenausgaben, u. a. für Dresden, Hamburg, Leipzig (alle seit 1902), Breslau (seit 1903), Hannover, Köln, Magdeburg, Wien, das Rheinland, Sachsen-Thüringen (alle seit 1904), Bremen, Frankfurt (beide seit 1910); 1911 kamen München und Nürnberg, 1913 u. a. Kiel, Königsberg, Stettin, Danzig und Stuttgart hinzu. Sie alle nannten sich entsprechend ihrem lokalen Schwerpunkt *Kölner Hausfrau*, *Kieler Hausfrau*, *Danziger Hausfrau* u. s. w. Daneben bestanden weitere Regionalausgaben, etwa die *Bayerische*, die *Norddeutsche*, die *Ostdeutsche* oder die *Süddeutsche Hausfrau* – bald gab es mehr als 40 Nebenausgaben. Hohe Attraktivität besaßen für die Leserinnen der *Hausfrau* v. a. die Fortsetzungsromane von Autorinnen wie Anny Wothe, Marie Herzberg, Erich Ebenstein (d. i. Annie Hruschka[302]), Hanna Forster, Lola Stein und später Otfried von Hanstein und Lisa Barthel-Winkler; produktivste Autorin jedoch, mit deren Romanen immer wieder in Anzeigen geworben wurde, war Hedwig Courths-Mahler: von ihr erschienen zwischen 1909 und 1926 allein 19 Romane.[303]

Erfolgreich war auch die Wochenschrift *Dies Blatt gehört der Hausfrau* (Berlin: Schirmer 1886–1903, Ullstein 1904–1920). Ihr Titel war an Bettine von Arnims mutiges Vormärzbuch „Dies Buch gehört dem König" angelehnt, die Zeitschrift selbst sah von der äußeren Gestaltung her zunächst wie eine Tageszeitung aus: Fortsetzungsromane und Gedichte fanden sich „unterm Strich", daneben enthielt sie Rubriken wie „Für die Küche", „Haus- und Zimmergarten", „Gesundheitspflege" u. s. w., aber auch Reisevorschläge, Rechtsberatung für Frauen, Geschichtliches, Naturwissenschaftliches sowie Schnittmuster. Sie kostete vierteljährlich eine Mark (später 1,75 M), vom 12. Jahrgang an wurden dem Blatt zu den bereits bestehenden Beilagen *Aus aller Welt – Für alle Welt* und *Das Blatt der Kinder* (insgesamt ca. 120 Seiten pro Jg.[304]) zwei weitere Beilagen hinzugefügt: die *Romanbibliothek*, die bis dahin in Lieferungen gesondert erschienen war, sollte den „Abonnentinnen mehr erzählenden Stoff" bieten, und *Das Blatt der jungen Mädchen*, das für Heranwachsende bestimmt war und „die Lücke ausfüllen"

---

[301] Sperling, 30. Jg (1889)

[302] Vgl. Brümmer, Bd. 3, S. 302

[303] Graf, Courths-Mahler, S. 70–72

[304] Die frühen Jahrgänge der Kinderzeitschrift scheinen nicht erhalten zu sein. Im 54.Jg. (1939/40) hatten die Blätter (im Format etwa A5) je vier Seiten, zwei davon vierfarbig.

sollte, „welche bisher […] zum ‚Blatt der Kinder'" bestanden hatte.[305] Die Auflage betrug 1894 85.000 Exemplare.

Von besonderer Bedeutung für die Hausfrauenzeitschriften (und vermutlich auch für ihren Erfolg) war der „Briefkasten", eine Rubrik, die – wie auch in einigen Jugendzeitschriften – allmählich zu einem offenen Forum für die Leserinnen entwickelt wurde[306]: die vormals einseitige Kommunikation – Redaktion lehnt ab, kritisiert, erteilt Rat – verwandelte sich in ein Leserrundgespräch, das diese untereinander verband und weit über die Zeitschrift selbst hinauswies; diese trat nun stärker als Vermittlerin auf. Diese Vermittlerrolle, in welcher der moderne ‚Service-Gedanke' der Zeitschriften besonders deutlich zutage trat, wurde immer weiter ausgebaut: Die lokalen Ausgaben der *Hausfrau* veranstalteten beispielsweise Kaffeekränzchen und Kindernachmittage, die zu einem direkten Austausch der Leserinnen untereinander führten; vor allem aber veranstaltete das Blatt seit 1909, exklusiv für seine Leserinnen, eigene Nachmittagsvorstellungen der nun populär werdenden Theateradaptionen[307] nach den in der *Hausfrau* abgedruckten Courths-Mahler-Romanen. Der Ullstein-Verlag kopierte für sein 1905 erworbenes Modeblatt *Die praktische Berlinerin. Wochenschrift für Haushalt, Mode u. Handarbeiten* (1.1905 – 24.1927) die erfolgreiche Leserbindungsstrategie der *Hausfrau*. „Immer auf neue Weise wurde versucht, den Zusammenhang zwischen dem Blatt und der Leserschaft zu verdichten und gleichzeitig der Reklame für Erweiterung des Leserkreises und doch auch der Erhaltung und Unterhaltung der Leserschaft zu dienen", heißt es rückblickend in der Festschrift von 1927. „Filme, Puppenspiele, lustige Nachmittage, unterhaltende oder belehrende Vorträge, kein Mittel wurde unversucht gelassen".[308] Viele Hausfrauenzeitschriften erschienen auch als Beilagen (s. u.) anderer Tages- oder Wochenblätter. Ein frühes Beispiel war *Das Haus. Illustrirte Frauen-Zeitung* (Berlin 1.1869–3.1873), eine Sonntagsbeilage der „Post", eine relativ spätes *Die Welt der Frau* (Berlin: Scherl 1904–1920), die der *Gartenlaube* beigegeben wurde.

---

[305] Alle Zitate Jg. 11 (1896/97), Nr. 51, S. 1100

[306] Eine Einschätzung, ob Briefkästen auf echte Leserbriefe zurückgehen oder von der Redaktion erfunden wurden, ist derzeit kaum möglich. Auch die Rolle der auf Briefkasten-Material spezialisierten Feuilleton-Korrespondenzen (s. u.) ist ungeklärt.

[307] Graf, Courths-Mahler, S. 72–78

[308] Bernhard, Die Geschichte des Hauses, S. 62

5. Illustrierte Unterhaltungspresse

5.1. Illustrierte[309]

Das Konzept der Illustrierten war in den ersten Jahrzehnten eng an das des Familienblattes angebunden; diese Verbindung fand in den 1880er Jahren ihren Höhepunkt und begann mit der modernen Ausdifferenzierung des Zeitschriftenmarktes in den 90er Jahren sich auseinander zu entwickeln. Während das Familienblatt seine universale Bildungs- und Integrationsfunktion an die Hausfrauenblätter abgab – als Begriff in deren Untertiteln aber weiterhin eine die (vorgebliche) Traditionalität der Inhalte betonende stützende Funktion innehatte –, entwickelte sich aus dem Illustrationsteil der Familienblätter – im Laufe der technischen Fortentwicklung der Bildreproduktionsmethoden, mit dem wichtigen Zwischenschritt der Fotowiedergabe – die moderne, von Bild bzw. Fotographie dominierte, im Gegensatz zum traditionellen Familienblatt stärker an der Tagesaktualität orientierte moderne Illustrierte. Illustrationen waren aber seit jeher ein wichtiges Medium der Unterhaltung und Werbemittel zahlreicher Zeitschriften gewesen. Bereits die *Gartenlaube* nannte sich im Untertitel „Illustrirtes Familienblatt", das *Daheim* hieß „Ein Familienblatt mit Illustrationen", *Ueber Land und Meer* wies sich nach 1887 als „Deutsche Illustrirte Zeitung" aus, der *Hausfreund* (anfangs: *Der Illustrirte Hausfreund*, 1.1857–3.1859) als „(Ein) Illustrirtes Familienbuch" (1864: „Illustrirtes Familienblatt") und später „Illustrirtes Familien-Journal", die sozialdemokratische Zeitschrift *Die Neue Welt* (1.1876–42.1919) als „Illustrirtes Unterhaltungsblatt für das Volk", *Das Buch für Alle* als „Illustrirte Blätter zur Unterhaltung und Belehrung. Für Familie und Jedermann" (später: „Illustrirte Familien-Zeitung zur Unterhaltung und Belehrung. Chronik der Gegenwart", nach 1900: „Illustrierte Familienzeitung. Chronik der Gegenwart"), die *Berliner Gartenlaube* als „Illustrirte Zeitschrift", die *Blätter für den häuslichen Kreis* als „Illustrirtes Familienbuch zur Unterhaltung und Belehrung", *Vom Fels zum Meer* als „Spemann's Illustrirte Zeitschrift für das Deutsche Haus" u. s. w. Die unverminderte Zugkraft des Konzepts ‚Illustrirte' während der gesamten zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts drückt sich auch darin aus, daß nicht wenige Zeitschriften den Begriff direkt in ihre Titel übernahmen. Neben den früher genannten ist dafür Keils *Illustrirter Dorfbarbier* (1851–1865) ebenso ein Beispiel wie der Versuch des fruchtbaren Kalenderverlags Geiger bzw. Schauenburg in Lahr, mit der *Illustrirten Dorfzeitung des Lahrer hinkenden Boten* (1863–1873) auch diesen neuen Markt zu bedienen, oder die erfolgreiche *Illustrirte Welt* (1.1853–50.1902) des Stuttgarter Verlegers Hallberger, die sich, anknüpfend an das Triester Vorbild (s. u.), im Untertitel ebenfalls „Familienbuch" nannte und 1903 mit dem dann bei der Stuttgarter Union erscheinenden *Buch für Alle* verschmolz. Hallberger, der 1858 auch *Ueber Land und Meer* gründete, hatte mit weiteren illustrierten Periodika weniger Erfolg: die Kalender *Der Deutsche Pilger durch die Welt* (1.1842–13.1854) und *Illustrirtes Volksbuch* (1851–1853?) sowie die Zeitschriften *Zu Hause. Geschichten u. Bilder zur Unterhaltung* (1.1866–8.1873?), *Illustrirte Volks-Zeitung* (1874/1875) und *Hallberger's illustrated magazine* (1875–1880) mußten nach relativ kurzer Zeit eingestellt werden. Anders Schönleins *Illustrirte Chronik der Zeit* (1872–1900): sie lief fast drei Jahrzehnte, bevor sie 1901 in der *Gartenlaube* aufging, und war (neben der letztgenannten) eine der wenigen Illustrierten in Deutschland, deren Auflage zu Beginn des Kaiserreichs die 100.000 deutlich überstieg (1872: 172.000, 1875: 200.000).[310]

Ein Blick auf die Auflagenzahlen[311] einiger Blätter, die im Titel mit dem Begriff „illustriert"

---

[309] Die maßgebliche Darstellung zu diesem Thema ist bis heute: Gebhard, Illustrierte Zeitschriften, in: Buchhandelsgeschichte 2/1983; zum Begriff ‚Illustrierte' vgl. Marckwardt, Die Illustrierten der Weimarer Zeit, S. 1–5

[310] Die Zeitschrift fehlt in der u.g. (Anm. 258) Liste des *Börsenblattes* von 1872, offenbar weil sie nicht über Post oder Sortimentsbuchhandel vertrieben wurde, sondern ausschließlich durch Kolportage.

[311] Angaben zu den Auflagen sind kompiliert aus den einschlägigen Verzeichnissen bei Haendel, Sperling und Mosse.

um Aufmerksamkeit warben, zeigt – über die gesamte zweite Jahrhunderthälfte gesehen – v. a. zwei Tendenzen (Tab.5 u. 6): Zum einen wurden Illustrationen auch für zunächst lokal orientierte Zeitschriften (z. B. *Illustrirter Volks-Novellist*, Bern; *Illustrirtes Wiener Extra-Blatt*; *Österreichische Illustrirte Familienblätter*, Wien; *Das illustrierte Blatt*, Brünn; *Illustrierte Schweizerfamilie*, Zürich) unabdingbar, weil die überregional vertriebenen Blätter als Wettbewerber für einen hohen Modernisierungsdruck sorgten. Der Schweizer Pfarrer A. Steiger konstatierte 1886, nachdem er in 90 Bibliotheken (des Kantons Appenzell und Umgebung) eine Umfrage nach dem beliebtesten Lesestoff gestartet hatte: „Die illustrirten Zeitschriften mit ihren hübschen Bildern und ‚schönen Geschichten' sind die Göttinnen des Tages […] Auf die Frage, welche Schriften aus den Bibliotheken am meisten verlangt werden, kommt denn auch als Antwort fast von allen Seiten derselbe Vers: Illustrirte Zeitschriften, ‚Gartenlaube', ‚Daheim', ‚Ueber Land und Meer', ‚Illustrirte Welt' u. s. f."[312] Zum anderen gingen die Auflagen erst in den 1890er Jahren und nach der Jahrhundertwende, als Einzel- bzw. Straßenverkauf sowie das Beilagenwesen eine zusätzliche Kauf- bzw. Erwerbsgelegenheit etablieren, auf breiter Front in die Höhe. Modernere Vertriebswege und Werbung – fast stets gleichbedeutend mit einer sozialen Ausweitung des Publikums – sowie systematische Pflege eines Annoncenteils zur ergänzenden Finanzierung waren zuvor nur von einigen unternehmerisch besonders erfolgreichen Zeitschriftenverlegern (Weber, Keil, Hallberger, Payne, Schönlein, Klasing, Lipperheide u. a.) genutzt worden, teils gegen heftige Widerstände staatlicher Stellen oder aus dem Kollegenkreis; im Zuge der Entstehung eines Massenpublikums wurden diese Methoden verlegerisches Allgemeingut.[313]

Als erste deutsche Illustrierte gilt das von Johann Jacob Weber im Jahr 1833 gegründete *Pfennig-Magazin für Verbreitung gemeinnütziger Kenntnisse*[314]. Es erschien wöchentlich im Oktavformat, wurde zum Jahrespreis von zwei Talern vor allem über Kolportage vertrieben und erreichte in kurzer Zeit die damals exorbitante Auflagenhöhe von 60.000.[315] Es hielt sich bis 1855; in den Folgejahren übernahm die 1853 gegründete *Gartenlaube*, mit vergrößertem Format, billigerem Preis und der Zugkraft bekannter Autoren die Bedeutung des *Pfennig-Magazins*. Weber gründete 1843 auch die Leipziger *Illustrirte Zeitung* (1843–1944), ebenfalls eine Wochenschrift, die sich aber in ihrem äußeren Erscheinungsbild – großes Format, dreispaltiger Satz – an den Tageszeitungen orientierte.[316] Vorbild war die kurz zuvor gegründete *Illustrated London News* (1842ff.); in Paris begann *L'Illustration* (1843ff.) etwa gleichzeitig zu erscheinen. Die Auflage der *Illustrirten Zeitung* betrug 12.500 (1868), später 22.600 (1897); auch der Einzelpreis von 1 Mark pro Heft (bei Lieferung durch Buchhandel oder Post) verweist darauf, daß sich die Zeitschrift an „Familien der besseren Stände" richtete: „der hohe Bezugspreis und der große Anzeigenteil erbrachten bedeutende Einnahmen."[317] Daneben gab Weber zwei ebenfalls illustrierte Kalender heraus: den wie die *Illustrirte Zeitung* auf soziale Exklusivität setzenden *Illustrirten Kalender* (1.1846–36.1881), Untertitel: „Jahrbuch der Ereignisse, Bestrebungen und Fortschritte im Völkerleben und im Gebiete der Wissenschaften, Künste und Gewerbe", der im „Hoch-Quart"-Format erschien und einen Taler kostete (zuletzt: 4 Mark) – er lief mehrere Jahrzehnte, bis neue Techniken die Holzschnitt-Illustrationen endgültig unzeitgemäß werden ließen – sowie *Weber's [illustrirter] Volkskalender* (1.1851–14.1863), der sich am erfolgreichen Vorbild des Gubitz'schen *[Deutschen] Volks-Kalenders* (1.1835–36.1870) orientierte,

---

[312] Steiger, Was unser Volk liest, S. 24; „unter dem Zwang der deutschen Konkurrenz entwickelte sich das illustrierte Blatt auch in der Schweiz zum Normalfall." (Messerli / Mathieu, Unterhaltungs- und Belehrungsblätter in der deutschen Schweiz 1850–1900, S. 181)

[313] Vgl. z. B. Bärwinkel / Webel, Die Praxis des Zeitschriften-Verlegers, u. a. über Reklame, Abonnenten-Agitation, Prämienwesen, Behandlung der Abonnenten, Inseraten-Acquise, Leserbindung usw.

[314] Gebhardt, Illustrierte Zeitschriften, B41–B42; Gebhardt, Die Pfennig-Magazine, 1989

[315] Koszyk, Deutsche Presse im 19. Jahrhundert, S. 267

[316] Gebhardt, Illustrierte Zeitschriften, B42–B43

[317] Gebhardt, Illustrierte Zeitschriften, B42

dessen Erfolg aber nicht für sich nutzen konnte. Für den Aufstieg der *Gartenlaube* von Bedeutung – wenngleich allgemein weniger beachtet als das *Pfennig-Magazin* und Gutzkows *Unterhaltungen* (s. o.) – ist auch die „literarisch-artistische Monatsschrift“ *Illustrirtes Familienbuch zur Unterhaltung & Belehrung häuslicher Kreise* (Triest 1.1850/51–), herausgegeben vom Österreichischen Lloyd, deren Vorbildfunktion für Keils Familienblatt von der Titelgebung bis hinein in die Aufteilung der Sparten reicht: die spätere *Gartenlaube*-Rubrik „Blätter und Blüthen“ beispielsweise hieß im *Illustrirten Familienbuch* „Muscheln und Perlen“. Das Format des *Illustrirten Familienbuchs* war etwas kleiner als das der *Gartenlaube*; die seit 1856 bei Westermann in Braunschweig erscheinenden *Illustrirten Monatshefte* übernahmen Format und monatliche Erscheinungsweise von dem Triester *Familienbuch*, versuchten aber den eigenen Autorenstamm exklusiver zu gestalten. Im ersten Jahrgang des *Illustrirten Familienbuchs* waren u. a. J. N. Vogl, F. W. Arming, C. Spindler, H. Laube, E. v. Bauernfeld und S. H. Mosenthal vertreten, die sämtlich später auch für die *Gartenlaube* schrieben. Mit einem Jahrespreis von anfangs acht, ab dem zweiten Jahrgang vier Talern war das *Illustrirte Familienbuch* eine Zeitschrift für gehobene Kreise.

Ein Jahr nach der *Gartenlaube* nahm, ebenfalls in Leipzig, der aus England stammende Buchhändler Albert Henry Payne (1812–1902) die Produktion seines *Illustrirten Familien-Journals* (1. 1854–16.1869, dann: *Das Neue Blatt* 1.1870–55.1929) auf, das durch Kolporteure abgesetzt wurde und in kürzester Zeit eine Auflage von 50.000 erreichte. Payne gilt als der erste, der Zeitschriften in größerem Maßstab kolportieren ließ[318]; seine Bedeutung für das deutsche Verlagswesen, v. a. die Popularisierung qualitätvoller Illustrationen, ist bislang kaum gewürdigt.[319] Payne war gelernter Stahlstecher und produzierte in seiner „Englischen Kunstanstalt“, die er 1839 in Leipzig gegründet hatte, umfangreiche periodische Stahlstich-Bildwerke wie die *Bilderhalle* (1841–1845), das *Universum und Buch der Kunst* (1842–1870) oder das *Panorama des Wissens und der Gewerbe* (1859–1866?) sowie Zeitschriften und Kalender; neben dem *Illustrirten Familien-Journal* erschienen bei Payne z. B. die *Allgemeine illustrirte Zeitung* (1.1865–5.1869?), der *Salon für Literatur, Kunst und Gesellschaft* (1867–1890?), *Payne's Miniatur-Almanach* (1844–1859) sowie der äußerst populäre *Illustrirte Familien-Kalender* (1.1857–28.1884; dann: *Payne's illustrirter Familien-Kalender* 29.1885–88.1942), die ebenfalls v. a. aufgrund ihrer Stahlstich-Beilagen beliebt waren. Die Zeitgenossen monierten gelegentlich die mangelnde Qualität der literarischen Beiträge seiner Zeitschriften – zwar habe er „ab und zu mittelst guter Bezahlung von einem namhaften Schriftsteller ein paar Arbeiten“ erhalten, doch ließ er „die Fülle des nöthigen Stoffes durch Schriftsteller besorgen, die in ihm [d. i. dem Payne'schen Geschäft] selber als ‚Halb-‘, ‚Drittel-‘ und ‚Viertel-Gelehrte‘ bezeichnet wurden.“[320]; doch auf dem Sektor der Stahlstichreproduktionen blieb Payne „lange Zeit […] unangefochten marktbeherrschend“.[321]

Tab.11: Auflagen „illustrirter“ Blätter (1851–1889)

Titel	*Jahr*	*Anzahl*
Illustrirter Dorfbarbier	1851	22.500
Dass.	1855	18.000
Illustrirte Welt	1855	15.000
Dass.	1864	90.000
Dass.	1868	100.000
Dass.	1870	80.000

[318] Wuttke, Die deutschen Zeitschriften, S. 53

[319] Schmidt, Deutsche Buchhändler hat keinen Artikel über Payne; ein kurzer Nachruf findet sich im *Börsenblatt* Nr. 106 (10. Mai 1902), S. 3866; eine Darstellung seiner Bedeutung für die Bildreproduktion bei Pieske, Bilder für Jedermann, S. 195–197; am umfassendsten bislang Winkler, ‚Das Princip…‘, in: Buchhandelsgeschichte 1/1994, sowie ders., Zeitungsdruck und Buchgewerbe;

[320] Wuttke, Die deutschen Zeitschriften, S. 53

[321] Zu Geschichte und Funktion des Stahlstichs vgl. Marsch, Meyer's Universum (1972)

Dass.	1883	100.000
Westermann's illustrirte dt. Monatshefte	1856	1.200
Dass.	1872	3.500–4.000
Dass.	1877	15.000
Dass.	1920	16.000
Illustrirtes Familien-Journal (Payne)	1855	50.000
Dass.	1858	70.000
Dass.	1859	60.000
Dass.	1865	45.000
Dass.	1868	40.000
Dass. Heftausgabe	1868	10.000
Illustrirtes Panorama (Berlin)	1865	36.000
Allgemeine illustrirte Zeitung (Payne)	1868	20.000
Illustrirter Volks-Novellist (Bern)	1868	3.000
Illustrirte Zeitung (Leipzig:Weber)	1868	12.500
Dass.	1883	17.000
Dass.	1889	20.000
Dass.	1891	20.000
Dass.	1897	22.600
Illustrirte Chronik der Zeit (Schönlein)	1872	172.000
Dass.	1875	200.000
Dass.	1885	42.000
Dass.	1889	60.000

Tab.12: Auflagen „illustrirter" Blätter (1883–1913)

Titel	*Jahr*	*Anzahl*
Illustrirtes Wiener Extrablatt (Wien: Spiegel)	1883	31.000
Dass.	1889	50.000
Deutsche Illustrirte Zeitunge (Berlin)	1884	60.000
Dass.	1885	80.000
Österr. Illustrirte Familienblätter (Wien: Panesch)	1889	5.400
Illustrirte Familienzeitung (Hamburg)	1891	18.000
Illustrirte Frauenzeitung (Lipperheide)	1883	80.000
Die Illustration (Wien)	1890	17.000
Neue illustrirte Zeitung. Österr. Ausgabe v. Ueber Land u. Meer	1890	15.000
Illustrated London News	1891	95.000
L'illustrazione Italiana (Mailand)	1891	20.000
L'Univers illustré (Paris)	1891	15.000
La France illustré (Paris)	1891	20.000
Wsemirnaja Illstrazja (St. Petersburg)	1891	17.000
Illustreret Familie-Journal (Kopenhagen)	1893	100.000
L'illustrazione Populare (Mailand)	1893	37.000
Berliner Illustrirte Zeitung (Ullstein)	1897	40.000
Dass.	1908	300.000
Dass.	1909	400.000
Dass.	1910	475.000
Dass.	1911	530.000
Dass.	1914	1 Million
Das illustrierte Blatt (Brünn)	1901	12.000–14.000
Illustrierte Schweizerfamilie (Zürich)	1901	17.800
Illustrierte Wochenschrift für Haus und Familie (Dresden: Wolf)	1901	26.000
Gutenberg's Illustriertes Sonntagsblatt (Berlin)	1907	123.000
Süddeutsche Illustrierte Zeitung (Heilbronn)	1907	31.000
Illustrierte Familienzeitung (Berlin)	1911	150.000
Dass.	1912	170.000
Dass.	1913	184.000

Als 1864 das *Daheim* erschien, waren Illustrationen unabdingbare Voraussetzungen für einen Zeitschriftenerfolg. Es galt als abgemacht, daß Gutzkows *Unterhaltungen*, die im gleichen Jahr das Erscheinen einstellen mußten, ihren Mißerfolg im wesentlichen den fehlenden Illustratio-

nen verdankten. Im *Daheim* entfielen durchschnittlich zwei bis drei Illustrationen auf ein Wochenheft von 16 Seiten, dazu kam jeweils die Titelvignette. Noch 1880 vermerkte die Redaktion in einem „Merkbüchlein für gelegentliche Mitarbeiter“, von den 32 Spalten einer Wochennummer seien jeweils vier für Bilder reserviert.[322] Die Herausgeber des *Daheim* waren besonders stolz auf ihre Illustrationen, deren Qualität nach eigener Einschätzung die der *Gartenlaube* übertraf. Das Verhältnis Text/Bild entwickelte sich bei beiden Zeitschriften jedoch sehr ähnlich: finden sich ihm *Daheim* 1874 noch 134 Bilder in einem Jahrgangsband, so waren es 1884 schon 424; die *Gartenlaube* enthielt 1865 127 Illustrationen und 1875 153; 1885 waren es 376 und 1895 398. Die Illustrationsdichte – der prozentuale Anteil der Illustrationen gemessen am Gesamtseitenumfang[323] – war bei der *Gartenlaube* zunächst relativ gering: 1865 betrug sie 15%, 1875 17%, erhöhte sich mit der Entwicklung neuer Reproduktionstechniken aber schlagartig – 1885 43%, 1895 45% –, so daß man erst seit dieser Zeit von einer „Verlagerung des Schwerpunkts auf die Illustration“[324] sprechen kann. Mit dem Verkauf der *Gartenlaube* an den Kröner-Verlag (1884) „wächst die Zahl der bildlichen Darstellungen bzw. Gemäldereproduktionen“[325]; offenbar verfügte Kröner bzw. die spätere Union über die besseren Bildbeschaffungsmöglichkeiten. Die Stuttgarter Union richtete 1888 eine eigene xylographische Abteilung ein, in der nahezu 70 Xylographen beschäftigt waren, welche die Union-Zeitschriften *Gartenlaube*, *Das Buch für Alle*, *Illustrirte Chronik der Zeit* und *Vom Fels zum Meer* sowie die Jugendperiodika *Das Neue Universum*, *Der gute Kamerad* und *Das Kränzchen* mit austauschbaren und wiederverwendbaren Holzstöcken versorgten.[326]

Die illustrierten Familienzeitschriften wirkten in Bezug auf die Illustrationen „sowohl als Multiplikator wie auch als Gradmesser für vorhandene Bedürfnisse“, sie waren „indirekte[] Werbeträger“ für die Bilderfabriken und „geschmackbildende Instanz“ ästhetischer Normen, die „in ihrer Wirkung einem Verkaufskatalog für Bilderproduzenten gleichkam“.[327] Die wechselseitige Werbewirkung war beträchtlich: „Die in den illustrierten Familienzeitschriften reproduzierten und im begleitenden Text angepriesenen Bilder tauchten wenig später in den Verkaufskatalogen der Bilderfabriken und Kunstverlage auf.“[328] Auch die Maler der Vorlagen stellten sich auf die neue Situation – die ungeheure Beliebtheit ihrer Bilder – ein: sie verkauften ein und dasselbe Bild, nur geringfügig variiert (anderer Hintergrund, unterschiedliche Frisuren o. ä.), an verschiedene Kunstverlage. Die Bildthemen der *Gartenlaube* befaßten sich v. a. mit Landleben u. -bewohnern, vornehmer Welt, Künstlern, Ehe und Familie, Reisen und Expeditionen, Militär, Antike, Religion und Kirche und Tierbildern.[329]

Kennzeichnend für die Umbruchphase der 80er Jahre ist das Schicksal der *Deutschen Illustrirten Zeitung*: ein Finanzkonsortium beauftragte Emil Dominik mit der Chefredaktion; als dieser zögerte, „trat einer der Kommerzienräte an ihn heran, legte ihm den Vertrag hin und fünf Tausendmarkscheine daneben und sagte: ‚Das da für Ihre Unterschrift extra.‘“[330] Die Illustrierte erreichte im ersten Jahr (1884) 60.000, im zweiten Jahr 80.000 Abonnenten. „Nach Ausstattung und Inhalt stellte die neue Zeitschrift alles Vorhandene in den Schatten. Insbesondere gefielen die in dem damals gerade entwickelten Vierfarbendruck ausgeführten Kunstbeilagen, die sich viele Abonnenten einrahmen ließen.“ [331] Allerdings versäumten die Gründer,

---

[322] Barth, Das Daheim und sein Verleger August Klasing, S. 60

[323] Angaben zur Illustrationsdichte sind aussagekräftiger als Gesamtillustrationszahlen pro Jahrgang. Hierbei ist jedoch die Problematik der meist nicht erhaltenen Heftumschläge zu berücksichtigen, die neben Inseraten ebenfalls Texte und Bilder enthielten; vgl. grundsätzlich Gebhardt, Illustrierte Zeitschriften in Deutschland, S. B41/B42

[324] Wildmeister, Die Bilderwelt der Gartenlaube, S. 9

[325] Wildmeister, Die Bilderwelt der Gartenlaube, S. 16

[326] Wildmeister, Die Bilderwelt der Gartenlaube, S. 53

[327] Wildmeister, Die Bilderwelt der Gartenlaube, S. 40

[328] Wildmeister, Die Bilderwelt der Gartenlaube, Belege S. 40/41

[329] Wildmeister, Die Bilderwelt der Gartenlaube, S. 67–120

[330] H. Dominik, Vom Schraubstock zum Schreibtisch, S. 17

[331] H. Dominik, Vom Schraubstock zum Schreibtisch, S. 17

für einen soliden Inseratenteil zu sorgen. „Die heute jedem Anfänger in der Branche bekannte Tatsache, daß keine Zeitung oder Zeitschrift von den Abonnementsgeldern allein leben kann, schien den Herren des Konsortiums, obwohl sie ausnahmslos gewiegte Kaufleute waren, unbekannt zu sein. […] Während die Auflage der *Deutschen Illustrierten Zeitung* unablässig stieg, wuchs auch die Unterbilanz“.[332] Nach drei Jahren wurde die Zeitschrift an Hallbergers Deutsche Verlagsanstalt verkauft und mit *Ueber Land und Meer* vereinigt; der freigewordene Titel wurde später von einer anderen Zeitschrift übernommen.

Die erste Illustrierte moderner Machart, die fünf Jahre danach erscheinende *Berliner Illustrirte Zeitung* (1.1892–54.1945), war demgegenüber direkt für den Einzelverkauf konzipiert;[333] sie erschien zunächst im Verlag Hepner & Co., an dem neben Hepner auch der Verleger der *Lustigen Blätter*, Otto Eysler, beteiligt war. Das publizistische Konzept orientierte sich am Leipziger Namensvorbild: Betonung der aktuellen Berichterstattung in zeitungsverwandter Darbietung unter weitgehender Vermeidung familienblatt-typischer Elemente, vor allem der Dominanz der Belletristik und der Genreschilderungen.“[334] Weitere wesentliche Unterschiede bestanden im Bereich Preis/Lesepublikum/Verbreitung. Der Preis der *Berliner Illustrirten Zeitung* war mit 1,50 Mark (innerhalb Berlins 1,30) für das Vierteljahresabonnement und 10 Pfennigen im Berliner Einzelverkauf um ein Vielfaches niedriger als bei der Leipziger Zeitschrift. Die Auflage der Berliner Zeitschrift belief sich wenige Jahre nach Gründung (1897) auf 40.000 Exemplare wöchentlich; im gleichen Jahr hatte die bereits über ein halbes Jahrhundert bestehende Leipziger *Illustrirte Zeitung* 22.600 Abonnenten. Die *Berliner Illustrirte Zeitung* verzeichnete in den Folgejahren, vor allem seit der Übernahme durch Ullstein 1894 – weitere rapide Auflagensteigerungen: 1908: 300.000, 1914: eine Million, 1926: 1,75 Mio –, was sie zur bis dahin erfolgreichsten Zeitschrift in Deutschland machte. Während die Leipziger Illustrierte ein sozial exklusives Lesepublikum avisierte, war bei der Berliner Illustrierten – wie z. B. aus den Namenslisten der Gewinner eines Preisausschreibens 1897 hervorgeht – „das kleinbürgerliche und Arbeiter-Element“[335] vorherrschend.

