

Konrad Dussel

Bilder als Botschaft

Bildstrukturen deutscher Illustrierter 1905 - 1945 im
Spannungsfeld von Politik, Wirtschaft und Publikum

Unter Mitwirkung von Patrick Rössler

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Konrad Dussel

Bilder als Botschaft.

Bildstrukturen deutscher Illustrierter 1905 - 1945 im Spannungsfeld von Politik, Wirtschaft und Publikum.

Unter Mitwirkung von Patrick Rössler

Köln: Halem, 2019

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung, sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

In Einzelfällen wurden Abbildungen verwendet, deren heutige Rechteinhaber nicht ermittelt werden konnten und bei denen das Zitationsrecht möglicherweise strittig ist. Hier erklärt sich der Verlag bereit, rechtmäßige Ansprüche nach Anforderung zu den für den Nachdruck in diesem Buch festgelegten Bedingungen abzugelten.

© 2019 by Herbert von Halem Verlag, Köln

Print: ISBN 978-3-86962-414-3

E-Book (PDF): ISBN 978-3-86962-415-0

<http://www.halem-verlag.de>

E-Mail: info@halem-verlag.de

TITELABBILDUNGEN:

Berliner Illustrierte Zeitung, Nr. 15, 1925 (o.li.); *Illustrierter Beobachter*, Nr. 39, 1931 (o.re.), Nr. 14, 1932 (u.re.); *Die Woche*, Nr. 35, 1929 (u.li.)

SATZ: Herbert von Halem Verlag

LEKTORAT: Vera Belowski, Rüdiger Steiner

DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg

UMSCHLAGGESTALTUNG: Claudia Ott Grafischer Entwurf, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	5
Verzeichnis der Grafiken	13
Verzeichnis der Tabellen	15
1. Der Buchtitel und seine Bedeutung. Einführende Erläuterungen	17
1.1 Warum Bilder, warum Illustrierte?	18
1.2 Von der Visualisierung der Politik zu der Visualisierung des Politischen und seiner Kontextualisierung	21
1.3 Strukturanalyse statt themenorientierter Einzelbildinterpretation	23
1.4 Untersuchungszeitraum und untersuchte Illustrierte	27
1.5 Methodischer Zugriff	29
2. Die Illustrierten und ihre Kontexte	35
2.1 Illustrierte in Deutschland bis 1945. Titel- und Auflagenentwicklung	37
2.2 Bildpolitische Rahmenbedingungen	54
<i>Liberaler Bildkontrolle im Kaiserreich bis 1914</i>	55
<i>Beschränkungen der Bildproduktion und Bildzensur im Ersten Weltkrieg</i>	57
<i>Neue Freiheit in der Weimarer Republik</i>	60
<i>Bildjournalismus im nationalsozialistischen Presselenkungssystem der Vorkriegszeit</i>	62
<i>Bildproduktion im Zweiten Weltkrieg</i>	66

2.3	Die Berliner Illustrierte Zeitung – meistverkaufte Illustrierte Deutschlands	70
	<i>Geschichte und Gestalt der Berliner Illustrierten Zeitung</i>	80
	<i>Die ›Arisierung‹ des Verlags 1934 und seine Rückgabe nach dem Zweiten Weltkrieg</i>	87
	<i>Die Auslandsausgabe der Berliner Illustrierten im Zweiten Weltkrieg</i>	90
	<i>Die Chefredakteure der Berliner Illustrierten Und die Redaktion?</i>	94
2.4	Die Woche des Scherl-Verlags	102
	<i>Von August Scherl zu Alfred Hugenberg</i>	104
	<i>Die Chefredakteure der Woche</i>	106
	<i>Zum inhaltlichen Profil der Woche</i>	108
2.5	Der Illustrierte Beobachter der Nationalsozialisten	113
	<i>Die Chefredakteure des Illustrierten Beobachters</i>	117
	<i>Zum inhaltlichen Profil der Partei-Illustrierten</i>	119
3.	Die Bilder und ihre Anordnung	122
3.1	Die Form und der Aufbau der Hefte	124
3.2	Die Titelseiten und ihre Bilder	136
	<i>Immer nur Fotos?</i>	137
	<i>Attraktive Frauen als Blickfang?</i>	140
	<i>Die Titelseite als Vorschau</i>	142
3.3	Die Seitengestaltung	144
	<i>Das Layout der Berliner Illustrierten Zeitung</i>	144
	<i>Das Layout der Woche und seine Veränderungen</i>	150
	<i>Das Layout des Illustrierten Beobachters</i>	155
	<i>Allgemeine Bildpräsentationsformen</i>	157
3.4	Bildkontexte	160
	<i>Bildverwendungen</i>	160
	<i>Bild-Text-Relationen</i>	164
	<i>Bildzusammenhänge</i>	166
	<i>Bildreportagen im NS-Staat</i>	176

4.	Die Bilder und ihre Produzenten	181
4.1	Authentische Fotos, künstlerische Zeichnungen?	
	Die Grundtechniken der Illustrierten-Bilder	182
	<i>Der Siegeszug der Momentfotografie</i>	184
	<i>Von der Retusche zur Bildfälschung. Das Problembewusstsein der Illustrierten</i>	187
	<i>Aprilscherze. Die heiteren Grenzen fotografischer und nicht fotografischer Bild-Wahrheit</i>	188
	<i>Die quantitative Verteilung fotografischer und nicht fotografischer Abbildungen</i>	191
	<i>Künstler und Fotografen. Die Entwicklung der Urheberangaben</i>	196
4.2	Vom harmlosen Witz bis zum kämpferischen Kriegsbericht.	
	Der vielseitige Einsatz der Pressezeichnung	199
	<i>Gezeichnetes als Markenzeichen der Berliner Illustrierten</i>	200
	<i>Die Neuorientierung der Woche</i>	223
	<i>Von Mjölfnir über Albert Reich zu Emmerich Huber.</i>	
	<i>Die Zeichner im Dienst des Illustrierten Beobachters</i>	230
4.3	Die wichtigsten Foto-Lieferanten der Illustrierten	241
	<i>Ein Hauch von Internationalität vor dem Ersten Weltkrieg, zumindest bei der Woche</i>	242
	<i>Die »Erfindung« der Fotoreportage. Fotografen als neues Markenzeichen der Berliner Illustrierten</i>	248
	<i>Nicht nur Heinrich Hoffmann. Die Foto-Lieferanten des NS-Staats</i>	258
5.	Die Bilder und ihre Inhalte I.	
	Die Visualisierung des Politischen	270
5.1	Politik, Bildung und Unterhaltung als Dimensionen des gesamten Bildraums	270
5.2	Erste Annäherung. Politische Bilder in Illustrierten des Jahres 1905	272
5.3	Das Gesamtangebot an Bildern und der Anteil politischer Inhalte. Ein Überblick	276
5.4	Was genau ist ein politisches Bild?	279
5.5	Politische Akteure, politische Kontexte	284
	<i>Aktive Politiker und ihre Kontexte</i>	285
	<i>Politische Kontexte und ihre Akteure</i>	303

