

Laurence Danguy

Ökonomie und Semantik illustrierter Zeitschriften im deutsch-französischen Raum um 1900

Illustrierte Zeitschriften stellen einen Sonderfall in der Welt der Presse dar, einerseits, weil ihre Erscheinungsfrequenz sie von Zeitungen entfernt und in die Nähe von Büchern rückt, andererseits, weil sie Bilder einführen, deren Status viel weniger monolithisch ist als derjenige des Textes. Der Wert des Bildes unterscheidet sich stark nach Ort, Umgebung und Zeitraum, und jede Gruppe führt darüber hinaus eine eigene Segmentierung durch. Um es umgangssprachlich auszudrücken: »Es gibt Bilder und Bilder«, und die Bilder der einen sind nicht die Bilder der anderen. Um 1900 bestimmen außerdem mehrere Faktoren die Verlagslandschaft von Illustrierten im franco-germanischen Raum: ein breiter Zugang zu Büchern als Folge der Bildungspolitik der Staaten;¹ lebhaftes Interesse an der Presse in einer sich öffnenden Welt; eine Ökonomisierung des Verlagsfelds; die Weiterentwicklung der Reproduktionsprozesse, die einfacher zu handhaben und kostengünstiger waren und eine beispiellose Expansion des Bildes bewirkten – eine Stärkung des Kunstfelds. Diese letztere gestaltet sich jedoch in Frankreich, Deutschland oder der Schweiz unterschiedlich: Paris gilt in Europa als das künstlerische Zentrum, in das Künstler aus aller Welt strömen; in Deutschland konkurrieren mehrere Kunstzentren, und vor allem will Kaiser Wilhelm II. seine Autorität über die Künste ausüben; in der Schweiz ist das Kunstfeld dabei, sich zu strukturieren.²

Die illustrierten Zeitschriften spielen mit diesen verschiedenen Variablen, die zu Buch und Bild in Beziehung stehen, um sich zu positionieren: Mit buchnaher Textqualität oder weit davon entfernt; mit der Präsentation der Zeitschrift als bibliophiles Objekt oder als Objekt des schnellen Konsums; die mehr oder weniger ausgeprägte und bewusste Ästhetisierung der Bilder, ihre Quantität, Technik und Farbe; die literarische und künstlerische

1 Vgl. Marie-Claire Hoock-Demarle: Lire et écrire en Allemagne. In: Geneviève Fraisse / Michelle Perrot (Hgg.): *Histoire des femmes – Le XIXe siècle*. Paris 1991, S. 147–167.

2 Vgl. Alexandre Kostka / Françoise Lucbert (Hgg.): *Distanz und Aneignung – Relations artistiques entre la France et l'Allemagne 1870–1945*. Kunstbeziehungen zwischen Deutschland und Frankreich 1870–1945. Berlin 2004, S. 13–30; Hans A. Lüthy: *L'art en Suisse 1890–1945*. In: Hans A. Lüthy / Hans-Jörg Heusser (Hgg.): *L'art en Suisse 1890–1980*. Lausanne 1983, S. 9f.; Valentine von Fellenberg: *Die nicht realisierte Schweizerische Kunstakademie*. In: Juerg Albrecht (Hg.): *Das Kunstschaffen in der Schweiz, 1848–2006*. Zürich 2006, S. 247–257; Valentine von Fellenberg / Laurent Langer: *La formation des artistes suisses à l'École des Beaux-Arts de Paris de 1793–1863: Enjeux et méthodes*. In: Marie-Claude Chaudonneret (Hg.): *Les artistes étrangers à Paris. De la fin du Moyen Age aux années 1920*. Berne 2007, S. 177–192.

Identität der Autoren und Zeichner; eine gesellschaftliche Positionierung, die vom Populären bis hin zur Avantgarde reicht; eine Ökonomie, die von der initialen Kapitalisierung und der angestrebten wirtschaftlichen Rendite bestimmt wird. All diese Variablen finden sich in den Verkaufsargumenten der Zeitschriften wieder, aber ihre Aufrichtigkeit ist zu hinterfragen.

Ziel dieses Aufsatzes ist es, die kausalen Zusammenhänge zwischen Ökonomie und Semantik von vier Zeitschriften unterschiedlicher Haltung und Positionierung aus dem franco-germanischen Raum aufzuzeigen und letztlich die Frage nach der Existenz möglicher kultureller Besonderheiten zu stellen. Unter Semantik ist hier die Formalisierung des Inhaltes einer Zeitschrift zu verstehen, das heißt die Kommunikationsweise, der Ton, die Diskursstruktur, das grafische Schema, die Beziehung zwischen Wort und Bild sowie die Referenzen.

1. Jean Nötzli und *Der Nebelspalter* (1875–)

Die Gründung der Zürcher Satirezeitschrift *Der Nebelspalter* wird initiiert durch Jean Nötzli (1844–1900), der aus dem Kanton Zürich stammt und 1875 in der Schweizer Presse bereits etabliert war. Die Geschichte ist durch mehrere Quellen teilweise bekannt: Direkte Zeugnisse, die der Autor einer Arbeit über den *Nebelspalter* im Dritten Reich gesammelt und rekonstruiert hat,³ sowie verschiedene Familienarchive.⁴ Eine Analyse des Korpus liefert weitere Ergebnisse.

