

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