	<i>Das Politische als Assoziation</i>	309
	<i>Politische Bilder ohne Akteure</i>	313
5.6	Das Bild des Staatsoberhauptes	315
	<i>Wilhelm II.</i>	315
	<i>Friedrich Ebert</i>	323
	<i>Paul von Hindenburg</i>	326
	<i>Adolf Hitler</i>	333
5.7	Das direkte Umfeld politischer Bilder.	
	Karikaturen, Soziales, Militär und Krieg als Bildinhalte	345
	<i>Karikaturen</i>	345
	<i>Soziales</i>	349
	<i>Militär und Krieg</i>	355
5.8	Die Bilder und ihre politischen Kon-Texte	370
	<i>Textqualitäten</i>	371
	<i>Information und Beeinflussung durch Bild- und Artikeltexte</i>	372
	<i>Zentrale Themen der politischen Wertung</i>	375
6.	Die Bilder und ihre Inhalte II.	
	Der Spagat zwischen kultureller Bildung und Unterhaltung	381
6.1	Bildung und Kultur	383
	<i>Kunst und Kultur</i>	384
	<i>Theater</i>	389
	<i>Landschafts- und Stadtansichten</i>	392
	<i>Technik, Wirtschaft, Wissenschaft</i>	395
6.2	Unterhaltung	398
	<i>Humor und Witz</i>	401
	<i>Sport</i>	405
	<i>Film</i>	408
	<i>›Buntes‹ und anderes Unterhaltsame</i>	411
	<i>Verbrechen, Unglücke und Unfälle</i>	415
6.3	Das Privatleben von Prominenten	419
6.4	Unpolitische Bilder mit politischen Kon-Texten	422
6.5	Bilder mit und ohne Menschen, von Männern und Frauen	428
	<i>Bilder mit und ohne Menschen</i>	429
	<i>Bilder von Männern – Bilder von Frauen</i>	431

6.6	Das Nahe und das Ferne. Was von der Welt bebildert wurde	437
	<i>Die unterschiedliche Bedeutung der Erdteile und einzelner Länder</i>	439
	<i>Der neue Fixpunkt – die USA</i>	440
	<i>Erbfeind Frankreich?</i>	444
	<i>Vom Nebenschauplatz ins Rampenlicht – Italien</i>	446
	<i>Der Reiz des Exotischen? Afrika und Asien</i>	448
	<i>Deutsche im Ausland – Ausländer im Reich</i>	450
7.	Die Bilder und die Vielfalt der Berichtsansätze	452
7.1	Was bedeutet Vielfalt?	452
7.2	Vielfalt auf der Mikroebene historischer Bildberichterstattung	457
7.3	Vielfalt von Berichtsansätzen auf der Beitragsebene	458
	<i>Berichtsansätze bis 1926</i>	462
	<i>Berichtsansätze ab 1927</i>	469
7.4	Visuelle Vielfalt auf der Bildebene	479
8.	Politik in Bildern, Politik mit Bildern. Zusammenfassende Überlegungen	487
8.1	Bildstrukturen als Forschungsschwerpunkt	488
8.2	Illustrierte als Produkte der Aushandlung	491
8.3	Politik in Bildern	493
8.4	Bildinhalte jenseits der Politik	498
8.5	Die Illustrierten in der Medienkonkurrenz	502
8.6	Illustrierte als zentrales Element der neuen Massenkultur	504
8.7	Politik mit Bildern	505
8.8	Lesernutzen und Propagandawirkung	510
8.9	Perspektiven	513

9.	Anhang	516
9.1	Die Materialgrundlage	516
9.2	Die Auswertungsmethode	519
9.3	Reliabilitätstests	521
9.4	Intracoder-Reliabilitätstest	522
9.5	Bildnachweis	529
9.6	Literaturverzeichnis	529

1. Der Buchtitel und seine Bedeutung. Einführende Erläuterungen

»Bilder als Botschaft« greift eine These auf, die Marshall McLuhan bereits vor mehr als 50 Jahren in seinem genauso Aufsehen erregenden wie umstrittenen Buch *Understanding Media* äußerte. Die Überschrift gleich seines ersten Kapitels lautet: »Das Medium ist die Botschaft«, und schon auf der zweiten Seite folgt darin die Behauptung, »daß der ›Inhalt‹ jedes Mediums immer ein anderes Medium ist.«¹ Angewendet auf den vorliegenden Fall heißt das: Das Medium sind die Illustrierten und ihr ›Inhalt‹ – ihre eigentliche Botschaft – sind die Bilder. Deshalb stehen in dieser kommunikationsgeschichtlichen Untersuchung deutscher Illustrierter die Bilder im Vordergrund, und nicht die Texte.

Die Zusammenführung der drei im letzten Satz angesprochenen Aspekte ist im Kontext der bisherigen Forschung alles andere als selbstverständlich. Zwar finden Bilder zunehmend auch wissenschaftliches Interesse, aber nicht gerade in Form massenhaft verbreiteter Illustrierten-Inhalte. Nähert man sich ihnen mit historischer Perspektive, steht immer das Besondere, thematisch speziell Ausgewählte im Vordergrund. Sich im Gegenteil ohne inhaltliche Vorauswahl den ganz durchschnittlichen Bildangeboten eines unter Wissenschaftlern alles andere als hochgeschätzten Mediums zu nähern, ist eine Herausforderung, die einiger Begründung und methodischer Reflexion bedarf. Dieser Anspruch erfor-

1 McLuhan, *Die magischen Kanäle*, S. 13f. – Zur interdisziplinären Zusammenarbeit gehört auch die Einigung über die Art der Literatur- und Quellennachweise. Als Kompromiss zwischen in den Text eingefügten Hinweisen sozialwissenschaftlichen Stils und ausführlichen Fußnoten traditioneller europäischer Historiografie wurden für die Literatur Kurztitel in Fußnoten gewählt. Die dazugehörigen ausführlichen bibliografischen Angaben sind im Literaturverzeichnis nachgewiesen. Quellenangaben zu den genutzten Illustrierten-Artikeln und aus dem Internet bezogenen Informationen finden sich dagegen nur einmalig in der jeweiligen Fußnote.

dert, gleich zu Beginn die zentralen Begriffe des Untertitels näher zu erläutern und so den Rahmen der Darstellung abzustecken.

1.1 Warum Bilder, warum Illustrierte?

In der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts wurden bei der aktuellen Berichterstattung der Massenmedien der Text und seine Bedeutung immer mehr durch das fotografische Bild wenn nicht infrage gestellt, so doch erheblich ergänzt und damit entscheidend modifiziert. So zutreffend diese pauschale Aussage ist, so schwierig ist es, sie im Detail mit empirischer Forschung zu belegen. Zwar wird niemand mehr ernsthaft bestreiten, dass das 20. Jahrhundert zutreffend als ›Jahrhundert der Bilder‹ zu charakterisieren sei, aber historiografische Untersuchungen, die tatsächlich Bilder und nicht Texte als Grundlage haben, bleiben dünn gesät. Immerhin finden zumindest die »Bilder, die Geschichte schrieben«, eine gewisse Beachtung.² Das Herausragende lässt sich aber streng genommen nur vor dem Hintergrund des Durchschnittlichen oder Alltäglichen bestimmen. Und vielleicht ist das Herausragende, sind die ›Ikonen‹ und ›Schlüsselbilder‹ nicht einmal das wirklich das 20. Jahrhundert Charakterisierende – wahrscheinlich ist es viel mehr die massenhafte Zunahme des Durchschnittlichen, die steigende ganz alltägliche Bilderflut (die sich dann im 21. Jahrhundert sogar zu einem »Bildertsunami« entwickelt³), die das 20. von allen vorausgegangenen Jahrhunderten abhebt. So oder so verdienen auch die ganz alltäglichen, und das heißt: vor allem die fotografischen Bilder Beachtung.

Ältere fotohistorische Studien sind in dieser Hinsicht allerdings kaum hilfreich. In aller Regel konzentrieren sie sich auf die Stars unter den Fotografen und ihre Fotos an sich, ohne ausführlicher auf die Verwendungszusammenhänge einzugehen, die ja erst die massenhafte Verbreitung der Aufnahmen bewirkten.⁴ Eine große Ausnahme bilden da nur die Arbeiten Bernd Weises.⁵ Erst in den letzten Jahren zeichnet sich eine gewisse Änderung ab, werden Fotos allmählich zusammen mit ihren medialen Verbreitungskontexten thematisiert.⁶

2 Paul, *Jahrhundert der Bilder*; Paul, *Bilder, die Geschichte schrieben*; Hamann, *Bilderwelten und Weltbilder*; Paul, *Aktuelle Historische Bildforschung*.