Nötzli soll das Projekt einer satirischen Zeitschrift mit liberaler Ausrichtung während seiner Tätigkeit als Sekretär des Dichters Gottfried Keller (1819–1890) konzipiert haben. Die kulturellen, politischen und sprachlichen Besonderheiten der Schweiz mit ihrer doppelten Funktionsweise auf Bundes- und Kantonebene und ihrer Mehrsprachigkeit erschweren jedes Presseprojekt, insbesondere das einer satirischen Zeitschrift, die einen Bezug zum lokalen politischen Leben erfordert. Nötzli ist jedoch mit der Welt der deutschsprachigen Presse vertraut. Vor der Gründung seiner Zeitschrift arbeitete er als Redakteur in bedeutenden schweizerischen und deutschen satirischen Zeitschriften, unter anderem in dem *Postheiri* und den *Fliegenden Blättern*. Er hat auch an den literarischen Seiten der *Zürcher Presse* mitgewirkt und als Korrespondent für die *Grenzpost* und den *Landboten* gearbeitet. Außerdem versucht er sich auch kurz an einer politischen Karriere im Stadtrat von Zürich, wo er sich vergeblich bemüht, seine liberalen Ideen durchzusetzen. Als er sich entscheidet, sein Projekt zu verwirklichen, schließt er sich mit dem ungarischen Künstler

3 Vgl. Peter Métraux: Die Karikatur als publizistische Ausdrucksform untersucht am Kampf des *Nebelspalter* gegen den Nationalsozialismus 1933–1945. Berlin 1966.

4 Nachlass Boscovits (privat) sowie Nachlass Nötzli (Zentralbibliothek Zürich).

Johann Friedrich Boscovits (1845–1918) zusammen, der seit den 1870er Jahren in Zürich ansässig ist. Man weiß nicht, wie die beiden Männer in Kontakt kommen. Es sei darauf hingewiesen, dass J. F. Boscovits, an der Wiener Kunstakademie ausgebildet, zuvor noch nie als Karikaturist tätig gewesen war. Er tut dies jedoch bis zu seinem Tod 1918 im *Nebelspalter* und versucht gleichzeitig, eine künstlerische Laufbahn in der Deutschschweiz zu begründen, was von einem kleinen Achtungserfolg gekrönt wird.⁵ Über die Kapitalisierung der Zeitschrift oder die Verhandlungen bei ihrer Gründung ist nichts bekannt. Boscovits und Nötzli sind beide in der Lage, Kapital zur Verfügung zu stellen, wie uns aus Archivalien bekannt ist: erstens aus einer Erklärung zu Boscovits' Vermögen für die Behörden der Stadt Zürich in Verbindung mit einem Gesuch um das Bürgerrecht;⁶ zweitens weist der Nachlass Nötzlis Immobilienvermögen und verschiedene Anzeichen von finanziellem Vermögen aus, die diese Hypothese bekräftigen, wie zum Beispiel die Tatsache, dass er wegen Nichtableisten seines Wehrdienstes eine Geldstrafe zahlen konnte.⁷

Auf jeden Fall wird das Projekt *Nebelspalter* sorgfältig vorbereitet. Als Vorlage für die Seitengestaltung dienen große Zeitschriften, vor allem die Münchner Zeitschrift *Fliegende Blätter* und der Pariser *Le Charivari*. So werden die Gesamtkonzeption des Layouts, der Titelkopf, die Rubriken sowie die Rhetorik von einer im ersten Jahrzehnt nur sehr begrenzten Anzahl von Mitarbeitern ersonnen und dem Konzept dieses Blattes angepasst, mit nur einem festen Zeichner, Boscovits, und seltenen Gelegenheitszeichnern. Da Boscovits nie als Karikaturist gearbeitet hat, muss er zuerst einen Stil kreieren und durchsetzen. Es ist davon auszugehen, dass er sich zu diesem Zweck mit Nötzli berät. Betrachtet man seine Zeichnungen im ersten Jahrzehnt, so sind seine Vorbilder die Münchner Zeichner sowie Honoré Daumier (1808–1879) von *Le Charivari*.⁸ Wenn wir die Semantik des *Nebelspalter* in seinen Anfängen zusammenfassen wollen, bietet er gezielte Satiren über zentrale Themen des schweizerischen, deutschen und französischen Zeitgeschehens sowie Karikaturen, die einem populären Register entstammen, in dem die Zeichnung den Schriftbeiträgen eindeutig untergeordnet ist (Abb. 1).

Die Zeichnungen sind mit denen vieler ausländischer satirischer Zeitschriften vergleichbar, obwohl sie thematisch und motivisch an den Schweizer Kontext angepasst sind. Diese Motive sind einerseits idiomatisch – die Bank, die Kuh usw. – und andererseits Teil des europäischen Bildrepertoires.⁹ Das Layout der Zeitschrift ist zudem stark reguliert und zeichnet sich durch einen Linienrahmen aus, der als visuelles Zeichen einer starren Ge-

5 Vgl. Laurence Danguy: Johann Friedrich Boscovits, figure centrale du *Nebelspalter* des années zurichoises. In: Laurence Brogniez / Clément Dessy / Clara Sadoun-Édouard (Hgg.): *Artistes en revues. Art et discours en mode périodique*. Rennes: Presses universitaires de Rennes, 2019, S. 81–96.