Moderne Illustrierte ähnlichen Zuschnitts wie die *Berliner Illustrirte Zeitung* waren etwa die seit 1896 in Berlin erscheinende Zeitschrift *Reporter. Illustriertes Weltblatt* (1.1895–8.1902), „die ihre Leser hauptsächlich unter Arbeitern suchte und fand, und neben deren sex-and-crime-Berichterstattung die heutige ‚Bild-Zeitung‘ ausgesprochen gemütlich wirkt“,[336] außerdem seit 1899 Scherls *Woche* sowie die *Wochenschau* (Essen: Girardet 1909–1944) aus dem Ruhrgebiet, die während des Ersten Weltkriegs eine Auflage von 330.000 erreichte, und die *Münchener Illustrierte Zeitung*, eine Wochenschrift zum Heftpreis von 10 Pfg. mit einer Auflage von 40.000 im Jahr 1913. *Die Woche. Moderne illustrierte Zeitschrift* (1.1899–46. 1944) aus dem Scherl-Verlag gilt als diejenige Zeitschrift, die als erste das farbige Titelblatt einführte und durch Verwendung des Mehrfarbendrucks eine neue Note in das Bild der deutschen Illustrierten brachte.[337] Durch die zunehmende Verwendung von Fotographien – möglich geworden durch die schnelle Verbreitung des Rasterdruckverfahrens seit etwa 1890 – erlangte das Moment der Aktualität auch auf der Illustrationsebene eine neue Qualität. Im Jahr 1905 schrieb ein Beobachter: „Wir sind es nachgerade gewöhnt, die Kamera als unvermeidliche Begleiterin und Beobachterin bei öffentlichen Umzügen, Festlichkeiten, Einweihungen etc. zu

---

332 H. Dominik, Vom Schraubstock zum Schreibtisch, S. 18

333 Vgl. dazu meine Ausführungen zum Straßenhandel weiter oben; zur sog. „Ullstein-Legende“ vgl. Gebhardt, Illustrierte Zeitschriften in Deutschland, S. B62–B.63 (= Anm. 58). Ausgangspunkt der Legende war offenbar die – von Gebhardt übersehene – ausdrückliche (falsche!) Behauptung Georg Bernhards in der Festschrift des Ullstein-Verlags von 1927: „Die Neuerung, die der Verlag Ullstein wagte, bestand in der *Einführung eines wöchentlichen Bezugspreises von 10 Pfennig*.“ (Bernhard, Die Geschichte des Hauses, S. 36)

334 Gebhardt, Illustrierte Zeitschriften in Deutschland, S. B45/B46

335 Gebhardt, Illustrierte Zeitschriften in Deutschland, S. B46

336 Gebhardt, Das Interesse an der Pressegeschichte, S. 14

337 Angaben nach Lehmann, ‚Illustrierte‘, Sp. 1787; allerdings hatten Witzblätter schon früher farbige Titelbilder eingeführt (s. u.).

sehen und wundern uns schon gar nicht mehr darüber, daß wir eine getreue bildliche Wiedergabe der Ereignisse wenige Tage, nachdem wir in Zeitungsberichten darüber gelesen haben, in einer illustrierten Wochenschrift finden“.[338]
Die Anzahl der Illustrierten stieg insbesondere in den Jahren 1907 bis 1909 und erreichte zu Beginn des Ersten Weltkrieges für kurze Zeit einen Höhepunkt.[339] Die Gesamtzahl der deutschen Titel vor 1918 betrug etwa zehn; für die Jahre 1918–1932 sind 32 Titel nachgewiesen.[340] Zu den von Fotographien dominierten neueren Zeitschriften gehörten, neben Scherls *Woche*, das *Berliner Leben. Zeitschrift für Schönheit und Kunst* (Berlin: Oestergaard 1.1898/99 – 31.1928), die *Münchner Woche. Aktuelles illustriertes Blatt für Literatur, Kunst und Stadtrundschau* (1905/1906), die *Hamburger Woche* (Hamburg: Eisler 1.1906–18.1923), die *Deutsche illustrierte Zeitung* (Berlin: Verlags-Anstalt Buntdruck 1.1907/08–12.1919?), *Das Weltbild. Neue illustrierte Rundschau* (Berlin: Patz & Garleb 1.1914–8.1920) sowie *Das illustrierte Blatt. Die junge Zeitschrift für Haus und Familie* (Frankfurt/Main 1. 1913–32.1944). Bereits um die Jahrhundertwende gehörten Sensationsberichte (Eisenbahnunglücke, Grubenexplosionen, Schiffsuntergänge), aber auch Bildberichte über Freizeitaktivitäten (Schlittschuhlauf, Tennis, Fußball) und neue Errungenschaften in Technik, Sport und Verkehr zu den klassischen Fotothemen der Illustrierten. „Besonders charakteristisch waren Panoramenansichten vom Großstadtleben.“[341] Dabei griff die Bildorganisation der Zeitschriftenseiten „zuweilen schon filmische Elemente“[342] auf. Die *Hamburger Woche* vom 9. Juli 1914 zeigte z. B. auf dem Titelbild den dramatischen Vorgang der Verhaftung des Attentäters von Sarajewo kurz nach den tödlichen Schüssen: „Diese Momentaufnahme aus dem turbulenten Geschehen gilt heute als vollendetes Dokument des Zeitgeschehens“.[343]

Als Sonderformen der Illustrierten können die „Männerzeitschrift“ sowie die Gerichts- bzw. Kriminalzeitschriften angesehen werden. Letztere brachten neben einer mehr oder weniger objektiven Gerichtsberichterstattung vor allem berühmte oder skurrile Kriminalfälle und Skandale aus der Welt der Kriminalität und der Rechtsprechung; sie erschienen meist in Wochenheften und kosteten zwischen fünf und acht Mark im Jahr. Zu den marktgängigen Titeln gehörten um 1900: die *Breslauer Gerichts-Zeitung* (Breslau: Cohn 1879–1923; Auflage: über 39.000 im Jahr 1915), die *Neue Breslauer Gerichts-Zeitung* (Breslau: Zimmer & Co. 1882–1923), die *Schlesische Gerichts-Zeitung*, später: *Försters Gerichts-Zeitung* (Breslau: Förster, 1.1884–1923?; Auflage 1915: 30.000), die *Illustrierte Gerichts-Zeitung. Neuigkeits-Weltblatt* (Hamburg 1.1891–1914?), die *Kölner Gerichts-Zeitung* (Köln 1883–1923), die *Illustrierte Kriminal-Zeitung. Familien-Weltblatt* (Hamburg: Christians 1.1896–1915?), *Wage und Schwert. Kriminal-Wochenschrift* (Berlin 1.1904–1914?) und die *Kriminal-Woche* (Hamburg 1921–1923?).

---

[338] Zit. n. Dewitz / Lebeck, Kiosk, S. 64; Beispiele aus *Berliner Leben*, ebd. S. 67 u. 73, *Die Woche*, ebd. S. 70–72 u. 88.

[339] Marckwardt, Die Illustrierten der Weimarer Zeit, S. 15

[340] Marckwardt, Die Illustrierten der Weimarer Zeit, S. 15: „Die Entwicklung der Illustrierten 1918–1932“ (S. 44–51), „Bibliographie der Illustrierten der Weimarer Zeit“ (S. 52–65)

[341] Dewitz / Lebeck, Kiosk, S. 64

[342] Dewitz / Lebeck, Kiosk, S. 64 – Die Wechselbeziehung zwischen frühem Film und Zeitschriften- bzw. Buchillustration bedarf noch der Aufklärung. Nicht nur hat die frühe Filmästhetik die Zeitschriftenillustration beeinflußt, vielmehr waren diese auch von Einfluß auf den frühen Film. Vgl. Gauthier, Von Jules Verne zu Méliès, der den Einfluß von Illustrationen zu Jules-Verne-Romanen bzw. aus Zeitschriften wie *Le Tour du monde, Le Charivai, Le Petit journal* u. a. auf den französischen Filmpionier Georges Méliès (1861–1938) postuliert.

[343] Dewitz / Lebeck, Kiosk, S. 92; Abb. S. 93

5.2 Illustrationen[344]

(Techniken, Bilderhandel)

Die illustrierten Zeitschriften hatten eine breite geschmacksprägende Funktion für die Popularisierung von Bildwerken. Brückner hat dies, am Beispiel der *Gartenlaube*, für einige besonders beliebte Bildmotive – anheimelndes religiöses Familienbild, Mönchsbilder, Schiffe und Schiffbruch – breit nachgewiesen. Beispielsweise kam mit dem Kulturkampf, als auch die ehemals liberale Familienzeitschrift auf eine preußisch-antikatholische Tendenz einschwenkte, die im Bereich der Illustrationen einem „offenen[n] Bilderkampf“[345] glich, der für humoristisch-satirische Mönchsbilder bekannte Genremaler Eduard Grützner zu besonderen Ehren. Die illustrierten Zeitschriften fungierten einerseits „als geschmacksbildende Vermittlungsinstanz des gängigen Bilderangebots der öffentlich anerkannten Kunstproduktion“, andererseits „popularisierten [sie] zugleich den herrschenden Kanon der historisch gewordenen Malerei, wie er von den großen Galerien dokumentiert wurde.“[346] Darum beobachteten ihre Redaktionen aufmerksam alle Weiterentwicklungen auf dem Gebiete der Reproduktionstechnik. Viele ganzseitige Beilagen und Prämien – als Lithographie, Steindruck, Holzschnitt, Autotypie, Öldruck o. ä.[347] – hatten darüber hinaus von vornherein eine weitere Zweckbestimmung, die über die Illustrierte selbst, die in diesem Sinne nur als Vermittlungsinstanz diente, hinausging: sie wurden aus dem Kontext der Zeitschrift herausgelöst und dienten als Wand- und Zimmerschmuck.[348] Wenig beachtete Vorreiter dieser Entwicklung waren allerdings an die Taschenbuchtradition des 18. Jahrhunderts anknüpfende Kalender, die – im Kleinoktavformat und meist unter dem Signum „Volkskalender“ (in Wirklichkeit für ein bürgerliches Publikum bestimmt) – im zweiten Drittel des 19. Jahrhunderts zu Hauptlieferanten der populären Bildkunst wurden. Nicht zufällig war der bedeutendste deutsche Kalenderverlag des 19. Jahrhunderts, Trowitzsch & Sohn in Frankfurt/Oder und Berlin, zugleich eine der größten „Kunstanstalten“ zur Produktion populären Wandschmucks.[349]

Techniken

Im Jahr1869 kam in Paris die lithographische Schnellpresse auf den Markt. Sie ermöglichte die Massenproduktion der billigsten Kategorie populärer Bilder für weite Kreise der Bevölkerung, was die illustrierten Zeitschriften vielfältig nutzten. Die um 1870 bei den Illustrierten allgemein zu beobachtende deutliche Auflagensteigerung war mithin nicht allein dem infolge des 1870/71er Krieg gestiegenen Informationsbedürfnis geschuldet. „Von 1870 an verselbständigen sich die Illustrationen der Familienzeitschriften zusehends. Aus Textbebilderungen werden erst jetzt Bildbeilagen, die schließlich um 1900, als der farbige Druck rentabler geworden war, tatsächlich auch beigelegt wurden und lose in Sammelmappen gelangten oder als Wandschmuck dienten.“[350] Die *Gartenlaube* sah 1874 mit der neuen Technik der Chromolithographie, die in Form ganzseitiger Kunstbeilagen unmittelbar Einzug in die Familienblätter hielt, eine Demokratisierung der ästhetischen Bildung eingeläutet: „Schönheitssinn und durchheiterte Häuslichkeit“ könnten „aus den Bel-Etagen bis in die Dachkammer hinauf und die Keller hinuntersteigen“; vormals nur von sozialen und Bildungseliten rezipierte bzw. rezipierbare Kunstwerke sollten nun „als farbenfreudige[s], schon eingerahmte[s] Ölbild bei jedem Aufblick

---

344 Als Überblick vgl. das Kapitel „Periodika“ bei Ries, Illustration und Illustratoren, S. 29–39

345 Brückner, Trivialisierungsprozesse in der bildenden Kunst, S. 242

346 Brückner, Trivialisierungsprozesse in der bildenden Kunst, S. 230

347 Zu den Reproduktionstechniken vgl. die erschöpfende Darstellung bei Ries, Illustration und Illustratoren des Kinder- und Jugendbuchs, S. 181–378

348 Vgl. v. a. Pieske, Bilder für Jedermann.

349 Zu Trowitzsch vgl. Brückner, Trivialisierungsprozesse in der bildenden Kunst, S. 231; Brückner, Populäre Druckgraphik, S. 218a; Jäger, Der Regional- und Lokalverlag, in: Band 1, S. 333/334. – Vgl. Graf, Kalender und so weiter, Teil 1/2.

350 Brückner, Trivialisierungsprozesse in der bildenden Kunst, S. 235

im Zimmer unwillkürlich erheiternd und geschmackbildend“[351] wirken. Der seit 1886 geltende Urheberrechtsschutz für Bildproduktionen führte zu einer weiteren Popularisierung beliebter Motive. Nun konnte eine Reproduktionsfirma, die nicht im Besitz der Bildrechte eines gefragten Motivs war, am Geschäft mit gängigen Themen und Motiven nur noch mit Hilfe „zweiter und dritter Aufgüsse“[352] partizipieren – d. i. Nachschöpfungen mit leichten Veränderungen der Vorlage: „Warum soll nur ein Franz Defregger derblebendige Tiroler Bauern, warum nur ein Gabriel Max dunkeläugige Mädchenköpfe, warum nur der Eduard Grützner zechende Klosterherren in pittoresken Interieurs malen und dafür so vielen singenden und klingenden Erfolg einheimsen können? Das können wir auch, sagten sie und machten sich daran, und die Ausstellungen und Bilderläden wurden überschwemmt mit jenen gangbaren Sujets und mit vielen anderen, die gangbar waren, ‚courante Artikel‘ heißt es im Handelsjargon“.[353] Seit den ausgehenden 1880er Jahren begannen zunehmend große photographische Bilderfirmen mit ihren Galerieproduktionen nach fotographischen Vorlagen den Massenmarkt zu bestimmen; sie drückten auch den Unterhaltungszeitschriften ihren deutlichen Stempel auf. An der *Gartenlaube* der 1890er Jahre etwa lässt sich belegen, dass die Fotorechte großer Firmen „bestimmte Sujets zum Angebot für die Familienzeitschriften legitimieren“.[354] Eine Auszählung von 1200 Bildern der *Gartenlaube* ergab eine eindeutige Dominanz der Münchener Firma Hanfstaengl, die z. B. die Rechte an populären Künstlern wie F. Drefregger, H. Kaulbach, E. Grützner oder E. Brack besaß; insgesamt hatte allein diese heute noch existierende Firma 6000 zeitgenössische Künstler im Angebot.[355] Seit der Münchener Hofphotograph Joseph Albert Angestellter Hanfstaengls war, entwickelte sich die Firma zum führenden deutschen Unternehmen, das „fast alle illustrierten Zeitschriften dieser Zeit mit Bildmaterial belieferte.“[356] Albert hatte in den 1860er Jahren das Lichtdruck-Verfahren entwickelt, das die faksimileartige Reproduktion fotographischer Vorlagen ermöglichte. Hanfstaengl vermarktete nun europaweit die Meisterwerke aus den öffentlichen Galerien in München, Gotha, Kassel, Brüssel u. s. w.; ähnlich häufig wie Hanfstaengl-Bilder erschienen in der *Gartenlaube* Bilder der Dornacher Firma Braun, Clément & Cie. Sowie, vor allem nach 1900, englischer Firmen wie Graves & Co. oder der berühmten, 1866 gegründeten Kunstdruck- und Lithographieanstalt Raffael Tuck & Sons.[357]

Mit der Autotypie, einer Erfindung des Nürnberger Kupferstechers Georg Meisenbach, die dieser 1882 zum Patent anmeldete, konnten Fotos nun auch in ihren Halbtönen reproduziert werden. Die Autotypien signalisieren, vierzig Jahre nach Erfindung der Fotographie, den Beginn der eigentlichen Pressefotographie. Berühmt wurden Ottomar Anschütz’ Manöverbilder in der *Illustrirten Zeitung* von 1884, mit denen erstmals Momentaufnahmen in einer Zeitschrift abgedruckt wurden.[358] Als früheste gedruckte Fotoreportage gelten Anschütz’ Bilder vom „Griechischen Feste aus Pergamons Zeit“ in der *Deutschen Illustrierten Zeitung* von 1886.[359] Die beginnende Dominanz der Illustrationen wurde von Zeitgenossen, die sich klassischen Bildungsidealen verpflichtet sahen, vielfach beklagt; charakteristisch sind die Ausführungen Hermann Friedrichs über „Unsere illustrierten Familienblätter“, die 1885 in zwei kritischen Zeitschriften gleichzeitig (*Die Gesellschaft* und *Magazin für die Litteratur des In- und Auslandes*) erschienen. „Früher war der sogenannte ‚Bilderschmuck‘ eines Blattes mehr oder weniger Nebensache, der Text bildete solange die Hauptsache, bis einige unserer Herren Verleger auf die Bequelichkeit des Publikums zu spekulieren begannen, welches natürlich lieber mit dem

[351] Beta, Moderne Kunstindustrie, S. 520
[352] Brückner, Trivialisierungsprozesse, S. 230
[353] Brückner, Trivialisierungsprozesse, S. 230
[354] Brückner, Trivialisierungsprozesse, S. 236
[355] Wildmeister, Die Bilderwelt der *Gartenlaube*, S. 53
[356] Zur Mühlen, Illustrierte Familienzeitschriften im 19. Jahrhundert, S. 38
[357] Wildmeister, Die Bilderwelt der Gartenlaube, S. 53; zur Geschichte der Firma Tuck vgl. Pieske, Das ABC des Luxuspapiers, S. 64/65
[358] Illustrirte Zeitung Nr. 2124 vom 15. März 1884; Abbildung bei Dewitz / Lebeck, Kiosk, S. 44
[359] Deutsche Illustrierte Zeitung (Berlin) Nr. 49 vom 14. Juli 1886; Abbildungen bei Dewitz / Lebeck, Kiosk, S. 45

äußeren Auge flüchtig an Bildern sich ergötzt, als den Geist durch Lesen und Denken anstrengt. So stehen wir denn heute vor der bedauerlichen Thatsache, daß meist auch diejenigen unserer illustrierten Blätter, welche nicht, wie beispielsweise die ‚Leipziger Illustrierte Zeitung', mit der ausgesprochenen Absicht in die Erscheinung traten, vorzugsweise der Anschauung dienen zu wollen, in erster Reihe ihrer Bilder wegen gehalten werden. Hieraus folgt, daß eine neue mit Bildern ‚geschmückte' Zeitschrift die schon vorhandenen in Hinsicht auf die Güte der Bilder zu übertreffen suchen muß, wenn sie überhaupt auf eine halbwegs anständige Abonnentenzahl rechnen will. Die natürliche Folge hievon ist wieder, daß bei der Gründung einer solchen Wochen- oder Monatsschrift der bei weitem größte Teil des Anlagekapitals für das verausgabt wird, was […] Nebensache sein sollte, für die Bilder."[360]

Bilderhandel

Der innereuropäische und transatlantische Handel mit Bildern und die – teils Jahrzehnte anhaltende – Wanderung der Illustrationen von einer Zeitschrift zur nächsten ist kaum erforscht; es gab einen „verzweigte[n] Handel mit zum Abdruck in der Presse geeigneten Bildern bzw. Druckstöcken oder Klischees über die Ländergrenzen hinweg"[361], im Rahmen dessen „ungezählte Abbildungen samt Erläuterungen durch die illustrierten Zeitschriften international verbreitet"[362] wurden. Das galt schon für die frühen Pfennig-Magazine: „Sieht man die Jahrgänge durch, trifft man immer wieder auf Illustrationen, die man in anderen Jahrgängen anderer Titel schon ein- oder mehrmals gesehen hat."[363] Bestimmte Zeitschriften, etwa Schönleins *Buch für Alle*, sind stark von englischen Vorlagen geprägt, in Spemanns populärem Jahrbuch *Das Neue Universum* (1.1880–117.2001ff.) finden sich zahlreiche Bilder aus französischen Verlagen.[364] Die *Gartenlaube* mußte sich 1879 von einem Kritiker fragen lassen: „[W]ie verhält sich das Princip der Gartenlaube, nur Originale [Texte] zu veröffentlichen, zu ihren zahlreichen Bildern, die allüberall entliehen und als bloße Abdrücke veröffentlicht werden?"[365] Auch innerhalb derselben Zeitschrift wurden Illustrationen immer wieder verwendet. Im Rahmen einer Untersuchung zur Darstellung des Fremden hat Gebhardt einige Beispiele aus Deutschland, England und Italien verfolgt; die Bilder stehen, über Ländergrenzen hinweg und durch Jahrzehnte, in Verbindung untereinander. „Diese Verbindung kommt zum Ausdruck z. B. in den sich wiederholenden Bild- und Textmustern und in der Tatsache, daß die Geschichten von Kontakt und Konflikt der weißen Rasse mit den Fremden über längere Zeiträume, zuweilen sogar über Jahrzehnte hinweg in den illustrierten Zeitschriften erzählt wurden, gleichsam wie in einer Fortsetzungsgeschichte, deren frühe Folgen die Produzenten bei ihrer Leserschaft als bekannt voraussetzten durften."[366] Dabei spielte die Langzeit- bzw. zeitversetzte Rezeption von Zeitschriften eine wichtige Rolle: die gebundenen Jahrgangsbände wurden, wie Leihbibliothekskataloge beweisen, in Bibliotheken ausgeliehen und standen jahrelang in privaten Bücherschränken; der Katalog des Arbeiter-Bildungs-Vereins in Dresden von 1875 etwa verzeichnete unter den illustrierten Zeitschriften zwei Bände des *Heller-Magazins* aus den 1830er Jahren.[367]

Die schon früh einsetzende Internationalität des Bilder- bzw. Klischeehandels kommt auch in der anhaltenden Diskussion über die Qualität der Illustrationen zum Ausdruck. In einem Beitrag der *Gartenlaube* von 1868 hieß es z. B. über die *Pfennig-Magazine*: „Das Ausland schickte uns Abklatsche seiner meist mittelmäßigen Illustrationen, und das einstmals als einziges illustrirtes Blatt weitverbreitete Pfennigmagazin, welches in langen Artikeln zu beweisen suchte, daß der nebenstehende schwarze Klecks den Paradiesvogel oder das Bild des indischen

[360] Friedrichs, Unsere illustrierten Familienblätter, S. 722
[361] Gebhardt, Die Pfennig-Magazine und ihre Bilder, S. 27
[362] Gebhardt, Kollektive Erlebnisse, S. 520
[363] Gebhardt, Die Pfennig-Magazine und ihre Bilder, S. 27
[364] Vgl. Graf, Werkprofil *Das Neue Universum*, in: ders., Jahrbücher, Sp. 946–953
[365] Deibel, Die Gartenlaube, S. 223
[366] Gebhardt, Kollektive Erlebnisse. Zum Anteil der illustrierten Zeitschrift im 19. Jahrhundert an der Erfahrung des Fremden, S. 518
[367] Gebhardt, Die Pfennig-Magazine und ihre Bilder, S. 24

Fürsten vorstelle, zeugt davon, mit welch geringer Waare Deutschland sich behelfen mußte.“[368] Dabei waren die Pfennig-Magazine keineswegs illustrativ rückständig; nicht nur die Menge der Bilder beeindruckte die Zeitgenossen,[369] auch Aktualität und Authentizität waren den Herausgebern und Redakteuren „keine fremden Kategorien“[370]; es finden sich Vorläufer der Reportage und „Ansätze früher bildjournalistischer Professionalität“.[371] „Die später aufgekommene[n] Vorstellung[en] von der Biedermeierlichkeit der Pfennig-Magazine […] werden den publizistischen und ästhetischen Eigenschaften dieses Zeitschriftentyps offenkundig nicht gerecht.“[372] 1864 konstatierte ein Beobachter: „Unsere Zeit verlangt Illustrationen. Die Illustration ist gleichsam die Verkörperung des die Gegenwart beherrschenden Strebens […] Daß wir Deutschen die Engländer und Franzosen, die uns darin sonst weit voraus waren, in der Holzschneidekunst überflügelt haben, davon kann sich Jedermann überzeugen, wenn er etwa die Münchener Bilderbogen und fliegenden Blätter oder die Leipziger Illustrirte zur Hand nimmt.“[373] Auch anläßlich der aktuellen Berichterstattung im deutsch-französischen Krieg entwickelte sich eine Diskussion über die Qualität der deutschen Illustrationen, in der „den englischen Zeichnern größere Routine und Ueberlegenheit“ zugestanden wurde: sie besäßen „große Geschicklichkeit in der Wahl ihrer Stoffe […] ferner eine Keckheit, ja Frechheit, Sachen zu zeichnen, die sie nicht gesehen haben können, […] sie tragen das Alles mit großer Prätension in großen, schwarzen, auffälligen Bildern vor“; dagegen sei „der deutsche Schnitt dem englischen zweifelsohne bedeutend überlegen“, die „Vorzüge unserer deutschen Illustrationen“ seien „die Naturwahrheit, die Charakteristik, die Correktheit der Zeichnung, die Sauberkeit des Schnitts.“[374]

---

[368] Förster, Caspar Braun, S. 378

[369] Vgl. die Zitate aus den Lebenserinnerungen von C. Schurz, R. v. Gottschall, R. Haym und H. Seidel bei Gebhardt, Die Pfennig-Magazine und ihre Bilder, S. 26/27

[370] Gebhardt, Die Pfennig-Magazine und ihre Bilder, S. 32

[371] Gebhardt, Die Pfennig-Magazine und ihre Bilder, S. 34

[372] Gebhardt, Die Pfennig-Magazine und ihre Bilder, S. 41

[373] Schaubach, Die Unterhaltungsliteratur der Gegenwart, S. 365

[374] NN: Die illustrirte deutsche Presse während des Kriegs, S. 59 (mit Bezugnahme auf zwei Artikel in der Allgemeinen Zeitung)

6. Witzblätter

Witz- und Satireblätter gehörten in der Kaiserzeit zu den vielgestaltigsten und innovativsten Zeitschriften; ihre Bedeutung kann nur angedeutet werden.[375] Dabei sind die Übergänge zwischen reinen Spaß-Blättern und politischer Satire meist fließend und ohne Autopsie im einzelnen nicht bestimmbar. Zu unterscheiden sind überwiegend mit Bildergeschichten und -witzen ausgestattete Blätter, die sich vorzüglich der politischen Satire widmen, von solchen, die darüber hinaus einen ästhetischen Anspruch verfolgen. Für alle gilt jedoch eine mehr oder weniger ausgeprägte, im Laufe der Jahrzehnte insgesamt zunehmende erotische Freizügigkeit und politisch-satirische Schärfe. Die Struktur der Witzblätter entwickelte sich in drei ineinander übergehenden Phasen: Viele Witzblattgründungen erfolgten im Zuge von Vormärz und 48er-Revolution Mitte des 19. Jahrhunderts und waren vor allem durch politischen Witz und die Karikatur traditioneller Herrschaftsstrukturen u. ä. bestimmt. Während der Restauration zogen sich die meisten Redaktionen auf die ironische Betrachtung familiären und öffentlichen Lebens zurück, viele Witze lebten von der Typisierung menschlicher Beziehungen und verschiedener Berufsfelder. Erst ab den 1880er Jahren ist wieder eine stärkere Politisierung zu beobachten; in dieser Zeit kommen auch verstärkt Witzblätter auf den Markt, die Politik und Erotik mit einem künstlerischen Anspruch verknüpften.
Hauptverlagsorte waren neben München (u. a. *Fliegende Blätter, Miau, Fidibus, Die Bremse, Neue Fliegende Blätter, Radfahr-Humor, Meggendorfer Blätter, Jugend, Der Affenspiegel, Der Komet*), dessen Kunstszene Maler und Zeichner aus ganz Europa anzog und die Stadt damit gleichsam zur natürlichen Hauptstadt der deutschen Witzblätter machte, und der Revolutionsmetropole Berlin (u. a. *Kladderadatsch, Ulk, Bock-Zeitung, Lustige Blätter, Kobold, Humoristische Blätter, Deutscher Michel, Das kleine Witzblatt, Satyr, Frou-Frou*) vor allem Wien, das zahlreiche Titel, freilich meist mit nur mittlerer Auflage (zwischen 1500 und 30.000) und offenbar eher regionaler Verbreitung, hervorbrachte (*Figaro, Wiener Punch, Der Floh, Kikeriki, Wiener pikante Blätter, Die Bombe, Wiener Karrikaturen, Der junge Kikeriki, Mephisto, Glühlichter, Neue Glühlichter, Die Muskete*).

Die Ersten Witzblattgründungen gab es Mitte des 19. Jahrhunderts: Vormärz und 1848er-Revolution hatten der politischen Satire neue Wege in die Öffentlichkeit geebnet. Kennzeichnend waren für Berlin Blätter wie *Die ewige Lampe* (1.1848–3.1850) unter Leitung von Arthur Müller, das *Berliner Charivari* (Berlin: Hirschfeld 1847/1848) oder der *Berliner Krakehler* (1848/49), geleitet von Cohnfeld, oder illustrierte Witzblätter wie der *Teufel in Berlin* (1848) und die Publikationen Adolf Glasbrenners, für die Theodor Hosemann und Wilhelm Scholz zeichneten.[376] Mit zahlreichen Zeitschriftengründungen war Moritz Saphir an verschiedenen Orten tätig, u. a. dem *Mitternachtsblatt für den Sternenhimmel der Laune und des Humors* (1830) oder *Der deutsche Horizont. Ein humoristisches Blatt für Zeit, Geist und Sitte* (München: Jaquet, 1.1831–4.1834), v. a. aber mit *Der Humorist. Eine Zeitschrift für Scherz und Ernst, Kunst, Theater, Geselligkeit und Sitte* (Wien: Bolte; 1.1837–22.1858), dem zeitweise, dem Vorbild des *Kladderadatsch* folgend, ein *Humoristisch-satyrischer Volkskalender* (1. 1851–8.1858) angegliedert wurde. Auch für andere Städte sind solche Titel nachweisbar, etwa *Der Humorist. Eine Wochenschrift zur Erheiterung geselliger Freistunden* (Breslau 1833), *Humoristisch-komisches Witz- und Carricaturen-Pfennig-Magazin* (Leipzig; 1.1842–10.1848), *Charivari* (Leipzig, 1.1842–8.1849), *Die Hornisse. Zeitung für hessische Biedermänner* (Kassel: Raabe 1.1848–3.1850) oder *Königsberger Fliegende Blätter. Politisch-humoristische Wochenschrift mit Carricaturen* (Königsberg: Kiewnig & Kroß, 1848–1899?). Das erste demokratische Witzblatt, das ständig Karikaturen brachte, soll der von Ludwig Pfau 1847 in Württem-

[375] Kirchner 1962 enthält, außer zum *Simplicissimus* (S. 353/354), keine Angaben über Witzblätter; zu den Witzblättern der 48er-Revolution vgl. Wuttke, Die deutschen Zeitschriften und die Entstehung der öffentlichen Meinung, S. 48–51

[376] Zur zeitgenössischen Einschätzung vgl. Rudolph Genée: Zeiten und Menschen, S. 97

berg gegründete *Eulenspiegel* gewesen sein.[377] Die erfolgreichsten Witzblätter jener Zeit aber waren die Münchener *Fliegenden Blätter* (München: Schreiber, 1.1845–100.1944) und der Berliner *Kladderadatsch. Humoristisch-satyrisches Wochenblatt* (Berlin: Hofmann 1.1848–97.1944), die beide nahezu einhundert Jahre erschienen. Ihr Vorbild war der englische *Punch* (1841ff.), der Dank bedeutender Zeichner und Holzschneider „vom ersten Heft an ein getreues, kritisches Spiegelbild aller Eigenheiten und Schwächen des englischen privaten und öffentlichen Lebens“[378] bot. Er richtete sich an ein gebildetes Publikum und hatte als Mitarbeiter u. a. W. Thackeray, der später auch der erste Herausgeber der erfolgreichen Unterhaltungszeitschrift *Cornhill Magazine* (1860ff.) wurde.