3 Paul, *Visuelles Zeitalter*.

4 Vgl. exemplarisch: *Deutsche Fotografie*.

5 Vgl. die diversen Einträge im Literaturverzeichnis.

6 Dewitz/Lebeck, *Kiosk; Erfindung der Pressefotografie*. Ansatzweise: Pensold, *Geschichte des Fotojournalismus*; Palmér/Neubauer, *Weimarer Zeit*.

Aber welche Medien kommen überhaupt für Zeiten infrage, in denen vom Fernsehen höchstens Visionäre sprachen und das Internet gar völlig jenseits des Vorstellbaren lag? Als Erstes wird man sicher an die Tageszeitungen denken. Sie waren aber traditionell das Medium des aktuellen Wortes schlechthin und entsprechend kompliziert gestaltete sich ihre Öffnung zum Bild. Auf breiter Front geschah dies in Deutschland erst nach dem Ersten Weltkrieg, ja so recht eigentlich erst nach der Überwindung der Hyperinflation seit Mitte der 1920er-Jahre; für eine gewisse Übergangszeit besaßen dabei auch illustrierte Zeitungsbeilagen erhebliche Bedeutung.⁷ Nicht zuletzt wurden die Zeitungsmacher dazu durch das immer größere Interesse ihrer Leserschaft an aktuellen fotografischen Bildern gedrängt. Man wollte sehen, über wen die Nachrichten berichteten und wo und wie sich die wichtigen Ereignisse abspielten.

Die Kinos trugen zwar kräftig zur Weckung dieses Bedürfnisses nach aktuellen Bildern bei, konnten es jedoch nur ansatzweise befriedigen. Zunächst hatten sie mit technischen Problemen der Filmherstellung zu kämpfen und im Ersten Weltkrieg kamen politisch-militärische Einschränkungen bei den Produktionsbedingungen hinzu. In der Weimarer Republik bildeten die verschiedenen Wochenschauen nur ein schmales, insgesamt unbefriedigendes Aktualitäten-Rinnsal – zumindest muss das der Eindruck sein, wenn man sich mit der nicht eben üppigen Forschungslage beschäftigt, die ihrerseits im Wesentlichen auf eine äußerst lückenhafte Quellengrundlage zurückzuführen ist.⁸ Selbst aus den Vorkriegsjahren des NS-Staats ist die Überlieferung sehr lückenhaft; erst die Wochenschauen der Kriegsjahre sind vollständig überliefert.⁹

Material in Hülle und Fülle stellt jedoch ein Medium bereit, das bislang so gut wie gar nicht in den Fokus der Forschung gerückt ist: die Illustrierten. Anders als bei den Familien- und Unterhaltungsblättern des 19. Jahrhunderts, die schon länger Interesse finden,¹⁰ liegen zu den Illustrierten der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts nur wenige Detailstudien vor,¹¹ und kaum eine widmet sich so recht ihren Bildern.¹² Dabei waren es gerade die Illustrierten, die seit der Wende vom 19. zum 20. Jahrhundert aktuelle Bilder in großer Zahl und immer höheren

7 Dussel, *Pressebilder in der Weimarer Republik*; ders., *Getrennte Welten*.

8 Barkhausen, *Filmpropaganda*; Wippermann, *Wochenschauen im Ersten Weltkrieg*; Wippermann, *Entwicklung der Wochenschau*.

9 Von den vier Vorkriegswochenschau-Serien sind zum Teil weniger als zehn Prozent erhalten; nur bei der UFA-Tonwoche ist es etwas mehr als die Hälfte: Bartels, *Wochenschau im Dritten Reich*, S. 276.

10 Reusch, *Familienzeitschriften*; Otto, *Bürgerliche Töchtererziehung*; Wildmeister, *Bilderwelt der ›Gartenlaube‹*; Graf, *Familien- und Unterhaltungszeitschriften*; Barth, *Das Familienblatt*.

11 Schlingmann, *Woche*; Werneburg, *Foto-Journalismus*; Marckwardt, *Illustrierte*.

12 Als frühe, aber wenig elaborierte Pionierleistung: Büssemeier, *Deutsche illustrierte Presse*. Neuerdings: Nitz, *Führer und Duce*. Für Österreich: Holzer, *Rasende Reporter*.

Auflagen verbreiteten. Bis in die 1930er-Jahre hinein waren sie das Medium, das hinsichtlich aktueller Bildberichterstattung die Maßstäbe setzte, die Tageszeitungen und Wochenschauen dann mühsam zu erreichen suchten. Anders als bei Zeitungen (und auch noch den illustrierten Zeitschriften älteren Stils) waren bei ihnen zudem die Bilder gegenüber den Texten in aller Regel so dominant, dass sie mit Fug und Recht in den Vordergrund des Interesses gerückt werden dürfen.

Dass die Illustrierten bislang so wenig Beachtung fanden, hat einen einfachen Grund: Ihr Ruf ist schlecht. Legendär ist das schon 1927 veröffentlichte wenig freundliche Urteil Siegfried Kracauers, das über Jahrzehnte die Einstellung der Gebildeten prägte. In seinem Essay *Die Photographie* bestätigte er zwar ganz im Sinne der bisherigen Argumentation, dass »der schlagende Beweis für die ausgezeichnete Gültigkeit der Photographie in der Gegenwart [...] vor allem durch die Zunahme der *illustrierten Zeitungen* geliefert« werde. Außerdem bestritt er nicht, dass »die Absicht der illustrierten Zeitungen [...] die vollständige Wiedergabe der dem photographischen Apparat zugänglichen Welt« sei. Doch in der Praxis überwogen für ihn die negativen Folgen der »Flut der Photos«, des »Ansturms der Bildkollektionen«: »In den Illustrierten sieht das Publikum die Welt, an deren Wahrnehmung es die Illustrierten hindern. [...] Noch niemals hat eine Zeit so wenig über sich Bescheid gewußt. Die Einrichtung der Illustrierten ist in der Hand der herrschenden Gesellschaft eines der mächtigsten Streikmittel gegen die Erkenntnis. Der erfolgreichen Durchführung der Streiks dient nicht zuletzt das bunte Arrangement der Bilder. Ihr *Nebeneinander* schließt systematisch den Zusammenhang aus, der dem Bewußtsein sich eröffnet.«¹³

Dass ein anderer mittlerweile hochgeachteter und ansonsten ebenfalls sehr kritischer Geist die Illustrierten schon damals viel positiver bewertet hat, findet leider viel weniger Beachtung. Walter Benjamin brach bereits 1925 eine Lanze für die Illustrierten, indem er ihren kulturbeflissenen Verächtern erklärte: »Die Dinge in der Aura ihrer Aktualität zu zeigen, ist mehr wert, ist weit, wenn auch indirekt, fruchtbarer, als mit dem letzten Endes sehr kleinbürgerlichen Ideen der Volksbildung aufzutrumpfen.«¹⁴ Allerdings ist symptomatisch für den Diskurs, dass er die Glosse, aus der dieses Zitat stammt, nicht veröffentlichte.¹⁵

Welcher Position man auch zuneigen mag – die Untersuchung von Illustriertenbildern bedarf weiterer Begründung, zumal, da sie auch noch einigen empirischen Aufwand erfordert.