6 Vgl. Nachlass Boscovits; Danguy (Anm. 4).

7 Vgl. Nachlass Nötzli, 3.5, 3.7, 3.8, 3.12, 3.13, 3.17.

8 Vgl. Laurence Danguy: *Le Nebelspalter zurichois (1875/1921). Au cœur de l'Europe des revues et des arts*. Genève 2018, S. 203–213.



Abb. 1: *Der Nebelspalter* Nr. 52. 29. Dezember 1883, S. 5. Zeichnung von J. F. Boscovits senior betitelt »Die Bundesversammlung«. Bildnachweis: Schweizerische Nationalbibliothek.

passenden Nische an, die bis 1875 von einer liberalen Satirezeitschrift, dem *Postheiri*, besetzt ist. Boscovits ist damals in der Schweiz fast unbekannt, und erst allmählich werden bekanntere Autoren und vor allem Zeichner eingeführt, ohne dass es jemals einen Star gab, wie es in anderen großen Publikumszeitschriften der Fall ist. Die Semantik des *Nebelspalter* ist im Wesentlichen ab der ersten Ausgabe festgelegt und wird ständig an die technischen, politischen, gesellschaftlichen oder visuellen Veränderungen im Umfeld des Blattes ange-

sellschaft gesehen werden kann, geprägt von Zwingli protestantischer Lehre. Dasselbe gilt auch für den Textteil, für die Themenwahl und vor allem für eine Neigung zum Konsens, die in der aggressiven Welt der Karikatur eher ungewöhnlich ist.¹⁰ Eine künstlerische Dimension erscheint erst spät, zehn Jahre nach der Gründung, als das Schweizer Kunstfeld Mitte der 1880er Jahre allmählich institutionalisiert wird, und dann verstärkt mit einer ausgeprägten Ästhetisierung der Zeichnungen während der Jugendstilzeit ab den 1890er Jahren.¹¹

Es ist klar, dass die Zeitschrift als Ware eines Unternehmens konzipiert wird, als ein Produkt, das »funktionieren« muss, aber mit begrenzten Mitteln. Nötzli siedelt sich in einer

9 Vgl. ebd., S. 19–22; 30–33; 46–49; 65–69.

10 Vgl. ebd., S. 239–240.

11 Vgl. ebd., S. 33–56.

passt. Im ersten Leitartikel, einem Text in Versen, signiert »Der Nebelspalter«,¹² wird im Wesentlichen die Rolle des politischen Agitators hervorgehoben, und weder Bild noch Text werden ästhetisch gewürdigt. Erst drei Jahre später, 1878, wird in einer Anzeige ein Bild als von »trefflichen Künstlern«¹³ charakterisiert und weitere drei Jahre später, 1881, wird ein Text durch das Lob des Feuilletons von M. Reymond, eines »bekannten Komiker[s]«,¹⁴ angepriesen. Die Verbindung zwischen Ökonomie und Semantik ist wesentlich bei der Suche nach einem Produkt, das in der von Nötzli gewählten satirisch-liberalen Nische funktionieren soll. Die Zeitung passt sich so den Erwartungen und dem Geschmack eines Publikums an, das die Entwicklung einer bürgerlichen Gesellschaft verfolgt, in der Bild und Literatur an Bedeutung gewinnen. Ihre Anpassungsfähigkeit gewährleistet ihre Beständigkeit.

2. Félix Juven und *Le Rire* (1894-ca. 1979)

Ganz anders ist der Fall der Pariser Zeitschrift *Le Rire*, denn sie ist eine der »größten Maschinen«, die die Presse je produziert hat. *Le Rire* ist zu ihrer Zeit eine der wichtigsten satirischen Zeitschriften, was die Verbreitung und sehr wahrscheinlich auch den Einfluss auf die öffentliche Meinung betrifft. *Le Rire* ist auch einer der am längsten publizierten Titel.¹⁵ Die Zeitschrift beginnt inmitten einer Pressekrise, nach den sogenannten »lois scélérates« von 1894, zu erscheinen. Der Erfolg, der sich in der schnellen Zunahme des Umfangs zeigt, ist jedoch phänomenal: 1900 wird eine Auflage von 150.000 Exemplaren erreicht.¹⁶ Das Fehlen von Archiven erfordert Rekonstruktionsarbeiten. Was wir über die Gründung von *Le Rire* wissen, ergibt sich aus verschiedenen Quellen und einer Untersuchung des Korpus.¹⁷

Le Rire wird im November 1894 eingeführt und ist ein Produkt, das von Arsène Alexandre (1859–1937) unter der Leitung des Verlegers Félix Juven (1862–1947) sorgfältig konzipiert wird. Juven, damals in seinen Dreißigern, hat durch die Herausgabe von *La Lecture illustrée* seit 1887 wohl Erfahrung mit der Presse, nicht aber mit der satirischen. Um sein Projekt zum Erfolg zu führen, wählt er mit Chefredakteur Arsène Alexandre einen einflussreichen Kunstkritiker aus *Le Figaro*, einen Schriftsteller, der in Pariser Künstlerkreisen gut etabliert ist. Juven bindet Arsène Alexandre eng in die Realisierung seines

12 Titelseite. In: Der Nebelspalter. Illustriertes humoristisch-politisches Wochenblatt. 1875/1.

13 Anzeige. In : Der Nebelspalter 1878/51.

14 Anzeige. In: Der Nebelspalter 1881/1.

15 Vgl. Laurent Bihl: *Le Rire*. In: *Ridiculous* 18 (2011), S. 176–181, hier S. 180.

16 Die Zahl der Auflage ist nicht ganz sicher. Vgl. Laurent Bihl: *La Grande Mascarade parisienne. Production, diffusion et réception des images satiriques dans la presse périodique illustrée parisienne entre 1881 et 1914*. Universität Paris I 2011 [Doktorarbeit], S. 147 sowie S. 415.