Kladderadatsch[379]

Die „beiden eigentlichen Begründer“[380] des *Kladderadatsch*, der Buchhändler Albert Hofmann und der Possendichter David Kalisch, erkannten, „daß gerade aus den volksthümlichen Elementen und den mancherlei humoristischen Zügen, wie sie in dem Nachwogen der Revolution sich zeigten, sich auch ein materieller Gewinn ziehen lassen müsse“.[381] Sie schufen für ihr „Organ für und von Bummler“, wie der Untertitel lautete, den oft kopierten „Kladderadatsch-Kopf“ als graphisches Markenzeichen und die stehenden Figuren „Müller und Schultze“, und boten dem „gute[n] bürgerliche[n] Kern der Berliner Bevölkerung“, der von den „drängenden Ereignissen und Aufregungen ermüdet“[382] war, behaglichen Spaß, kleine Bosheiten, Späße und gelegentliche „Obscönitäten, die am Biertisch ihre Wirkung thaten“[383]. Durch das Hinzutreten von Ernst Dohm wandelte es sich in ein wirkliches politisches Witzblatt, Wilhelm Scholz schuf Karikaturen mit Wiedererkennungseffekt und Rudolf Löwenstein steuerte gefühlsbetonte politische Lyrik bei. Damit war eine Mischung gefunden, die jahrzehntelang erfolgreich blieb, von kirchlicher Seite immer wieder kritisiert wurde – Schaubach etwa warf dem *Kladderadatsch* 1863 „hämische[] Ausfälle[]“ gegen die innere Mission vor[384] und Wittke konstatierte 1866: „Vielfach schärfte der Kladderadatsch das Urtheil, indeß hat er auch ätzend und zersetzend gewirkt“[385] – und noch in der Kaiserzeit, als sich der *Kladderadatsch* für Bismarck einsetzte, für politische Skandale zu sorgen vermochte.[386] Charakteristisch für die Wirkungsmächtigkeit, die Zeitgenossen den Witzblättern zuschrieben, ist auch ein Urteil von klerikal-konservativer Seite über den *Kladderadatsch* von 1873:

„Mit cynischer, orientalischer Gewandheit immer den gerade im Lande herrschenden Parteien dienend, mit scheinbarer Opposition freundliche Lakaiendienste verhüllend, bannt er die brennenden Zeitfragen in irgend eine interessante Formel, und hat sich dadurch viele Lacher erworben. Er fehlt, wie die ‚Gartenlaube‘, ‚Wespen‘ u. s. w. in keinem Wirthshause, auf keiner Eisenbahnstation. Das Verderbliche dieses nichtswürdigen Blattes ist nicht so sehr das sittlich und religiös Bedenkliche mancher einzelner Bilder und Witze, als die ganze frivole Richtung, welcher geradezu gar nichts mehr heilig ist. Der Volksgeist kann nicht wirksamer vergiftet werden, als wenn es erlaubt ist, öffentlich alles das, was eigentlich Jedermann oder doch einem großen Theile der Nation heilig gilt, in den Koth ziehen zu dürfen.“ [387]

---

377 Drahn, Sozialistische Witzblätter, S. 272
378 Bogenschneider, Das [französische] Zeitschriftenwesen, Sp. 1512
379 Vgl. Ring, Zur Geschichte des ‚Kladderadatsch‘, sowie Lindau, Humoristen
380 Genée, Zeiten, S. 97–129, hier S. 99
381 Genée, Zeiten, S. 98
382 Genée, Zeiten, S. 99
383 Genée, Zeiten, S. 99
384 Schaubach, Die Zeitungen und die Zeitschriften, S. 147
385 Wuttke, Die deutschen Zeitschriften und die Entstehung der öffentlichen Meinung, S. 51
386 Vgl. Röhl, Die Angriffe des Kladderadatsch
387 Der Görresverein zur Massenverbreitung guter Volksschriften für das Erzbistum Köln. Köln: Bachem 1873, S. 5

Fliegende Blätter

Die *Fliegenden Blätter*, noch älter als der *Kladderadatsch*, waren v. a. aufgrund ihrer Zeichnungen bekannt, die in den Anfangsjahren hauptsächlich vom Gründer K. Braun stammten sowie von dem bekannten Illustrator Pocci. Erzähltexte und Gedichte steuerten u.a E. Geibel, A. Kopisch, J. Kerner, L. Bechstein, L. Schücking, C. Spindler sowie v. a. H. Marggraff , F. Gerstäcker, F. W. Hackländer und V. v. Scheffel.[388] Der Prosateil wurde gegen Ende des Jahrhunderts immer weiter vermindert und die Zeichnung erhielt, wie bei den modernen Neugründungen, ein zunehmendes Eigengewicht. Zu den beliebtesten Figuren der *Fliegenden Blätter* gehörten Eisele und Beisele, ein jugendlicher Baron und sein Hofmeister, die durch ganz Deutschland reisen und überall „die speziellen Verkehrtheiten und wunderlichen Einrichtungen“[389] kennen lernen; Pocci hatte außerdem schon früh die Figur des „Staatshämorrhoidarius“ erfunden, einem geplagten deutschen Aktenmenschen; später kamen Barnabas Wühlhuber und Casimir Heulmaier hinzu, zwei deutsche 48er-Radikale in Amerika, Weiland Gottlieb Biedermaier, ein schwäbischer Schulmeister, Master Vorwärts, ein amerikanischer Schwindelunternehmer, die Geschäftsreisenden Mutz und Wutz u. a. m. Seit 1859 zeichnete Wilhelm Busch für die Fliegenden, dessen „*völlig neue* Art der zeichnerischen Darstellung“[390] die Zeitgenossen faszinierte: „Einige Jahre hindurch beherrscht[e] er das Blatt beinah ausschließlich.“[391] Zu den Autoren der 80er und 90er Jahre gehörten u. a. F. Dahn, H. Seidel, E. A. König, Sacher-Masoch, J. Stinde, K. E. Franzos, E. Eckstein, A. Silberstein, P. Rosegger, L. Ganghofer und D. v. Liliencron, der bekannteste Zeichner dieser Zeit wurde A. Oberländer, der weniger satirisch scharf war als Buch, und daneben H. Schlittgen, dessen Leutnants- und Unteroffizierstypen als „besonders flott[]“[392] und modern gezeichnet empfunden wurden. Die künstlerische und literarische Haltung des Blattes war konservativ: „die erste Generation hatte es hoch gebracht, die zweite wollte das Erreichte erhalten.“ Hermann Schlittgen meinte: „Dieses Blatt war ein Ausruhen von allem Heftigen, Gehässigen, von allen Streitigkeiten und Widerwärtigkeiten, alles war gesehen wie von einem harmlosen, lustigen, witzigen Künstlerstammtisch aus.“[393] Die künstlerische Autorität Oberländers galt unangefochten; junge Künstler wurden von den Verlegern auf den Massengeschmack verpflichtet: „[D]ie Künstler, die kaufen doch unser Blatt nicht.“[394] Viele Zeichner der *Fliegenden Blätter* gingen, wie Th. Th. Heine, später zum *Simplicissimus* oder der *Jugend*, wo sie individuellere Freiheiten hatten. Gleichwohl waren die *Fliegenden Blätter* eine gute Schule für angehende Illustratoren: „[E]s gehörte großes Geschick dazu, Schnelligkeit der Auffassung, Gewandheit in der Wiedergabe der Menschen, die oft in schwierigen Bewegungen und Verkürzungen darzustellen sind“. Der Ruf der *Fliegenden Blätter* war sprichwörtlich;[395] „in den Kiosken der Pariser Boulevards waren sie das einzige deutsche illustrierte Blatt, das verkauft wurde.“[396] Die beliebtesten Zeichner erhielten sogar Abwerbeangebote ausländischer Zeitschriften, etwa von *Harper's Monthly* oder dem britischen *Graphic*.

Im Restaurationsjahrzehnt sind wenig Witzblatt-Neugründungen nachzuweisen; erst in den 1860er Jahren erschienen Titel wie *Berliner Charivari. Kritisches Volksblatt* (Berlin: Noehring 1860), *Hamburger Wespen. Satirisch-humoristisches Stichblatt* (Hamburg, 1.1862–7. 1868), *Miau. Ein lustiges Volksblatt mit komischen Bildern* (München: Neubayer, 1.1865–5.

---

388 Schlittgen, Erinnerungen, S. 124

389 Boetticher, Die Münchener ‚Fliegenden Blätter‘, S. 349

390 Boetticher, Die Münchener ‚Fliegenden Blätter‘, S. 355

391 ebd.

392 ebd. S. 359

393 Schlittgen, Erinnerungen, S. 121

394 Schlittgen, Erinnerungen, S. 124

395 „[H]ier im Kaffeehause zog sich soeben ein Leutnant den Überrock aus, eine hübsche Kellnerin war behilflich. Der Leutnant sagte: ‚Fräulein, Sie kenne ich doch.‘ Worauf die Kellnerin: ‚Ich Sie auch.‘ ‚Na, woher denn?‘ Aus den ‚Fliegenden Blättern.‘“ (ebd. S. 128/129)

396 Schlittgen, Erinnerungen, S. 128

1869), die erfolgreichen Wiener Blätter *Kikeriki. Humoristisch-politisches Volksblatt* (1.1861–60.1920?) und *Der Floh* (Budapest u. Wien: Frisch u. Deutsch 1. 1869–34.1902?) und vor allem die von Julius Stettenheim herausgegebenen *Berliner Wespen. Illustrirtes humoristisches Wochenblatt* (Berlin: Brigl; 1.1868–21.1888; danach: *Deutsche Wespen* 21.1888–32.1894) mit den äußerst populären Figuren „Wippchen“ und „Muckenich“, deren Abenteuer Stettenheim auch in Büchern weiter ausführte. Die Kaiserzeit schließlich erlebte mit durchschnittlich mindestens drei Witzblatt-Gründungen pro Jahr (vgl. Tab.13[397]) einen ungekannten Boom; sogar ein Verleger wie W. Spemann versuchte sich anfangs in diesem Genre und gründete *Schalk. Blätter für deutschen Humor* (1878/79) und *Das humoristische Deutschland* (1885/86), die er jedoch bald weiter verkaufte.[398] Im Jahr 1904 betrug der Anteil der Witzblätter an den Unterhaltungszeitschriften 24%;[399] wobei die durchschnittlich meist kurze Lebensdauer Hinweis auf einen sehr beweglichen Markt ist: „Ein Witzblatt, das sich zehn Jahre gehalten […] hat, das darf sich schon dessen als einer Seltenheit rühmen.“[400]

Tab.13: Witzblatt-Gründungen der Kaiserzeit

Titel	Untertitel	Ort/Verlag	Jahr
Schultze & Müller-Zeitung	Internationale illustrirte Humoristisch-satyrische Monatsschrift	Leipzig	1871
Die Bombe	Illustrirte Wochenschrift	Wien	1871–1915?
Ulk	Illustrirtes Wochenblatt für Humor und Satire	Berlin	1.1872–62.1933
Fidibus	Organ für Beleuchtung	München	1.1872?–5.1875
Neue Fliegende Blätter	Humoristische Zeitschrift	Wien	1.1872–1915?
Die Bremse	Satyrisch-humoristisches Wochenblatt	München	1.1872–7.1878?
Doctor Eisenbart	Illustrirtes Witzblatt	Dresden: Tittel	1.1872/73–2.1874
Humoristische Blätter		Wien: Ignaz Goldblatt	1.1873–1915?
Die rothe Laterne	Humoristisches Organ zur Beleuchtung politischer und sozialer Schattenseiten	Berlin: Schönefeld & Baumgarten	1874
Das Reibeisen	Illustrirtes humoristisch-satirisches Wochenblatt	Dresden: Müchler & Büttner	1875
Mainzer Eulenspiegel	Humoristisch-satirische Wochenschrift	Mainz	1875/1876?
Die Leuchte	Humoristisch-satyrisches Wochenblatt	Köln	1875–1876
Nebelspalter	Schweizerische humoristisch-satirische Wochenschrift	Rorchach	1.1875–127.2001ff
Eulenspiegel	Unparteiisches Witzblatt für alle Stände	Kiel: Einfeldt	1876–1914?
Der April-Narr	Humoristisch-satyrisches, die Leute ärgerndes, unsere Zustände verherrlichendes illustrirtes Juxblatt	Nürnberg: Grillenberger	1876/1877
Mainzer Schewwel	Lyrisch-satyrisch-humoristisch-undsoweiterisches Tageblatt, das alles Wochentag vereint und jeden Sonntag neu erscheint	Mainz: Eichenberger u. Bohne	1.1876–2.1877
Die Posaune	Illustrirte humoristische Wochenschrift für Südungarn	Temesvár: Jenkner	1876–1914?
Mainzer humoristische Blätter	Lyrisch-satirisches, humoristisch-kohliges Wochenblatt	Mainz: Thon	1.1876–14.1889
Die Brennessel	Humoristisch-satirisches Wochenblatt	Mainz: Kleiner	1877
Deutsche Reichslaterne	Humoristisch-satirische Wochenschrift	Leipzig: Wölfert	1877

397 Es wurden nur Titel aufgenommen, die in den Verzeichnissen bei Sperling auftauchen und/oder sich in der Zeitschriftendatenbank (ZDB) recherchieren ließen (offensichtliche Karnevalsblätter bzw. solche, die nicht auf Periodizität hin angelegt sind, blieben ausgeschlossen). Die wirkliche Anzahl dürfte weitaus höher liegen, wie z. B. auch die zahlreichen Titel sozialdemokratischer Witzblätter vermuten lassen, die Drahn in „Sozialistische Witzblätter in Deutschland“ nennt; H. Herbst, Die Illustrationen der ‚Meggendorfer Blätter‘, weist im Zeitraum 1838 bis 1931 allein für München 79 Titel nach (S. 206–208), Brandstetter, Bibliographie der Gesellschaftsschriften usw. für die Schweiz zwischen 1866 und 1895 71 Titel (S. 192–197).

398 Vgl. A. Spemann: Wilhelm Spemann, S. 131–133; zum *Schalk* auch Schlittgen, Erinnerungen, S. 58–60, 62, 67

399 Der 42. Jg. (1904) von Sperlings Zeitschriften-Adressbuch gehört zu den ausführlichsten dieser Jahre; die Rubrik „Unterhaltungsblätter“ zählt 319 Titel auf, davon sind 75 als Witzblätter zu identifizieren.

400 Boetticher, Die Münchener ‚Fliegenden Blätter‘, S. 343

Die Laterne	Allgemeine illustrirte humoristisch-satyrische Stenographen-Zeitung	Ludwigslust: Hinstorff (Kommission)	1877–1878
Der Humorist	Kölner Witzblatt	Köln	1878
Das Lämplein	Humoristisch-satyrisches Wochenblatt		1878–1880
Das Klärmittel	Humoristisch-satyrische Monatsschrift f. Zuckerfabrikation, in harmlosem Tone für theoretisch und praktisch verstimmte Zuckerfabrikanten	Halle: Schwarz	1.1878–3.1881?
Hans-Jörgel	Humoristische Volkszeitung	Budapest: Czekelter	1878–1908?
Der Schalk	Blätter für deutschen Humor	Leipzig: Bergmann	1878–1915?
Schalk	Blätter für Witz und Humor	Leipzig u. a.	1.1878/79–44.1921
Schalk und Kauz	Blätter für deutschen Humor	Stuttgart u. a.	1.1878/79–18.1895
Humoristicon	In Bild und Wort für die lachende Welt	Wien: Cerny	1879
Der Dorfbarbier	Farbig illustriertes humoristisches Volksblatt	Berlin	1880–1904?
Die Wespen		Wien: Spitzer	1880–1915?
Sieh ack har	Amts-Blatt für Humor und Satire	Zittau	1881/82
Der Spottvogel	Humoristisch-satyrische Wochenschrift	Lübeck: Beuthien	1.1881–2.1882?
Neue Fliegende Blätter	für Scherz & Ernst, Humor und Satyre	München: Magg	1.1881–3.1883
Bock-Zeitung	für Berliner Humor und Satire	Berlin	1.1881–28.1910?
Der (süddeutsche) Postillon	Illustrirtes politisch-satyrisches Arbeiterblatt	Stuttgart/München: Ernst	1.1882–29.1910
Stadt-Brille	Humoristisch-satyrisches Wochenblatt	Trier: Ahnen	1883
Leipziger pikante Blätter	Illustrirte humoristisch-satyrische Wochenschrift	Leipzig: Hermsdorf	1883–1884
Der Jux	Humoristisch-witzige, satyrisch-antisemitische Funken	Mainz: Windecker	1.1883–4.1886
Kobold	Bunte Blätter für lustige Leute	Hamburg: Seelig & Ohmann	1883
Nagels Lustige Welt		Berlin: Nagel	1883–1915?
Dresdner Witzableiter	Bunte Blätter für Humor u. Satire	Dresden: Bartsch	1884
Der neue Calculator	Dresdner Witzableiter	Dresden: Gassert	1884–1888?
Der wahre Jacob	Illustrirte Zeitschrift für Satire, Humor und Unterhaltung	Stuttgart: Dietz	1884–1933
Der Arme Teufel	[anarchistisches Witzblatt]	Detroit, Michigan	1.1884/85–16.1899/1900
Leuchtkugeln vom Gigele		Biberach: Schick	1884–1908?
Die Brennessel	Humoristische Beilage	Dresden: Heinrich	1885
Münchener humoristische Blätter		München: Schuh	1.1885–36.1920?
Pillango	Humoristisches Wochenblatt	Budapest	1886–1904?
Lustige Blätter	Schönstes buntes Witzblatt Deutschlands	Berlin: Eysler & Co.	1.1886–59.1944
Lustige Blätter – danach: Heitere Blätter	Humoristisches Unterhaltungsblatt Humoristisches Unterhaltungsblatt	Berlin: Nagel Berlin: Nagel	1886–1896 1897–1915?
Caviar	Pikante und heitere Blätter	Budapest	1.1886/87–6.1891
Pipifax.	Das deutsche humoristische Wochenblatt	St. Petersburg	1887/1888
Radfahr-Humor		München: Bassermann & Bruckmann	1.1887/88–14.1900/01
Kobold	Humoristisches Wochenblatt	Berlin: Kowark	1888–1934?
(Lothar) Meggendorfer's humoristische Blätter		München: Schreiber	1.1888–14.1902
Metzer humoristische Blätter		Metz	1.1881–34.1914?
Glühlichter	Humoristisch-satirisches Arbeiterblatt	Wien: Brand	1.1889/90–19.1915
Lustiges Echo danach: Das Fidele Haus (s. u.)		Berlin Berlin	1.1890/91–8.1897 1.1898–3.1900
Schweizerische Fliegende Blätter		Zürich: Neff	1890–1914?
Leipziger humoristische Blätter	Beilage zum Leipziger Stadt- und Dorfanzeiger	Leipzig	1890–1909
Der Spottvogel pfeift auf Alles		Berlin: Cohn	1.1891–2.1892

Forts.: Der Spottvogel		Berlin	3.1897–6.1903?
J. Garleutners s'lustige Groß-Wien		Wien: Garleutner	1891–1914?
Wau-Wau	Humoristisch-satyrisch-satanisches Witzblatt für Cassel und was d'rum und d'ran hängt	Kassel	1.1891–3.1893
Rheinischer Kladderadatsch		Köln: Oster & Joisten	1891–1908
Der Kneipwart	Humoristische Monatsbeilage	Berlin: Hanschke	1891–1913
Feuerfunken	Illustrirte Blätter für Humor und Satire	Berlin	1.1892–4.1895
Dresdensia	Wochenschrift für Kritik, Chronik, Satire und Humor	Dresden: Union	1.1892–2.1893
Augsburger humoristische Blätter		Augsburg	1892–1898
„Famos"!	Der neue Vereinshumorist	Stuttgart: Levy & Müller	[1.?]1892–6.[1902?]
Pschütt! Karikaturen	Humoristisches Wochenblatt	Wien: Singer	1892–1915?
Heitere Blätter		Budapest: Hatsek	1893–1904?
Typographische Karikaturen		Wien	1894–1908?
Die Witzrakete		Budapest	1894–1915?
W.k.W. (Wiener kleines Witzblatt)		Wien: Rob-Verlag	1894–1923?
Der fidele Pforzheimer	Zentral-Witz- und Unterhaltungsblatt	Pforzheim: Haberstroh	1895–1915?
Die Geißel	Der bayerische Kladderadatsch, humoristisch-satyrische Wochenschrift	München	1.1895–2.1896?
Schweizer humoristische fliegende Blätter		Zürich: Knape	1895–1904?
Der neue Postillion	Humoristisch-satirisches Halbmonatsblatt der schweizerischen Arbeiterschaft	Zürich: Grütlidruck	1.1895–16.1911
Tam-Tam	Besprechende, launige und spottende Vierteljahresschrift	Chicago: Seebaum	1896–1904?
Lachendes Jahrhundert		Berlin: Eysler & Co	1896–1908?
Heitere Welt		Berlin: Nagel	1896–1915?
Der Fidele Pforzheimer	Zentral- u. Lokal-Witzblatt für Humor u. Satire nebst d. Lokal-, Zentral- u. Plakat-Anzeiger	Pforzheim: Haberstroh	1896
Das kleine Witzblatt		Berlin	1896–1909
Wiener kleines Witzblatt		Wien: Garleutner	1896–1914?
Neue Glühlichter	Humoristisch-satirisches Arbeiterblatt	Wien: Brand	1896–1915
Der Gemütliche Sachse		Leipzig: Bergmann	1.1896–28.1923?
Humor ist Trumpf	Illustrierte Zeitungsbeilage	Oldenburg: Büttner	1897–1904?
Pfiffikus	Münchener Blätter für Kritik und Satyre	München: Rost & Velisch	1897–1904
Das fidele Haus; danach: Lachendes Jahrhundert	Humoristisches Fachblatt	Berlin: Verlag der Lustigen Blätter	1.1898–3.1900 4.1901–10.1907
Fidele Blätter		Wien: Schwartz	1898–1904?
Rübezahl	Blätter für Volkshumor, Mundart und Heimatkunde	Schweidnitz: Heege (Komm.)	1898–1908?
Spaßvogel	Christliches Witzblatt	Graz	1.1899–2.1900
Schweizerische Fidele Blätter		Zürich: Marktwalder	1899–1904?
Trierischer Kladderadatsch	Blätter für Humor und Satire	Trier	1.1899–13.1911
Linzer Fliegende Blätter	Völkisches Witzblatt	Linz: Beyer	1899–1914?
Der Tiroler Wastl		Innsbruck: Jenny	1900–1915?
Der Affenspiegel	Satyrische Wochenschrift	München: Fruehrot	1901
Das Überblättl	Witzblatt	Bad Soden: Philips	1901–1904?
Der kleine Kobold	Verbreitetstes Witzblatt von Dresden und Umgebung	Dresden	1902
Düsseldorfer Mostert	Satyrisch-kritische Wochenschrift	Düsseldorf: Redemann	1902
Das Schnauferl	Fliegende Blätter für Sport-Humor	München: Braunbeck	1902–1906?
Tip-Top	Blätter für fröhliche Laune	Berlin: Nagel	1902–1914?
Der Knote	Unmodernes Ueberwitzblatt	Leipzig u. a.: Schmitt	1.1902–13.1914
Neppendorfer Blätter	Wochenschrift für Humor u. Satire	Hermannstadt: Botschner	1.1902–26.1928

Meggendorfer Blätter	Farbig illustrierte Wochenschrift für Humor und Kunst	München: Schreiber	15.1903–40.1928
Sect	Blätter für fröhliche Laune	Berlin u. a.: Laue u. a.	1903–1915?
Speisratzen	Illustrierte Wochenschrift für Satire und Humor	Düsseldorf: Minjon	1903
Graphischer Humor	Illustrierte humoristische Halbmonatsschrift für die graphischen Gewerbe	Berlin	1904?
Der Lachhannes	Illustriertes Witzblatt	Frankfurt/Main: Bauer	1904?
Spaßvogel		Graz	1904?
Der Spottvogel		Berlin: Verlag d. Welt am Montag	1904?
Bruder Straubinger		Spalt: Fuchs	1904–1908?
Lustige Gesellschaft		Berlin	1904–1915?
Die Muskete	Humoristische Wochenschrift	Wien	1905–1941?
Die lustige Woche	Moderne Wochenschrift für Humor und Kunst		1.1906–3.1908
Forts: Der Guckkasten			4.1909–16.1921
Der Faun	Humoristische Wochenschrift für die vornehme Welt	Berlin	1906–1908?
Das Bier	Illustrierte Wochenschrift für Ernst und Scherz, Humor und Satyre	München: Marchner	1.1906–14.1919?
Eulenspiegel	Wochenbeilage zur Münchener Zeitung		1906–1919
Pfälzer Ulk	Witzblatt des Hausfreund für Stadt und Land	Speyer: Klambt	1907–1909
Der lustige Uhu		Schwyz	1908?
Münchener Tribüne	Wochenschrift für Ernst und Satire	München: Schlagenhufer	1.1908–6.1914?
Frou-frou	Illustriertes Witzblatt	Berlin	1909/1910
Jux		Hannover	1.1910–13.1922
Der Komet		München	1.1911–2.1912
Das Rote Horn	Illustrierte Wochenschrift für lokale Satire und Magdeburger Kunstleben	Magdeburg	1912
Man lacht	Humoristische Monatshefte	Berlin	1912–1914?
Fidele Blätter		Berlin: Genters u. a.	1912–1914?
Fidele Blätter		Saarbrücken	1913
Der Simpel	Satirische Wochenschrift für Kritik und Humor	München: Michl	1914?
Kochbrunnengeister	Blätter für Humor, Witz u. Satire. Wochenbeilage der Wiesbadener Neuesten Nachrichten	Wiesbaden	1915
Hande	Türkisch-deutsche humoristisch-satirische Wochenschrift	Handah: Pera	1.1916–2.1917?
Faun	IllustrierteWochenschrift für Politik, Satire, Kunst und Humor in Wort und Bild	Berlin: Krocker	1.1918–2.1919

Neben zahlreichen Titeln mit regionaler Reichweite konnten um 1900 herum v. a. farbig-illustrierte Witzblätter sowie Witzblatt-Beilagen für Tageszeitungen Erfolge verzeichnen, ein Trend, die sich auch bei Familienblättern, Versicherungszeitschriften und Frauen- und Modezeitschriften beobachten läßt. Stettenheims *Wespen* erschienen „zuerst selbständig, dann als Beiblatt, zeitweise wieder selbstständig, dann nochmals als Beiblatt“[401], der *Ulk* war eine kostenlose Beilage zum *Berliner Tageblatt* und Nagels *Lustige Welt* wurde Dutzenden lokaler Tageszeitungen beigelegt. Auch zahlreiche lokale Zeitungen besaßen, wie die Untertitel der o. a. Tab.13 ausweisen, Witzblatt-Beilagen. Beilagen großer Tageszeitungen oder solche, die bei mehreren Zeitungen erschienen, verzeichneten naturgemäß die höchsten Auflagen, da sie nicht in einer direkten Marktkonkurrenz standen. Die *Lustige Welt* (Nagel) erschien 1901 Woche für Woche in 245.000 Exemplaren, ähnlich hohe Auflagen verzeichneten die *Münchener humoristischen Blätter* (1901: 116.000), eine Beilage des *Neuen Münchener Tagblatts*, und das Beiblatt zahlreicher sozialdemokratischer Zeitungen *Der wahre Jacob* (1907: 205.000). Unter den auf direkte Abonnenten bzw. den Straßenverkauf angewiesenen Blättern waren die meistverkauften die älteren *Fliegende Blätter* (1883:45.000, 1901: 98.000) und *Kladderadatsch* (1872: 50.000, 1913: 40.000), die zudem von den sehr erfolgreichen Ablegern *Humoristisch-satirischer Volks-Kalender des Kladderadatsch* (1.1850–38.1887) und *Münchener Fliegende Blätter Kalender*

[401] Adolf Hinrichsen: Das literarische Deutschland. Berlin 1887, Stichwort „Stettenheim“, S. 624

(1.1884–52.1932) begleitet wurden, sowie die Neugründungen *Meggendorfer Blätter* (1893: 25.000, 1910: 55.000), *Jugend* (1907: 70.000) und *Simplicissimus* (1908: 90.000).

Meggendorfer Blätter

Das erste Heft der *Meggendorfer Blätter* (1.1888– 57.1944) erschien Ende 1888 unter dem Titel *Humoristischer Hausschatz. Aus Lothar Meggendorfers lustiger Bildermappe* (München: Schreiber).[402] Der Verleger legte nicht nur großen Wert auf eine farbige Bebilderung seines neuen Witzblattes, er achtete auch auf eine gehobene künstlerische Bildgestaltung. Insofern stellten die *Humoristischen Blätter* um 1890 etwas Besonderes dar. Der erste Jahrgang hatte (noch) den Charakter eines Familienblattes, erotische Anspielungen und drastische Szenerien, wie sie für Witzblätter nun üblich wurden, blieben ausgespart. Illustrationen (von Witzen, kleineren Erzähltexten und Gedichten), Karikaturen und Bildergeschichten spiegelten vor allem das Repertoire des als Bilderbuchillustrator etablierten Herausgebers. Von zentraler Bedeutung für den Charakter der Blätter war die Bildergeschichte: Meggendorfer gehörte – mit Wilhelm Busch – zu den ersten, „die diese Bildform spezialisierten und zu dem Erfolg brachten, den sie heute im ‚comic-strip' und teilweise auch in der ‚hohen Kunst' einnimmt."[403] Mit dem Engagement weiterer Künstler wurde das Repertoire bereichert: Josef Mukarovsky (1851–1921) steuerte (später) vor allem erotische Szenen bei, Otto Bromberger (1862–1943) lieferte zahlreiche humoristische Tierzeichnungen. Entscheidend für die künftige Prägung der Blätter waren jedoch die karikaturistischen Beiträge von Victor Schramm (1865–1929). Der Erfolg der Zeitschrift war so groß, daß sie seit 1890 monatlich und seit 1891 wöchentlich unter dem Namen *Lothar Meggendorfers Humoristische Blätter* erschien, ab 1895 wurde auf die Mehrfarbigkeit im Titel hingewiesen: *Meggendorfers Humoristische Blätter* hießen künftig „Farbig illustrierte Wochenschrift". Seit der Jahrhundertwende trieb der Verlag die Modernisierung der Blätter voran, immer neue Künstler wurden engagiert und eine durchgängig farbige Gestaltung angestrebt. Meggendorfer wollte die Veränderungen nicht akzeptieren und schied 1905 aus dem Verlag aus. Fortan zeichnete Karl Pommerhanz (1857–1940) die Bildergeschichten, maßgeblich für die Gestaltung der Zeitschrift waren darüber hinaus u. a. Josef Mauder (1884–1969) und Josef v. Loukota (1879–?). Entscheidend für den weiteren Erfolg war die Konzeption eines aktuellen Teils, der die Tagesereignisse vom humoristischen Standpunkt aus beleuchtete.

Simplicissimus

Zu den wirkungsvollsten Neugründungen der Jahrhundertwende gehörte – neben der *Jugend* – der *Simplicissimus*. Hans Reimann, der später selbst als Zeichner für das Blatt arbeitete, kaufte als Schüler in Leipzig regelmäßig die neue Satire-Zeitschrift. Er habe daraus gelernt, „was faul war am Staatsoberhaupt, an den Großkopfeten, an den Parteien, an der Gesellschaft, an der Bürokratie, am Bürgertum, an den Gscherten. In Schutz genommen wurde lediglich der Arme, der Wehrlose."[404] Literarische Mitarbeiter des *Simplicissimus* waren O. J. Bierbaum, G. Falke, W. Schäfer, A. Schnitzler, F. Wedekind, Th. Mann, L. Thoma, G. Meyrinck, B. Björnson u. v. a., die optische Physiognomie wurde vom Zeichenstil Th. Th. Heines und seit dem siebten Jahrgang (1902) dem Olaf Gulbranssons[405] geprägt. „War der ‚Simplicissimus' zunächst eine Unterhaltungszeitschrift gewesen, allerdings mit sozialem Einschlag, so setzte Björnstjerne Björnson, der Schwiegervater Langens, [des Verlegers,] eine scharfe politische Richtung durch – gegen den Willen Wedekinds und Th. Th. Heines, die beide mit ihrem Austritt drohten. […] Durch den ‚Simplicissimus' wurde nicht nur das geschmackliche Niveau eines ganzen Volkes gehoben – es lernte auch der kleine Mann politische Zusammenhänge begreifen."[406]

---

402 Vgl. erschöpfend Herbst, Geschichte und Konzept der Meggendorfer Blätter.
403 Ebd., S. 40
404 Reimann, Mein blaues Wunder, S. 41–49, hier S. 42
405 Vgl. H. Reinoß, Bilder aus dem Simplicissimus, Hannover 1970
406 Vgl. H. Reinoß, Bilder aus dem Simplicissimus, S. 44/45

Allerdings schwenkte auch der *Simplicissimus*, der zuvor ständig von Konfiskationen bedroht war und dessen Mitarbeiter regelmäßig Festungshaft abzusitzen hatten, wie sämtliche deutschen Unterhaltungsblätter mit Beginn des Ersten Weltkriegs auf hurrapatriotischen Kurs um. Reimann führt dies auf das Gewinnbeteiligungsmodell zurück, das die sieben wichtigsten Zeichner dem Verleger abgerungen hatten: „Thoma war der Alte geblieben und hätte auch nicht nötig gehabt, um seinen Lebensunterhalt zu bangen. Die Zeichner hingegen, die bei Nichtweitererscheinen des Blattes ihre hohen Gewinnanteile eingebüßt hätten, witterten die große Chance, tüchtig zu verdienen, und überboten einander an Teutschtum.“[407]

Ulk

Ganz ähnlich verhielt es sich auch mit dem *Ulk*, der beliebten Beilage des *Berliner Tageblatts*: kommentarlos wurde mit der Nummer vom 14. August 1914 alle Farbigkeit aus dem Blatt genommen, die gesellschaftkritischen Beiträge hörten auf, sogar H. Zilles Karikaturen zeigten nun nicht mehr Berliner Proletarierelend, sondern es begann eine vier Jahre lang laufende Serie um zwei kauzige Mecklenburger im Krieg, die als „Vadding in Frankreich“[408], „Vadding im Osten“[409], „Vadding im Süden“[410] und „Vadding im Norden“[411] eine ungeheure Popularität erreichte. Ihre vorgebliche Harmlosigkeit verdankten die 200 Blätter, die vom 18. September 1914 bis zum 12. Juli 1918 liefen, v. a. der verschäften Kriegszensur; wer genau hinsah – und das wird man von Soldaten im Schützengraben, die zu Tausenden diese Blätter sahen, annehmen dürfen – erkannte auch im verhüllenden Gewand der „Vadding-Serie“ die scharfe Sozial- und sogar Kriegskritik Zilles wieder.