13 Kracauer, *Photographie*, S. 93. Kursive in der Vorlage.

14 Benjamin, *Nichts gegen Illustrierte*, S. 449.

15 Frank, *Düsterer Trotz*, S. 203.

1.2 Von der Visualisierung der Politik zu der Visualisierung des Politischen und seiner Kontextualisierung

Selbst wenn die Bedeutung der Illustrierten als zeitgenössisch wichtigsten Verbreitern aktueller Bildberichterstattung akzeptiert wird, sind doch noch zwei grundlegende Fragen zu beantworten. Die eine Frage zielt auf die zu erwartenden Inhalte der Bilder: Welchen Beitrag kann ihre Analyse zum besseren Verständnis der Vergangenheit liefern, wenn nicht bloß einer selbstgenügsamen Illustrierten-Geschichte das Wort geredet werden soll? Die andere thematisiert dagegen die Grenzen von inhaltsanalytisch gewonnenen Erkenntnissen, indem sie die Aufmerksamkeit auf Produktions- wie Rezeptionskontexte lenkt: Welche Schlüsse können in dieser Hinsicht überhaupt aus dem veröffentlichten Material gezogen werden?

In den letzten Jahren hat eine methodisch elaborierte Kulturgeschichte bewiesen, dass sie auch auf den dominanten Feldern der traditionellen Politik- wie der neueren Sozialgeschichte wichtige Impulse zu vermitteln vermag. Allerdings ist dazu eine gewisse Modifikation zentraler Begriffe erforderlich und die Bereitschaft, sie in weiteren Kontexten zu positionieren. Für diese Untersuchung heißt das konkret, dass nicht ›die‹ Politik den selbstverständlichen und von allen Kontexten isolierten alleinigen Bezugspunkt bildet, sondern dass stattdessen ›das‹ Politische nur als Teil eines medialen Gesamtangebots gesehen wird, innerhalb dessen erst einmal überhaupt sein Stellenwert bestimmt werden muss. Das setzt als erstes einen Überblick voraus, der sich nicht von vornherein auf die Betrachtung eines gleich wie definierten Teilbereichs beschränken darf. Mit möglichst weit gefassten Begriffen ist zunächst einmal das gesamte Feld des Bildangebots der Illustrierten zu erfassen und systematisch Inventur zu machen. Schon diese Inventur ist als solche aussagekräftig, kann sie doch genauso Kontinuitäten in den zentralen Strukturen des Bildangebots über längere Zeit hinweg zu Tage fördern wie allmähliche Umorientierungen oder gar Brüche. Im weit gespannten Überblick ist deshalb eine Beschränkung auf »das politische Bild«¹⁶ genauso wenig sinnvoll wie ein Begriff des »fotografischen Handelns«, dem es nur »um den aktiven Einsatz eines Bildes als Argument im öffentlichen Raum mit dem Ziel der Einflussnahme auf öffentliche Debatten und politische Entscheidungsprozesse« geht.¹⁷

16 Grittmann, *Das politische Bild*.

17 Vowinckel, *Agenten der Bilder*.

Innerhalb des gesamten Illustrierten-Angebots ist das Segment politischer Bilder in einem eng verstandenen Sinne vergleichsweise schmal und seine Untersuchung unter traditionell politikgeschichtlicher Perspektive verspricht wenig neue Erkenntnis. Zur Erforschung der Entscheidungen politisch Verantwortlicher kann die Betrachtung von in Illustrierten veröffentlichten Fotos nichts Nennenswertes beitragen. Anders sieht es aus, wenn man die Perspektive nur leicht verschiebt und die »ereignishafte Dimension der Politik« in ihren kommunikativen Kontexten lokalisiert. Eine kulturalistisch orientierte Politikgeschichte macht genau diese »strukturelle Verfasstheit politischer Kommunikation« sichtbar: »Die Offenlegung von Wiederholungsstrukturen politischer Kommunikation und ihrem Wandel macht es überhaupt erst möglich, nach dem Stellenwert von ›entscheidenden‹ Ereignissen und Kontingenz zu fragen.«¹⁸

Voraussetzung eines solchen Perspektivenwechsels ist die Verschiebung der Grundbegriffe von der »Geschichte der Politik« zu der »Geschichte des Politischen«.¹⁹ Selbstverständlich ist nicht auf die Bezugnahme auf die »Herstellung und Durchführung kollektiv verbindlicher Entscheidungen« als Zentralbereich der Politik (und damit auch des Politischen) zu verzichten. Wichtig ist aber, auch den »Handlungsraum« in den Blick zu nehmen, in dem es um die Herstellung dieser Entscheidungen geht.²⁰ Dann erhalten auch Bilder und damit Illustrierte ihren Stellenwert: In einer von Fundamentalpolitisierung geprägten Gesellschaft vermitteln Massenmedien breiten Schichten der Bevölkerung jenes ›Bild‹ von Politik und Politischem, das diese aus eigener, direkter Anschauung nicht zu gewinnen vermögen – durch Texte, in zunehmendem Maße aber auch durch Bilder.²¹ Absichtlich wurden eben Politik und Politisches direkt nebeneinander gestellt. Zu den Zielen dieser Untersuchung gehört es, gerade diese Differenz zwischen ›der‹ Politik und ›dem‹ Politischen in ihrer historischen Entwicklung im Medium der Illustrierten näher zu bestimmen.²² Alle diese Begriffe in ihrer Anwendung auf die Bildinhaltsanalyse näher zu bestimmen, kann jedoch nicht schon Aufgabe dieser Einleitung sein. Hier steht der Überblick im Vordergrund, zu dem auch die Beantwortung der bereits gestellten Frage gehört, welche Reichweite inhaltsanalytisch gewonnenen Aussagen zugesprochen zu werden vermag.

Zunächst ist eine gewisse Selbstbescheidung zu üben. Den eindeutigen Schwerpunkt dieser Untersuchung bildet die Analyse konkreter, in Illustrierten veröf-

18 Weidner, *Geschichte des Politischen*, S. 118.

19 Ebd., S. 9.

20 Stollberg-Rilinger, *Kulturgeschichte des Politischen*, S. 14.

21 Warnke, *Politische Ikonographie*; Münkler/Hacke, *Strategien der Visualisierung*.

22 Vollrath, *Was ist das Politische?*

fentlichter Bilder. Nicht zuletzt geschah dies aus Quellengründen: Die Illustrierten als solche sind einigermaßen problemlos nutzbar; Materialien, die einerseits redaktionelles Handeln dokumentieren oder andererseits Aussagen über das Verhalten der Illustrierten-Leserschaft und speziell ihres Bilderkonsums ermöglichen, sind dagegen eigentlich nicht überliefert. Fordert man derartige Grundlagen als Basis für die Kontextualisierung der Illustrierten-Bilder, ist die Lage ziemlich hoffnungslos. Es bleiben jedoch verschiedene Wege, um eine gewisse Abhilfe zu verschaffen. Letztlich müssen sie sogar eingeschlagen werden, um die Untersuchungsergebnisse nicht von vornherein völlig zu entwerten.

Zum einen muss die potenzielle Reichweite der Illustrierten untersucht werden. Erst der Nachweis ihrer massenhaften Verbreitung und Rezeption sichert ihre Bedeutung für die Analyse politik- wie kulturgeschichtlicher Prozesse in der Massengesellschaft. Verstärkt wird dieses Argument durch den Befund, dass die Illustrierten bereits zeitgenössisch – zumindest zu bestimmten Zeiten – beträchtliches Interesse der Politik fanden. Allein das Faktum, dass selbst zu Zeiten äußerster Kriegsanstrengungen nie daran gedacht wurde, die Illustrierten-Produktion ganz einzustellen, spricht für sich. Zum anderen sind deshalb alle Bildinhaltsanalysen zu kontextualisieren: Die Bebilderung der deutschen Illustrierten vollzog sich in den Jahren 1914 bis 1918 und 1933 bis 1945 unter ganz anderen politischen Rahmenbedingungen als in den Jahren vor 1914 sowie zwischen 1918 und 1933. Dies darf nicht ausgeblendet werden. Der Kontext politischer Presselenkung muss thematisiert und in seinen Auswirkungen auf die konkrete Illustrierten-Bebilderung berücksichtigt werden. Vordergründig gleiche Inhalte können hintergründig unterschiedliche Bedeutung haben. Zwischen Inhalt und Funktion ist je nach Zusammenhang zu differenzieren.