17 Vgl. ebd.

Verlagsprojekts ein, und es ist Alexandre, der die Karikaturisten für das Blatt gewinnt. Einige der Künstler sind bekannt, wie Jean-Louis Forain (1852–1931), Adolphe Willette (1857–1926), Charles Léandre (1862–1934), oder halbwegs bekannt, wie Henri de Toulouse-Lautrec (1864–1901), während andere wie Auguste Roubille (1872–1955), Jules Grandjouan (1875–1968) oder Henri-Gustave Jossot (1866–1951) sich erst noch einen Namen machen werden.¹⁸ Die meisten von ihnen arbeiten für andere Pariser und sogar ausländische Zeitschriften, wie etwa Théodore Steinlen (1859–1923) für den *Simplicissimus*.¹⁹ Im Laufe der Jahre baut Juven eine Art redaktionelles Imperium auf mit so unterschiedlichen Titeln wie *Le Monde moderne*, *La Femme d'aujourd'hui*, *La Science illustrée*, *La Lecture*, *La Bicyclette*, *La Vie scientifique*, *Paris-Vélo*, das die Begeisterung für Fahrräder nutzt; zu nennen sind auch *La Vie illustrée*, eine Zeitschrift für zerstreute, nicht-satirische Bilder, sowie schließlich 1906 *Fantasio*, ein weiterer Titel mit einer weniger prägnanten satirischen Dimension, der Fotografie integriert. Mit anderen Worten, was Juven interessiert, ist das Geschäft. Er ist übrigens bekannt als ein Mann, der nicht gerne lacht.²⁰

Über die Finanzierung von *Le Rire* ist nichts bekannt, aber angesichts der berühmten Namen, die schnell engagiert werden, muss der finanzielle Aufwand beträchtlich gewesen sein, unabhängig von der Quelle des Kapitals. Die erste Ausgabe enthält eine doppelseitige Reproduktion einer Karikatur von Daumier, die *Le Rire* in die Tradition der Karikaturen der 1830er Jahre stellt.²¹ Diese erste Ausgabe beinhaltet auch das übliche Glaubensbekenntnis:

Le Rire a pensé que son titre était le meilleur des programmes et il remplacera les promesses habituelles – qu'il tiendra sans avoir besoin de les faire – par une proposition de nature à plaire à ses lecteurs. Il les convie tous à se joindre aux excellents dessinateurs et fantaisistes de tous les genres qu'il a réunis dans sa rédaction et son illustration en vertu du vieux proverbe toujours neuf et dont nous entendons faire notre règle: »plus on est de fous...«

Hiermit lädt die Zeitschrift alle ein, sich den hervorragenden Zeichnern und Luftküssen aller Genres anzuschließen, die in ihrer Redaktion versammelt sind. Die Worte sind nur halb ehrlich: Es geht darum, eine Komplizenschaft mit dem Leser herzustellen, wie sie in einigen ausländischen Zeitschriften wie den Münchner *Fliegenden Blättern* zu finden ist – das, was heute Interaktivität genannt wird und was damals neu in der Pariser Szene ist (Abb. 2). In der Praxis hat das Bild eine deutliche Vorrangstellung gegenüber dem Text. Die Kompositionen spielen auf mehreren Registern, politischen, soziologischen, ja sogar geographischen, und richten sich im Wechsel (auch gleichzeitig) an Republikaner und ihre Gegner,

18 Laurent Bihl: »Audaces fortuna Juven«: Les rires du Rire (1894-1914). Propositions et hypothèses sur la réception publique d'un périodique fin-de-siècle. In: Marta Caraion / Laurence Danguy (Hgg.): *Le rire: formes et fonctions du comique*. Littératures, arts, philosophie, sciences historiques, Lausanne 2017 (URL: <http://www.fabula.org/colloques/document5417.php>.) (letzter Zugriff: 5. Februar 2019).

19 Vgl. Bihl (Anm. 15), S. 148 sowie S. 527.

20 Vgl. ebd., S. 144.

21 Vgl. Bihl (Anm. 16), S. 177.

an Pariser und Provinzler, ja an die gesamte Bandbreite der Bourgeoisie.²² Darüber hinaus wird mit Zeichnungen von nackten Mädchen, wie sie in der sogenannten ›Montmartre-Press‹ zu finden sind, ein männliches Publikum angesprochen. Das Genie von Juven ist es, eine Synthese aus bestehenden Zeitschriften zu bilden, um so ein leistungsstarkes Produkt zu erhalten.

Die Semantik von *Le Rire* ist in der Tat eine Kunst des Kompromisses in Bezug auf Ton und Inhalt, bedient von zahlreichen und oft talentierten Zeichnern. Man könnte wahrscheinlich von einer Pluri-Semantik sprechen. In dieser Hinsicht wird die Komplexität dieser Zeitschrift unterschätzt.²³ Im Übrigen ist es ihre Anpassungsfähigkeit, die ihre Langlebigkeit sicherstellt.