Der *Ulk* nannte sich „Illustrirtes Wochenblatt für Humor und Satire“ (später: „Wochenbeilage zum Berliner Tageblatt“), erschien wöchentlich mit acht Seiten, wurde redigiert von Fritz Engel und hatte ein zweifarbiges, häufig auch vierfarbiges Titelbild, das eine politische Karikatur zeigte, nicht selten wirksam unterstützt von weiblicher Nacktheit[412]. Auch die Texte und Zeichnungen im Innenteil spielen häufig mit erotischen Motiven[413], ansonsten wurden große Politik und Berliner Lokalangelegenheiten gleicherweise aufs Korn genommen, scharfer Witz richtete sich vor allem gegen Börsenspekulanten, Zentrumspartei, Adelsvertreter, Polizei und Militär, auch der Kaiser wurde immer wieder mit ironischen Sottisen bedacht. Regelmäßig berichtete das Blatt ausführlich über die jährliche Ausstellung der Berliner Sezession und mokierte sich über die konservative Aufregung über ausgestellte „Nacktheit“. Die publizistische „Arbeitsteilung“ des satirischen Wochenblattes mit der liberalen Tageszeitung, die es als Beilage vertrieb, ist offensichtlich; doch sind Struktur, Ablauf und Funktion dieses besonderen kommunikativen Systems bislang ununtersucht geblieben. Wie schon in den Witzblättern der 48er-Revolution, im *Kladderadatsch*, den *Fliegenden Blättern* u. v. a. gab es auch im *Ulk* feste „Witzblattfiguren“, die immer wieder auftauchten, für die Leser einen Wiedererkennungseffekt besaßen und auch als stereotype Reflektionsmöglichkeit des Alltags ein besonderes Leserinteresse auf sich zogen[414]: z. B. die „Schreibmaschinistin“ Frida Klapperschlange, Frommhold Zuverlässig, „ein

---

[407] Vgl. H. Reinoß, Bilder aus dem Simplicissimus, S. 123

[408] Von Nr. 38 (7. Kriegsnummer) Jg. 43 (1914) bis Nr. 37 (111. Kriegsnummer) Jg. 45 (1916)

[409] Von Nr. 38 (112. Kriegsnummer) Jg. 45 (1916) bis Nr. 45 (171. Kriegsnummer) Jg. 46 (1917)

[410] Von Nr. 46 (172. Kriegsnummer) Jg. 46 (1917) bis Nr. 12 (190. Kriegsnummer) Jg. 47 (1918)

[411] Von Nr. 13 (191. Kriegsnummer) Jg. 47 (1918) bis Nr. 28 (206. Kriegsnummer) Jg. 47 (1918)

[412] Vgl. z. B. Nr. 5 vom 29. Januar 1909 oder Nr. 24 vom 11. Juni 1909

[413] Vgl. z. B. Nr. 5 vom 17. Januar 1902, Nr. 2 vom 10. Januar 1908, Nr. 9 vom 12. Februar 1908, Nr. 40 vom 9. Oktober 1913

[414] Diese erfolgreiche publizistische Stereotypbildung – vergleichbar der Schaffung von Serienhelden (bei Dumas, Aimard, K. May, Conan Doyle u. a.) im populären Roman –, die ihre Wirkung bis in unsere Tage entfaltet, ist im einzelnen unerforscht; als früheste Gestalt gilt allgemein Glasbrenners „Eckensteher Nante“. Über Witzblattfiguren der späteren Zeit schrieb z. B. Adolf Stein („Rumpelstilzchen“) in seinem Feuilleton für die *Tägliche Rundschau* vom 10. Februar 1927: „Die Schwiegermutter, der Leutnant, der Schusterjunge, der Professor sind als ständige Typen aus modernen Witzblättern verschwunden. Aus einem sehr einfachen Grunde: ihre manchmal grotesken Urbilder existieren auch im Leben kaum mehr.“ (vgl. http://home.t-online.de/home/0222478110-0001/rumpel.htm)

eifriger Leser und Gegner unseres Blattes“ oder Hans Naivus, der Literat. Heinrich Zille gehörte seit etwa 1905 zu den regelmäßigen Zeichnern des *Ulk*; seine Beiträge reflektieren in differenzierter, erkennbar aus eigener Anschauung gewonnener Weise, meist auf eine witzige, sarkastische oder auch zynisch-bittere Pointe gebracht, den öffentlichen und privaten Alltag des Berliner Proletariats. Dabei wurden Musikautomaten, Kunstausstellungen, Zeppeline, Automaten-Cafés, Jugendkriminalität, Armut), Prostitution, Abtreibung, Ganoventum, sexuelle Ausbeutung und Alkoholismus zeichnerisch ebenso umgesetzt wie Wohnungselend, Mietwucher, Lumpenbälle, Verhütungsprobleme, Mangelernährung, Kinematographen oder Baden am Müggelsee – vollständig ausgespart blieb jedoch bemerkenswerter Weise der Arbeits- und Fabrikalltag der Männer.

Zille zeichnete auch für den *Simplicissimus* (seit 1903), die *Lustigen Blätter* (seit 1905) – in deren Verlag (Berlin: Eysler & Co.) seit 1908 auch die populären Bilderwerke Zilles erschienen – und *Jugend* (seit 1905), wie denn überhaupt die Witzblätter eine erstrangige Einnahmequelle für Maler und Zeichner einer neuen Generation wurden, die darin willkommene, weil mehr oder weniger regelmäßige Verdienstmöglichkeiten fanden. Hermann Schlittgen (geb. 1859), später fester Mitarbeiter der *Fliegenden Blätter*, hatte als Kind schon Bilder aus der *Gartenlaube* mit Tusche und Feder kopiert; durch eines der ersten Hefte von Lohmeyers *Schalk. Blätter für deutschen Humor* (1.1878–44.1921) erhielt er die Anregung, selbst zu zeichnen: „einige [Zeichnungen] frisch, mit einer neuen Note: Modernes Leben! […] ich […] sagte mir ganz im stillen: das kannst du vielleicht auch!“ Nun zeichnete er regelmäßig für den Schalk: „Das Honorar war für mich als Anfänger recht gering, und doch kam es mir vor, als sei ich nun in einen sichern Hafen eingelaufen und alle Not für immer vorbei.“[415] Richard Seewald, der seit 1909 gelegentlich für die *Lustigen Blätter* und die *Jugend* zeichnete, schreibt in seinen Erinnerungen: „Feininger zeichnete damals regelmäßig für die Berliner ‚Lustigen Blätter‘, Weisgerber für die ‚Jugend‘, Pascin begann seinen Weltruhm mit lasziven Zeichnungen im ‚Simplicissimus‘.“[416] Seewald selbst erhielt als Einundzwanzigjähriger von den *Meggendorfer Blättern* einen Vertrag mit einem monatlichen Fixum. „Ich griff sofort danach, denn damit war das leidige Hausieren auf den Redaktionen zu Ende, und mir blieb Zeit für ernsthafte Arbeit.“[417] George Grosz (geb. 1893) begab sich als Siebzehnjähriger „auf die breite, glattgewalzte Chaussee der Witzblattillustration“ und begann für den *Ulk* zu zeichnen: „Dazu erfand ich Witze. […] die Zeichnungen waren leichter verkäuflich, wenn ich die Witze mitlieferte.“[418]

Jugend

Die von Georg Hirth konzipierte und von Fritz von Ostini redigierte *Jugend*[419] gab einer ganzen Stilrichtung und Zeitepoche ihren Namen, was jedoch, wie der Herausgeber immer wieder (vergeblich) konstatierte, nur zum Teil und auch nur in den ersten Jahren des Blattes seine Berechtigung hatte.[420] Sie war kein ausschließliches Witzblatt, firmierte im Untertitel als „Münchner Illustrierte Wochenschrift für Kunst und Leben“, doch bestimmten von Anfang an Zeichnungen und in jeder Nummer mehrere, teils großformatige, eine Doppelseite ausfüllende Karikaturen[421] das Erscheinungsbild. Die Zielrichtung der Karikaturen war meist anti-philiströs und anti-pfäffisch, auch Wilhelm II. wurde aufs Korn genommen[422]; in einer Karikatur von A. Schmidhammer aus dem Jahr 1904[423] sah die *Jugend* sich auch selbst als Witzblatt, was zudem genau der Linie ihrer Gegner entsprach. Vor allem jedoch die offensive, bis dahin ungesehene Betonung jeglicher Lebensfreude, von Spaß, Vergnügen und Sinnlichkeit und Erotik als selbstverständli-

[415] Schlittgen, Erinnerungen, S. 58 u. 60
[416] Seewald, Die Zeit befiehlts, S. 87
[417] ebd.
[418] Grosz, Ein kleines Ja, S. 88 u. 89
[419] Vgl. Butzer/Günter, Literaturzeitschriften der Jahrhundertwende, S. 127/128
[420] Zum Selbstverständnis vgl. z. B. Georg Hirth: De domo. In: Jugend, Nr. 18 (1901) o. P.
[421] Z. B. die Karikatur von Rudolf Wilke „Erst das Roast- dann das Toasteef“ in Heft 1 des 2. Jahrgangs (1897)
[422] Z. B. „Hohe See in Kiel“ in der *Jugend* Nr. 28/1913 (1. Juli)
[423] Nr. 22 vom 19. Mai 1904

cher Lebensäußerung heben diese Zeitschrift aus den meisten anderen ihrer Zeit heraus. Mit einem Quartalspreis von 3 Mark und einem Einzelpreis von 30 Pfg. (später: 40 Pfg.) war die Zeitschrift teurer als die meisten vergleichbaren Publikationen. Jedes Heft war in sich abgeschlossen, die ganzseitigen Titelbilder wurden von Anfang an meist vierfarbig gestaltet und waren – wiederum häufig mit weiblicher Nacktheit[424] – auf Blickfang ausgerichtet: stillende Mütter, reitende Amazonen, Telefonistinnen, sogar eine Flugzeugpilotin, selbstbewußte Frauen jedenfalls, die den Betrachter direkt ansehen und belegen, daß die Herausgeber auf Einzel- (Bahnhofs-, Kiosk- oder Straßen-) verkauf rechneten.[425] Dominierend waren die Illustrationen, v. a. die großformatigen Vierfarbdrucke zeitgenössischer Künstler, darunter zahlreiche Akte von L. Putz, F. Erler, P. Rieth, M. Klinger, H. v. Habermann, F.v. Stuck u. a. Der enorme Erfolg der *Jugend* (Auflage 1908: 74.000) verdankte sich der „unanstößigen Zurichtung erotischer Phantasmen für ein Massenpublikum. […] Die Entdeckung des nackten Frauenkörpers […] als attraktives publizistisches Potential bildet neben der formalen Erneuerung einen wesentlichen Bestandteil des Erfolges.“[426] Anfangs ist das Erscheinungsbild noch graphisch bestimmt (Ranken, Arabesken, Randverzierungen), später dominieren die Reproduktionen großformatiger Gemälde. Gab es zu Beginn noch Erzählungen (z. B. von E. v. Keyserling), dominiert später die kurze, prägnante und pointierte Skizze, Romane gab es nicht, dafür viel, meist zeitkritische Lyrik. „Ganze Bücher und Epen kann ‚Jugend‘ nicht gebrauchen; lieber mehr Salz als zu viel Schmalz, in der Kürze liegt die Würze“ meinte der Herausgeber. „Ein Sprechen mit Saft und Kraft, kurz und gedrängt, nicht sowohl geleckt und geschniegelt, als geradezu und nachdrücklich. Es sei eher schwerverständlich als langweilig, es sei fern von Ziererei, regellos, abgerissen und dreist. Jedes Bruchstückchen stelle Etwas für sich vor.“[427]
Nach Kriegsbeginn verschwand alle „Nacktheit“ aus der *Jugend*, sogar die entsprechenden Anzeigen blieben aus, Militärmotive beherrschten Bild- und Textteil.

Erotik und Satire
Der eigentliche Skandal der Witzblätter, das wird auch aus der o. a. Reaktion auf den *Kladderadatsch* deutlich, bestand aus der Verbindung von politischer Satire und einer zunehmenden erotischen Freizügigkeit, die beide zudem – nach der Jahrhundertwende obligatorisch – wirksam mit farbigen Zeichnungen und Bildern bei häufig auffallender Titelgestaltung unter die Leute gebracht wurden. Beide Bereiche lagen nicht nur ständig im Focus behördlicher Zensur, sondern ihre offene Darstellung war auch von der klassischen bürgerlichen Ästhetik verpönt. Karl Rosenkranz hatte schon 1853 in seiner „Ästhetik des Häßlichen“ hellsichtig und mit enzyklopädischem Eifer all jene Phänomene beschrieben, die dann in der zweiten Hälfte des Jahrhunderts die öffentliche Diskussion um „Kunst“ bestimmten.[428] Nun drangen Karikatur und Sexualität auf die Straße und begannen, das Bewußtsein nicht nur des bürgerlichen Publikums zu verändern. Die *Fliegenden Blätter* warben 1910: „Der Leserkreis ist bekanntlich ein kolossaler, da in allen Restaurants und Cafés die ‚Fliegenden Blätter‘ die Lieblingslektüre der Besucher bilden.“[429] Witzblätter galten als „eine Abart der Tagespresse“[430], weil sie, auch anknüpfend an ihre vormärzlichen und revolutionären Vorläufer um 1848, als erste Zeitschriften zunehmend auf den Einzel- und sogar Straßenverkauf setzten. Mit dem Vertrieb am Bahnhof, über Kioske und Einzelverkäufer suchten und fanden sie auch in neuer Weise ihre Wirkung im öffentlichen Raum, sie wurden in Bahnen, Omnibussen, Wirtshäusern oder auf Parkbänken

---

[424] z. B. Titelbilder Nr. 22/1904, Nr. 41/1905, Nr. 18/1906

[425] Nahnsen, Der Straßenhandel, berichtet folgenden Dialog: „Der Radfahrer eines Grossisten kommt zum Stande eines Zeitungshändlers mit den neuesten Zeitschriften, darunter der ‚Jugend‘. Der Radfahrer: ‚Wieviel willste?‘ Der Händler: *‚Zeig mal das Bild!* – , na, gib zwanzig‘.“ (S. 44)

[426] Butzer/Günter, Literaturzeitschriften der Jahrhundertwende, S. 128

[427] Georg Hirth: De domo. In: Jugend, Nr. 18 (1901) o.P.

[428] Karl Rosenkranz: Ästhetik des Häßlichen. Leipzig: Reclam 1990 (EA 1853), dort vor allem das zentrale Kapitel „Das Rohe“ (S. 185–225)

[429] Mosse-Katalog 1910

[430] Swierczewski, Wider Schmutz und Schwindel, S. 13

gelesen und besprochen, was ihnen, vor allem im Rahmen des „Schundkampfes“[431], vielfältige Kritik aus konservativen und kirchlichen Kreisen einbrachte.[432] Swierczewski etwa beklagte „eine[] ekle Flut von Witzblättern“[433], die seit Mitte der 1890er Jahre mit den Erfolgen von *Simplicissimus* und *Jugend* festzustellen sei. Dabei richtete sich die Kritik nicht nur gegen die „zum größten Theil abstoßend[en] und ungenießbar[en]“ redaktionellen Texte und Abbildungen, sondern vor allem auf die zahlreichen Inserate „von Pariser, Genueser und Ofen-Pester Firmen“[434], in denen für Aufklärungsschriften, Potenzmittel, Aktfotos, Pornographie, Hygieneartikel u. s. w. geworben wurde[435]. Die Angriffe wurden zeitweise so heftig, daß sich Albert Langen, der Verleger des *Simplicissimus*, verschiedentlich zu öffentlichen Stellungnahmen gezwungen sah[436]. Ähnlich häufig wurde das *Kleine Witzblatt* kritisiert[437], das „die schamloseste Verbreitung in Stadt und Land“[438] gefunden habe; es hatte 1896 eine Auflage von 20.000 und bezeichnete sich als „das verbreitetste billigste Witzblatt Deutschlands“.[439] Immer wieder fand dabei auch die allmähliche Ausweitung des Lesepublikums auf Jugendliche, wie sie etwa die Erinnerungen Hans Reimanns eindrucksvoll belegen,[440] ihre Kritiker: das *Kleine Witzblatt* sei „fast das Lieblingsblatt unserer heranwachsenden, noch schulpflichtigen Jugend“[441] geworden, hieß es. Otto von Leixner beklagte „die Gemeinheit seines Inhalts und seiner Bilder“[442] und die Anzeigen, in denen „wahnsinnige Geschlechtlichkeit sich bis zur Erschöpfung austobt“. Daß es sich bei den beschriebenen Phänomenen um Modernisierungserscheinungen handelt, deren Wirkungen weit über die Witzblätter hinausreichte, wird u. a. auch aus der eher allgemeinen Stoßrichtung der Schundkämpfer deutlich: Sie beklagten häufig die liberalisierte Gesetzgebung, die den Nachweis der Schuldhaftigkeit eines Redakteurs bei Verstößen gegen die Sittlichkeit verlangte. Deshalb mußte der „umständliche“, d. i. legislative Weg eingeschlagen werden, der beim Auftauchen einer derartigen Anzeige zunächst eine Verwarnung des verantwortlichen Redakteurs vorsah und eine Bestrafung nur im Wiederholungsfall.[443] Zudem wurde immer deutlicher, daß die besagten Anzeigen nicht nur in Witzblättern zu finden waren, sondern offenbar in sämtlichen Zeitschriften, die bislang als Familien- und Modeblätter außer Verdacht gestanden hatten. Swierzczewski[444] zitiert denn auch Anzeigen aus *Woche, Gartenlaube, Ueber Land und Meer, Zur Guten Stunde, Reclam's Universum, Welt und Haus, Zeit im Bild, Bühne und Sport, Deutsche Roman-Biblithek, Sonntags-Zeitung fürs Deutsche Haus, Häuslicher Ratgeber und Deutsche Moden-Zeitung*.

Aus diesen Ansätzen in Witzblättern und Illustrierten entwickelte sich um 1900 das ‚Pikante Blatt‘, eine neue Zeitschriftenform, die man heute etwa als „Männermagazin“ bezeichnen würde; ihre Mischung aus erotisch-spekulativer und/oder zeitgeistig-kritischer Leseransprache richtete sich vorwiegend an ein männliches großstädtisches Publikum. In gewisser

---

431 Vgl. G. Jäger, ….

432 Vgl. Swierczewski, Wider Schmutz und Schwindel, S. 13–21; von Hassel, Auf der Straße

433 Swierczewski, Wider Schmutz und Schwindel, S. 14

434 Swierczewski, Wider Schmutz und Schwindel, S. 17; in In Budapest erschien z. B. *Caviar. Pikante und heitere Blätter* (1.1886/87–6.1891)

435 Kemmer, Die graphische Reklame der Prostitution, 1906, beschreibt minutiös den Markt der zeitgenössischen Bildpornographie, darunter auch das Inseratenwesen. An Zeitschriften nennt er *Simplicissimus, Jugend, Kleines Witzblatt, Satyr, Flirt, Frou-Frou, Sect* und *Album* (S. 42/43).

436 Z. B. Tägliche Rundschau Nr. 541 vom 17. November 1905

437 Swierczewski, Wider Schmutz und Schwindel, S. 20; von Hassel, Auf der Straße, S.?

438 Swierczewski, Wider Schmutz und Schwindel, S. 20

439 Inserat in: Die Reklame, 6. Jg. (1896), S. 212

440 Reimann, geb. 1889, erwarb als halbwüchsiger Gymnasiast, entgegen dem ausdrücklichen Hinweis des Verkäufers: „Das ist nicht für Kinder“, eines der ersten Hefte des Simplicissimus. „Seitdem habe ich Woche für Woche bis 1914, bis zum Ausbruch des ersten Weltkriegs den ‚Simplicissimus‘ gekauft.“ Reimann, Mein blaues Wunder, S. 42

441 Reimann, Mein blaues Wunder, S. 42, ähnlich von Hassel, Auf der Straße, S.?

442 Zit. n. Swierzczewski, Wider Schmutz und Schwindel, S. 20

443 Zit. n. Swierzczewski, Wider Schmutz und Schwindel, S. 20

444 Zit. n. Swierzczewski, Wider Schmutz und Schwindel, S. 21–24

Weise ein Vorläufer auch dieser Gattung war die bereits erwähnte Wochenzeitschrift *Reporter. Illustriertes Welt-Blatt*, die seit 1894 erschien; der halbwüchsige G. Grosz (geb. 1893) legte sich „eine kleine Sammlung von Bildausschnitten kitschig schöner, halbbekleideter Damen […] aus der halb kriminalistischen, halb erotischen Zeitschrift ‚Reporter'"[445] an. Schon die illustrierten Familienblätter hatten gelegentlich versucht, den Reiz erotischer Abbildungen zu nutzen. Ein Beobachter schrieb 1887: „[D]er Bilderschmuck unserer Familienblätter bietet eine solche Fülle von Schaustellungen männlicher und weiblicher Reize von dem keimenden Busen einer Psyche bis zu den vollen Hängebrüsten der Negerin, von den prachtvollen Schenkeln eines Achilles, der sich den Pfeil aus der Ferse zieht, bis zu der Feigenblattlosigkeit eines Südsee-Insulaners, daß man den Herren Redacteuren den Vorwurf der Prüderie, was die bildende Kunst angeht, wahrhaftig nicht machen kann".[446] Die Familienblätter lägen in Kaffeehäusern und Hotels aus, „eigentlich nur um der Illustrationen, und zum Theil auch um der nackten Bilder willen".[447] Der kenntnisreiche Kulturhistoriker Eduard Fuchs, selbst viele Jahre Redakteur des sozialdemokratischen Witzblattes *Süddeutscher Postillion*, schrieb dazu 1912: „Die Beziehungen der illustrierten Zeitung [gemeint: Zeitschrift] zum Geschlechtlichen haben sich im Laufe der Entwicklung immer intimer gestaltet und sind schließlich die intimsten geworden, die sich denken lassen, indem eine Reihe illustrierter Zeitungen entstanden, deren Bildinhalt ausschließlich erotische Motive behandelt. Die große Zahl gerade solcher Zeitungen, ihre große Verbreitung im ganzen wie auch vielfach im einzelnen hat zur Folge, daß sie zweifelsohne zu den bezeichnendsten geistigen Dokumenten für die Geschichte der öffentlichen und privaten Sittlichkeit zählen, die es für das bürgerliche Zeitalter überhaupt gibt."[448] Fuchs nennt die Titel *Caricaturen* (Wien), sowie *Das kleine Witzblatt* (Berlin 1896ff.; Auflage 1908: 66.000), *Pschütt! Karikaturen. Humoristisches Wochenblatt* (Wien: Danneberg 1892–1915[449]), *Die Auster. Modernes Illustriertes Wochenblatt* (München 1903ff.; Auflage 1904: 30.000[450]), *Sekt. Blätter für fröhliche Laune* (Leipzig/Wien: Goldblatt /Berlin: Laue 1.1903–12.1914[451]) und *Caviar. Pikante und heitere Blätter* (Budapest: Grimm, ca. 1887–1892), parallel erschien der *Caviar-Kalender* (1.1887–15.1901)[452]; zu ergänzen wären evtl.: *Frou-Frou. Illustriertes Witzblatt* (Berlin 1902ff., Wochenausgabe der Zeitschrift *Die Grazien*), *Pikanterien. Pikante, nicht frivole Wochenschrift* (Berlin: Dressel 1901ff.), *High-Life. Zeitschrift für die vornehme Welt* (Berlin: Wattenbach 1896–1915?), *Satyr. Moderne Wochenschrift* (Berlin 1899ff.; Auflage 1904: 70.000), *Wohin. Berliner Zentral-Vergnügungs-Organ* (Berlin 1902ff., Auflage 1904: 20.000), *Der Faun. Humoristische Wochenschrift für die vornehme Welt* (Berlin 1906ff.), *Großstadtluft* (Berlin: Wo–Wo 1909ff.), *Licht und Schatten* (Berlin 1912ff.) u. a. In den 20er Jahren knüpften zahlreiche Zeitschriften mit Titeln wie *Der Junggeselle, Die Herrenwelt, Ich und die Großstadt* (Berlin: ?)[453] und *Die Frau ohne Mann. Zeitschrift für die Junggesellinnen der Welt* (Berlin: Vom-Verlag 1921ff.[454]) an diese Vorkriegsblätter an.[455]

---

445 Grosz, Ein kleines Ja, S. 37
446 Welten, Die Prüderie in der Literatur, S. X
447 Welten, Die Prüderie in der Literatur, S. X
448 Fuchs, Presse und Reklame, S. 482
449 Sperling 44.1908
450 Sperling 42.1904
451 Hayn / Gotendorf, Bibliotheca Germanorum Erotica & Curiosa, Bd. 9, S. 544/545; Sperling 42.1904
452 ebd. Bd. 1, S. 581; vgl. dort auch die Titelseiten der französischen Journale *La Vie Elégante, Le Boudoir* und *Paris Impur*.
453 Keine Nachweise in der ZDB; Titel nach Bücher, Der Zeitungsvertrieb, S. 225/226
454 Hayn / Gotendorf, Bd. 9, S. 198
455 „Das Pikante wurde auch in der Vorkriegszeit von Künstlern und Zeitschriften gepflegt, aber es wurde durch ein gewissens Taktgefühl in Grenzen gehalten. Man ist etwas taktloser geworden und beachtet jetzt nicht mehr so sorgsam die Gebote der guten Sitte." (*Der Straßenhändler*, 11. Jg. [1921], Nr. 1 vom 5. Januar, S. 2)

7. Romanzeitschriften

Die Nachfrage nach Fortsetzungsromanen in Zeitschriftenform war im 19. Jahrhundert insgesamt sehr groß. Romane wurden von Hausfrauen-, Versicherungs-, Mode-, Jugend- und sonstigen Zeitschriften in vielfältiger Form geboten. Doch neben Romanen als Lesestoff für diverse Familien- und Unterhaltungszeitschriften oder als Fortsetzungen in der Tagespresse hat es etwa seit den 1860er Jahren auch reine sog. Romanzeitschriften gegeben. Das waren Zeitschriften, die, neben einem – später auch mehreren – Romanen in Fortsetzungen, verschiedene kleine Prosatexte, ein kleines Feuilleton und wenige bzw. gar keine Illustrationen enthielten. Damit unterschieden sie sich einerseits von anderen Unterhaltungszeitschriften (durch ihren klareren Schwerpunkt) und andererseits von Kolportageromanen (durch ihre unbegrenzte Laufzeit). Einigen war der Zeitschriftencharakter erst auf den zweiten Blick anzusehen: Während Jankes *Roman-Zeitung* (seit 1864) über ein traditionelles Zeitschriftenformat verfügte, nahm man die monatlich erscheinenden kleinformatigen (klein-oktav) und gebundenen Lieferungen der *Bibliothek der Unterhaltung und des Wissen*s (seit 1876) von H. Schönlein zunächst als Buch wahr. Beide Zeitschriftentypen fanden in Variationen zahlreiche Nachahmer. Wenngleich Romanzeitschriften und Kolportageromane in den 1890er Jahren nur rund 16% des gesamten Kolportage- bzw. Zeitschriftenbuchhandels ausmachten und die Bedeutung der Gattungen in den Folgejahren immer weiter sank, bis ihr Anteil am Zeitschriftenhandel 1914 nur noch bei knapp 5 % lag[456], gab es doch einige nennenswerte Romanzeitschriften, die erfolgreich waren. Die Entwicklung der Romanzeitschriften durchlief zwei Phasen: die erste war vom Erfolg Jankes mit seiner seit 1864 erscheinenden *Deutschen Roman-Zeitung* bestimmt, die zweite von der um die Jahrhundertwende einsetzenden Ausweitung des Marktes mit der Etablierung zahlreicher neuer Romanperiodika. Wie viele um 1900 neu gegründet wurden und danach weiter bestanden, ist aufgrund der allgemein vernachlässigten Forschung zum Zeitschriftenwesen zwischen 1900 und 1918 nicht zu sagen. Es scheint aber, als hätte der alteingesessene Kolportageverlag R. H. Dietrich in Dresden mit Zeitschriften wie *Freya. Illustrierte Wochenschrift für neue litterarische Erscheinungen* (1.1901–23.1923?), in der von 1907 bis 1912 allein sechs Romane von Hedwig Courths-Mahler erschienen, und *Heimat und Fremde. Illustriertes Familienblatt* (1.1909–2.1910) in diesem Bereich eine gewisse Vorreiterrolle gespielt.

Deutsche Roman-Zeitung

Otto Janke, der als Verleger zahlreicher Erfolgsautoren „in den Berliner Schriftsteller- und Verlegerkreisen eine bedeutende Rolle spielte“ und „manche Berühmtheit aus der Taufe heben“[457] half, hatte in den 1850er Jahre bereits die humoristischen Jugendzeitschriften *Puck* 5(1.1856–3.1858) und *Der Gnom* (1.1860–2.1861) sowie die vielgelesene *Berliner Muster- und Modenzeitung* (später: *Viktoria*) gegründet. Als Konkurrenz zu den Leihbibliotheken plante er seit Anfang der 1860er Jahre eine Romanzeitschrift[458], deren Vorläuferin die von Friedrich Spielhagen redaktionell betreute *Deutsche Wochenschrift* (1862/63) wurde. Die neue Zeitschrift sollte zunächst monatlich herauskommen (geplanter Untertitel: „Eine belletristische Monatschrift“), doch unter dem Titel *Deutsche Roman-Zeitung* (1.1864–81.1944) erschien dann seit 1863 eine Wochenschrift, die vierteljährlich 1 Taler und wöchentlich 2 ½ Silbergroschen („bei Verpflichtung der Abnahme von 12 Heften“)[459] kostete. „Bisher waren die Roman-Erzeugnisse der beliebtesten deutschen Dichter durch die hohen Ladenpreise kaum für Leihbibliotheken erschwinglich, geschweige denn für Privatpersonen. Gerade das Gegentheil nun ist mit der *Roman-Zeitung* der Fall, und dürfte der spottwohlfeile Preis von nur 2 ½ Sgr. für ein Heft viele Liebhaber dem Unternehmen zuführen.“[460] Der Jahrespreis der *Deutschen Roman-Zeitung*

---

[456] Niewöhner, Der deutsche Zeitschriften-Buchhandel, S. 55. Für 1932 wurde er auf ca. 7% geschätzt.
[457] Fedor von Zobeltitz: Ich hab so gern gelebt. Erinnerungen, S. 42
[458] Vgl. den Brief Spielhagens in der Festschrift, S. 11
[459] Börsenblatt vom 16. dezember 1863, Anzeige 24124
[460] Börsenblatt vom 16. Dezember 1863, Anzeige 24124

war dennoch beträchtlich: er betrug anfangs 13 Mark, seit 1887 14 Mark; dafür erhielt der Abonnent vier umfangreiche Quartalsbände pro Jahr mit jeweils zwei bis drei Romanen. Redakteure der *Roman-Zeitung* waren Ludwig Habicht (1864–1868), Robert Schweichel (1869–1882), Otto von Leixner (1883–1907) und Erich Janke (seit 1908). Die Auflage betrug seit 1868 kontinuierlich 15.000 Exemplare, ging jedoch gegen Ende des Jahrhunderts allmählich zurück (1883: 14.000, 1889: 9500). Ergänzend gründete Janke einige Jahre später das *Roman-Magazin des Auslandes* (1.1867–8.1875, danach: *Romane des Auslandes* 1876–1878?), in dem Autoren wie W. Collins, H. Wood, Mrs. Braddon, W. H. Ainsworth oder Ch. Kingsley zum Abdruck kamen. Unter dem Titel „Moderne Romane des Auslandes" brachte er dann auch die Buchausgaben dieser Romane, wie er auch bei der *Roman-Zeitung* meistens die Buchausgabe der Romane übernahm.

Der Blick auf die meistgedruckten Autoren der *Roman-Zeitung* (Tab.14) läßt drei Generationen erkennen: zu den ältesten jener Autoren, die mit mehr als drei Romanen vertreten sind, gehören A. E. Brachvogel, W. Raabe, E. Pasqué, Ph. Galen, B. Möllhausen, G. Hesekiel, G. Raimund, A. Hartmann, F. Lewald, A. Meißner und M. Ring; ihr folgen K. Berkow, H. Wachenhusen, L. Haidheim, E. v. Wald-Zedtwitz, E. Juncker, A. Norden, G. Hartwig, M. Jokai u. a.; und schließlich die jüngste Generation mit H. Werder, O. Mysing, H. Schobert, Freih. v. Schlicht, A. Achleitner u. a.