1.3 Strukturanalyse statt themenorientierter Einzelbildinterpretation

Die Hefte der alten Illustrierten mit ihrem häufig nur 16 bis 24 Seiten Umfang, der nur selten bis zum Doppelten answoll, oft genug sich aber mit 8 bis 12 Seiten begnügen musste, sind nicht mit denen ihrer heutigen Nachfahren zu vergleichen und schon gar nicht mit jenen aus der Hochzeit der Illustrierten-Produktion in den 1960er- und 1970er-Jahren. Gleichwohl kommen etliche Meter zusammen, wenn man die Jahrgangsbände von Jahrzehnten aneinander reiht. Auf welche Weise kann man sich ihrer Bilderfülle nähern und zu mehr als nur impressionistischen Eindrücken gelangen?

Der nächstliegende Ansatz besteht darin, themenzentriert vorzugehen. Dies ist der Weg, der von allen Studien bislang beschritten wurde, die sich überhaupt intensiver auf Illustrierten-Bilder aus der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts einließen: Zu einem mehr oder minder klar umrissenen Thema werden ein oder zwei Illustrierte über einen zuvor festgelegten Zeitraum hinweg auf einschlägige Abbildungen durchgesehen, diese herausgegriffen und im übergeordneten Zusammenhang interpretiert. Auf diese Weise konnten eindruckliche Ergebnisse zu den ganz unterschiedlichen Bildpraktiken deutscher und französischer Illustrierter während des Ersten Weltkriegs gewonnen werden;²³ traten Neuerungen bei der Wissenschafts- und Technikberichterstattung während der Weimarer Republik in den Blick;²⁴ war der Beitrag der Illustrierten zur nationalsozialistischen Kriegsvorbereitung näher zu bestimmen;²⁵ oder konnte in Gender-Perspektive das emanzipatorische Potenzial einer Illustrierten über eine längere Zeit hinweg analysiert und konkretisiert werden.²⁶

So wichtig und richtig ein solches Vorgehen in jedem Einzelfalle ist, muss doch eine systematische Leerstelle bleiben: Die Illustrierten als Ganzes mit ihrem Gesamtangebot an Bildern treten nicht in den Blick. Erforscht wird nur ein Segment, und seine Relation zum Ganzen in quantitativer wie qualitativer Hinsicht wird nicht bestimmt. Aber warum sollte es wichtig sein, diese Lücke zu füllen? Welche weitergehenden Erkenntnisse sind dadurch zu erwarten? Dazu muss etwas weiter ausgeholt, müssen grundsätzliche Annahmen zur Medienrezeption im Allgemeinen und des Illustrierten-Konsums insbesondere vorgestellt werden.

Der Konsum etablierter Medien vollzieht sich im Großen und Ganzen nicht zufällig und ohne einigermaßen eindeutig beschreibbare Muster. Dass viel Zeit in den Konsum und zuvor vergleichsweise viel Geld in den Erwerb der Medien (oder ihres Nutzungsrechts) investiert wird, setzt ein entsprechendes Interesse vonseiten der Konsumenten an ihren Angeboten im weitesten Sinne voraus – wie heute, so auch schon vor Jahrzehnten. Die Konsumenten haben gewisse Erwartungen und versprechen sich von bestimmten Medien einen Nutzen oder eine gewisse Belohnung. Deshalb wählen sie auch aktiv aus dem Angebotenen aus und konsumieren nicht ausschließlich passiv alles Vorhandene. Umgekehrt hat dies zur Folge, dass sich die Medienproduzenten zumindest teilweise auf dieses Verhalten einstellen müssen, wenn ihr Produkt akzeptiert werden und Verbreitung finden soll. Zur theoretischen Modellierung dieses Zusammenhangs wurde

23 Eisermann, *Pressephotographie und Informationskontrolle*.

24 Deilmann, *Bild und Bildung*.

25 Unger, *Illustrierte als Mittel zur Kriegsvorbereitung*.

26 Schlingmann, *Woche*.

von der kommunikationswissenschaftlichen Forschung seit den 1960er-Jahren der Uses and Gratifications Approach entwickelt.²⁷

Selbstverständlich kann das allgemeine Interesse an einem konkreten Medium durch außergewöhnliche Inhalte, ja auch schon durch besondere Präsentationsformen gesteigert werden. Aber in der Regel beruht es auf der Qualität des durchschnittlich Gebotenen, der Angebotsstruktur insgesamt. Am Deutlichsten wird dies bei den Abonnements von Zeitungen und Zeitschriften: Die Abonnenten treffen ihre Entscheidungen nicht aufgrund einzelner Berichte oder Artikel, sondern aufgrund der Akzeptanz des jeweiligen Gesamtangebots. Selbst im freien Verkauf am Kiosk gibt es erstaunlich große Regelmäßigkeiten. In den Jahren 1997 bis 2001 betrug die Auflagenschwankung beispielsweise beim *Stern* 15 Prozent der durchschnittlich verkauften Einzelverkaufsaufgabe; beim *Spiegel* waren es sogar bloß 9 Prozent. Da gleichzeitig bei beiden Zeitschriften nur ungefähr die Hälfte der Gesamtauflage im Einzelverkauf abgesetzt wurde, halbieren sich diese Werte noch einmal, wenn sie auf den Gesamtverkauf bezogen werden.²⁸

Diese Überlegungen gewinnen erheblich an Gewicht, wenn man sich die extrem begrenzten Ausgabenspielräume breiter Schichten der deutschen Bevölkerung in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts vor Augen führt.²⁹ Wurde hier eine oder gar zwei Mark im Monat für eine Illustrierte neben dem fast selbstverständlichen Zeitungsabonnement ausgegeben, so musste man sich einen erheblichen Gegenwert durch ihre Lektüre versprechen. Dass diese Überlegung wirklich von breiten Schichten angestellt worden sein muss, ist an den Massenaufgaben der Illustrierten abzulesen. Die vermögendere Teile der Bevölkerung konnten dazu höchstens beitragen: Sie waren zu klein, um allein für Massenabsatz zu sorgen.

Vor diesem Hintergrund verliert nun die Frage nach der Bebilderung einzelner Themen erheblich an Bedeutung und entsprechend rückt die nach den grundsätzlichen Strukturen des Illustrierten-Angebots in den Vordergrund. Was war es, was die Leserschaft sehen wollte und wofür sie immer wieder aufs Neue bereit war, zu zahlen? Stellt man die Frage so allgemein, leuchtet unmittelbar ein, dass sich die Antwort nicht auf ›politische Bilder‹ beschränken kann. Es war vielmehr das Bildangebot insgesamt mit seiner ganzen Vielfalt. Und weiteres kam hinzu. Ein schon zeitgenössisch immer wieder thematisiertes Argument bietet auch der Fortsetzungsroman, ein ganz typischer Illustrierten-Bestandteil. Selbst das Angebot an mehr oder minder auffällig gestalteter Anzeigenwerbung wird man als Kaufanreiz nicht unterschätzen dürfen. Sicherlich war es ein relativ komplexes

27 Vgl. als geradezu klassische Einführung: Palmgreen, *Uses and Gratifications*.

28 Kaltenhäuser, *Abstimmung am Kiosk*, S. 90, 186, 188.

29 Für die Weimarer Republik: Dussel, *Wie teuer war ein Magazin?*

Gefüge von Angeboten, das die hunderttausendfach wiederholte individuelle Kaufentscheidung motivierte. Aber trotzdem werden die Bilder darin ein zentrales Element gebildet haben.