Die Verbindung zwischen Ökonomie und Semantik ist hier vollständig, da die Semantik in Bezug auf die Rentabilität konzipiert wird.

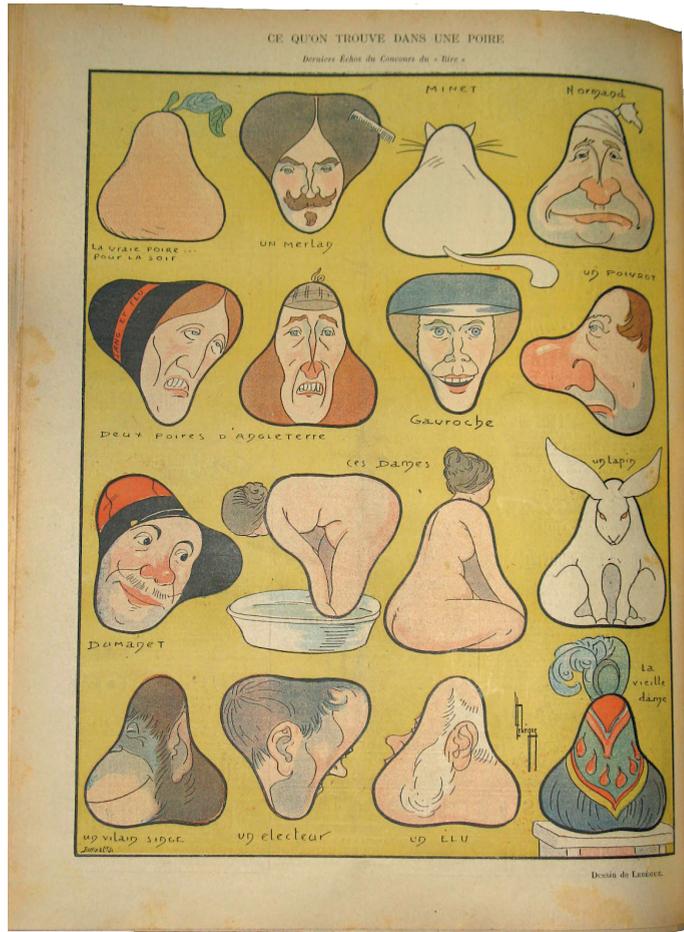


Abb. 2: *Le Rire* Nr. 201. 10. September 1898, S. 12. Zeichnung von Léon Lebègue. Exemplar im Privatbesitz (Laurent Bihl).

22 Vgl. Bihl (Anm. 18).

23 Vgl. ebd.

3. Georg Hirth und *Jugend* (1896–1940)

Die Geschichte der Gründung der Zeitschrift *Jugend* ist uns aus verschiedenen Quellen bekannt, darunter die Nachlässe des Verlegers Georg Hirth (1841–1916) und des Chefredakteurs Fritz von Ostini (1861–1927) sowie aus zeitgenössischen Artikeln;²⁴ ein Archiv der Zeitschrift selbst ist hingegen nicht erhalten.²⁵

Zur Zeit der Gründung der *Jugend* im Jahr 1896 ist Georg Hirth, der Verleger, 55 Jahre alt, ein Mann mit publizistischer Erfahrung. Er ist in der Münchner Kulturszene etabliert, obwohl er erst 1870, durch die Heirat mit der Tochter des Verlegers Julius Knorr, Münchner geworden ist. Der aus Thüringen stammende und promovierte Volkswirt, Statistiker und Geograph der Universität Jena hat bis dahin einen Essay über Friedrich Schiller (1759–1805) und Publikationen für das preußische Wirtschaftsministerium verfasst und war als Redakteur in verschiedenen Medien tätig, so auch für die berühmte Familienzeitschrift *Die Gartenlaube*. Erst durch seine Heirat 1870 tritt er in die Verlagswelt ein: 1871 gründet er in Leipzig den G. Hirth Verlag und macht es sich außerdem zur Aufgabe, die Zeitung seines Schwiegervaters, die *Neuesten Nachrichten*, die bedeutendste liberale Zeitung des Landes, zu modernisieren. 1881 übernimmt er nach dem Tod des Eigentümers die Geschäftsführung und verwandelt das Blatt 1887 in die *Münchner Neuesten Nachrichten*. Auch gründet er zusammen mit Thomas Knorr, seinem Schwager, 1875 die Druckerei Knorr & Hirth, um die Familienzeitung zu drucken und Werke für die breite Öffentlichkeit zu publizieren, darunter eigene theoretische Schriften zu verschiedenen Themen wie Kunsttheorie, Psychologie des Künstlers, Medizin, Physik und Elektrochemie. Georg Hirth, ein engagierter Mann, ist politisch ein Liberaler, geprägt vom Antiklerikalismus des Kulturkampfes. Seine künstlerischen Überzeugungen spiegeln sich in seinem öffentlichen Engagement wider: In den 1890er Jahren macht er die Familienzeitung zur Plattform für die Befreiung künstlerischer Energien und 1892 beteiligt er sich an der Gründung der Münchner Secession. Er ist dann in der Lage, sein größtes Projekt zu verwirklichen, nämlich die Umsetzung seiner politischen und künstlerischen Ideen in der Zeitschrift *Jugend*.²⁶