Tab.14: Die meistgedruckten Autoren der Deutschen Roman-Zeitung (1863–1913)

Name	*Anzahl*	*Zeitraum*
Karl Berkow	18	1882–1904
Hans Werder	15	1888–1912
Oskar Mysing	13	1893–1912
Hans Wachenhusen	12	1877–1898
A. E. Brachvogel	11	1866–1880
L. Haidheim	11	1877–1905
Hedwig Schobert	10	1889–1913
Wilhelm Raabe	9	1864–1899
E. v. Wald-Zedtwitz	9	1887–1897
Freiherr von Schlicht	9	1900–1910
Ernst Pasqué	8	1864–1882
Philipp Galen	8	1867–1877
E. Juncker	8	1878–1896
Arthur Achleitner	8	1901–1913
Balduin Möllhausen	7	1864–1880
A.v.d. Elbe	7	1880–1908
A. Marby	7	1880–1911
Henriette von Meerheimb	7	1901–1911
Joh. Georg Seeger	7	1904–1913
George Hesekiel	6	1864–1873
Golo Raimund	6	1867–1882
U. Z. v. Manteuffel	6	1884–1909
A. Norden	6	1885–1901

Name	*Anzahl*	*Zeitraum*
Ferd. Sonnenburg	6	1885–1910
Georg Hartwig	6	1886–1901
Hermann Heiberg	6	1895–1904
Art. Brausewetter	6	1903–1912
A. v. Nathusius	6	1905–1908
Alfred Hartmann	5	1864–1881
Fanny Lewald	5	1865–1875
A. Brook	5	1869–1881
Rudolf von Gottschall	5	1877–1883
Detlef Stern	5	1883–1888
Josefine Gräfin Schwerin	5	1892–1902
A. v. Gersdorff	5	1895–1901
Paul Steinmüller	5	1908–1912
Alfred Meißner	4	1865–1880
Max Ring	4	1868–1879
Robert Schweichel	4	1868–1894
Maurus Jokai	4	1875–1883
Ewald August König	4	1883–1886
Karl Postumus	4	1889–1893
O. F. Gensichen	4	1889–1911
H. Wachsmuth	4	1891–1913
Clara Rast	4	1900–1911

Mit jeweils drei Romanen waren vertreten: Wilhelm Arminius (1898–1912), Hermann Bang (1887–1910), August Becker (1866–1875), O. Bergener (1906–1912), Wusso Graf von Bredow (1886–1902), Robert Byr (1865–1870), Sabine Clausius (1903–1907), M. Diesterweg (1880–1885), Karla Eden (1890–1904), O. Ernst (1881–1884), M. v. Eschen (1889–1906), Louise von Francois (1870–1873), L. Glatz (1895–1900), Elisabeth Goedicke (1889–1901), Agnes Harder (1893–1898), Edmung Hoefer (1864–1867), E. Karl (1893–1896), W. Krauel (1907–1911), Otto v. Leixner (1885–1901), Georg Mengs (1891–1905), Math. Raven (1874–1879), B. Riedel-Ahrens (1888–1892), Otto Roquette (1868–1879), Peter Rosegger (1877–1882), E. v. Rothenfels (1864–1871), S. M. Schwartz (1864–1865), Friedrich Spielhagen (1864–1871), Marie Stahl (1892–1896), Johann v. Wildenrath (1886–1904), Marg. Wolff-Meder (1902–1906), Clara Zahn (1899–1902), Fedor von Zobeltitz (1892–1897).
Quelle: Festschrift 1913, Autorenverzeichnis

Die Tabelle offenbart auch die Gründe für die mit den 1880er Jahren nachlassende Attraktivität der *Deutschen Roman-Zeitung*: Hatte Janke anfangs tatsächlich einige der beliebtesten deutschen Autoren an sich zu binden vermocht, so gelang ihm dies später immer weniger. Autoren wie Brachvogel, Wachenhusen, Raabe, Pasqué, Galen, Möllhausen, Hesekiel, Raimund u. s. w. waren, wie die einschlägigen Verzeichnisse ausweisen, auch regelmäßig in den Leihbibliotheken ihrer Zeit vertreten. Zahlreiche Autoren jedoch, die in späterer Zeit die Zeitschrift prägten – etwa H.v. Meerheimb, J. G. Seeger, F. Sonnenburg, A. Brausewetter, A. Hartmann, D. Stern, K. Postumus, O. F. Gensichen. H. Wachsmuth oder C. Rast[461] – sucht man in diesen „Bestseller-Listen" vergeblich. Auch der hohe Abonnementspreis, das exklusive Publikum („Der Leserkreis […] setzt sich aus den wohlhabenden und kaufkräftigen Familien Deutschlands zusammen"[462]) und die – im Vergleich zu den großen Familienzeitschriften – begrenzte Auflage machen deutlich, daß es sich bei *Roman-Zeitung* wie bei *Roman-Bibliothek*, die im Jahr 1911 fusionierten, um ältere, noch vorwiegend an bürgerlichen Bildungsvorstellungen orientierte Zeitschriftenkonzepte handelte. Zwar brachte die Fusion „dem Abonnentenstamm der ‚Roman-Zeitung' reichen Zuwachs"[463]; doch war die *Roman-Zeitung* nunmehr die einzige verbliebene Romanzeitschrift, die sich vorwiegend auf das Buchhandels-Abonnement und nicht auf den Einzelheftverkauf stützte. Dieses Konzept funktionierte nur noch bei einer gehobenen Käuferschicht; die meisten nachweisbaren Romanzeitschriften der neueren Generation wiesen ausdrücklich Einzelverkaufspreise aus und waren zudem deutlich preiswerter.

Bibliothek der Unterhaltung und des Wissens

Ein gänzlich anderer Typ Romanzeitschrift war Hermann Schönleins *Bibliothek der Unterhaltung und des Wissens* (1876–1962). Schon die äußeren Kennzeichen Format, Aufmachung und Erscheinungsweise waren deutlich auf einen gänzlich anderen Käuferkreis abgestimmt, als ihn Jankes *Roman-Zeitung* anstrebte. Diese war aufgrund ihres hohen Preises wohl vorwiegend in Leihbibliotheken und Lesezirkeln[464] vertreten, während die *Bibliothek der Unterhaltung und des Wissens* „die mittleren und unteren Bevölkerungsschichten"[465] direkt ansprechen wollte: das Großsedez- bzw. später Kleinoktav-Format entsprach keinem der üblichen Zeitschriftenformate (Oktav, Groß-Oktav, Quart oder Folio), sondern war angelehnt an die bürgerlichen Almanache, Taschenbücher und gewisse Volkskalender; die Zeitschrift erschien nicht wöchentlich, wie Jankes *Roman-Zeitung*, sondern monatlich (bzw. 13mal im Jahr); und vor allem erschien sie nicht in (unaufgeschnittenen) Heften mit bunten Papierumschlägen, wie die übrigen Zeitschriften, sondern fertig gebunden in geprägtes und bedrucktes Leinen – was sogar für Bücher zu dieser Zeit noch ungewöhnlich war –, d.h. ein Jahrgang der *Bibliothek der Unterhaltung und des Wissens* bestand nicht aus einem nachträglich eingebundenen großformatigen Folianten, sondern aus dreizehn kleinformatigen, fortlaufend numerierten Buchbänden. Ungewöhnlich war darüber hinaus, daß man die Bändchen auch im Einzelverkauf erwerben konnte und nicht auf ein Abonnement angewiesen war, was durchaus Sinn machen konnte, denn nur etwa ein Drittel jeder Nummer war dem jeweiligen Fortsetzungsroman gewidmet, den Rest nahmen abgeschlossene Erzählungen, Berichte und „Mannigfaltiges" ein. Schönlein gelang mit dieser „Zeitschrift in Buchform"[466], die – wie alle seine Blätter – nahezu ausschließlich über Kolportage vertrieben wurde, die geniale Verbindung der älteren, Ganzschriften vertreibenden Kolportage mit der modernen Zeitschriftenkolportage: einerseits sahen die Lieferungen wie selbständige Büchlein aus, andererseits waren sie Bestandteil einer Abonnement heischenden Zeit-

[461] Vgl. Martino, Die deutsche Leihbibliothek: die genannten Namen fehlen im Autorenregister S. 1103ff.

[462] Sperling 49. Jg. (1915)

[463] Festschrift, S. 25

[464] Der Vater von George Grosz betreute (vor 1899) im pommerschen Stolp den Lesezirkel der dortigen Freimaurerloge. „Wöchentlich einmal kamen die Hefte, die in dem sogenannten Journallesezirkel vereint waren: die ‚Gartenlaube', ‚Über Land und Meer', die ‚Fliegenden' und die ‚Meggendorfer Blätter' und die ‚Deutsche Romanzeitung'. Aber nichts ging mir über die ‚Leipziger Illustrierte'" (Grosz, Ein kleines Ja, S. 9)

[465] Sarkowski, Vom Kolportagebuchhandel zur Buchgemeinschaft, S. 42

[466] ebd. S. 59

schrift. Wilhelm Spemann übertrug später mit seiner „Collection Spemann“ (1881–1890) Schönleins Prinzip auf den Sortimentsbuchhandel, indem er das Zeitschriften- zum Buchabonnement wandelte; erfolgreicher als Spemann waren dabei jedoch Cotta mit seiner „Bibliothek der Weltliteratur“ (1882ff.) und v. a. Engelhorns „Allgemeine Romanbibliothek“ (1884ff.), deren Bände alle zwei Wochen erschienen und zum gleichen Preis (75 Pfg.) wie Schönleins Bibliothek verkauft wurde, jedoch bei geringerem Umfang (160 Seiten).[467] Ein Band der *Bibliothek der Unterhaltung und des Wissens* kostete zunächst 50 Pfg., seit 1879 durchgängig bis zum Ersten Weltkrieg 75 Pfg.; der Umfang betrug anfangs 288 Seiten, seit 1879 256 und mit den 90er Jahren ca. 240 Seiten. Aussagen zur Auflagenhöhe lassen sich, wie meist bei Schönlein-Zeitschriften, schwer treffen, denn die relative Konkurrenzlosigkeit bot keinerlei Anlaß zur Reklame mit solchen Zahlen; aber noch 1914 wurden 80–90.000 Exemplare Monat für Monat verkauft,[468] sodaß man für die 1880er und 90er Jahre vermutlich mindestens von der doppelten Menge ausgehen kann. Um 1900 bediente der Sortimentsbuchhandel nur ca. 10.000 Abonnenten der Bibliothek, zusätzlich hatten aber allein eine Wiener Kolportagefirma 2055, eine Leipziger Kolportagefirma 1500 und 26 weitere große Kolportagefirmen 15.790 Abonnenten;[469] d.h. nur zwei Dutzend Kolportage- bzw. Zeitschriftenhändler vertrieben bereits doppelt so viele dieser Bände wie der gesamte Sortimentsbuchhandel. Der *Fachkalender für den Buch- und Zeitschriftenhandel* versicherte 1912: „Wo immer der Vertrieb dieser gediegenen und altbewährten Erscheinungen in die Hand genommen wurde, konnte ein namhafter Kontinuationszuwachs konstatiert werden. Dieselben sind Ihnen bekannt als Unternehmungen, welche jede Verwendung lohnen und sich durch einen treuen Abonnentenstamm auszeichnen.“ Die Bändchen enthielten anfangs keinerlei Illustrationen, später kamen einzelne kleinformatige Bilder hinzu. Wer die *Bibliothek* abonnierte, erhielt in den 13 Jahresbänden etwa ein bis zwei vollständige Romane, häufig von damals bekannten Autoren wie A. Streckfuß, B. Möllhausen oder F. v. Zobeltitz[470], dazu mit jedem Band zwei bis drei Erzählungen, meist eine historische darunter, zwei bis drei historische, geographische, naturkundliche o. ä. Schilderungen sowie die ständige Rubrik „Mannigfaltiges“ (= Kleines Feuilleton), die zur Textauffüllung diente und den Zeitschriftencharakter betonte. Das Prinzip der Bibliothek der Unterhaltung und des Wissens, eine Zeitschrift in Buchform, wurde vielfach, meist mit geringem Erfolg, kopiert, z. B. von *Prochaska's illustrierten Monats-Bänden* (Teschen: Prochaska, 1.1889–10.1898), deren zwölf gebundene Bände je 40 Pfg. (später 85 Pfg.) im Jahresabonnement kosteten, aber nur 200 Seiten boten.

Die einzige direkte Konkurrenz zu Jankes *Roman-Zeitung* war in dieser Zeit die zehn Jahre später gegründete *Deutsche Romanbibliothek* (Stuttgart: Hallberger, später: Deutsche Verlags-Anstalt, 1.1873–39.1910), die eigenen Angaben zufolge „[d]ie interessanteste und gediegenste deutsche Romanzeitung moderner Richtung“[471] war und vor allem „das gebildete Damenpublikum zu ihren Lesern.“[472] zählte bzw. „große Verbreitung in gebildeten und wohlhabenden Kreisen“[473] fand. Sie warb mit dem Namen des ersten Herausgebers F. W. Hackländer und einer Verbindung zur beliebten Familienzeitschrift *Ueber Land und Meer*; sie wurde im Lauf der Zeit von zahlreichen Schriftstellern redaktionell betreut, u. a. E. Zoller, O. Baisch, H. Rosenthal-Bonin und J. Kürschner, zuletzt von R. Presber (1868–1935), der auch lange Zeit Schriftleiter der *Lustigen Blätter* und dann Herausgeber von *Ueber Land und Meer* war. „Es

---

[467] Vgl. A. Spemann: W. Spemann, S. 152–155

[468] Sarkowski, Vom Kolportagebuchhandel, S. 52

[469] Gustav Uhl: Der Buchhandel und die Wissenschaft, Leipzig 1904 (zit. n. Drahn, Geschichte des deutschen Buch- und Zeitschriftenhandels, S. 69)

[470] Sarkowskis Bemerkungen zum geringen ‚Bekanntheitsgrad‘ der in der *Bibliothek* vertretenen Autoren sind historisch nicht haltbar (Sarkowski, Vom Kolportagebuchhandel zur Buchgemeinschaft, S. 44, 47, 55, 57).

[471] Sperling 42. Jg. (1904)

[472] Mosse-Katalog, 30. Jg. (1897), S. VIII

[473] Sperling 42. Jg. (1904)

dürfte kaum einen Lesezirkel geben, in welchem die ‚*Deutsche Romanbibliothek*‘ fehlt.“[474] Die *Deutsche Romanbibliothek* erschien wöchentlich oder als Zweiwochenausgabe und kostete jährlich 8 Mark, damit also nur halb soviel wie Jankes *Roman-Zeitung*.

Auch andere Konkurrenten hatten, zunächst mit begrenztem Erfolg, versucht, die Preise zu unterbieten und den Einzelbezug zu etablieren. Die Zeitschrift *Illustrirte Romane aller Nationen. Unterhaltungsblätter für Jedermann* (Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt 1.1881–13. 1893) erschien zunächst wöchentlich, seit dem sechsten Jahrgang vierzehntäglich zum günstigen Jahrespreis von fünf Mark. Dagegen kostete *Die Romanwelt. Zeitschrift für die erzählende Literatur aller Völker* (Stuttgart: Cotta 1.1894–8.1900; ab 2. Jg. Stuttgart: Cottas Nachf., ab 3. Jg. Charlottenburg: Verlag der Romanwelt, später Berlin: Vita), herausgegeben von Otto Neumann-Höfer und Felix Heinemann, pro Jahrgang sogar 15 Mark, das Einzelheft 30 Pfg. Der erste Jahrgang dieser zunächst aufwendig gestalteten Zeitschrift enthielt neben Erzählungen von P. Bourget, B. Harte, F. Dostojewski und R. Kipling auch Beiträge von M. v. Ebner-Eschenbach sowie die neuesten Romane von H. Sudermann und F. Spielhagen. Auch später wurden neben Kipling, Mary H. Ward u. a. immer wieder Autoren wie M. Kretzer oder H. Böhlau abgedruckt, was die ‚moderne‘ Profilierung verdeutlicht, vor allem gegenüber der traditionellen *Deutschen Roman-Zeitung*, die mittlerweile von dem Schundkämpfer Otto von Leixner geleitet wurde und damit „zuletzt in immer schärferen Gegensatz zur ‚modernen‘ Literatur“[475] geriet. *Die Romanwelt* ging auf in *Aus fremden Zungen. Zeitschrift für moderne Erzählungslitteratur des Auslandes* (Leipzig: Deutsche Verlags-Anstalt, später: Berlin: Ledermann 1.1891–20.1910), die jährlich 12 Mark und im Einzelheft 50 Pfg. kostete und „eine Auswahl der besten neueren Schöpfungen der ausländischen Erzählungsliteratur“ für „wohlhabende[] und kaufkräftige[] Kreise[]“[476] bot. Weniger erfolgreich war die Monatsschrift *Kurze Geschichten* (Berlin: Verlag der Romanwelt 1897–1901?), deren Jahresabonnement 7,20 Mark betrug.

Die Entwicklung der neueren Romanzeitschriften war, wie die Abonnentenversicherung und die Hausfrauenzeitschrift, zunächst eine Reaktion der Verleger auf die regelmäßig auftauchenden Absatzschwankungen bei den herkömmlichen Zeitschriften und den Kolportageromanen mit durchschnittlich 100 Lieferungen. „Zog solch eine Volksroman, dann gab es stark besetzte Touren, und die Boten brachten viel Kasse nach Hause. Ging es zu Ende mit der Lieferung, dann wurden die Touren dünn, und wenn nicht inzwischen ein neuer Schlager erschienen war, dann war es mißlich mit dem Liefern bestellt.“[477] Auch die älteren Zeitschriften wie *Gartenlaube*, *Illustrirte Welt*, *Das Buch für Alle* und später *Die moderne Kunst* und *Zur guten Stunde* u. a. „konnte[n] die Touren nicht auffüllen und gleichmäßig besetzt halten.“[478] Zu einem Wendepunkt kam es um die Jahrhundertwende („etwa in den Jahren 1901 bis 1903“[479]), als zur Verhinderung des „hohen Absprung[s]“[480] bzw. zur Stabilisierung des Abonnentenstammes neue Methoden zur Käuferbindung entwickelt wurden. Viele Verleger gingen dazu über, mehrere Romane in einer Zeitschrift anzubieten, die über die üblichen Abonnementsgrenzen (Quartal, Jahr) hinausliefen. Andere versuchten, Romane in Form von *Zeitschriften* zu besonders niedrigen Preisen herauszubringen. Ein Blatt z. B. „begann mit 12 Pfennig pro Heft zu erscheinen und ging erst im zweiten Jahre auf 15 Pfennig in die Höhe. Ein Zeichen, welche Bedenken und Besorgnisse bei der Entstehung dieses Unternehmens vorhanden waren und wie man befürchtete, daß der Abonnent es ablehnen würde, über den [bei Kolportageromanen üblichen Lieferungs-] Preis von 10 Pfennig hinauszugehen. […] Es kamen mehrere derartige Blätter heraus, und der Beruf [des Zeitschriftenhändlers] erhielt ein etwas dauerndes Gepräge.“[481] Frühe Bei-

[474] Sperling 42. Jg. (1904)
[475] Festschrift. S. 25
[476] Sperling 44. Jg. (1908)
[477] Klein, Die Entwicklung des Buch- und Zeitschriftenhandels im rheinisch-westfälischen Industriegebiet, S. 272
[478] Klein, Die Entwicklung des Buch- und Zeitschriftenhandels im rheinisch-westfälischen Industriegebiet, S. 272
[479] Klein, Die Entwicklung des Buch- und Zeitschriftenhandels im rheinisch-westfälischen Industriegebiet, S. 270
[480] Klein, Die Entwicklung des Buch- und Zeitschriftenhandels im rheinisch-westfälischen Industriegebiet, S. 274
[481] Klein, Die Entwicklung des Buch- und Zeitschriftenhandels im rheinisch-westfälischen Industriegebiet, S. 272

spiele hierfür sind der 14. Jahrgang der *Illustrierten Romane aller Nationen*, dessen Einzelhefte unter dem geänderten Titel *Aus Heimat und Fremde* (1894) zum Preis von 12 Pfennig angeboten wurden, mit der Devise, „dem Schlechten auf dem Gebiete des Kolportage-Romans ein Gegengewicht zu sein“[482]; diese Umstellung gelang jedoch nicht und die Zeitschrift wurde eingestellt. Auch *Planitz' Romanbibliothek* (München: Nissler 1893), eine Wochenschrift, die vierteljährlich nur eine Mark kostete, *Die illustrierte Romanwelt* (Leipzig: E. Wiest Nachf. 1896), deren Einzelheft 10 Pfg. kostete und *Kleine Romane. Unterhaltungsblatt für Stadt und Land* (Berlin: Dreyer 1.1903/04), Heftpreis ebenfalls 10 Pfg., hatten keinen Erfolg. Den Versuch einer Zwischenform zwischen Kolportageroman und Romanzeitschrift machte 1892–1895 der Verlag Schirmer in Berlin: die *Romanbibliothek zum ‚Blatt der Hausfrau*‘ gab sich als Ergänzung zum genannten Mutterblatt und brachte in einer 1. Serie 75 Hefte und als 2. Serie 50 Hefte zum Preis von je 10 Pfg.; später wurde sie als Beilage dem Hauptblatt direkt hinzugefügt. Das Schicksal solcher Titel macht – wie es 1913 in der Festschrift zum 50jährigen Bestehen der *Roman-Zeitung* heißt – den „in dem letzten Jahrzehnt eingetretenen fieberhaften Wettbewerb[] auf dem Gebiete des Zeitschriftenwesens“ deutlich.

Zu den erfolgreichsten neueren Romanzeitschriften gehörte mit einer Auflage von 38.000 (1914) auch die sozialdemokratische Wochenschrift *In freien Stunden* (Berlin: Vorwärts 1.1897–23.1918/19); zum Heftpreis von 10 Pfg. bot sie „Romane und Erzählungen für das arbeitende Volk“, und zwar programmatisch vorwiegend ältere, deren Rechte freigeworden waren und nicht mehr bezahlt werden mußten. Dort erschienen, teils Jahrzehnte nach dem Erstdruck, Romane und Erzählungen u.a von F. Gerstäcker (8.1904, 10.1906), J. Verne (9.1905), O. Ruppius (9.1905), V. Hugo (11.1907), J. Scherr (ebd.), S. Lagerlöf (ebd.)., was dem sozialdemokratischen Blatt immer wieder hohes Lob der bürgerlichen Kritik ob seiner Qualität eintrug. Inwieweit im Bereich der Romazeitschriften Blätter Geltung haben wie *Feierstunden. Illustriertes Unterhaltungsblatt für Jedermann* (Berlin: Meyer 1.1893–40.1931), *Der Romanleser* (Prag 1898–1904?), *Roman- und Novellenschatz. Eine Auswahl der besten Romane und Novellen aller Nationen* (München: Abt 1898; erschien in 26 Bänden zu je 50 Pfg.), *Nach Feierabend. Illustriertes Familienblatt* (Leipzig 1.1899–46.1944), *Rheinische Roman- und Novellen-Zeitung* (Wiesbaden: Joerg 1900ff), *Vobachs Illustrierte Romanbibliothek* (Leipzig: Vobach & Co 1902; konnte sowohl wöchentlich als auch monatlich bezogen werden, Vierteljahrespreis 3 M) oder *Der Erzähler* (Wien: Bergmann 1902–1923?), wäre zu prüfen. Im Verlag Oskar Meister in Werdau in Sachsen, der auch als Literarische Agentur für Zeitungsromane tätig war und Feuilleton-Korrespondenzen herausgab, erschien seit 1909 (bis 1914?) für wöchentlich 10 Pfg. der *Buch-Roman* (Auflage: etwa 7000): „Wird sehr viel in Beamtenkreisen gelesen und von der Frauenwelt bevorzugt.“[483] Ebenfalls 10 Pfg. kostete ein Wochenheft der *Neuen Roman-Woche* (Berlin: Oestergaard 1.1914–1915?).

Auch nach dem Ersten Weltkrieg existierten zahlreiche Romanzeitschriften. Ein Konzept, mit dem der Verlag der Romanwelt und sein Jahrbuch *Kurze Geschichten* (Berlin 1897) gescheitert war, versuchte *Der Kleine Roman* (Berlin: Hermann & Co. 1920) zu variieren: Die Zeitschrift kam wöchentlich zum Preis von 50 Pfg. (1920) heraus, brachte jedoch stets ein abgeschlossenes Werk „von führenden Künstlern illustriert“ und bezeichnete sich selbst als „[f]ür den Straßenhandel unentbehrlich“[484]; obwohl (oder weil?) dort z. B. Erzählungen von H. Mann („Schauspielerin“), B. Frank („Ein Abenteuer in Venedig“) oder N. Jacques („Kreise“) erschienen, wurde die Zeitschrift nach 52 Nummern eingestellt. Andere Titel lauteten *Romanzeitung* (Monschau b. Aachen: Weiß 1921ff.), *Der Neue Roman* Reichenberg/Böhmen: Stiepel 1922ff.), *Dresdner Roman* (Dresden: Wagner & Humann 1922f.; Auflage 1923: 10.000*), Neue Romanzeitung* (Leitmeritz/Böhmen 1923) oder *Das Vaterhaus. Illustrierte Roman-Zeitschrift* (Niedersedlitz: Münchmeyer 1.1923–15.1938?), ebenfalls aus einem traditio-

[482] Sperling 35. Jg. (1894)
[483] Sperling 48. Jg. (1914)
[484] Anzeige in: Der Straßenhändler, 10. Jg. (1920) Nr. 1 (7. Januar)

nellen Verlag von Kolportageromanen. Wichtigster Herausgeber war nun jedoch das Verlagskonglomerat Lange & Meuche in Leipzig, das 1911 als offene Handelsgesellschaft gegründet wurde, um zahlreiche Einzelfirmen, die seit 1902 erworben worden waren, unter einem Dach zu vereinigen. Im Laufe der Zeit kamen u. a. die Firmen Jägersche Verlagshandlung/Leipzig (1902), Georg H. Wigand, Buchhandlung/Leipzig (1904), Maximilian Wendel/Dresden (1906), Ewald & Co. Nachf./Dresden (1909) Friedrich Rothbarth/Leipzig (1909), Fritz Kasper/Dresden (1909), Anton & Co.(1910), Georg Wigand Verlag/Leipzig (1913), Schmidt & Spring (1924), Abel und Müller/Leipzig (1928/29), Otto Janke/Berlin (1928/29) hinzu. „Für den Zeitschriftenhandel von größter Wichtigkeit sind die Romanzeitschriften des Verlages, die von der Firma Ewald & Co. Nachf. herausgegeben wurden“[485]: die *Illustrierte Roman-Welt* (Leipzig: Ewald 1.1928–6.1933) ging auf in *Im traulichen Heim* (Leipzig: Ewald Nachf. 1.1925/26–16. 1940/41); aus dem gleichen Verlag stammten *Für Herz und Heim. Illustriertes Familienblatt* (1.1930–20.1940?), *Nehmt mich hin. Die illustrierte Roman-Zeitung* (Leipzig: Ewald 1.1930–3.1932?), *Freude ins Haus. Die neue Roman-Zeitung* (Leipzig: Ewald 1.1932–2.1933), die aufging in *Ich bin dein. Illustrierte Roman-Zeitschrift* (Leipzig: Vobach 1.1929–5.1933?) sowie *Schwälbchen.* Andere Romanzeitschriften hießen *Das Familienheim. Illustrierte Romanzeitung* (Berlin: Verlag moderner Lektüre 1.1926–10.1935, anfangs: *Mein Familienheim*, später: *Familienheim*) und *Abend-Roman. Das illustrierte Unterhaltungsblatt für Alle* (Mainz: Schöffer 1. 1929).

[485] Niewöhner, Der deutsche Zeitschriftenbuchhandel, S. 71

8. Sonderformen

8.1 Versicherungszeitschriften

Versicherungszeitschriften waren keine eigene Zeitschriftengattung; vielmehr handelt es sich bei der ‚Zeitschrift mit Versicherung' um eine neue Form der Abonnentenbindung, die verschiedene Gattungen betraf bzw. quer zu diesen verlief. Zur Verringerung des „Abonnentensprungs" – die Bezieher sprangen vorzeitig vom Abonnement ab und konnten, da sie meist den finanziell weniger gut gestellten Bevölkerungsschichten angehörten, trotz rechtlicher Bindungen nicht zum Weiterbezug bewegt werden – hatte die ältere Kolportage ein teils überbordendes Prämiensystem entwickelt: festen Abnehmern wurde zur Belohnung für ihr Ausharren ein Stahlstich, ein Buch, später sogar Geldprämien, Häuser u. s. w. versprochen. Hallberger knüpfte 1869 an die Abnahme seiner illustrierten Zeitschriften (z. B. *Ueber Land und Meer*) eine Geldlotterie, bei der die Abonnenten Staatspapiere und Anleihen gewinnen konnten.[486] Payne nutzte das Klassikerjahr und bot den Abonnenten seines *Illustrierten Familien-Journals* (später: *Das Neue Blatt*) eine komplette Schiller-Ausgabe für 3 Taler an.[487] „Bekannt ist, wie später Scherl sen., Düsseldorf, mit dieser Form der Prämien, Vierspännige Equipagen, Reitpferde etc., bei dem Lieferungsroman ‚Pistole und Feder' Fiasko machte."[488]

Der Leipziger Verleger Bernhard Meyer verfiel nun 1899 zur Lösung des Problems auf eine Idee, die im lokalen Rahmen schon Jahrzehnte früher verwirklicht worden war: die Kombination von Zeitschrift und Versicherung. In England hatte der Verleger von *Tit Bits* die Zeitschrift mit einer Unfallversicherung kombiniert und auf diese Weise in kurzer Zeit eine Auflage von 420.000 erreicht.[489] Die erste Abonnentenversicherung in Deutschland führte in den 1880er Jahren der *Leipziger Stadt- und Dorfanzeiger* ein[490]. Politische Orientierung und lokale Begrenzung verhinderten jedoch von vornherein eine größere räumliche Ausweitung. Erst Meyers Idee, die Versicherung auf eine allgemein orientierte Zeitschrift mit überregionaler Reichweite zu übertragen, brachte den Durchbruch für diese neue Art der Abonnentenbindung. Die Bezieher von Meyers *Nach Feierabend* (1.1899–46.1944) erhielten eine Unfallversicherung, später kam eine Sterbegeldversicherung hinzu. Das Blatt erreichte 1905 bereits eine Auflage von 900.000, im Jahr 1914 war die Million erreicht.[491] Die Erfindung bot allen Beteiligten Vorteile: Die Verleger bedienten sich der Vertriebs- und Inkassomöglichkeiten der Kolportage, die Kolporteure begrüßen die Neuerung, weil sie den Zeitschriftenbezug stabiler machte, und die Kunden kamen zusätzlich zur regelmäßigen Lektüre in den Genuß von Lebens-, Unfall- oder Sterbeversicherungen. Das geschah „[z]unächst in der Form, daß ein Wochenblatt in geringem Umfang für den Preis von 10 Pfennig erschien, das die Abonnenten bei tötlichem [!] Unfall mit 1000 Mark versicherte. Allen anfänglichen Zweifeln und selbst Ablehnungen entgegen erwies sich die Idee […] als geradezu glänzend. Einen beispiellosen Erfolg haben diese Blätter davongetragen und dem ganzen Buch- und Zeitschriftenhandel ein neues Gepräge gegeben."[492] Ein westdeutscher Zeitschriftenhändler berichtete 1922[493], diese Blätter hätten vor allem im Ruhrgebiet, „mit der nach Hunderttausenden zählenden Arbeiterschaft, […] nachdem sie in ihren Versicherungsleistungen mehr und mehr ausgebaut worden waren, den weitesten Boden für ihre Verbreitung" gefunden. „Nachdem zu der Unfalltod-Versicherung auch die Invaliditäts-

---

[486] Wuttke, zit. n. Drahn 1914, S. 35

[487] Goldfriedrich, S. 35; Bärwinkel / Webel, Die Praxis des Zeitschriften-Verlegers, schrieben dazu noch am Ende des Jahrhunderts: „Besonders eignen sich zu diesem Zwecke aus Restauflagen stammende Bücher, wie Fachwerke, Romane etc., die, wie schon erwähnt, zu bedeutend herabgesetzten Preisen in großen Antiquariaten zu haben sind." (S. 12)

[488] Drahn, Geschichte des deutschen Buch- und Zeitschriftenhandels, S. 30/31

[489] Niewöhner, S. 43

[490] Niewöhner, S. 43

[491] Niewöhner, S. 44

[492] Klein, Die Entwicklung des Buch- und Zeitschriftenhandels, S. 272

[493] Klein, Die Entwicklung des Buch- und Zeitschriftenhandels, S. 272

und Sterbegeld-Versicherung hinzugetreten ist, bildet das Abonnenten-Versicherungsblatt heute eine ausgesprochene, wertvolle Volksversicherung, und die verschiedenen Blätter dieser Art haben allein im rheinisch-westfälischen Bezirk viele Hunderttausende Abonnenten. Zeitschriftenhandlungen haben sich darauf aufgebaut von einem Umfang und einer Organisation, von denen man sich vor 20 Jahren keine Vorstellung machen konnte. Ein sehr zahlreiches Personal von kaufmännischen Angestellten, 30, 70, 100 und mehr Boten bei einer einzelnen Firma, und ein Agentenstamm, der ebenfalls in die Hunderte geht, haben sich hier herausentwickelt.“ Während Versicherungszeitschriften in den Statistiken der 1890er Jahre noch fehlen, machten sie 1913 bereits 35% der gesamten Kolportage aus; bis1932 war der Anteil der Versicherungszeitschriften am Zeitschriftenhandels schließlich bis auf 66% angestiegen.[494]

Nach dem Erfolg von *Nach Feierabend* gründete Meyer weitere Versicherungsblätter, etwa den *Volkshort* (1909–1923) oder *Die Fürsorge* (1910–1939). Auch in anderen Verlagen entstanden nun Versicherungszeitschriften, deren Erfolg bald zu Verlagskonglomeraten bzw. Großverlagen führte, wie sie bis dahin im Zeitschriftenwesen unbekannt gewesen waren (vgl. Tab.12)[495]. Von den großen eher lokal orientierten Berliner Konzernen Ullstein, Mosse und Scherl hatte nur Ullstein nennenswerte Anteile am neuen überregionalen Zeitschriftenmarkt.