Von der Kaufentscheidung der Leserschaft waren die Illustrierten-Gestalter abhängig, entsprechend mussten sie auf die Publikumsinteressen Rücksicht nehmen. Selbstverständlich liegt nun die Gefahr nahe, mit diesem Ansatz den Interessen der Leserschaft eine zu große, den Vorgaben der Illustrierten-Gestalter dagegen eine zu geringe Bedeutung einzuräumen. Das dialektische Wechselspiel zwischen Produktion und Konsumtion ist hier nicht ideologiekritisch zu diskutieren. Die Positionen von kulturkritischen »Apokalyptikern« und ideologisch weniger festgelegten »Integrierten« sind seit Langem bekannt.³⁰ Ohne Zweifel bestimmten die Vorgaben der großen Verlage in beträchtlichem Maße die Struktur ihrer Illustrierten-Angebote, bis in die Bildauswahl hinein. Ihre Erfolge waren so beeindruckend, dass ja auch in politischen Ausnahmezeiten ihre Fortexistenz nie grundsätzlich infrage gestellt war. Im Vergleich zu dieser geballten ökonomisch-politischen Macht war der Einfluss der Rezipienten auf die Mediengestaltung im Detail gering, aber eben auf die Gesamtstruktur bezogen doch durchaus vorhanden.

Diese theoretischen Annahmen in empirischer Forschung sichtbar zu machen, bildet eine besondere Herausforderung. Aber sie rechtfertigen es, nicht nur einzelnen Themen, sondern den Strukturen des Bildangebots der Illustrierten sowohl in ihren inhaltlichen, als auch in ihren formalen Aspekten eigene Aufmerksamkeit zu schenken. Die Strukturen können gewissermaßen als geronnene Ergebnisse der Aushandlungsprozesse zwischen den Vorstellungen der Illustrierten-Gestalter zur inhaltlichen und formalen Heftgestaltung einerseits und den entsprechenden Erwartungen ihrer Leserschaft andererseits verstanden werden.

Selbst in hochgradig kontrollierten Produktionszusammenhängen kann nicht völlig vom konkreten Rezeptionsverhalten der Mediennutzer abstrahiert werden, erst recht nicht in weitgehend deregulierten Kontexten wie der Weimarer Republik. Illustrierte sind Produkte der »Kulturindustrie«, gleich, wie man diesen Begriff konnotiert. Sie müssen sich in ständiger Konkurrenz zueinander behaupten. Bis zu einem gewissen Grad vermögen sie ihre eigene, auch politische Linie zu verfolgen, ihr Verkaufserfolg wird jedoch im Wesentlichen vom Publikum bestimmt. Auflagenzahlen sind so zwar nur ein vager, aber dennoch nicht ganz zu verachtender Gradmesser für das Rezipienteninteresse. Daten zur

30 Eco, *Apokalyptiker und Integrierte*.

Verlagsgeschichte sind deshalb ebenso zusammenzutragen wie Informationen zu den verantwortlichen Illustrierten-Gestaltern und den Auflagenentwicklungen.

Auf den Einwand, »es werde ein riesiger kultureller Apparat in Bewegung gesetzt«, das heißt im vorliegenden Falle: aufwändige empirische Forschung betrieben, »um von Dingen zu sprechen, die geringe Bedeutung haben«, erwiderte Umberto Eco schon vor Jahrzehnten: »Nun ist aber gerade die Summe dieser geringfügigen Botschaften, die unser tägliches Leben begleiten, das auffälligste kulturelle Merkmal der Zivilisation, in der wir leben, in der wir denken und handeln müssen.«³¹ Höchstwahrscheinlich ist dieser auf die 1960er-Jahre gemünzte Befund auch schon für die ersten Jahrzehnte des 20. Jahrhunderts gültig.

Politik bildet zwar in doppelter Hinsicht den Orientierungspunkt der Untersuchung: zum einen, was die Inhalte der Bilder selbst angeht, zum anderen aber auch unter steter Berücksichtigung der politischen Kontrolle der Bildproduktion, zumindest zu bestimmten Zeiten, und ihrer intendierten Funktion. So wichtig die Politik aber auch ist, ökonomische Kalküle dürfen nicht aus dem Blick verloren werden. Und schließlich musste von Politik wie Illustrierten-Machern auch immer bis zu einem gewissen Grad auf die Interessen der Leserschaft Rücksicht genommen werden. Damit sind die Pole des Spannungsfelds markiert, in dem die Bildstrukturen deutscher Illustrierter in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts analysiert werden. Aber um welche Illustrierten und um welchen Zeitraum geht es genau?

1.4 Untersuchungszeitraum und untersuchte Illustrierte

Die deutsche Geschichte in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts ist von mehreren tiefgreifenden Zäsuren geprägt. Aber können politische und sozioökonomische Brüche auch ohne Weiteres auf kulturelle Felder und auf so etwas Spezielles wie Illustrierte und ihre Bebilderung übertragen werden? Oder muss nicht umgekehrt eine systematische Längsschnittanalyse diese Übertragbarkeit erst unter Beweis stellen? Überdies verspricht eine solche, Jahrzehnte übergreifende Untersuchung auch vielfältige Vergleichsmöglichkeiten: zwischen Friedens- und Kriegszeiten, zwischen Kriegszeiten unter ganz unterschiedlichen Herrschaftsformen und zwischen Friedenszeiten, die gleich eine ganze Bandbreite von autoritärer Monarchie über parlamentarische Demokratie bis hin zu nationalsozialistischer Diktatur umfassen. Am Ende, wenn man wirklich die ganze erste

³¹ Ebd., S. 34.

Jahrhunderthälfte ausschöpfen wollte, könnten sogar noch verschiedene Formen von Besatzungsherrschaft einbezogen werden, eine zweite Form parlamentarischer Demokratie und eine sozialistische Variante von Diktatur. Aber ganz so weit soll aus arbeitspraktischen Gründen der Bogen dann doch nicht gespannt werden. Die Studie endet mit dem Frühjahr 1945: Mit dem Zusammenbruch des NS-Staats verschwanden auch seine Illustrierten. Gewiss wäre es reizvoll, auch die Jahre des anschließenden Neubeginns und die damit verbundenen Fragen nach Kontinuität und Brüchen einbezogen zu sehen, aber dies muss weiterer Forschung vorbehalten bleiben.

Es wäre auch schön gewesen, die Studie mit dem Jahr 1900 beginnen zu lassen. Allerdings erwies sich der aus noch vorzustellenden Gründen nötige Zugriff auf das originale Quellenmaterial aus dem ersten Dezennium des 20. Jahrhunderts als unverhältnismäßig schwierig, sodass gewisse Abstriche in Kauf genommen wurden. Notwendige Bedingung für die Wahl des Ausgangspunktes war allerdings, ein paar Jahre des Kaiserreichs vor Ausbruch des Ersten Weltkriegs einzubeziehen. 1905 bot sich da als Kompromiss und aus optischen Gründen an: von 1905 bis 1945.

Sucht man nun deutsche Illustrierte, die nicht nur während des gesamten Untersuchungszeitraums bestanden und so die verschiedenen Systembrüche überdauerten, sondern auch noch von nennenswerter Publikumswirksamkeit waren, so gibt es nur einen Kandidaten: die am 14. Dezember 1891 erstmals erschienene *Berliner Illustrierte Zeitung* (*BIZ*), die erst mit dem Untergang des NS-Staats ihr Ende fand; ihre letzte Nummer wurde am 22. April 1945 veröffentlicht. Die seit 1894 ganz im Hause Ullstein hergestellte *BIZ* entwickelte sich schnell zum absoluten Marktführer, nicht nur bei den Illustrierten, sondern innerhalb der deutschen Presse insgesamt; dies wird im nächsten Kapitel noch ausführlich dargestellt.