Hirth bringt das gesamte Kapital für die Zeitschrift auf und rekrutiert Mitarbeiter aus seiner Zeitung, darunter Fritz von Ostini, seinen Chefredakteur. Ostini verfügt über eine

24 Georg Hermann: Die ›Jugend‹ und ihr Künstlerkreis. In: Zeitschrift für Bücherfreunde 2 (1900/01), S. 57–70; Nora [=Anton Alfred Noder]: Am Färbergraben – Erinnerungen um die Jahrhundertwende. Leipzig 1932; Fritz von Ostini: Die Künstler der Münchner ›Jugend‹. In: Velhagen & Klasings Monatshefte 1–2 (1901/02), S. 609–624; Annemarie Voigt-Meiner: Georg Hirth. Ein deutscher Verleger 1841–1916. In: Zeitschrift für Buchkunde 2 (1925), S. 62–73. Die Nachlässe Hirth und Ostini werden jetzt in der Bayerischen Staatsbibliothek München aufbewahrt, die Briefe der Nachlässe Hirth und Ostini sind online zugänglich.

25 Laurence Danguy: L'ange de la jeunesse. La revue Jugend et le Jugendstil à Munich. Paris 2009, S. 14f.

26 Vgl. ebd., S. 113–121.

juristische und eine künstlerische Ausbildung.²⁷ Wie Juven in Paris profitiert Hirth von den künstlerischen Ressourcen seiner Wirkungsstätte; München ist eines der wichtigsten Kunstzentren Europas.²⁸ Im Herbst 1895 arbeitet das gesamte Team an der Gestaltung einer Zeitschrift, die nicht, wie Hirth ursprünglich geplant hat, *Leben* heißen soll, sondern *Jugend*. *Jugend* ohne Artikel, um nicht die Zugehörigkeit zu einer Altersgruppe, sondern einen Geisteszustand zu bezeichnen.²⁹ Die Zeitschrift orientiert sich an verschiedenen deutschen Vorbildern, u.a. dem *Kladderadatsch*, den *Fliegenden Blättern* und dem *Münchener Bilderbogen*, aber auch an ausländischen Zeitschriften, wie dem Zürcher *Nebelspalter*, dem Londoner *The Studio*, dem *Charivari* und *Le Rire*.³⁰ *Jugend* ist jedoch von einer neuen hybriden Art, eine Zeitschrift gleichzeitig für Kunst, Satire und Humor. Der Textteil besteht aus Editorials, humoristischen Kolumnen, Gedichten und Kurzgeschichten, die größtenteils illustriert sind. Die Themen sind politisch, kulturell sowie gesellschaftlich und entsprechen den Positionen von Georg Hirth: Säkularisierung der Gesellschaft, Frauenemanzipation, Innenpolitik, Försprache für eine freie Kunst, Nationalcharakter der Kunst, etc. Im ersten Jahr gibt es einige Seiten zu Musik. Die Bilder sind Zeichnungen, Karikaturen, Vignetten sowie Reproduktionen; viele davon entsprechen der neuen Ästhetik des Jugendstils (Abb. 3). Die Zeichnungen



Abb. 3: *Jugend* Nr. 18. 2. Mai 1898. Titelseite von Fritz Erler. Bildnachweis: L. Danguy.

- 27 Vgl. Hans Pörnbacher: Ostini, Fritz (Friedrich) Fabricius Max Karl Freiherr von (bayerischer Freiherr 1888) (URL: <https://www.deutsche-biographie.de/sfz73961.html>) (letzter Zugriff 5. Februar 2019).
- 28 Vgl. Danguy (Anm. 25), S. 150–155; Hans Ottomeyer. Residenzstadt München. In: Ders. (Hg.): *Wege in die Moderne. Jugendstil in München 1896 bis 1914*, Berlin 1997, S. 67–76; Rainer Metzger / Christian Brandstätter: *München, die große Zeit um 1900. Kunst, Leben und Kultur 1890–1920*. Wien 2009.
- 29 Vgl. Danguy (Anm. 25), S. 119.
- 30 Vgl. ebd., S. 106–113; Laurence Danguy: *Le Nebelspalter zurichois (1875/1921) : Modèles et réseaux*. In: Evangelhia Stead / Hélène Védrine (Hgg.): *L'Europe des Revues II (1860–1930)*. Paris 2018, S. 99–117.

werden oft in gemischte Kompositionen integriert, in denen sich Text und Bild treffen und die den Begriff der Jugend veranschaulichen.³¹ Aus Archiven weiß man, dass Hirth vor 1900 wieder eigenes Kapital einbringen musste und dafür Kunstwerke versteigerte.³²

Die Semantik der *Jugend* basiert kurz gesagt auf einer völlig neuen Beziehung zwischen Text und Bild, wobei ein ideologisches Kontinuum die Überzeugungen von Georg Hirth widerspiegelt. Dieses wird jedoch durch viele Mitarbeiter mitgeprägt, deren Zahl 300 pro Semester übersteigt. Zwei Drittel davon sind Zeichner. Einige Namen sind sehr bekannt, z.B. Franz von Stuck (1863–1928) oder Otto Eckmann (1865–1902), die meisten allerdings sind wenig oder gar nicht bekannte Schriftsteller und Künstler.³³ Der erste Leitartikel legt programmatische Elemente dar, die in die kommerziellen Beilagen und die Ausschreibungen aufgenommen werden: Abwesenheit eines Programms, Diskussion über alle Lebensbereiche, Politik, Kunst, Gesellschaft, Moral, das Durchdeklinieren aller grafischen Künste und vor allem ein Ton der Leichtigkeit. Anfänglich entspricht dies mehr oder weniger dem Inhalt der Zeitschrift.