Tab.15: Zeitschriften-Großverlage nach 1900

Firma	*Ort*	*Gründung*	*Zeitschriften*
Bernhard GmbH	Leipzig	vor 1899	Nach Feierabend* (1.1899–43.1941) Volkshort* (1909–1923) Die Fürsorge* (1910–1939) Bergfried (1920–1941) Land und Leute* (1922–1939?)
W. Vobach & Co. GmbH	Leipzig	1898	Die Aula (1895) Sonntagszeitung für Deutschlands Frauen / Vobachs Frauen- und Österreichische Familien- und Modenzeitung (1897ff.) Illustrierte Jugendzeitung (1898/99–1900/01?) Illustrierte Kinder-Zeitung (1.1898/99–2.1899/1900?) Illustrierte Kinder-Mode (1898/1899) Illustrierte Zeitung für Mode und Handarbeit (1898/1899) Modezeitung fürs deutsche Haus (1900/01–1938?) Roman-Bibliothek (1900/01?) Die Arbeitsstube (1905–1908) Deutsche Wäsche- und Handarbeitszeitung (19010–1937) Für die Kinderwelt (1912/13–1915/16?) Neue Moden (1925–1944) Ich bin dein (1.1927–?) Vobachs Familienhilfe (1931–1936)
Curt Hamel GmbH (bis 1915: & Co.)	Berlin	1906	Für die Familie* (1905–1939) Nach der Arbeit* (1.1906–26.1932) Neu-Deutschlands Frauen (1916–1921) Ich helfe Dir* (1.1920–?) Sport und Gesundheit* (1922–1939) Vox Populi / Der Scheinwerfer (1925/1926) Hamels Familienfürsorge* (1926–1941) Für das deutsche Heim* (1928–1941) Meine Welt* (1.1928–16.1943) Deutscher Beamtenfreund (1929–1941) Unser Freund (1930–1940)
Otto Beyer	Leipzig	1891	Häuslicher Ratgeber (1.1886/87–48.1933/34) Antisemitische Correspondenz (1.1886–18.1903 Deutsche Frauenzeitung (nachgew. 24.1910/11–57.1943/44) Deutsche Modenzeitung (1.1891/92–53.1944)

[494] Niewöhner, Der deutsche Zeitschriftenbuchhandel, S. 27

[495] Bei den meisten der in Tab. 15 genannten Zeitschriften, auch denen ohne *, handelt es sich wohl um Versicherungszeitschriften. Eine genaue Zuordnung ließe sich nur durch Autopsie herstellen.

			Deutsch-soziale Blätter (Beilage, 1894–1899) Deutsche Frauenkultur* (1.1896–39.1935) Wie baue ich mir selbst (nachgew. 5.1911–29.1939) Unser Hausfreund (nachgew. 26.1912/13–29.1915/16) Beyers Modenblatt (1.1922/23–16.1937) Hella. Beyers Wochen-Illustrierte für jede Frau (1.1933–9.1941) Kinder-Zeitung für alle von Klaus und Klaere (1934–1936?) Unsere Kleidung (1935–1939?) Beyers Kindermodeführer (1943–1946?) Hausfrauen-Kalender (1946) Beyers Haushalt-Blätter (1947–1948?) Die Neue Linie (1929/30–1942/43) Beyers Monatsblatt für Handarbeit und Wäsche (1.1925–21.1951)
Ullstein AG	Berlin	1877	Modenwelt (1.1865/66–72.1936) Illustrierte Frauenwelt / Die Dame (nachgew. 39.1911–70.1943) Deutsches Heim (1877–1943) Gerichtslaube (1883–1903?) Dies Blatt gehört der Hausfrau (1.1886/87–34.1919/20) Berliner Illustrirte Zeitung (1.1892–54.1945) Der Gerichtssaal (1898–1943) Fern und nah (1901–1921?) Kinder-Heim (1901–1923) Die Praktische (1.1902–34.1937/38) Musik für alle (1905–1933?) Die praktische Berlinerin (1905) Uhu (1.1924–10.1934) Bilder Courier (1924–1933) Der Brummbär (1924–1942?) Der Wirtschaftshof (1925–1943?) Die losen Blätter (1926/27–1930/31) Die Grüne Post (1.1927–18.1944) Tempo (1.1928–6.1933)
Gebr. Mittag GmbH	Berlin	1873	Meine Selbsthilfe* (1911–?) Bleibtreu Fürs Heim (1920–1928) Mein Sonntag (1.1914–15.1928) Das Blatt für Alle (1.1911/12–30.1940) Was ihr wollt* (1.1926–16.1941)

Für die mit * gezeichneten Zeitschriften ist ein Verkauf mit Versicherung nachgewiesen; für zahlreiche andere ist er wahrscheinlich.
Quellen: Niewöhner 1934; ZDB

Nach und nach wurden auch ältere Unterhaltungszeitschriften, die teils bereits seit Jahrzehnten erschienen – wie Paynes *Das Neue Blatt* oder die früheren Schönlein-Zeitschriften *Das Buch für Alle* und *Bibliothek der Unterhaltung und des Wissens* – mit Versicherungen versehen. *Das Neue Blatt* beispielsweise warb 1909 mit einer Versicherung, die „6000 Mark bei einem tödlichen Unfall auf der Eisen- oder Straßenbahn, dem Dampfschiff u. s. w., 1000 Mark bei einem sonstigen tödlichen Unfall, 1000 Mark bei dauernder Ganzinvalidität infolge Verunglückung, 750 Mark bei Tod durch Ertrinken, 30–300 Mark bei dauernder teilweiser Invalidität infolge Verunglückung“ auszahlte.[496] Zahlreiche Abonnenten bzw. deren Hinterbliebene seien bereits in den Genuß dieser Prämien gekommen. Allerdings erhöhte sich je nach Versicherung der Abonnements- bzw. Heftpreis des Blattes; wer statt des regulären Heftpreises von 15 Pfg. wöchentlich 20 Pfg. bezahlte, kam in den Genuß einer Versicherung, die 1000 Mark bei Ganzinvalidität und 30–300 bei Teilinvalidität auszahlte. Mit 25 Pfg. wöchentlich erwarb man (bei der Nürnberger Lebensversicherungs-Bank) das Anrecht auf ein Sterbegeld „bis zur

[496] Werbung in: Payne’s Illustrirter Familien-Kalender 1909

Höhe von über 200 Mark".[497] Regelmäßig wurde auf den Titelseiten der Zeitschrift für bzw. mit den Versicherungen geworben, z. B. indem dankbare Hinterbliebene dort den Erhalt der Versicherungssumme quittierten.[498] Allerdings mußten, offenbar um weitverbreiteten Mißverständnissen zu begegnen, dort auch immer wieder ausführlich die genauen Versicherungsbedingungen („Merkblatt für Abonnenten des ‚Neuen Blattes'")[499] abgedruckt werden, sowie der deutlich markierte Hinweis: „Leser, die das ‚Neue Blatt' nur leihweise entnehmen oder nur in einzelnen Nummern kaufen und kein dauerndes Abonnement nachweisen können, sind von der Versicherung ausgeschlossen."[500]

Über die Praktiken der Abonnentenversicherungen entstand nach der Jahrhundertwende eine öffentliche Diskussion, als deren Folge viele Versicherungszeitschriften dazu übergingen, eine sogenannte ‚beaufsichtigte', also staatlich kontrollierte Versicherungsgesellschaft mit der Wahrnehmung ihrer Versicherung zu beauftragen. Damit sollte Vorwürfen, der Kunde werde übervorteilt, begegnet werden. Tatsächlich wurde den Zeitschriftenversicherungen in einer Denkschrift des Reichsaufsichtsamtes für Privatversicherungen schließlich nicht nur grundsätzliche Solidität bescheinigt, sondern sogar eine Vorreiterrolle bei der Durchsetzung des allgemeinen Versicherungsschutzes: sie hätten sich „als ein in mancher Beziehung recht wirksames Mittel erwiesen […], den breiten Schichten des Volkes bis zu einem gewissen Grade die Segnungen des Versicherungsschutzes zugängig [!] zu machen."[501] Im Ersten Weltkrieg zahlten einige Abonnentenversicherungen ihren Kunden ein freiwilliges Kriegssterbegeld, von dem 50.000 Familien gefallener Kriegsteilnehmer profitierten. Im Jahr 1932 betrug die Auszahlungssumme der Zeitschriftenversicherungen 6.650.548 Reichsmark.[502]

8.2 Beilagen-Blätter

Unterhaltungsbeilagen wurden für ein eingeschränktes, dennoch sehr breites Publikum produziert: Da sie in der Regel nicht selbständig erschienen, konnte Unterhaltungsbeilagen nur beziehen, wer eine Tages- oder Wochenzeitung bzw. –zeitschrift abonniert hatte; dieser wurden sie, häufig gratis, manchmal gegen einen Aufschlag auf die Abonnementsgebühr, ‚beigelegt', um die Leser an das Hauptblatt zu binden. Vereinzelt erschienen Beilagen bereits in den 1830er Jahren.[503] Grundsätzlich lassen sich drei Typen von Beilagenblättern unterscheiden: Beilagen für Tageszeitungen, Beilagen für Zeitschriften sowie Annoncenbeilagen, die in der Regel nur einen geringen redaktionellen Anteil hatten. Zeitungshistoriker betonen, daß „alle Beilagen den Gesetzen der Zeitung" unterliegen, indem sie z. B. keine direkte Konkurrenz zu den allgemeinen Zeitschriften darstellen und zudem, trotz eigenen Impressums, juristisch von der Schriftleitung des Hauptblattes verantwortet werden mußten[504]; gleichwohl handelte es sich faktisch um Zeitschriften, die sich jedoch einen neuen Vertriebsweg gesucht hatten: Beilagen hatten eine eigene Paginierung, eigenen Titelkopf und häufig ein anderes (kleineres) Format als das Hauptblatt.

Von 1862 bis 1876 erschien die *Gartenlaube*-Beilage *Deutsche Blätter*, die schneller und wirksamer auf aktuelle Zeitereignisse eingehen sollte, als dies dem Hauptblatt möglich war; die Beilage fand unter dem Herausgeber Berthold Auerbach bzw. seinem Nachfolger Albert Fränkel (seit 1864) jedoch nicht die erwünschte Resonanz.[505] Dem *Daheim* wurde 1872 zur Absatzsteigerung der *Daheim-Anzeiger* als Inseratenblatt beigelegt, der zunächst, entgegen

---

[497] Das Neue Blatt, Heft 1 von 1911 (Titelseite)
[498] Das Neue Blatt, Heft 1 von 1913 (Titelseite)
[499] Das Neue Blatt, Heft 1 von 1914 (Titelseite)
[500] Das Neue Blatt, Heft 1 von 1914 (Titelseite)
[501] Niewöhner, S. 45
[502] Niewöhner, S. 63
[503] Groth, 1. Bd., 349f. (n. Kirschstein, S. 138)
[504] Lehmann, Einführung in die Zeitschriftenkunde, S. 77/78
[505] Barth, Zeitschrift für Alle, S. 316/317

wirtschaftlicher Vernunft,[506] von Text freigehalten werden sollte. Bis 1895 war diese Beilage auf 15–24 Seiten angewachsen, d.h. sie machte zu der Zeit ca. 20–30% eines gesamten Heftes aus. Im Lauf der Zeit kamen zahlreiche weitere Beilagen dazu:[507] u. a. *Frauen-Daheim* (seit 1887), *Kinder-Daheim* (seit 1895) und *Der Tierfreund* (seit 1907). Ein modernes Beilagenwesen – in dem sich sämtliche Gattungen des allgemeinen Unterhaltungszeitschriftenwesens wiederfinden – entwickelte sich erst in den 1870er Jahren. Die ersten Beilagen, die für mehrere lokale bzw. regionale Zeitungen produziert wurden und die gleichzeitig möglichst weitgehend dem Erscheinungsbild einer Familienzeitschrift entsprachen, waren das *Illustrirte Unterhaltungs-Blatt. Belletristische Wochenschrift für die Familie und Jedermann* (seit 1873) und das *Illustrirte Sonntags-Blatt. Wochenschrift zur Unterhaltung und Belehrung* (seit 1874) des Stuttgarter Verlegers Hermann Schönlein, der mit der *Bibliothek der Unterhaltung und des Wissens* sowie dem *Buch für Alle* weitere innovative Zeitschriftengattungen populär gemacht hatte. Sowohl Schönleins *Illustrirtes Unterhaltungs-Blatt* als auch sein *Illustrirtes Sonntags-Blatt* erschienen jeweils als Beilage zur Dutzenden von Zeitungen;[508] Auflagenzahlen und Erscheinungszeitraum sind unbekannt, doch in 1890er Jahren sollen beide Beilagen noch eine „nach Hunderttausenden zählende Verbreitung“[509] gehabt haben. Seit den ausgehenden 1880er Jahren wurden beide Titel Schönleins vielfach kopiert und „Illustrierte Unterhaltungs- bzw. Sonntagsblätter“ überschwemmten den Markt (vgl. Tab. 17). Zahlreiche ‚Beilagen-Fabriken‘ entstanden; für 1892 weist Sperling 33 Verlage nach, die sich auf die Produktion von Unterhaltungsbeilagen spezialisiert hatten, im Jahr 1908 waren es bereits 51 (vgl. Tab. 16).

Tab.16: Verlage von Unterhaltungsbeilagen (1892–1915)

Jahr	*Anzahl*
1892	33
1894	32
1898	42
1901	?
1902	37
1904	37
1908	51
1914	44
1915	43
1923	?

Quelle: Sperling, Adreßbücher

Die *Illustrirte Familien-Zeitung* des Hamburger Verlegers Rosenberg erschien seit 1879 (bis 1894?); sie kopierte die Schönlein-Blätter in Titelkopf, Inhalts u. s. w. bis in graphische Einzelheiten (Auflage 1883: 38.000). Vorläufer war der im gleichen Verlag erscheinende *Omnibus. Illustrirtes Wochenblatt* (1.1862–17.1878; Auflage 1868: 60.000). Vor allem Berlin wurde ein Zentrum der Beilagenverlage (vgl. Tab. 13). Eine der größten Firmen überhaupt war vermutlich der Verlag von Georg E. Nagel in Schöneberg, der u. a. die Beilagen *Humoristisches Wochenblatt* (1890–1915), *Lustige Welt. Nagel's humoristische Fliegende Blätter* (1886–1930; wechselnde Titel, u. a. *Lustige Blätter*, *Nagel's lustige Welt*, *Heitere Blätter*), *Kasseler Gartenlaube* (1891/92) *Illustriertes Unterhaltungsblatt* (1899–1910), *Sonntagsblatt. Illustriertes Unterhaltungsblatt* (1890–1912), *Der Volksschulfreind. Illustriertes Sonntagsblatt* (1908), *Deutscher Hausfreund* (1888–1919), *Blätter für Mode und Handarbeit* (1900–1905), *Fürs deutsche Haus.*

[506] Vgl. die Ausführungen bei Bärwinkel/Webel

[507] Die meisten in Bibliotheken überlieferten Jahrgangsbände der Familienzeitschriften enthalten diese für eine angemessene Würdigung unabdingbaren Beilagen nicht. Vgl. dazu die Ausführungen bei Gebhardt, Illustrierte Zeitschriften, S. B42

[508] Vgl. Graf, Hermann Schönleins ‚Illustrirtes Unterhaltungs-Blatt‘, S. B100–B106

[509] Zit. n. ebd. S. B104

Illustriertes Unterhaltungsblatt für Haus und Familie (1898–1912), *Ratgeber für Feld und Haus* sowie die *Illustrierte Kinderzeitung* (1914) produzierte. Unterhaltungsbeilagen machten, wie u. a. die Produktion des Verlages Nagel zeigt, den überwiegenden Teil der Beilagen aus; das legt auch ein Blick auf die Produktion der von Sperling 1898 genannten Beilagenverlage nahe (Tab. 13).

Tab. 17: Unterhaltungsbeilagen 1898

Firma	*Ort*	*Titel*
Administration der Illustrierten Zeitungsbeilagen	Wien	?
Aktiengesellschaft „Badenia“	Karlsruhe	Unterhaltungsblatt d. Badischen Beobachters Blätter für den Familientisch (1909–1915) Sonntagsfeier (1899–1919) Erholungsstunden zur Unterhaltung und Belehrung im häuslichen Kreis (1898–1910)
Hermann Arendt’s Verlag	Berlin	?
J. Becker	Seesen	?
Julius Becker	Berlin	Humoristisches Wochenblatt Humoristische Blätter Der Schelm
Expedition des ‚Landwirtschaftlichen Ratgeber‘	Hannover	?
Joh. Falk III Söhne	Mainz	Illustriertes Unterhaltungsblatt
Greiner & Pfeiffer	Stuttgart	Illustriertes Unterhaltungsblatt Illustriertes Sonntagsblatt (1909–1915) Gute Unterhaltung. Illustriertes Familienblatt (1901–1908)*
F. A. Günther’s Zeitungsverlag	Berlin	Sorgenfrei (Beilage zu fünf Zeitungen)
Gutenberg AG	Berlin	Illustriertes Sonntagsblatt (1897–1899) Gutenbergs illustriertes Sonntagsblatt (1900–1916) Das praktische Blatt. Unabhängige Wochenzeitung für den Wiederaufbau deutscher Volkskraft (1916–1919) Wort und Bild (1925–1936)
A. W. Hayn’s Erben	Berlin	?
Wilh. Hermann	Berlin-Steglitz	?
Christian Jenssen	Hannover	?
Ihring & Fahrenholtz	Berlin	Illustriertes Unterhaltungsblatt (1885–1920) Neue Gartenlaube (1888–1906) Illustriertes Sonntagsblatt. Beilage zum Kasseler Journal (1889–1913)
H. Jünemann	Hannover	?
W. W. Klambt	Neurode	Landwirtschaftliche Beilage
W. Kohlhammer	Stuttgart	Illustriertes Unterhaltungsblatt Allgem. Mitteilungen über Haus- und Landwirtschaft Praktische Mitteilungen für Gewerbe und Handel Haus- und Landwirtschaft
J. D. Küster Nachfolger	Bielefeld	Landwirtschaftliche Beilage
F. Lenz & Co. G.m.b.H.	Berlin	Feld und Garten. Illustrierte Monatschrift für Land- und Gartenbau (1892–1907) Deutsche Mode und Handarbeit. Praktische illustrierte Frauen-Zeitung (1904–1907)
Georg E. Nagel	Berlin	Deutscher Hausfreund Sonntags-Heim Bunte Welt Sonntagsblatt Lustige Welt

		Heitere Welt Das humoristische Deutschland
J. Neumann	Neudamm	Des Landmanns Sonntagsblatt. Allgemeine Zeitung für Landwirtschaft, Gartenbau und Hauswirtschaft (1892–1914) Des Försters Feierabende (1886–1924)
A. Newe	Berlin	?
Paul Ollendorff	Berlin/Leipzig/Paris	? s. S. III56
Max Pasch	Berlin	Der Zeitspiegel. Illustrierte Unterhaltungsbeilage (1888–1917)
Johannes Pässler	Dresden	Praktische Mitteilungen für Handel und Gewerbe, für Haus- und Landwirtschaft
R. Pfeiffer (vorm. Carl Kowark's Www.)	Berlin	Kobold. Humoristisches Wochenblatt. 1888–1934??
Gebr. Reichel	Augsburg	Humoristische Beilage der Hessischen Landeszeitung (1894–1895)
G. Rieck'sche Buchdruckerei (F. W. Schröter)	Freiburg/Schlesien	?
Paul Schettler's Erben	Köthen/Anh.	?
J. Schmidt	Markneukirchen	Zeitbilder (1.1896–20.1915)
Robert Schneeweiß	Berlin	Für unsere Kleinen. Beilage zum Häuslichen Ratgeber (1892–1906?) Mode und Handarbeit
Schuh & Co.	München	Casseler lustige Blätter (1.1892–25.1908)
John Schwerin's Verlag AG	Berlin	Illustriertes Sonntagsblatt. Belletristische Wochen-Beilage (1886–1889) Zick-Zack (1888–1941?) Illustriertes Unterhaltungsblatt (1887–1902) Im trauten Heim /Trautes Heim (1890–1896)
A. Stenger	Erfurt	Thüringer Hausfreund. Sonntagsblatt zum Allgemeinen Anzeiger (1872–1911)
Otto Thiemer	Berlin	Zeitbilder
C. von Treuberg	München	?
Union Deutsche Verlagsgesellschaft	Stuttgart	?
Verlag der ‚Illustrierten Familien-Zeitung'	Hamburg	Illustrierte Familien-Zeitung
Neue Berliner Verlagsanstalt August Krebs	Berlin	Wort und Bild (1900–1914)
Ludwig Weber Verlagsbuchhandlung	Düsseldorf	?
Otto Weber's Verlag	Heilbronn	?
Christl. Zeitschriftenverein (E. Hülle)	Berlin	Illustrierter Familienfreund zur Belehrung und Unterhaltung, für Haus und Land (1891–1919) Jung-Deutschland. Ein Blatt für die deutsche Kinderwelt (1908–1926)

* z. B. als Beilage zu *Der süddeutsche Möbel- und Bauschreiner* und *Der süddeutsche Tapezierer und Dekorateur* nachgewiesen
Quelle: Sperling 38. Jg. (1898); ZDB online

Die Auflagen mancher Beilagen waren enorm: das von R. H. Achilles herausgegebene *Deutsche Familienblatt* (Berlin: Weinberg), das „mehr als 160 Zeitungen"[510] beilag, wurde 1890 190.000mal gedruckt, und *Gute Geister* (Berlin), redigiert von August Krebs, gab 1888 eine Auflage von 150.000 an und lag 1896 „ungefähr 120 deutschen Provinzzeitungen als illustrirte Sonntagsbeilage bei."[511] Diese Zahlen sind durchaus glaubwürdig, denn 1908 hatten

[510] Kirschstein, Die Familienzeitschrift, S. 139
[511] Inserat in: Die Reklame, 6. Jg. (1896) S. 21

von 3838 Zeitungen nur 11% keine Beilage.[512] Gleichzeitig spiegelt die Produktion der Beilagenverlage die Bedürfnisse eines neuen Publikums, das schon die Umwandlung der traditionellen Familienblätter von Bildungs- zu Ratgeberzeitschriften bewirkt hatte. Neben belletristischen und Unterhaltungsbeilagen entwickelten sich nun auch Kinder- und Jugend-, Mode- und sonstige Ratgeberbeilagen. Im Jahr 1905 wurden insgesamt 6105 Beilagen gezählt, davon waren 36% illustrierte Unterhaltungsbeilagen, 32% enthielten Verschiedenes, und die restlichen 32% verteilten sich auf Gewerbe, Industrie, Spiel und Sport, Handarbeit und Wissenschaft.[513] Die Frankfurter *Kleine Presse* hatte z. B. seit 1885 die Bilderbeilage *Das illustrirte Blatt*; für 1889 weist Sperling u. a. *Haus und Küche* als Beiblatt des *Deutschen Damen-Journals* (Berlin: Joost 1883ff.), eine *Musik-, Moden- u. Kochbuchbeilage* der *Deutschen Frauenzeitung* (Berlin: Kassin & Co. 1888ff.), die Gratisbeilage *Für die junge Welt* der *Schweizerischen Frauenzeitung* (St. Gallen 1878ff.), die belletristische Beilage *Im Boudoir* der *Wiener Mode* (Colbert & Ziegler 1888), den *Ratgeber fürs Hauswesen* (seit 1883) der Auer'schen *Monika* (Donauwörth 1869ff.; Auflage 1908: 90.000) und die Beilage *Deutsches Heim* für Ullsteins *Berliner Zeitung* nach; 1898 enthielt die *Schweizer Haus-Zeitung* (Zürich 1869ff) die Beilagen *Der Jugendfreund, Die praktische Hausfrau, Stunden am Arbeitstische, Arbeits- und Schnittmusterbogen, Saisonbilder neuester Pariser Moden* und *Die gemeinnützige Schweizerin*, und die *Dresdner landwirtschaftliche Presse* hatte die Beilage *Unsern lieben Frauen*; seit 1901 hatte *Der deutsche Kaufmann* die Beilage *Maja. Ein Frauenblatt* u. s. w.

Eine sozialdemokratische Unterhaltungsbeilage war *Die Neue Welt* (1892–1919); das Blatt war von 1876 bis 1887 als Wochenzeitschrift nach Art der *Gartenlaube* erschienen, wurde eingestellt und einige Jahre später als „illustrierte Unterhaltungsbeilage" neu gegründet. Von 39 sozialdemokratischen Tageszeitungen legten im Jahr 1897 19 *Die Neue Welt* am Wochenende bei;[514] das entsprach einer Auflage von etwa 200.000. Hierbei ist allerdings zu bedenken – und dies gilt für die Beilagenblätter ganz allgemein – daß die Auflagenzahlen so gut wie nichts über deren Beliebtheit aussagen, denn es handelt sich um einen Zwangsbezug, der das Blatt einer unmittelbaren Marktkonkurrenz mit den selbständigen Zeitschriften enthebt.

Wie das *Daheim* versuchten nach 1900 auch andere traditionelle Familienzeitschriften, sich durch Beilagen für eine gewandeltes Publikum interessant zu machen bzw. zu halten. Der von Wachenhusen gegründete *Hausfreund* wurde seit dem 43. Jahrgang (1899/1900) mit vier Beilagen verkauft, die jeweils etwa 50 Seiten pro Jahr umfaßten und mit eigener Paginierung versehen waren. Die Titel – *Der Kinderfreund, Die Küche, Die Mode, Das Möbel* – verweisen exakt auf jene Themen, die seit dem Erfolg der Hausfrauenzeitschriften unabdingbar zu einer modernen Familienzeitschrift gehörten; dennoch mußte das Blatt ein Jahr später eingestellt Mehr Erfolg hatte die *Gartenlaube* mit ihrer Beilage *Die Welt der Frau* (1904–1920), die 16 Jahre lang auch separat bezogen werden konnte. Wie für das Hauptblatt wurden eigene Einbanddecken und Jahresregister geliefert, der Jahrgang 1910 hatte 832 Seiten, das entsprach in etwa dem Umfang des Hauptblattes: d. h. allein mit dieser einen Beilage erhielt der Abonnent das Doppelte für sein Geld.

8.3 Feuilleton-Korrespondenzen

Im Unterschied zu den anderen bisher vorgestellten Zeitschriften waren die Feuilleton-Korrespondenzen nicht für das breite Publikum bestimmt: es handelte sich um Zeitschriften mit Unterhaltungsmaterial, aber nicht um Unterhaltungszeitschriften. „[E]ine Korrespondenz […] dient gleichsam nur dem Zwischenhandel von Artikeln und Nachrichten."[515]Als Vermittlungsinstanzen hatten sie ein ‚doppeltes' bzw. gespaltenes Publikum: in ihrer Gesamterscheinung richteten sie sich an Zeitschriftenredakteure und -herausgeber bzw. -verleger, die auch als Abonnenten

[512] Kirschstein, Die Familienzeitschrift, S. 139 (Umrechnung auf der Grundlage absoluter Zahlen)
[513] Kirschstein, Die Familienzeitschrift, S. 139
[514] Gebhardt, Illustrierte Zeitschriften, S. B45
[515] Lehmann, Einführung in die Zeitschriftenkunde, S. 78

der Feuilleton-Korrespondenzen in Erscheinung traten; ihr ‚Material' dagegen, für das die genannten Redakteure nur als Mittler fungierten, richtete sich an das breite Publikum. Feuilleton-Korrespondenzen waren also von der *Form* her im eigentlichen Sinn Fachzeitschriften, insofern sie sich an ein sozial, berufs- und zahlenmäßig eingeschränktes Publikum richteten; also gewissermaßen halb- bzw. vor-öffentliche Publikationen, vergleichbar den heutigen Nachrichtenagenturen. Insofern ihr *Inhalt* aber gar nicht auf dieses eingeschränkte Publikum abzielte, sondern sich an ein möglichst breites richtete, und zudem nicht bzw. kaum noch redigiert werden mußte, da er gewöhnlich fix und fertig und zeilengerecht geliefert wurde, waren sie mit den Familien- und Unterhaltungszeitschriften engstens verwandt; rechtlich galten sie allerdings als Manuskript.[516]

Schon im Juli 1871 hatte der Verlag Velhagen & Klasing die *Belletristische Correspondenz* geschaffen, um dort Romane und Novellen weiterverkaufen zu können, die sich für den Abdruck im *Daheim* nicht eigneten;[517] redaktionell wurde sie, wie auch das *Daheim*, von R. König betreut, der an ihren Einnahmen mit 10% beteiligt war. Die *Belletristische Correspondenz* wurde 1890 an den Dresdener Verleger Carl Reißner verkauft; [518] im Jahr 1900 ging sie unter gleichem Namen an den ebenfalls in Dresden beheimateten Verlag Moewig & Hoeffner,[519] der sie vermutlich bis mindestens 1939 weiterbetrieb.[520] Diese Korrespondenz kostete vierteljährlich 6 Taler, von 1901 bis 1918 vierteljährlich 25 Mark.[521] Bei Moewig & Hoeffner erschien seit 1895 mit dem *Feuilleton-Redakteur* eine weitere Korrespondenz, die u. a. „kriminelle Feuilletonstoffe" vertrieb. Die *Belletristische Correspondenz* dürfte mit fast 70jähriger Laufzeit eine der langlebigsten Feuilleton-Korrespondenzen Deutschlands gewesen sein.

Um 1870 gab der Hamburger Verleger Wolf (Wulff?) die Feuilleton-Korrespondenzen *Novellenmanuskript* und *Novellenmappe* heraus[522]; eine der ersten Feuilleton-Korrespondenzen wurde auch seit 1873 von Otto Loewenstein mit dem Titel *Unter'm Strich* herausgegeben.[523] Doch erst mit Zunahme und allmählicher Etablierung der Literarischen Agenturen, die anfangs meist als Herausgeber der Feuilleton-Korrespondenzen fungierten, wurden diese ab der zweiten Hälfte der 1880er Jahre zu einem bedeutsamen Faktor im Literatur- bzw. Pressewesen. 1886 gab es kaum eine Handvoll dieser Organe in Deutschland; für die zehn Jahre bis 1895 lassen sich dann mindestens 36 weitere Gründungen von Feuilleton-Korrespondenzen nachweisen.[524] Im Jahr 1902 schrieb ein Kenner: „In verhältnißmäßig kurzer Zeit hat sich dieses Vermittlungsgeschäft entwickelt und zwischen Schriftsteller und Zeitungsredaktion geschoben. Es hat sich allen Bedürfnissen der letzteren so anzupassen gewußt, daß viele von ihnen nicht nur aus Sparsamkeitsgründen, sondern auch der Bequemlichkeit halber nur mit ‚Feuilleton-Korrespondenzen' und nicht mit den Schriftstellern direkt arbeiten. Natürlich herrscht auch unter ihnen das Prinzip der Arbeitsteilung. Es giebt solche, die rein belletristischer Natur sind, und dann wieder nur sog. Familienlitteratur, oder aber ‚moderne' Arbeiten aufweisen, die mit Vorliebe

---

[516] Huth, Die Korrespondenzen und ihre Mitarbeiter, S. 96: „eine Korrespondenz ist aber weder eine Zeitung noch eine Zeitschrift, sondern ein Manuskript."

[517] Meyer, Ein deutsches Familienblatt, S. 120

[518] Auskunft Stadtarchiv Bielefeld (Firmenarchiv Velhagen & Klasing) vom 12. September 2000

[519] Vgl. Die Feder 4. Jg. (1901) Nr. 58 (15. November) : dort die Meldung über „Belletristische Correspondenz (vorm. C. Reißner) Moewig & Hoeffner, Dresden" (vgl. auch Meunier / Jessen, Das deutsche Feuilleton, S. 91)

[520] Kürschners Literaturkalender für 1939 weist den Arthur Moewig Verlag als Romanvertrieb nach (Sp. 216*)

[521] Meunier / Jessen, Das deutsche Feuilleton, S. 91

[522] Meunier / Jessen, Das deutsche Feuilleton, S. 91; möglicherweise handelte es sich dabei um jene Nachdruck-Blätter, zu deren Bekämpfung auf dem Deutschen Schriftstellertag 1868 aufgerufen worden war (vgl. Graf, Literatur-Agenturen in Deutschland, S. B172).– Inwieweit der genannte Verlag mit der Hamburger Firma Wulff & Co. identisch ist, in der eine *Deutsche Novellenzeitung* (Auflage: 15.000) erschien (Sperling 30.1889 u. 31.1890), wäre zu prüfen.