Die Frage ist jedoch, ob es zur Gewinnung valider Ergebnisse wirklich ausreicht, nur eine Illustrierte zu untersuchen – auch wenn sie auf dem Markt eine herausragende Position besessen hat. Vielleicht besetzte sie dennoch nur ein Segment (wenn auch ein großes), neben dem weitere, anders geartete wichtige Segmente bestanden. Um diesem Einwand zu begegnen, ist zumindest eine zweite Illustrierte zu analysieren, denn eine Vollerhebung des gesamten Illustrierten-Angebots ist völlig unrealistisch.

Die Zahl der Alternativen ist nun begrenzt. Letztlich gibt es nur eine weitere deutsche Illustrierte, die tatsächlich den gesamten Untersuchungszeitraum abdeckt, die im Scherl-Verlag von 1899 bis 1944 erschienene *Die Woche. Moderne Illustrierte Zeitschrift* (im Folgenden immer nur *wo*). Bei der *wo* ist zudem keine allzu große politisch-programmatische Ähnlichkeit mit der *BIZ* zu befürchten,

verstanden sich die beiden Verlage doch nicht nur ökonomisch als ausgesprochene Konkurrenten; schon zeitgenössisch wurde die *BIZ* »der politisch ›links‹« und die *wo* »der politisch ›rechts‹ gerichteten Presse« zugerechnet.³² Allerdings muss zugegeben werden, dass die *wo* im Kaiserreich von ihrer Auflage her zwar von einiger Bedeutung war, in der Weimarer Republik aber mit beträchtlichen Auflagenverlusten zu kämpfen hatte und im NS-Staat eigentlich nur noch eine Nische besetzte. Vor allem für die Jahre 1933 bis 1944/45 würde ihr Einbezug kaum dazu beitragen, ein realistisches Bild vom damaligen Bilder-Angebot in Illustrierten zu liefern. Anfang 1936 beispielsweise veröffentlichte die *BIZ* eine Druckauflage von 1,1 Millionen, während die der *wo* nur 150.000 betrug.

Nimmt man diesen Einwand ernst, kann es für die NS-Jahre nur eine Alternative zur *BIZ* geben: den seit 1926 im Eher-Verlag erscheinenden *Illustrierten Beobachter* (*IB*). So gewichtig der *IB* nach 1933 aber auch war (Druckauflage 1936: fast 700.000), so randständig war er jedoch zuvor, vor allem vor 1930. Gleichwohl wurde er seit seinem ersten Jahrgang in die Untersuchung einbezogen.

Daraus ergibt sich folgende Konstellation: Für das Kaiserreich und die Weimarer Republik bis Mitte 1926 bildeten *BIZ* und *wo* den Untersuchungsgegenstand. Für die folgenden Jahre bis 1945 wurden diese beiden Zeitschriften um den *IB* ergänzt.

1.5 Methodischer Zugriff

In die Untersuchung einbezogen wurden zwar sämtliche Jahrgänge der *BIZ*, der *wo* und des *IB* von 1905 bis 1945, soweit es sie gab. An eine vollständige Auswertung war jedoch aufgrund der Materialfülle nicht zu denken. Auf der Basis der untersuchten Stichprobe lässt sich immerhin ihr Umfang einigermaßen genau abschätzen: Die drei Illustrierten haben in den vier untersuchten Jahrzehnten sicherlich mindestens eine Viertelmillion Bilder in ihren redaktionellen Teilen veröffentlicht. Da nur Strukturen, nicht konkrete Einzelinhalte ermittelt werden sollten, reichte es aus, die Illustrierten bloß ausschnitthaft zu betrachten. Systematisch wurden von jedem Jahrgang genau sechs Hefte in die Untersuchung einbezogen. Vollständig ausgewertet wurden jeweils die drei Mitte Februar bis Anfang März erschienenen Hefte (in der Regel die Nummern 7, 8 und 9) sowie

32 Büssemeyer, *Deutsche illustrierte Presse*, S. 49.

die drei Mitte September bis Anfang Oktober erschienenen Ausgaben (Nummern 37, 38 und 39).³³

Die Sondernummern, die von allen drei Illustrierten immer wieder außerhalb der Zählung und zum Teil mit abweichendem Format und Umfang veröffentlicht wurden, blieben außer Betracht. Sie konnten auch nur teilweise durchgesehen werden, weil sie regelmäßig den Jahrgangsbänden nicht beigegeben und ansonsten nur schwer erhältlich waren. Ansonsten wurden zwar nur die genannten Nummern vollständig ausgewertet, die gesamten Jahrgänge aber nach Möglichkeit zumindest cursorisch durchgesehen.

Auf die Details der Auswertung wird im Anhang ausführlicher eingegangen. Hier genügen wenige Hinweise. In die Untersuchung einbezogen wurden sämtliche redaktionellen Bilder, also nicht nur Fotos, sondern auch Gemäldewiedergaben, Schaubilder und Zeichnungen, einschließlich der zeitweise obligatorischen gezeichneten Witze. Nicht berücksichtigt wurden nur Schach- und sonstige Rätseldiagramme sowie sämtliche Abbildungen innerhalb der Anzeigen. Auch letztere könnten von einigem Interesse sein; ihre Auswertung würde aber nicht nur einen weiteren erheblichen Aufwand, sondern auch aufwändige Ergänzungen des methodischen Instrumentariums erfordern.

Insgesamt wurden genau 30.068 Bilder erfasst. Da sechs von 52 jährlichen Hefen einen Anteil von 11,5 Prozent bilden, kann damit – wie bereits genannt – die Gesamtzahl der in den drei Illustrierten veröffentlichten Bilder mit gut 250.000 berechnet werden.³⁴

Verteilt auf die sieben Phasen Kaiserreich-Vorkrieg (1905 bis Frühjahr 1914), Erster Weltkrieg (Herbst 1914 bis Ende 1918), Weimarer Republik I (1919 bis 1923), Weimarer Republik II (1924 bis 1929), Weimarer Republik III (1930 bis 1933), NS-Staat-Vorkrieg (1933 bis Frühjahr 1939) und Zweiter Weltkrieg (Herbst 1939 bis Frühjahr 1945) ergibt sich folgendes Bild:

33 Vgl. ergänzend im Anhang den Abschnitt »Die Materialgrundlage« auf S. 516.

34 Zur Kontrolle wurden sämtliche Bilder in den beiden Jahrgängen 1936 und 1938 von *BIZ* und *IB* gezählt. Die Stichprobe erfasste mit 1.695 Bildern 12,2 % des Gesamtangebots von 13.859. Die Spanne reichte dabei von 11,6 % beim *IB*-Jahrgang 1938 bis zu 12,7 % bei der *BIZ* desselben Jahres.