In diesem vollständig von einem Mann finanzierten Projekt bestimmt die Ökonomie zumindest zu Beginn die Semantik der Zeitschrift. *Jugend* ist darauf programmiert, die Ansichten ihres Verlegers zu verbreiten, erfolgreich zu sein und ihre Gestalter zu ernähren. Der Erfolg ist da, denn man zählt innerhalb von drei Monaten 30.000 Abonnenten.³⁴ Es dauert jedoch bis 1900, bis Rentabilität erreicht wird.³⁵ Der Imperativ des wirtschaftlichen Überlebens wird schnell dazu führen, dass Zugeständnisse gemacht werden, die dem Geschmack und den dominanten Erwartungen eines bürgerlichen Publikums entsprechen, d.h. ein gewisser Konformismus³⁶ und ein Rückzug auf eine deutsche Position. Nach dem Tod von Georg Hirth 1916 wird die Zeitschrift ihren bereits eingetretenen Niedergang mit Textbeiträgen und Bildern bestätigen, die ihre Pracht und vor allem ihre Frechheit verloren haben.³⁷

4. Das elitäre Projekt von Émile Bernard (ca. 1891)

Der Maler und Kunsttheoretiker Émile Bernard (1868–1941) ist ein wichtiger Vertreter der Schule von Pont-Aven, die eng mit Vincent van Gogh (1853–1890) und Paul Gauguin (1848–1903) verbunden war. Aus historischer Sicht bleibt Bernard stets im Schat-

31 Vgl. Danguy (Anm. 25), S. 25–28.

32 Vgl. Suzanne Gourdon: *La 'Jugend' de Georg Hirth. La Belle Époque munichoise entre Paris et Saint-Pétersbourg*. Strasbourg 1997, S. 46–47.

33 Vgl. Danguy (Anm. 25), S. 57–63.

34 Vgl. ebd., S. 72.

35 Gourdon (Anm. 32), S. 46–47.

36 Vgl. Alain Vaillant: *Le propre de l'homme moderne*. In: Ders. / Roselyne de Villeneuve (Hgg.): *Le rire moderne*. Paris 2013, S. 21–31, hier S. 28.

37 Vgl. Danguy (Anm. 25), S. 53.

ten von Paul Gauguin, was seine Rolle in der künstlerischen und literarischen Landschaft Frankreichs in den 1890er Jahren verschleierte, wo der Symbolismus zur avantgardistischen Ästhetik wird. Die Schule von Pont-Aven gehört nämlich zur zweiten Generation des Symbolismus, dem sogenannten Synthetismus. Die Künstler dieser Zeit nennen sich jedoch immer noch Impressionisten. Sie stehen Schriftstellern und Dichtern sehr nahe, und die Schriftsteller ihrerseits arbeiten gerne als Kunstkritiker. Dies ist der Fall bei Gabriel-Albert Aurier (1862–1892), den Émile Bernard im Sommer 1887 kennenlernt. Bernard und Aurier arbeiten in verschiedenen Projekten zusammen und pflegen einen Schriftverkehr.³⁸

Unter den elf Briefen ihrer Korrespondenz bezieht sich ein Brief von Aurier an Émile Bernard auf das Projekt einer Zeitschrift. Er trägt kein Datum, aber es war möglich, ihn auf kurz vor März 1891 zu datieren (Abb. 4).³⁹

Mon cher Aurier

J'ai en tête le projet suivant: faire paraître une feuille illustrée irrégulièrement c. à d. ne tirer un suivant numéro qu'après les frais couverts du précédent. Or voici ce que doit être cette feuille: d'abord essentiellement artistique avec une lithographie de Degas ou Pissarro, ou Gauguin, enfin un impressionniste fort — pas de médiocrités rien que des artistes. — alors, il nous reste le dos de ce papier qui peut lui être couvert de littérature également artistique c. à d. de vers de Verlaine, Mallarmé, Brinn'Gaubast. enfin de vous et vos amis d'espoir littéraire, mais pas de «racléurs de rebec». Quant aux frais voici: La plaque lithographique (nouveau procédé) coûte 86 centimes, le dessin pas plus que la littérature n'étant payés il nous coûte donc d'une part 86 c. plus les frais d'impression et de papier mettons 20 c. pour un côté c. à d. le dessin au tirage de 100 exemplaires dont 75 seulement seront mis en circulation afin de vendre, les 25 derniers au cas où cette feuille morte deviendrait rare (elle l'est ainsi à l'avance) et recherchée les exemplaires gardés seraient vendus 4 ou 5 fois leur prix à des amateurs.

donc dis-je il nous reste le dos de cette feuille à couvrir de littérature.