[523] Graf, Literatur-Agenturen in Deutschland, S. B176

[524] Graf, Literatur-Agenturen in Deutschland, Tab. 2 (S. B177)

humoristische oder Kriminalskizzen bringen, andere bearbeiten das Gebiet der populären Wissenschaft, manche sind speziell für katholische Blätter bestimmt und so fort.“[525]
Statistische Aussagen sind aus verschiedenen Gründen noch schwerer zu machen als für den Zeitschriftenbereich allgemein; die Verzeichnisse für Publikumszeitschriften erfassen die Feuilleton-Korrespondenzen naturgemäß meist nicht und spezielle Pressehandbücher u. ä. führen erkennbar nur eine Auswahl auf. Von den wenigen heute in öffentlichen Bibliotheken aufbewahrten Exemplaren auf den Gesamtbestand zu schließen ist unmöglich, denn es handelte sich ja um Periodika, die zum Verbrauch (d. i. zum Zerschneiden und Verkleben) bestimmt waren; aus dem gleichen Grund lassen sich nur schwer Aussagen über die Lauf- bzw. Lebenszeit einer Feuilleton-Korrespondenz machen. *Kürschner's Literaturkalender* etwa weist für 1894 15, für 1905 26 und für 1917 15 Feuilleton-Korrespondenzen nach.[526]; man kann jedoch davon ausgehen, daß diese Zahlen jeweils nur einen Bruchteil des tatsächlichen Gesamtbestandes repräsentieren. Das „Handbuch der Presse“ beispielsweise weist für 1902 unter der Rubrik „Unterhaltung und Verwandtes“ 21 ‚namhaftere‘ Feuilleton-Korrespondenzen nach (vgl. Tab. 18); weitere 15, die ebenfalls z.T. Feuilletonmaterial anboten, finden sich unter „Verschiedenes“, u. a. die *Frauenkorrespondenz* (Verlag, Hg. u. Red.: Dr. phil. Anna Gebser, Berlin), *Kühl's Correspondenz* (Groß-Lichterfelde, u. a. Theatralia), *Allerlei Gedenktage* (Stadtsulza), und vier Korrespondenzen vertrieben ausschließlich Illustrationen, darunter der *Cliché-Anzeiger für Redaktionen* (Berlin, gegr. 1899) und *Der Cliché-Markt* (Leipzig, gegr. 1888). Kurz vor dem Ersten Weltkrieg entstanden erste sozialistische Feuilleton-Korrespondenzen, z. B. das von Kurt Eisner herausgegebene *Arbeiterfeuilleton*.[527]

Tab.18: Feuilleton-Korrespondenzen 1902

Titel	*Verlag/Hg./Redakteur*	*Ort*	*Gründungsjahr*	*Inhalt*
Belletristische Korrespondenz	Moewig & Hoeffner	Dresden	1871	Hauptsächlich kürzere Manuskripte von höchstens 400–500 Druckzeilen aus allen Zweigen der Belletristik*
Berliner Korrespondenz-Bureau	F. Leitmeyer & Co.	Berlin	1894	Modeplaudereien, Hygiene, humoristische Dialekt-Artikel
Feuilleton-Korrespondenz	Richard Taendler	Berlin	1884	Romane, Novellen, Novelletten, Humoresken, Skizzen
Feuilleton-Correspondenz	Christlicher Zeitschriften-Verein. Red.: Dr. Hellmut Pankow	Berlin		
Der Feuilleton-Redakteur	Otto Milrad	Berlin	1895	Aktuelle humoristische und kriminelle Feuilletonstoffe bevorzugt
Feuilleton-Zeitung	Greiner & Comp. (Inh. Hugo Wolff)	Berlin	1887	Feuilleton, Belletristik, Wissenschaft, Humor, Aktuelles
Feuilleton-Zeitung	Ernst Rosenfeld	Berlin-Wilmersdorf		Besonders elegante Feuilletons, Novelletten und aktuelle Artikel
Feuilleton-Zeitung	J. Bensheimer Red.: P. Teickner	Mannheim	1889	Novellen, Skizzen, naturwiss. u. kulturhist. Artikel, Jubiläums-Aufsätze
A. Gottwalds Correspondenz	A. Gottwald	Berlin		Humoristische (erfundene) Gerichtsverhandlungen in Berliner Dialekt

[525] Kürschner, Handbuch der Presse, Sp. 1563
[526] Vgl. z. B. Tab. 1 ebd. (S. B.176), die auf der entsprechenden Rubrik in Kürschner's Literaturkalender basiert
[527] Meunier / Jessen, Das deutsche Feuilleton, S. 91

Paul Grügers Neues Monats-Material für Zeitungen	Paul Grüger	Rixdorf		Ethisch, kulturfortschrittlich, national
Journal-Correspondenz Bondi	Georg Bondi	Wien		
Die Natur Novellistische Correspondenz	M. Rhode	Berlin-Schöneberg	1894	
Oesterreichische Feuilleton-Correspondenz für Redaktionen	Ferdinand Stieber Hg.: J. Bock Red.: Arpad Sor	Wien	1892	Erzählungen, Essays, Skizzen, Humoresken
Ohmanns Feuilletonkorrespondenz	Karl Ohmann	Lübeck		Mit populär-medizinischer, naturwissenschaftlicher, Modebrief-, technischer, haus- u. landwirtschaftlicher sowie Rätselkorrespondenz, auch gesondert zu beziehen
Redaktions-Post (Correspondenz Quickborn)	Quickborn G.m.b.H.	Berlin		
Salon-Feuilleton	F. Fontane Red.: Dr. Josef Ettlinger	Berlin		Feuilletons aus Belletristik und Wissenschaft, bis zu 250 Druckzeilen Umfang
Satirische Wochenkorrespondenz	Sozialpolitische Rundschau Red.: Jul. Wertheimer	Frankfurt/ Main	1902	Litteratur und Politik
Die Skizze Berliner Feuilleton-Correspondenz	Friedrich Huth	Charlottenburg		Skizzen, Humoresken, Plaudereien
Universal-Korrespondenz „Stern“	Felix v. Boehn Red.: Alfred Schulze	Berlin	1901	Feuilleton
Universal-Redakteur. Allgemeine Correspondenz für Zeitungs-Redaktionen	R. Taendler	Berlin		Aktuelles auf allen Gebieten, Belletristik, Wissenschaftliche Gedenkartikel u. s. w.
Welt-Echo (früher: Memoiren-Correspondenz)	La Correspondance internationale (Otto Waldau) Hg. u. Red.: Dr. Julius Pasig	Berlin-Friedenau	1894	Aktuelle kurze Feuilletons in volkstümlicher Form aus allen Gebieten des wirtschaftl. u. sozialen Lebens, der Wissenschaft u. Kunst, Fest- u. Gedenkartikel, kleine, frische Novelletten, Humoresken, Skizzen, der Saison und den Tagesereignissen angepaßt

*Quelle: J. Kürschner, Handbuch der Presse, Berlin u. a. 1902; * aus: Die Feder Nr. 58 (1901)*

Die ausführlichste statistische Bestandsaufnahme des gesamten literarischen Vermittlungsmarktes der Kaiserzeit findet sich im *Börsenblatt* von 1917. Ihr Verfasser zählte auf Grundlage einer weitgefaßten Umfrage insgesamt 797 Korrespondenzen und Literarische Vermittlungsbüros im gesamten Deutschen Reich: „Wenn man die ‚im Verborgenen‘ erscheinenden Korrespondenzen hinzuzählt, dürfte sich die Zahl um etwa 100 erhöhen“;[528] circa 200 davon, also 22% der Gesamtzahl von ca. 900, befaßten sich in irgendeiner Weise mit feuilletonistischen bzw. belletristischen Inhalten: 51 Korrespondenzen vertrieben ausschließlich Material für illustrierte Sonntagsbeilagen, davon gab es u. a. sechs für eigene Kinder-Sonntagsbeilagen; daneben gab es weitere sieben Korrespondenzen, die allein Material für Kinder und Jugendliche vertrieben. Mit dem kleinen Feuilleton waren 35 Korrespondenzen befaßt, Romanvertriebe gab es 32; Novellen, Skizzen und längere Erzählungen wurden von 42 Organen angeboten, vermischte Inhalte brachten 82, Theaternachrichten sieben, Materialien für die Frauenwelt 14. Die

[528] Lyon, Zur Statistik der deutschen Korrespondenzen, S. 111

Zahlen belegen eindrucksvoll das exponentielle Wachstum des Zeitungs- und Zeitschriften- wie des gesamten literarischen Marktes zwischen 1900 und dem Ersten Weltkrieg. Ursache hierfür war das Anfang 1902 in Kraft tretende Urheberrechtsgesetz vom 19. Juli 1901, das den honorarfreien Nachdruck, bislang weithin Usus, unter Strafe stellte. „Es war fortan nicht mehr möglich, die Zeitungen vorwiegend mit Schere und Kleister zu redigieren; tausende von mittleren und kleinen Blättern mußten nunmehr ihren unterhaltenden Stoff gegen Honorar erwerben, und zur Befriedigung dieses Bedürfnisses wurden […] zahlreiche Korrespondenzen begründet, von denen manche noch heute [1930] bestehen.“[529]Anfang der 1930er Jahre schließlich hatten die Korrespondenzen v. a. in der kleinen und mittleren Presse eine geradezu übermächtige Stellung erreicht; ein Beobachter konstatierte: „Das Feuilleton dieser Zeitungen setzt sich oft zu 90% aus Korrespondenzmaterial zusammen“.[530] Bereits 1917 war die Spezialisierung der Feuilleton-Korrespondenzen weit fortgeschritten; folgende spätere Beobachtung trifft auch für die Zeit vor dem Ersten Weltkrieg bereits zu: „Von der hochwissenschaftlichen Korrespondenz, in der nur bekannte Sachverständige zu Wort kommen, bis zu der Korrespondenz, die Rätsel und Witze vertreibt, gibt es eine endlose Skala der einzelnen Spezial- und Sonderkorrespondenzen. Am größten ausgebaut sind die Romanvertriebe und die sogenannten literarischen Korrespondenzen, die erzählendes, unterhaltendes und belehrendes Material bieten. Der Romanvertrieb ist eine besonders interessante Seite im deutschen Zeitungswesen. Alles kann sozusagen entbehrt werden, nur nicht der Roman. Auf Grund dieser Tatsache haben sich […] seit Jahrzehnten Firmen gebildet, die den Romanvertrieb als ein lukratives Geschäft ausgebaut haben und die für ihr Teil auch Einfluß auf die literarische Produktion, die Stoffauswahl und die stilistische Gestaltung nehmen. Wer einmal in diese Betriebe Einblick getan hat, ist erstaunt, aber zugleich nicht wenig entrüstet über den geschäftsmäßigen und geschäftstüchtigen Handel, der hier mit geistiger Ware – oft bereits ehe sie dem Hirn und Herzen des ‚Dichter‘ entsprossen ist – betrieben wird.“[531] Es gab 1917 allein zehn Korrespondenzen, die nur sog. „Briefkasten-Material“ anboten, es gab eine Fachkorrespondenz für das Kino und 14 für die Frauenwelt, acht beschäftigten sich mit Mode, zwei mit Hofberichterstattung, eine vertrieb ausschließlich Kalendermaterial, eine weitere fertige illustrierte Familienkalender als Beilagen, acht beschäftigten sich mit Sport und eine brachte ausschließlich Material für Weihnachtsausgaben.[532] Spezialisiert auf Kinder- und Jugendliche war *Die Deutsche Kinderwelt* (seit 1893?)[533] aus Leipzig, die alle zwei Wochen erschien und von Frida Brasch betreut wurde; von 32 Romanvertrieben beschäftigte sich 1917 einer allein ‚mit ersten Autoren‘ und 14 boten ihr Material direkt als Matern und Platten: diese Texte mußten gar nicht mehr gesetzt werden, sondern wurden fertig gematert in die Druckvorlagen einmontiert.

Die Korrespondenz-Verlage waren sehr unterschiedlich strukturiert. Einigen Großverlagen – die ihre Autoren meist schlecht bezahlten, deren Werke sie „mit allen Rechten“ für eine einmalige Summe zur vielfachen Weiterverwertung erwarben und die deshalb in Schriftstellerkreisen einen ziemlich schlechten Ruf hatten[534] – standen Dutzende bzw. hunderte kleiner Korrespondenzen gegenüber: „die erdrückende Mehrzahl der Korrespondenzherausgeber besteht aus Schriftstellern und Journalisten mit recht bescheidenem Einkommen […] Die Grenze zwischen dem seine Arbeiten selbst vertreibenden Autor und einer Korrespondenz ist überhaupt nicht leicht zu ziehen; vielfach wird es sich schwer feststellen lassen, ob der Korrespondenzherausgeber, der weder Redakteure noch Mitarbeiter beschäftigt und seinen ganzen Dienst selbst schreibt, etwas anderes ist als der Schriftsteller, der in großem Umfang seine Zweitdrucke vertreibt.“[535] In Fachblättern für Autoren, Journalisten, Presse und Zeitungswesen boten große

[529] Schriftsteller und Korrespondenzen, S. 24
[530] Meunier / Jessen, Das Deutsche Feuilleton, S. 133
[531] Meunier / Jessen, Das Deutsche Feuilleton, S. 135
[532] Lyon, Zur Statistik der deutschen Korrespondenzen, passim
[533] Kürschner's Literaturkalender 1893, Sp. 1459
[534] Graf, ‚Ehrliche Makler‘ oder ‚Ausbeuter der Schriftstellerwelt‘, 92–99
[535] Schriftsteller und Korrespondenzen, S. 26/27

und kleine Firmen ihre – v. a. für Zeitungsredaktionen bestimmten – Produkte an. Richard Radscheks „Journalistisches Institut *Merkur*“ in Berlin offerierte 1904 beispielsweise „Romane, Novellen, Humoresken, Skizzen, Aufsätze, überh. Jed. Feuilleton-Material […] zu annehmbaren Liquidationen“;[536] eine „Allgemeine Stereotypie-Anstalt für Zeitungsdruckereien G.m.b.H.“, ebenfalls Berlin, bot „Reichhaltige Auswahl spannender *Zeitungsromane u. Novellen* der beliebtesten Schriftsteller, in Stereotyplatt.[en] aller gangbaren Spaltenbreiten. Ueber 2000 kleine Feuilletons *(Novellen, Homoresken, Erzählungen etc.)* in Stereotypplatten von 17, 19 und 20 Cicero“;[537] und Richard Voss in Dresden lieferte „Romane, Novellen, Erzählungen, Plaudereien, Essays etc. zum Erst- und Zweitdruck“.[538] Die Bedeutung der Feuilleton-Korrespondenzen drückt sich auch in der Gründung eines „Verbandes der Zeitungskorrespondenzen“ in Berlin aus: als Vorsitzender fungierte Friedrich Huth, Schatzmeister war Richard Taendler und Kämmerer seit 1906 Hugo Wolff, der Inhaber der Firma Greiner & Comp.[539] Der Verband verhandelte 1907 u. a. mit Vertretern der Zeitungsverleger über ein Schiedsgericht zu urheberrechtlichen Fragen, die sich aufgrund unterschiedlicher Honorierungspraxis immer wieder stellten. Manche Korrespondenzen erlaubten allein ihren (pränumerando zahlenden) Abonnenten den Abdruck ihres Materials, während andere auch eine nachträgliche Honorierung einzelner übernommener Beiträge nach erfolgtem Abdruck ermöglichten; das konnte jedoch gegebenenfalls mit der vertraglichen Zusage der meisten Korrespondenzen kollidieren, ihre Arbeiten in jeder Stadt nur an eine Zeitung abzugeben.[540]

Nur die großen Korrespondenzen wurden gedruckt; viele erschienen auf hektographierten Blättern. „Auch gibt es eine Reihe von Korrespondenzen, die sich mehr im Rahmen einer brieflichen Mitteilung halten, die mit Hilfe von Blaupapier durchgeschrieben oder auf der Schreibmaschine nur in wenigen Durchschlägen hergestellt werden. Derartige Korrespondenzen haben eine Auflage von etwa 2–10 Exemplaren. Entweder gibt ihr lokaler Charakter die Veranlassung dazu, oder der Herausgeber legt Wert darauf, die Beiträge nur wenigen Zeitungen zukommen zu lassen, um entsprechend höhere Honorare zu erzielen.“[541] Zu den größten und bekanntesten Feuilleton-Korrespondenzen – neben der bereits genannten *Belletristischen Correspondenz* von Velhagen (bzw. Reißner bzw. Moewig) – gehörten die seit 1884 erscheinende *Feuilleton-Korrespondenz* des Literaturagenten Richard Taendler, die 1887 gegründete *Feuilleton-Zeitung* des rührigen Berliner Verlags Greiner & Comp.[542], die 1889 gegründete *Feuilleton-Zeitung* des Mannheimer Verlags J. Bensheimer, die von P. Teickner redigiert wurde, sowie die *Internationale Feuilleton-Korrespondenz* der Internationalen Verlagsanstalt in Berlin (Tillotson & Son’s Nachfolger – O. Pupke); sie alle liefen über mehrere Jahrzehnte.

Zu den literar- und pressehistorisch interessantesten Feuilleton-Korrespondenzen gehören jene, die sich auf den Bereich der kurzen literarischen Texte spezialisiert hatten, wie sie der expandierende Zeitschriften- und v. a. Zeitungsmarkt seit den 1880er Jahren in bis dahin ungekanntem Maße forderte. *Die Novellette*, „eine gedruckte „Korrespondenz‘ für Redaktionen“, die seit 1887 (bis 1890) in Berlin erschien, vertrieb ausdrücklich nur „[g]anz kurze Geschichten“[543]: „Dieses ganz neuartige, in seiner Art allein dastehende Unternehmen bietet ausschließlich kurze, vollständige Erzählungen, Geschichten, Humoresken, Skizzen, Novelletten von je 150 bis 400 Zeilen, also in einer Zeitungsnummer abzuschließen“[544]; es enthielt u. a. Beiträge von V. Blüthgen, M. Schmidt, H. Pichler, B. Björnson, B. Groller, L. Tolstoi, B. v. Suttner, H. Heiberg u. F. Schanz und unterschied sich schon durch die Teilnahme bekann-

[536] Anzeige in: Die Redaktion, 3. Jg. (1904) Nr.14/15 (10. April)
[537] Die Redaktion, 3. Jg. (1904) Nr.14/15 (10. April)
[538] Die Redaktion, 3. Jg. (1904) Nr. 20 (15. Mai)
[539] Vgl. Die literarische Praxis, 7. Jg. (1906) S. 253
[540] Vgl. Die literarische Praxis, 8. Jg. (1907) S. 45/46
[541] Lyon, Zur Statitik der deutschen Korrespondenzen, S. 109
[542] Vgl. Graf, Literatur-Agenturen in Deutschland, S. B178, B182 u. B188 (Anm. 62)
[543] Kürschner’s Literaturkalender 1888, S. 507
[544] Anzeige in: Literarische Korrespondenz, hg. v. H. Thom, 1. Jg. (1889) S. 118

ter Autoren von zahlreichen anderen Korrespondenzen, deren Programm darin bestand, weitgehend standardisierte Text von No-Name-Autoren zu vertreiben. Herausgegeben wurde *Die Novellette* von P. B. Wichmann und Bertha Katscher (1860–1903), die selbst Verfasserin zahlreicher Artikel, Romane, Novellen, Skizzen u. ä. war, und später von deren Mann, Leopold Katscher (geb. 1853), der zugleich seit 1886 „eine neuartige Korrespondenz“ mit dem Titel *Hauptstädtische Plauderspaziergänge* herausgab.[545] Ähnlichen Zuschnitt dürften die von Paul Grüger (Berlin) unter Redaktion von Ch. Wild (J. Stein) herausgegebenen *Berliner Skizzen* (1891) sowie die *Humoresken-Korrespondenz* (1898) von Viktor Laverrenz gehabt haben. Seit 1898 erschien dreimal monatlich, herausgegeben von Fred Hood, *Die Skizze. Berliner Feuilleton-Correspondenz*[546]. Fred Hood war das Pseudonym des Verlegers, Redakteurs, Autors, Literaturagenten und Verbandsfunktionärs Friedrich Huth (geb. 1866), der außerdem die Korrespondenzen *Das Forum. Korrespondenz für praktische Rechtsfälle* (1920 =14. Jg.), die *Allgemeine technische Korrespondenz* sowie *Praktische Volkswirtschaft* herausgab. *Die Skizze* brachte kurze Erzählungen, Humoresken, Plaudereien und populär-wissenschaftliche Aufsätze bis zu einer Länge von etwa 200 Druckzeilen; sie wurde später von Rudolf Dammert (1924) bzw. Robert Matthis (1932) betreut und erschien bis in die 1930er Jahre. Abonnenten durften alle Beiträge abdrucken, Einzelabdruck war nur nach vorheriger Vereinbarung erlaubt; für unberechtigten Abdruck war das dreifache (später fünffache) Zeilenhonorar zu entrichten. Die belletristischen Texte stammten, wenn man von regelmäßigen Beiträgen A. Tschechows (1919, 1920) absieht, weitgehend von unbekannten Autoren; eine der häufigsten Beiträgerinnen seit 1917 war Paula Wassermann. Der 20. Jg (1917) enthält ausschließlich Skizzen von etwa 30 bis 210 Zeilen Länge, viele Kriegs- und Lazarettschilderungen, außerdem Sachberichte, Jubiläumsartikel u. s. w.; der Herausgeber selbst steuerte häufig Beiträge über das Kinowesen bei. Gleichfalls auf Kurztexte spezialisiert war die seit 1909 im Berliner Verlag von Egon Fleischel & Co. erscheinende *Oktav-Korrespondenz für Zeitungen*;[547] sie wurde redaktionell von Fritz. Th. Cohn betreut, dem Ehemann der Erfolgsschriftstellerin Clara Viebig, der zugleich Mitinhaber des Verlags war, und brachte zweimal wöchentlich kleines Feuilleton „aus allen Gebieten“ bis zum Höchstumfang von 100 Zeilen.

Auch die von Otto Pupke herausgegebene *Internationale Feuilleton-Korrespondenz* (Berlin 1.1902–1913?) brachte überwiegend kurze Erzähltexte von 50 bis 250, nur selten mit 300 oder 600 Druckzeilen Umfang. Sie war einzeln oder im Abonnement zu beziehen, Einzelabdruck mußte zuvor gestattet werden; später wurde er erlaubt, mußte jedoch innerhalb von zwei Monaten gemeldet werden. Über die Preisstruktur lassen sich keine Aussagen treffen, da sie als strenges Geschäftsgeheimnis behandelt wurde.[548] Die Korrespondenz erschien alle zwei Wochen mit einem Unfang von 16 Seiten, jedes Heft enthielt fünf bis sechs Texte (1902: 1. Quartal: 34 Texte, 2.: 33, 3.: 32, 4.: 39). Die deutschen Autoren waren, abgesehen von L. Sacher-Masoch, eher unbekannt; dagegen weisen die ausländischen Autorennamen – z. B. Maupassent, Tolstoi, M. E. Braddon, Rider Haggard, G. A. Henty – darauf hin, daß der Verlag offenbar eine Filiale der Londoner Firma Tillotson & Son’s (Fleet Street) war; auch eine Mailänder Vertretung (3 Via San Raffaele) erscheint gelegentlich in den Titelköpfen. Die Beiträge waren den Jahreszeiten sowie politischen und kulturellen Tagesereignissen angepaßt: im Dezember erschienen Weihnachtsgeschichten, zu Ostern Oster- und an Pfingsten Pfingstgeschichten, im Sommer Reiseberichte und Artikel über die Gefahren des Badens, 1904 solche über

---

[545] Brümmer, Prosaisten, 6. Auflage, Bd. 3, S. 417/418

[546] Die Untertitel wechselten; z. B. 1917: Nr. 1: „Vereinigt mit Frensdorff’s ‚Humoristischer Redaktions-Korrespondenz‘“, Nr. 3: „Feuilleton-Zeitung“, Nr. 5: „Berliner Feuilleton-Zeitung“.

[547] Kürschner’s Literaturkalender 1917, Sp. 2076

[548] Heft Nr. 36 des Jahrgangs 1913 wurde sogar der Berliner Königlichen Bibliothek, die regelmäßig Belegexemplare erhielt, vorenthalten. In einem dem Jg. beigelegten, von Otto Pupke unterzeichneten Schreiben heißt es, diese Nummer enthalte „soviel kaufmännisches Material (Angebote von Abdrucksrechten[)], die [!] wir der Konkurrenz nicht preisgeben, sondern nur den Interessenten (den abdruckenden Redakteuren) ausliefern wollten. Aus diesem Grunde ist die Einsendung unterblieben.“

Unterseeboote, Port Arthur, Land und Leute in Japan u. s. w. Fortsetzungsgeschichten gab es in der *Internationalen Feuilleton-Korrespondenz* grundsätzlich nicht; zu diesem Zweck besaß der Verlag einen eigenen Romanvertrieb, für dessen Produkte auf den unbedruckten Rückseiten der Korrespondenz geworben wurde; deren Bezieher erhielten Sonderkonditionen, da es sich nahezu ausschließlich um Zweitdrucke und nicht um Originalromane handelte. „Wir führen nur gangbare Federn" hieß es, nämlich „[s]ittenreine, zugkräftige, packende, gehaltvolle Feuilleton-Romane", und u. a. der Name des Vielschreibers Arthur Zapp bürgte für diese Aussage.[549] W. Collins' (gest. 1889) Roman „Das Erbtheil Cains" z. B. wurde Blättern „mit ganz kleinem Etat und kleinem Verbreitungsgebiet" zu ermäßigtem Preis angeboten: „Kein Blatt, welches überhaupt krass sensationelle Sachen bringt, dürfte sich diesen Roman entgehen lassen"; Blättern mit kirchlicher Richtung wurde allerdings signalisiert, daß redaktionelle Änderungen notwendig seien. [550] Tatsächlich war Abnehmer dieser Romane, neben zahlreichen Tageszeitungen (mit deren Titel ebenfalls geworben wurde), auch der *Deutsche Hausschatz* in Regensburg (mit dem Roman „Hilary" von Curtis Yorke).

Das Geschäftsgebahren der Feuilleton-Korrespondenzen wurde von Autorenseite immer wieder kritisiert, v. a. aufgrund der häufig extrem niedrigen Preise und der (angeblich) mangelnden Qualität der angebotenen Texte. „A. Jahn's litterarisches Institut" in Nürnberg bot 1896 mit seiner *Neuen Feuilleton-Zeitung*, die wöchentlich erschien und fünf Mark pro Quartal kostete, in jedem Vierteljahr „1 großen Roman (Fortsetzung), 1 feine Novelle (Fortsetzung), 1 gediegene Humoreske oder kleine Erzählung"; zudem verschickte es Listen mit den „neuesten und schönsten Romane[n]", die zwischen 1600 und 7000 Druckzeilen umfaßten und 2 bis 5 Mark kosteten. „Schauer- und Schundromane sind ausgeschlossen, nur sittlich vollkommen reines Material!"[551] Das Autorenfachblatt *Das Recht der Feder* meinte, gegen diese „Schleuderei" vorzugehen sei „eine Pflicht der Selbstachtung und der Selbsterhaltung"; allerdings seien solche Preise nur dadurch möglich, daß sich manche Autoren „mit den erbärmlichsten Honoraren zufrieden" gäben.[552] Die *Litterarische Correspondenz* aus Wien bot Autoren 1897 als Gegenleistung für ein Abonnement an, deren Manuskripte druckreif zu machen, zu korrigieren und an Redaktionen weiterzuleiten. „Wem also selbst noch die erforderlichen Verbindungen zur schnellen Verwertung von Manuskripten mangeln, wolle sich unserer Einrichtungen bedienen. Auf dem kürzesten und mühelosesten Wege verhelfen dieselben zum Ziele. Wir beanspruchen für unsere Thätigkeit keinerlei Honorar, leisten dieselbe jedoch nur für Abonnenten."[553] Die Seriösität solcher Unternehmungen war schwer abzusehen, zudem rief ein geschäftsmäßiger Umgang mit literarischen Produkten immer noch vielfaches Unbehagen und Protest hervor; deshalb standen Feuilleton-Korrespondenzen, wie die Literarischen Agenturen auch, bis etwa zur Jahrhundertwende unter dem Generalverdacht, es ausschließlich auf das Geld der jungen Talente abgesehen zu haben. *Das Recht der Feder* zitierte 1898 ausführlich aus dem 11. Jahrgang der *Feuilleton-Correspondenz* des Berliner „Correspondenz- und Annoncen-Bureaus ‚Phönix'" in dem, gegen einen bar zu entrichtenden Kaufpreis von 20 Mark, zehn Romane, Erzählungen und Humoresken von 750 bis 7500 Druckzeilen Umfang angeboten wurden. Über den Verfasser der dort angebotenen Erzählung „Zigeunerliebe" (7500 Druckzeilen), F. Ferd. Tamborini, berichtete das Blatt, dieser sei „ein Schriftstehler der allerschlimmsten Sorte";[554] er habe vor Jahren der *Leipziger Illustrirten Zeitung* eine Seenovelle Heinrich Bäckers unter seinem Namen angeboten. Ein solcher Diebstahl war damals kaum nachzuweisen, so daß es offenbar Korrespondenzen gab, die in Nachfolge der älteren Nachdruckblätter aus dem systematischen literarischen Diebstahl ein Geschäft machten. Die *Feder* berichtete 1899 über die

---

549 Im Jg. 1913 hieß es: „Verlangen Sie den neuen Schlager von Arthur Zapp. Ansichtsexemplar postwendend."
550 1. Jg. (1902), Nr. 10, S. 16
551 Litterarischer Trödel. In: Das Recht der Feder, 5. Jg. (1896) Nr. 17/19, S. 298–299
552 Das Recht der Feder, 5. Jg. (1896) Nr. 17/19, S. 299
553 Zit. n. Das Recht der Feder, 6. Jg. (1897) Nr. 116, S. 117
554 Das Recht der Feder, 7. Jg. (1898) Nr. 153, S. 219/220; hier 220

Oesterreichische Feuilleton-Correspondenz (Ferdinand Stieber): „Eine Abonnentin [der *Feder*] sandte 2 Feuill[etons] ein. Ihr wurden für jedes 7 Mk. 50 Pfg. geboten. Da dies zu wenig war, verlangte sie die beiden Manuskr[ipte] zurück, erhielt sie aber nicht, jedoch die Versicherung, daß sie abgesandt und wohl unterwegs verloren gegangen seien.“[555]

Um unseriösen Geschäftemachern zu entgehen, gab es auf Schriftstellerseite früh Bestrebungen zur Gründung eigener Korrespondenzen. Schon Loewensteins *Unter'm Strich* war letztlich auf eine Initiative aus Schriftstellerkreisen zurückzuführen; in den 1880er und 90er Jahren dann betrieben einige der zahlreichen konkurrierenden Schriftstellervereinigungen eigene Feuilleton-Korrespondenzen bzw. ein „Literarisches Büro“ zur Manuskriptvermittlung. Der „Deutsche Schriftstellerbund“ gab 1888 unter Leitung von Eugen Richter die dreimal wöchentlich erscheinende *Feuilleton-Korrespondenz* heraus, deren Abonnement pro Quartal entweder 30 Mark (für ein bis dreimal wöchentlich erscheinende Zeitungen) oder 60 Mark (für ein bis siebenmal wöchentlich erscheinende Zeitungen) kostete;[556] die 1898 begründete Korrespondenz des „Deutschen Schriftsteller-Verbandes“ hieß *Der Manuskriptenmarkt*, richtete sich an Zeitungs- wie auch an Buchverleger, wurde in 3000 Exemplaren verschickt und war eher als Katalog des Vermittlungsbüros anzusehen. Darin fanden sich nicht die Texte selbst, sondern nur eine Inhaltsangabe, eine knappe Handlungsskizze und Angaben zur Art und Umfang der Darstellung und dem avisierten Lesepublikum.[557] Im Jahr 1914 schließlich resümierte Friedrich Huth, in wohlverstandenem Eigeninteresse als Korrespondenzredakteur und Verbandsfunktionär, aber durchaus auch die zu dieser Zeit erreichte breite Akzeptanz des neuen Mediums zutreffend beschreibend: „Viele der heute bestehenden Korrespondenzen sind Unternehmungen, die nicht nur unter Aufwand großer Summen gegründet, sondern auch von den tüchtigsten Journalisten, Gelehrten aller Fachgebiete geleitet und geschrieben werden.“[558]

---

[555] Die Feder, 2. Jg. (1899), Nr. 18 (15. Sept.) S. 148
[556] Deutsche Schriftstellerwelt, 1. Jg. (1888) Nr. 2, S. 12
[557] Börsenblatt, 65. Jg. (1898) Nr. 230 (4. Oktober) S. 7299
[558] Eine Landplage? In: Geistiges Eigentum, 10. Jg. (1914) 16. Heft (15. Mai) S. 238/239; hier 238

Literatur / Quellen

Alfred Baader: Isabella Braun. In: Lebensbilder aus dem Bayerischen Schwaben, 5 (1956) S. 371–394

Norbert Bachleitner: Kleine Geschichte des Feuilletonromans. Tübingen: Narr 1999

Gustav Bärwinkel / Oskar Webel: Die Praxis des Zeitschriften-Verlegers. 2. Auflage. Dresden: O. Wolf o. J. (1899)

Adolf Bartels: Kinderland. Erinnerungen aus Hebbels Heimat. Frankfurt/Main: Diesterweg o. J. (1914)

Dieter Barth: Das Daheim und sein Verleger August Klasing. Eine kultur- und zeitgeschichtliche Untersuchung über ein deutsches Familienblatt des XIX. Jahrhunderts. In: 66. Jahresbericht des Historischen Vereins für die Grafschaft Ravensburg. Jg. 1968 / 1969, Bielefeld 1970, S. 43–110

Dieter Barth: Zeitschrift für Alle – das Familienblatt im 19. Jahrhundert. Ein sozialhistorischer Beitrag zur Massenpresse in Deutschland. Münster 1974 (Arbeiten aus dem Institut für Publizistik Münster, Bd. 10)

Roland Berbig: Theodor Fontane im literarischen Leben: Zeitungen und Zeitschriften, Verlage und Vereine. Berlin: de Gruyter 2000

Georg Bernhard: Die Geschichte des Hauses [Ullstein]. In: 50 Jahre Ullstein 1877–1927. Berlin: Ullstein 1927, S. 1–146

Dr. H.[einrich] Beta: Moderne Kunstindustrie. In: Die Gartenlaube 1874, S. 518–521

Georg Boetticher: Die Münchener ‚Fliegenden Blätter‘ und ihre Geschichte. In: Zeitschrift für Bücherfreunde, 2. Jg. (1898/1899) S. 343–362

Hans-Joachim Bogenschneider: Das [französische] Zeitschriftenwesen. In: Handbuch der Zeitungswissenschaft. Hg. v. Walther Heide, bearb. v. Ernst Herbert Lehmann, Bd. 2. Leipzig (1943), Sp. 1501–1519

Jos. Leop. Brandstetter: Bibliographie der Gesellschaftsschriften, Zeitungen und Kalender in der Schweiz. Bern: Wyss 1896

Wolfgang Brückner: Populäre Druckgraphik Europas. Deutschland vom 15. bis zum 20. Jahrhundert. München: Callwey 1969

Wolfgang Brückner: Trivialisierungsprozesse in der bildenden Kunst zu Ende des 19. Jahrhunderts, dargestellt an der „Gartenlaube“. In: Das Triviale in Literatur, Musik und Bildender Kunst, hg. v. Helga de la Motte-Haber. Ffm: Klostermann 1972, S. 226–254

Franz Brümmer: Lexikon der deutschen Dichter und Prosaisten vom Beginn des 19. Jahrhunderts bis zur Gegenwart. Sechste, völlig neu bearbeitete und stark vermehrte Auflage. Leipzig: Reclam o. J. (1913), 6 Bände.