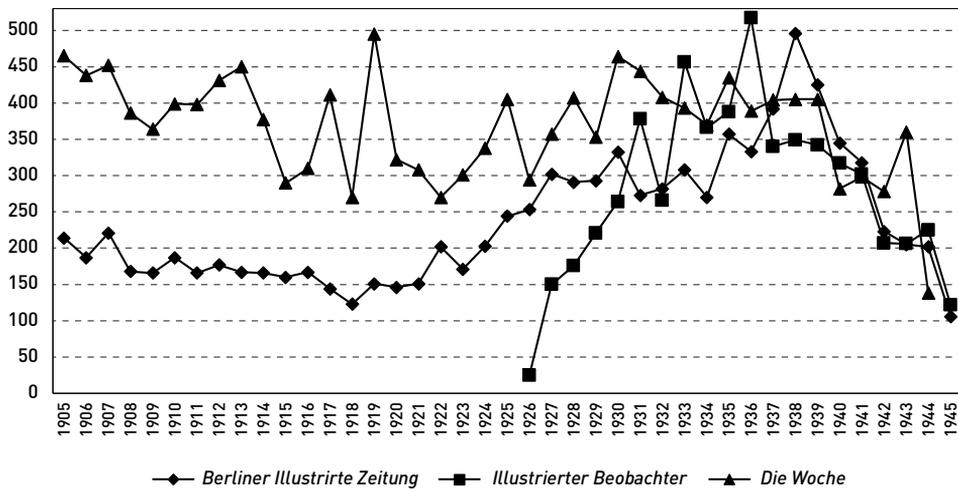
TABELLE 1

Anzahl der ausgewerteten Bilder

	<i>BIZ</i>	<i>IB</i>	<i>WO</i>	insgesamt
Kaiserreich-Vorkrieg	1.738	-	3.995	5.733
Erster Weltkrieg	675	-	1.446	2.121
Weimarer Republik I	821	-	1.696	2.517
Weimarer Republik II	1.586	572	2.154	4.312
Weimarer Republik III	887	908	1.316	3.111
NS-Staat-Vorkrieg	2.397	2.598	2.625	7.620
Zweiter Weltkrieg	1.583	1.539	1.532	4.654
Gesamt	9.687	5.617	14.764	30.068

GRAFIK 1

Anzahl der ausgewerteten Abbildungen pro Jahr von 1905 bis 1945



30.000 Bilder systematisch zu untersuchen, was noch nirgends versucht wurde, erzwingt geradezu eine methodologische Grundsatzentscheidung. Ansätze wie die ikonografisch-ikonologische Analyse, wie sie von Erwin Panofsky und seinen Nachfolgern entwickelt wurde, oder die an Ulrich Oevermann anknüpfende strukturalhermeneutische Bildanalyse mögen bei der Interpretation einzelner oder weniger Bilder Hervorragendes leisten, bei der Erforschung großer Bildbestände müssen sie versagen.³⁵ Die Visuelle Diskursanalyse und die seriell-ikonografische

35 Vgl. als einführenden Überblick Müller, *Ikonografie und Ikonologie*.

Analyse nehmen ihren Ausgangspunkt zwar durchaus auch in großen Bildkorpora, allerdings werden diese von vornherein inhaltlich-thematisch begrenzt und liefern so keinen Überblick über das mediale Gesamtangebot. Außerdem konzentrieren sie sich relativ schnell auf die »beispielhafte Analyse von Einzelbildern, die für diese Serien repräsentativ sind«, wobei dann wiederum der ikonografische Ansatz zum Tragen kommt.³⁶ Angesichts der durchschnittlichen Qualität des Bildmaterials der Illustrierten wäre dieser Aufwand nicht angemessen. Für die Illustrierten gilt, was bereits für Reisekataloge festgestellt wurde: »Angesichts von Hunderten von seriell produzierten und wenig durchkomponierten Bildern eignet sich die quantitative Inhaltsanalyse eher als eine willkürlich bleibende Auswahl ›auffälliger‹ oder ›typischer‹ Motive.«³⁷

Die quantitative Inhaltsanalyse ist zwar zur Untersuchung großer Textkorpora entwickelt und methodisch immer weiter verfeinert worden,³⁸ findet in den letzten Jahren jedoch zunehmend auch bei Bildern Anwendung.³⁹ Dieser Ansatz ist stark theoriegeleitet und setzt klare Vorstellungen über die Strukturen des Untersuchungsmaterials voraus, deren Ausprägungen und Veränderungen im Laufe der Zeit dann im Detail bestimmt werden sollen. Praktisch bedeutet dies, dass jedes der untersuchten Bilder nach zugegebenermaßen recht einfachen Kriterien und vorgegebenen Werten standardisiert beschrieben wurde, um eine möglichst hohe intersubjektive Zuverlässigkeit zu gewährleisten – etwa hinsichtlich seiner Größe, der angewandten Bildtechnik oder der abgebildeten Inhalte.⁴⁰ Das in den Sozialwissenschaften gängige Computerprogramm SPSS ermöglichte es dann, die Datenbank nach den unterschiedlichsten Fragen auszuwerten sowie die Bilder in Vielfaltsanalysen zu vergleichen und sie auf der Ebene von Berichtsansätzen zusammenzufassen. Auf diese Weise ergaben sich Häufigkeitsverteilungen, die in der Regel überraschend klare Muster aufwiesen.

36 Eder/Kühschelm/Linsboth, *Bilder* (das Zitat aus Betscher, *Bildsprache*, S. 65); Maasen, *Bilder als Diskurse*.

37 Pagenstecher, *Reisekataloge*, S. 177.

38 Rössler, *Inhaltsanalyse*.

39 Geise/Rössler, *Standardisierte Bildinhaltsanalyse*; Grittmann/Lobinger, *Quantitative Bildinhaltsanalyse*

40 Vgl. im Anhang den Abschnitt ›Die Auswertungsmethode‹ auf S. 519.



Abb. 1: Die nationalsozialistische Partei-Illustrierte *IB* veröffentlichte in ihrer Nr. 39 vom 26. September 1931, S. 878f., eine Bildreportage mit insgesamt 14 Fotos zum Alltag der Rheinschiffer zu Zeiten der Wirtschaftskrise – ohne Nennung von Autor und Bildurhebern, mit sachlichen Bildtexten und einem ebensolchen Artikeltext. Untersuchungseinheit ist in diesem wie in allen anderen Fällen nicht der gesamte Artikel, sondern jedes einzelne Bild. Ergänzt wird dies allerdings durch einen Blick auf die jeweiligen Bildtexte und den Artikel selbst.

Die Beschreibung und Interpretation dieser Muster bildet einen zentralen Gegenstand der Darstellung. Allerdings erhielt er eine wichtige Ergänzung. So nötig Strukturanalysen sind, um sich einen Gesamtüberblick zu verschaffen, so bleiben sie doch unanschaulich, wenn nicht auch qualifizierende Einzelfallbetrachtungen hinzutreten. Während die quantitative Analyse ermittelt, was überhaupt das Gängige, weit Verbreitete war, liefert die Untersuchung überlegt daraus ausgewählter Beispiele die auch das Detail berücksichtigende Konkretisierung. Da es um Bilder geht, wurden diese Beispiele so weit als möglich abgebildet – nicht um ihrer selbst willen, sondern um typische Sachverhalte zu illustrieren und ein Stück weit dem ganz grundsätzlichen Problem zu begegnen: Bilder lassen sich nicht lesen wie Texte, lassen sich nicht vollständig in Worte fassen. Ihre Ästhetik – im weitesten Sinne verstanden – ist von doppelter Gestalt. Da gibt es »einerseits immer etwas, was sich auch sagen lässt, und andererseits,

kraft seiner ästhetischen Präsenz und Präsentativität, immer mehr als sich sagen lässt«. ⁴¹ Ein Stück weit lässt es sich jedoch zeigen.

Und schließlich war ein dritter Schritt nötig. Die empirisch ermittelten allgemeinen Strukturen und im Detail beschriebenen Beispiele der Illustrierten-Bebilderung sprechen nur begrenzt für sich selbst; sie bedürfen weitergehender Einordnung. Im Sinne der Neuen Kulturgeschichte ist eine »Perspektive der Fremdheit« nötig, ein »ethnologischer Blick«, der seine Gegenstände zunächst einmal grundsätzlich als deutungsbedürftig wahrnimmt und gerade das scheinbar Selbstverständliche *nicht* als selbstverständlich hinnimmt. ⁴² Die Alltäglichkeit von Illustrierten, die Woche für Woche in Friedens- wie Kriegszeiten, in Revolutionen wie wirtschaftlichen Krisen erschienen, ist vor diesem Hintergrund ein Phänomen, das umfassende Deutung verlangt.

41 Braungart, *Ästhetik der Politik*, S. 98.

42 Stollberg-Rilinger, *Kulturgeschichte des Politischen*, S. 12 (Kursive im Original).