Karl Bücher: Der deutsche Buchhandel und die Wissenschaft. Denkschrift im Auftrage es Akademischen Schutzvereins verfaßt. 3. Auflage. Leipzig: Teubner 1904

Karl Bücher: Lebenserinnerungen. Erster Band 1847–1890. Tübingen: Laupp 1919

Karl Bücher: Zur Geschichte des Zeitungsabonnements. In: ders., Gesammelte Aufsätze zur Zeitungskunde. Tübingen: Laupp 1926, S. 65–82

Karl Bücher: Der Zeitungsvertrieb. In: ders. Gesammelte Aufsätze zur Zeitungskunde. Tübingen: Laupp 1926, S. 191–233

Günter Butzer / Manuela Günter: Literaturzeitschriften der Jahrhundertwende. In: York-Gothart Mix (Hg.): Naturalismus, Fin de siècle, Expressionismus 1890–1918 (= Hansers Sozialgeschichte der deutschen Literatur vom 16. Jahrhundert bis zur Gegenwart, Bd. /), München: Hanser 2000, S. 116–136

Ludwig Deibel: ‚Die Gartenlaube‘ Eine Kritik. München: Finsterlin 1897 (372 Seiten)

Bodo von Dewitz / Robert Lebeck: Kiosk. Eine Geschichte der Fotoreportage 1839–1973. Göttingen: Steidl 2001

Hans Dominik: Vom Schraubstock zum Schreibtisch. Lebenserinnerungen. Berlin: Scherl 1942

Ernst Drahn: Geschichte des deutschen Buch- und Zeitschriftenhandels. Berlin 1914

Ernst Drahn: Sozialistische Witzblätter in Deutschland. In: Zeitungswissenschaft 6. Jg. (1931), Nr. 5, S. 271–280

Franz Dröge / Andreas Wilkens: Populärer Fortschritt. 150 Jahre Technikberichterstattung in deutschen illustrierten Zeitschriften. Münster 1991

Heide Drust (Hg.): Für unsere Kinder. Texte aus der Kinderbeilage der „Gleichheit“ 1905–1917. Berlin-Ost: Kinderbuchverlag 1986

Alfphons Friedrich Dürr: Die Buchhandlung Alphons Dürr in Leipzig. Festschrift zur Feier des fünfzigjährigen Geschäfts-Jubiläums. Leipzig 1903

Fachkalender für den Buch- und Zeitschriftenhandel 1912 u. 1917

[Ein Familienblatt-Redakteur] Familienblatt-Romane. In: Die literarische Praxis, 7. Jg. (1906) S. 194/195

F. [ranz] M.[ichael] Felder: Aus meinem Leben. Hg. u. eingel. V. Anton E. Schönbach. Wien: Verlag des Literarischen Vereins 1904

Christian Ferber (Hg.): Berliner Illustrierte Zeitung. Zeitbild, Chronik, Moritat für Jedermann 1892–1945. Berlin: Ullstein 1982

M. Sieglinde Filchner: Isabella Braun und die Jugendblätter. Studie zum 100jährigen Geburtstag der Jugendschriftstellerin. In: Die Bücherwelt 13 (1915/16) S. 52–63

Erwin Förster: Caspar Braun, der Vater der Fliegenden Blätter. (Deutsche Buchhändler, II) In: Die Gartenlaube 4. Jg. (1868), S. 377–381 u. 395–398

Hermann Friedrichs: Unsere illustrierten Familienblätter. In: Die Gesellschaft, 1. Jg. (1885) S. 722–724

Eduard Fuchs: Presse und Reklame. In: ders., Illustrierte Sittengeschichte, 3. Bd.: Das bürgerliche Zeitalter, München: Langen o. J. (1912), S. 473–491

50 Jahre Deutsche Roman-Zeitung. Festschrift zum fünfzigjährigen Jubiläum 1863–1913. Berlin: Janke 1913

Guy Gauthier: Von Jules Verne zu Méliès oder Von der Gravur zur Leinwand. In: KINtop. Jahrbuch zur Erforschung des frühen Films, 2 (1993), S. 53–58

Hartwig Gebhardt: Illustrierte Zeitschriften in Deutschland am Ende des 19. Jahrhunderts. Zur Geschichte einer wenig erforschten Pressegattung. In: Buchhandelsgeschichte 1983/2, S. B41–B65

Hartwig Gebhardt. Das Interesse an der Pressegeschichte. Zur Wirksamkeit selektiver Wahrnehmung in der Medienhistoriographie. In: Presse und Geschichte II, 1987, 11–19

Hartwig Gebhardt: Kollektive Erlebnisse. Zum Anteil der illustrierten Zeitschrift im 19. Jahrhundert an der Erfahrung des Fremden [1834–1900]. In: Kulturkontakt, Kulturkonflikt. Zur Erfahrung des Fremden. 26. Deutscher Volkskundekongreß in Frankfurt vom 28. Sept. bis 2. Okt. 1987, Hg. v. Ina-Maria Greverus, Konrad Köstlin, Heinz Schilling. T. 2. Ffm 1988 (Notizen, Bd. 28) S. 517–544

Hartwig Gebhard: Die Pfennig-Magazine und ihre Bilder. Zur Geschichte und Funktion eines illustrierten Massenmediums in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts. In: Brednich, Rolf Wilhelm (u. a. Hg.): Populäre Bildmedien. Vorträge des 2. Symposions für ethnologische Bildforschung 1986. Göttingen 1989 (Beiträge zur Volkskunde in Niedersachsen, 3; Schriftenreihe der Volkskundlichen Kommission für Niedersachen, 4) S. 19–41

Rudolph Genée: Zeiten und Menschen. Erlebnisse und Meinungen. Berlin: Mittler 1897

Nahum Gidalewitsch: Bildbericht und Presse. Ein Beitrag zur Geschichte und Organisation der illustrierten Zeitungen. Tübingen 1956 (Phil. Diss. Basel 1956)

Dorothee Goebeler: Die Frau und der Roman. In: Die Welt am Montag, 18. Jg. (1912) Nr. 38 vom 16. September

Hubert Göbels: Zeitschriften für die deutsche Jugend. Eine Chronographie 1772–1960. Dortmund: Harenberg 1986

Der Görres-Verein zur Massenverbreitung guter Volksschriften für das Erzbistum Köln. Köln: Bachem 1873

Rudolf von Gottschall: Der Frauenroman [und die Novelle]. In: ders., Die deutsche Nationallitteratur des neunzehnten Jahrhunderts. 6. vermehrte und verbesserte Auflage. Breslau: Trewendt 1892, Bd. 4, S. 568–612

Andreas Graf: Der Verlag von Heinrich Theissing: Karl May und die katholische Publizistik. In: Jahrbuch der Karl-May-Gesellschaft, 25. Jg. (1995), S. 93–118 [revidierte Fassung das Abdrucks in: Geschichte in Köln, 1992, Heft 32, S. 105–132]

Andreas Graf: „Wenn eine Arbeit fertig ist, wird sie eben zur Waare.“ Der Briefwechsel zwischen Joseph Kürschner und Balduin Möllhausen (1884–1898). In: AGB 41 (1994, S. 215–254

Andreas Graf: „Ich bin dagegen, daß wir Frauen uns demonstrativ von den Männern trennen“ Der Briefwechsel zwischen E. Werner (d. i. Elisabeth Bürstenbinder) und Joseph Kürschner 1881–1889. In: AGB 47 (1997), S. 227–247

Andreas Graf: Literatur-Agenturen in Deutschland (1868–1939). In: Buchhandelsgeschichte 1998/4, S. B170–B188

Andreas Graf: Sachartikel „Goldelse“, „Das Geheimnis der alten Mamsell“, „Reichsgräfin Gisela“, „Das Haideprinzeßchen“ u. „Die Frau mit den Karfunkelsteinen“ in: Reclams Romanlexikon. Deutschsprachige erzählende Literatur vom Mittelalter bis zur Gegenwart, hg. v. Frank Rainer Moritz und Christine Ruhrberg, Stuttgart 2000 [einbändige Ausgabe], S. 742–748

Andreas Graf: Hedwig Courths-Mahler. [Biographie] München: dtv 2000 (dtv portrait 31035)

Andreas Graf: ‚Ehrliche Makler‘ oder ‚Ausbeuter der Schriftstellerwelt?‘ Die Anfänge der Literaturagenturen in Deutschland. In: Ernst Fischer (Hg.), Literarische Agenturen – die heimlichen Herrscher im Literaturbetrieb? Wiesbaden: Harrassowitz 2001, S. 85–99

Andreas Graf: Kalender und so weiter – Populäre Medien aus den Verlagen von Trowitzsch & Sohn in Frankfurt/Oder und Berlin (1711–1952). Teil 1 u. 2. In: Balduin Möllhausen: Gesammelte Erzählungen, Bd. 1 u. 2. München, Ablit-Verlag, 2006 u. 2008; S. 437–477 u. 437–469

Andreas Graf: Jahrbücher. In: Handbuch zur Kinder- und Jugendliteratur, Bd. 5, Von 1850 bis 1900. Stuttgart, J. B. Metzler, 2008; Sp. 929–960

Gerhart von Graevenitz: Memoria und Realismus. Erzählende Literatur in der deutschen ‚Bildungspresse‘ des 19. Jahrhunderts. In: Memoria. Vergessen und Erinnern, hg. v. Anselm Haverkamp. München 1993 (Poetik und Hermeneutik, 15) S. 283–304

Otto Groth: Die Zeitung. Ein System der Zeitungskunde. Bd. 3. Mannheim u. a.: Bensheimer 1930

C. A. Haendel: Inseraten-Versendungs-Liste. Verzeichniss der in Deutschland und in der Schweiz in deutscher Sprache erscheinenden Zeitschriften wissenschaftlichen und unterhaltenden Inhalts, welche Inserate aufnehmen. Leipzig: Haendel 11.1868 u. 24.1882/83

Oskar Häring: Georg Stilke. Denkschrift und Arbeitsbericht. Berlin: Stilke 1922

Günter Hätzschel (Hg.): Bildung und Kultur bürgerlicher Frauen 1850–1918. Eine Quellendokumentation aus Anstandsbüchern und Lebenshilfen für Mädchen und Frauen als Beitrag zur weiblichen Sozialisation. Tübingen 1986 (Studien und Texte zur Sozialgeschichte der Literatur, Bd. 15)

Ulrich von Hassell: Auf der Straße. In: Deutsche Zeitschriften und ihre Wirkung auf das Volk. (Zeitfragen des christlichen Volkslebens, Bd. 27, Heft 1) Stuttgart: Belser 1902, S. 37–39

Jürgen Helfricht: Friedrich Eduard Bilz (1842–1922). Altmeister der Naturheilkunde in Sachsen. Detmold/Radebeul 1992

Gerhard Hense: Kommunikationsobvervanz in Wilhelminischer Zeit (1890–1914). In: Heinz-Dietrich Fischer (Hg.): Deutsche Kommunikationskontrolle des 15. bis 20. Jahrhunderts. München u. a.: Saur 1982, S. 153–184

Otto Hild: Die Jugendzeitschrift in ihrer geschichtlichen Entwicklung, erziehlichen Schädlichkeit und künstlerischen Unmöglichkeit. Mit einer Kritik der gangbarsten gegenwärtigen Jugendzeitschriften. Leipzig 1905

[Max Hirschfeld] Das Erotische in der Belletristik. In: Die Feder, 11. Jg. (1908), Nr. 224 (15. Oktober), S. 2183/2184

[Max Hirschfeld] Ehebruchsromane. In: Die Feder 14. Jg. (1911) Nr. 292 (15. August) S. 3003–3004

Georg Hirth: De domo. In: Jugend 1901, Nr. 18

Hans-Otto Hügel: Untersuchungsrichter, Diebsfänger, Detektive. Theorie und Geschichte der deutschen Detektiverzählung im 19. Jahrhundert. Stuttgart: Metzler 1978

Hans-Otto Hügel: Die Leiche auf der Eisenbahn. Detektive im Familienblatt. Nachwort zu: ders., Die Leiche auf der Eisenbahn. Detektivgeschichten aus deutschen Familienzeitschriften. Darmstadt u. Neuwied: Luchterhand 1981

Hans-Otto Hügel: Unterhaltung durch Literatur: Kritik, Geschichte, Lesevergnügen. In: Keck / Thissen (Hg.). Medien zwischen Kultur und Kult. Bad Heilbrunn 1987, S. 95–111

Friedrich Huth: Die Korrespondenzen und ihre Mitarbeiter. In: Geistiges Eigentum. Fachschrift für Literatur, Schriftstellerei und Pressewesen. 16. Jg. (1920), Heft 9 (10. Februar), S. 87–88, Heft 10/11 (1. März) S. 95/96, Heft 13/14 (1. Mai) S. 119–120

Otto Janke: Mein Wirken als deutscher Verleger. 1843–1868. Berlin: Janke 1868

[Jubiläums-Gartenlaube] Die Gartenlaube, 75. Jg. (1928). Darin autobiographische Beiträge von: Franz Karl Ginkey (S. 21/22), Wolfgang Goetz (S. 22/23), Franz Xaver Kappus (S. 23), Wilhelm Bölsche (S. 23), Rudolf Heubner (S. 48), Richard Müller (S. 48), Hermann Ullmann (S. 48/49), Egon v. Kapherr (S. 49), Wilhelm Ostwald (S. 70), Josef Steinwenter (S. 70), Carl Hermann Unthan (S. 70/71), Wanda Jeus-Rothe (S. 71), W. Hühnefeld (S. 199), Therese Wendt (S. 199/200), Friedrich Pluns (S. 200), Frida Pfuhl (S. 200), Lisa Feicht (S. 446), Felicitas Rose (S. 596), Walter Kluge (S. 700).

F. Kainz: Artikel „Familienblatt“. In: Reallexikon der Deutschen Literaturgeschichte. Hg. v. Paul Merker u. Wolfgang Stammler. 1. Bd. Berlin: 1925/1926, S. 344–348

Eugen Kalkschmidt: Vom Memelland bis München. Erinnerungen. Hamburg-Bergedorf: Stromverlag 1947

Thomas Keiderling: „Zur Post. Zur Fuhre“ Konkurrenz und Kooperation zwischen Post und Buchhandel im 19. Jahrhundert. In. Wolfenbütteler Notizen zur Buchgeschichte, 23 (1998), S. 34–59

Ludwig Kemmer: Die graphische Reklame der Prostitution. Nach amtlichem Material und nach eignen Beobachtungen geschildert. München 1906

Alfred Kerr: Wo liegt Berlin? Briefe aus der Reichshauptstadt 1895–1900. Hg. v. Günther Rühle. Berlin: Aufbau 1997

Ulrich Kinzel: Die Zeitschrift und die Wiederbelebung der Ökonomik. Zur ‚Bildungspresse‘ im 19. Jahrhundert. In: DVjs 67 (1993) S. 669–715

Joachim Kirchner: Das deutsche Zeitschriftenwesen. Seine Geschichte und seine Probleme. Teil II: Vom Wiener Kongreß bis zum Ausgange des 19. Jahrhunderts. Wiesbaden: Harrassowitz 1962

Eva-Annemarie Kirschstein. Die Familienzeitschrift. Ihre Entwicklung und Bedeutung in der deutschen Presse. Diss. Münster. Berlin 1936

Willy Klawitter: Die Zeitungen und Zeitschriften Schlesiens von den Anfängen bis zum Jahre 1870 bzw. bis zur Gegenwart. Breslau: Trewendt & Granier 1930 (Darstellungen und Quellen zur schlesischen Geschichte, Bd. 32)

Theodor Klein: Die Entwicklung des Buch- und Zeitschriftenhandels im rheinisch-westfälischen Industriegebiet. In: Der Buch- und Zeitschriftenhandel, 1922, Nr. 25/26, S. 270–278

Victor Klemperer: Curriculum Vitae. Jugend um 1900. Berlin: Siedler 1989

Christian Klug: Die Poesie der Zeitung. Fontanes poetische Rezeption der Tagespresse und die Entdeckung der neuen Wirklichkeiten. In: Fontane Blätter 68/1999, S. 74–117

Oswald A. Kohut: Zeitungen und Zeitschriften als Handelsgut. Berlin o. J. (1930)

Kurt Korff: Die ‚Berliner Illustrirte‘. In: 50 Jahre Ullstein 1877–1927. Berlin: Ullstein 1927, S. 279–302

Kurt Koszyk: Deutsche Presse im 19. Jahrhundert. Geschichte der deutschen Presse, Teil II. Berlin: Colloquium 1966

Elisabeth Kraus: Rudolf Mosse: Vom Werbekönig zum Pressezaren. In: Geschäft mit Wort und Meinung. Medienunternehmer seit dem 18. Jahrhundert. Hg. v. Günther Schulz, München: Boldt, S. 77–101

Pastor Krummacher: Die christliche Presse. In: Fliegende Blätter aus dem Rauhen Hause zu Horn bei Hamburg. 33. Serie (1876), Nr. 1, S. 5–20 u. Nr. 2, S. 33–37

Joseph Kürschner: Handbuch der Presse. Für Schriftsteller, Redaktionen, Verleger, überhaupt für Alle, die mit der Presse in Beziehung stehen. Berlin u. a.: Hillger 1902

Karl Ernst Laage (Hg.): Theodor Storms Welt in Bildern. Eine Bildbiographie. Heide: Boyens 1987

Ernst Herbert Lehmann: Einführung in die Zeitschriftenkunde. Leipzig: Hiersemann 1936

Ernst Herbert Lehmann: Illustrierte. In: Handbuch der Zeitungswissenschaft Hg. v. Walter Hiede. Bd. 2. Leipzig 1943, Sp. 1775–1797

Paul Lindau: Humoristen. In: ders., Nur Erinnerungen, 2. Bd. Stuttgart u. a.: Cotta 1919, S. 61–134

Literarischer Handweiser … hg. Franz Hülskamp …1890, 1900

Litterarischer Trödel. In: Das Recht der Feder, 5. Jg. (1896) Nr. 17/19, S. 298–299

Erich Lorenz: Die Entwicklung des deutschen Zeitschriftenwesens. Eine statistische Untersuchung. Charlottenburg: Lorentz 1937

Marcell Lyon: Zur Statistik der deutschen Korrespondenzen. In: Börsenblatt für den deutschen Buchhandel 1917, Nr. 27 (2. Februar), S. 109–111

Wilhelm Marckwardt: Die Illustrierten der Weimarer Zeit. Publizistische Funktion, ökonomische Entwicklung und inhaltsliche Tendenzen (unter Einschluß einer Bibliographie dieses Pressetyps 1918–1932). München: Minerva 1982

Angelika Marsch: Meyer's Universum. Ein Beitrag zur Geschichte des Stahlstiches und des Verlagswesens im 19. Jahrhundert. Lüneburg: Nordostdeutsches Kulturwerk 1972

Alberto Martino: Die deutsche Leihbibliothek. Geschichte einer literarischen Institution (1756–1914). Wiesbaden: Harrassowitz 1990

Rosa Mayreder: Familienliteratur. In: dies., Zur Kritik der Weiblichkeit, Jena u. Leipzig: Diederichs 1905, S. 187–198

Gottfried Mehnert: Evangelische Presse. Geschichte und Erscheinungsbild von der Reformation bis zur Gegenwart. Bielefeld 1983(Evangelische Presseforschung, Bd. 4)

Brigida M. von Mentz de Boege: Das Mexicobild der Deutschen im 19. Jahrhundert (1821–1861) im Spiegel der ersten populären Zeitschriften. Phil. Diss. München 1975 [Pfennig-Magazin, Illustrirte Zeitung]

Jakob Messerli / Jon Mathieu: Unterhaltungs- und Belehrungsblätter in der deutschen Schweiz 1850–1900. In: Schweizerische Zeitschrift für Geschichte, Jg. 4 (1992) S. 173–192

Ernst Meunier / Hans Jessen: Das Deutsche Feuilleton. Ein Beitrag zur Zeitungskunde. Berlin: C. Duncker 1931 (Zeitung und Zeit. Fortschritte der internationalen Zeitungsforschung, Bd. II)

Hans-Friedrich Meyer: Zeitungspreise in Deutschland im 19. Jahrhundert und ihre gesellschaftliche Bedeutung. Münster/Westf. 1967

[Horst Meyer] Ein deutsches Familienblatt mit Illustrationen. Das „Daheim" und seine Beilagen. In: ders., Velhagen & Klasing. Einhundertfünfzig Jahre 1835–1985. Berlin: Cornelsen 1985, S. 112–123

Rudolf Mosse: Zeitungs-Katalog und Insertionskalender 24.1891–46.1913

Otto Nahnsen: Der Straßenhandel mit Zeitungen und Druckschriften in Berlin. Gießen 1922 (Phil. Diss. 1920)

Emil Niewöhner: Der deutsche Zeitschriften-Buchhandel. Stuttgart: Poeschel 1934

NN: Die illustrirte deutsche Presse während des Kriegs. In: Süddeutsche Buchhändler-Zeitung, 34. Jg. (1871) S. 58/59

Walther G. Oschilewski: Heinrich Zille Bibliographie. Veröffentlichungen von ihm und über ihn. Hg. v. Gustav Schmidt-Küster. Hannover 1979

Ingrid Otto: Bürgerliche Töchtererziehung im Spiegel illustrierter Zeitschriften von 1865 bis 1915. Eine historisch-systematische Untersuchung anhand einer exemplarischen Auswertung des Bildbestandes der illustrierten Zeitschriften „Die Gartenlaube", „Über Land und Meer", „Daheim" und „Illustrirte Zeitung". Hildesheim 1990

Susanne [Pellatz-]Graf: Zeitschriften [für Kinder und Jugendliche] In: Handbuch zur Kinder- und Jugendliteratur · Band 5 · Von 1850 bis 1900. Stuttgart, J. B. Metzler, 2008; Spalten 885–928

Erich Pfeiffer-Belli: Junge Jahre im alten Frankfurt. Und eines langen Lebens Reise. Wiesbaden u. München: Limes 1986

Christa Pieske: Bilder für Jedermann. Wandbilddrucke 1840–1940. Berlin: SMPK 1988 (Schriften des Museums für Deutsche Volkskunde, Bd. 15)

Christa Pieske: Das ABC des Luxuspapiers. Herstellung, Verarbeitung und Gebrauch 1860 bis 1930. Berlin 1983 (Schriften des Musums für Deutsche Volkskunde Berlin, Bd. 9)

Adelheid Popp: Die Jugendgeschichte einer Arbeiterin. Berlin u. Bonn-Bad Godesberg: Dietz Nachf. 1977 (nach der 4. Auflage. Berlin u. Stuttgart: Dietz Nachf. 1922 [erstmals 1909]).

[August Prinz] Stand, Bildung und Wesen des Buchhandels. Von dem Verfasser der ‚Bausteine zur Geschichte des deutschen Buchhandels'. Altona: Verlagsbureau 1856 (Nachdruck Heidelberg: Winter 1978)

Georg Ramseger: Literarische Zeitschriften um die Jahrhundertwende, unter besonderer Berücksichtigung der „Insel". Berlin: Ebering 1941

Franz Rehbein: Das Leben eines Landarbeiters. Hg. u. eingeleitet v. Paul Göhre. Jena: Diederichs 1911

Gregor Reichelt: Theodor Storms Bildgebrauch im Kontext des Zeitschriftenmediums. In: Theodor Storm und die Medien. Hg. v. Gerd Eversberg u. Harro Segeberg. Berlin: Schmidt 1999, S. 81–102

Hans Reimann: Mein blaues Wunder. Lebensmosaik eines Humoristen. München: List 1959

Herbert Reinoß: Bilder aus dem ‚Simplicissimus'. Hannover: Fackelträger 1970

Hans Ries: Illustration und Illustratoren des Kinder- und Jugendbuchs im deutschsprachigen Raum 1871–1914. Das Bildangebot der Wilhelminischen Zeit. Geschichte und Ästhetik der Original- und Drucktechniken. Internationales Lexikon der Illustratoren. Bibliographie ihrer Arbeiten in deutschsprachigen Büchern und Zeitschriften, auf Bilderbogen und Wandtafeln. Osnabrück: Wenner 1992

Max Ring: Zur Geschichte des ‚Kladderadatsch'. Mit Zusätzen von Fedor von Zobeltitz. In: Zeitschrift für Bücherfreunde, 2. Jg. (1898/1899) S. 176–185

Manfred Ritthammer: Die deutschsprachigen Kinder- und Jugendzeitschriften der vor- und nachrevolutionären Epoche. Ein Beitrag zur Erforschung des Wiener Zeitschriftenwesens 1800–1900. Diss. Wien 1989 (ungedrucktes Manuskript.)

John C. G. Röhl: Die Angriffe des Kladderadatsch. In: ders., Wilhelm II. Der Aufbau der Persönlichen Monarchie 1888–1900. München: Beck 2001, S. 669–675

Bodo Rollka: Die Belletristik in der Berliner Presse des 19. Jahrhunderts. Berlin? 1985

Karl Rosenkranz: Ästhetik des Häßlichen. Leipzig: Reclam 1990 (EA 1853)

E. Rosevalle: Lascivität in der Sprache und ihre Folgen. In: Literarische Korrespondenz und Kritische Rundschau. Hg. v. H. Thom. 2. Jg. (1890), 2. Bd., S. 249–251

Heinz Sarkowski: Vom Kolportagebuchhandel zur Buchgemeinschaft. Die ‚Bibliothek der Unterhaltung und des Wissens' In: G. Ramseger / W. Schoenicke (Hg.), Das Buch zwischen gestern und morgen. Zeichen und Aspekte. Stuttgart: Dt. Bücherbund 1969, S. 33–64

Friedrich Schaubach: Die Zeitungen und die Zeitschriften. In: ders., Zur Charakteristik der heutigen Volksliteratur. Hamburg: Agentur des Rauhen Hauses 1863, S. 125–150

[Friedrich Schaubach:] Die Unterhaltungsliteratur der Gegenwart in ihrer Stellung zu den sittlichen Interessen des Volkslebens. In: Fliegende Blätter aus dem Rauhen Hause zu Horn bei Hamburg, Nr. 12 (Dezember) 1864, S. 361–379

Herbert Schierer: Das Zeitschriftenwesen der Jugendbewegung: ein Beitrag zur Gewschichte der Jugendzeitschrift. Diss. Berlin 1938

Hermann Schlittgen: Erinnerungen. München: Langen 1926

Christiane Schloms: Ludwig Auer. Ein christlicher Bildungsreformer am Ende des 19. Jahrhunderts. Donawörth: Auer 1994

Hans-Jürgen Schrader: Autorfedern unter Preß-Autorität. Mitformende Marktfaktoren der realistischen Erzählkunst – an Beispielen Storms, Raabes und Kellers. In: Jahrbuch der Raabe-Gesellschaft 2001, S. 1–40

Schriftsteller und Korrespondenzen. In: Der Schriftsteller. Zeitschrift des Schutzverbandes Deutscher Schriftsteller. 18. Jg. (1930) Heft 11 (Dezember) S. 23–27

Adolf Spemann: Wilhelm Spemann. Ein Baumeister unter den Verlegern. Stuttgart 1943

Stephan Schrölkamp: Im Zeichen der Lilie. Geschichte der deutschen Pfadfinderbewegung. Zeitschriftenbibliographie. Die Zeitschriften der Pfadfinderbünde im Kaiserreich und der Weimarer Republik. Braunach 1997

Wolfram Siemann: Von der offenen zur mittelbaren Kontrolle. Der Wandel in der deutschen Preßgesetzgebung und Zensurpraxis des 19. Jahrhunderts. In: „Unmoralisch an sich…“ Zensur im 18. und 19. Jahrhundert. Hg. v. Herbert G. Göpfert u. Erdmann Weyrauch, Wiesbaden 1988 (Wolfenbütteler Schriften zur Geschichte des Buchwesens, Bd. 13), S. 293–308

[Otto] Sperling: Adreßbuch der Deutschen Zeitschriften und der hervorragendsten politischen Tagesblätter 30. 1889–50.1923

Otto Sperling: Sperlings Zeitschriften-Adreßbuch. Der fünfzigsten Ausgabe zum Geleit. In: Sperlings Zeitschriften-Adreßbuch. 50. Jg. (1923) Leipzig: Börsenverein, S. V–XV

[Adolf Stein] Rumpelstilzchen: Berliner Funken (Jahrgangsband 1926/1927) Berlin: Winckler 1927

Bernd Steinbrink: Abenteuerliteratur des 19. Jahrhunderts in Deutschland. Studien zu einer vernachlässigten Gattung. Tübingen: Niemeyer 1983

Friedrich Streissler. Der Kolportagehandel. Praktische Winke für die Einrichtung und den Betrieb der Kolportage in Sortimentsgeschäften. Leipzig-Reudnitz: Rühle 1887 [Nachdruck 1993]

Stanislaus Swierczewski: Wider Schmutz und Schwindel im Inseratenwesen. 3. erw. Aufl. Leipzig 1907

Ludwig Thoma: Erinnerungen. München: Langen 1919

L. Tiesmeyer: Orientierende Übersicht über die Kinderzeitungen. In: Monatsschrift für Diakonie und innere Mission. 2 (1877/78) S. 529–542

Gert Ueding (Hg.): Karl-May-Handbuch. 2. erw. u. bearb. Aufl. Würzburg: Königshausen & Neumann 2001

Ueber den Einfluß des Zeitungswesens auf Litteratur und Leben. Kiel u. Leipzig: Lipsius & Tischer 1891 (Deutsche Schriften für Litteratur und Kunst, Reihe 1, Bd. 3)

Vollständiges Generalregister der Gartenlaube vom ersten bis achtundzwanzigsten Jahrgang (1853–1880). Zusammengestellt v. Friedrich Hofmann. Leipzig: Keil 1882 (Nachdruck Hildesheim: Gerstenberg 1978

Vollständiges Generalregister der Gartenlaube vom neunundzwanzigsten bis fünfzigsten Jahrgang (1881–1902). Bearbeitet von J. Schmitt. Leipzig: Keils Nachf. o. J. (1903) (Nachdruck Hildesheim: Gerstenberg 1978)

Hans Wachenhusen: Berliner Photographien. 2 Bände, Berlin: Janke o. J. (1865 u. 1867)

Hans Wachenhusen: Pariser Photographien. 2 Bände, Berlin: Hausfreund-Expedition o. J. (1868)

Karlheinz Wallraff: Die ‚Bürgerliche Gesellschaft‘ im Spiegel deutscher Familienzeitschriften. Phil. Diss. Köln 1939

Oskar Welten: Die Prüderie in der deutschen Litteratur. In: ders., Die Pantoffeln des Hofmeisters. Eine wieberfeindliche Geschichte. Berlin: Ißleib 1887, S. I–XIX

Hans-Wolfgang Wetzel: Kulturkampf-Gesetzgebung und Sozialistengesetz (1871/74–1890). In: Heinz-Dietrich Fischer (Hg.): Deutsche Kommunikationskontrolle des 15. bis 20. Jahrhunderts. München u. a.: Saur 1982, S. 131–152

Birgit Wildmeister: Die Bilderwelt der „Gartenlaube“. Ein Beitrag zur Kulturgeschichte des bürgerlichen Lebens in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts. Würzburg 1998 (Veröffentlichungen zur Volkskunde und Kulturgeschichte, Bd. 66)

Gisela Wilkending: Mädchenlektüre und Mädchenliteratur. ‚Backfischliteratur‘ im Widerstreit von Aufklärungspädagogik, Kunsterziehungs- und Frauenbewegung. In: Dagmar Grenz / Gisela Wilkending (Hg.), Geschichte der Mädchenlektüre. Mädchenliteratur und die gesellschaftliche Situation der Frauen, S. 173–195

Friedrich Winterscheid: Die Unterhaltungszeitschriften der Jahre 1850–1860 und ihre Stellung in der Zeit. In: ders., Deutsche Unterhaltungsliteratur der Jahre 1850–1860. Die geistesgeschichtlichen Grundlagen der unterhaltenden Literatur an der Schwelle des Industriezeitalters. Bonn: Bouvier 1970 (Abhandlungen zur Kunst-, Musik- und Literaturwissenschaft, Bd. 65), S. 108–118

Uwe Winkler: Zeitungsdruck und Buchgewerbe – eine Einheit im Verlagsschaffen eines Engländers in Leipzig. In: Probleme aus Theorie und Praxis des Journalismus der DDR. Wissenschaftliche Hefte der Fakultät für Journalistik an der Karl-Marx-Universität Leipzig, 17. Jg. (1989), S. 18–24

Uwe Winkler: „Das Princip ist so ein neues und originelles“. A. H. Payne entwickelte 1878/79 die erste Vielfarben-Rotationsmaschine. In: Buchhandelsgeschichte (1994), S. 18–24

Ernst von Wolzogen: Das Familienblatt und die Literatur. In: Das literarische Echo. 9. Jg. (1906/07) Heft 3 (1. November) Sp. 177–185

Heinrich Wuttke: Die deutschen Zeitschriften und die Entstehung der öffentlichen Meinung. Ein Beitrag zur Geschichte des Zeitungswesens. Hamburg: Hoffmann & Campe 1866

Zeitschriftendatenbank (ZDB), Online-Version…

Bernt Ture von ZurMühlen: Illustrierte Familienzeitschriften im 19. Jahrhundert. Ein Beitrag zur Bilderpopularisierung. In: Myosotis 2–3 (1993 N. F.), S. 35–42