En vous écrivant mon but est de vous dire voulez vous partager avec moi les frais de cette publication comme littérateur. Frais nuls, en effet: je paie moi 20 f. pour le dessin vous 20. pour l'impression. La vente lente ou hâtive couvre donc les déboursés.

Vous pouvez faire comme suit et à bon marché (et remarquez qu'en ce cas notre journal est rigoureusement original). L'auteur écrira de sa main (en cas ou non je le ferai (ou un autre) mais il est préférable que ce soit lui). Son poème unique chose publiée au dos et prenant le centre de la page voulu comme un autographe en même temps qu'un dessin lithographié, tentative rare maintenant que l'illustration tourne au procédé gillot et à la photogravure.

Écrivez moi vite sur tout ceci. Je ne vous impose rien, si vous acceptez vous êtes sûr qu'en faisant ce que je vous dis vous ne perdez pas un sou et qu'aussi vous pouvez faire autrement à condition que les choses voulues par vous ne détruisent rien le caractère original que nous avons rêvé pour cette publication.⁴⁰

Die angestrebte Semantik ist elitär und avantgardistisch, sowohl die Bilder als auch den Text betreffend: »Das Blatt muss im Wesentlichen künstlerisch sein mit einer Lithographie von Degas oder Pissarro, oder Gauguin, schlussendlich einem ›starken Impressionisten‹ – »und Literatur, die auch künstlerisch ist, d.h. Verse von Verlaine, Mallarmé, Brinn'Gaubast. schlussendlich von Ihnen und Ihren hoffnungsvollen literarischen Freunden«. Diese Na-

38 Vgl. Laurence Danguy: Correspondance artistique de Gabriel-Albert Aurier. In: Julien Schuh (Hg.): G.-Albert Aurier. Œuvres complètes. Paris, éditions du Sandre (im Druck).

39 Vgl. ebd.

40 Catalogue Cornette de Saint-Cyr, 14. Dezember 2016, Teil 118; bearbeitet von Danguy (Anm. 38).

Mon cher Aurier.

J'ai en tête le projet suivant: faire paraître une
feuille illustrée régulièrement c.àd. me lier un
suivant numero qu'après les frais couverts du précédent.
Or vous - ce que doit être cette feuille: d'abord essentiel-
lement artistique avec une lithographie de Degas ou
Pissarro ou Gauguin, enfin d'un impressionniste
fort - pas de médiocrités, rien que des artistes. -
alors, il vous reste le dos de ce papier qui peut lui
être couvert de littérature également artistique,
c.àd. de Vers. de Verlaine. Mallarmé. Rimbaud
enfin de vous et vos amis d'espoir littéraire, mais
pas de "racleurs de rebec". Quant aux frais voici:
La plaque lithographique (nouveau procédé) coûte
86 centimes. le dessin pas plus que la littérature
n'aurait payés il vous coûte donc d'un côté
86[¢] plus. les frais d'impression et de papier
mettons 20[¢] pour un côté c.àd. le dessin
au tirage de 100 exemplaires (dont 75 seule-
ment seront mis en circulation afin de
vendre les 25 derniers (en cas où cette feuille
reste d'un tirage rare) elle sera à l'avance
et recherchée les exemplaires par les amateurs
vendus 4 ou 5 fois leur prix à des
amateurs.

Abb. 4: Brief von Émile Bernard an Gabriel-Albert Aurier. Ca. März 1891. Exemplar im Privatbesitz (Julien Schuh).

men sind damals nur innerhalb eines Mikrokosmos bekannt. Das Gedicht muss, so Aurier, einzigartig sein und in der Mitte der letzten Seite, wie ein Autogramm, neben einer Zeichnung stehen. Bei der Zeichnung muss es sich um ein lithographiertes Werk handeln, im Unterschied zu den mit dem Gillot-Verfahren gedruckten Pressezeichnungen, die eine wesentlich schlechtere Wiedergabequalität aufweisen als Lithographien. Die Zeitschrift, die Émile Bernard sich vorstellt, hat ebenso viel vom Künstlerbuch wie von der Presse: Sie steht sogar genau an der Schnittstelle dieser beiden Felder.

Diese Art von Dokument ist selten. Es wurde übrigens nicht in Verbindung mit der Illustrierten veröffentlicht, sondern ist in Auriers *Gesamtausgabe* aufgeführt.⁴¹ Dieser Brief zeigt, dass ein Künstler ganz ohne weiteres eine publizistische Strategie entwickeln kann, die Ökonomie und Semantik verbindet – ähnlich zeigt auch Gauguins Korrespondenz, dass der Künstler die Spekulation mit seinen Werken organisierte, um deren Wert zu steigern.⁴² In dem Projekt, das Émile Bernard Aurier vorschlägt, berechnet der Maler genau den Selbstkostenpreis einer Ausgabe, der die Kosten für Reproduktion, Druck und Papier beinhaltet. Die Arbeitskosten sind gleich Null und sollen zu dem beitragen, was Pierre Bourdieu ›symbolisches Kapital‹ nennt, d.h. die Beitragenden müssen sich damit begnügen, dass ihre Beteiligung ihre Popularität erhöht. Außerdem plant Émile Bernard, nur drei Viertel einer Auflage auf den Markt zu bringen, so das Angebot zu verknappen und einen zweiten, über dem Originalpreis liegenden Preis zu rechtfertigen. Durch sehr niedrige Produktionskosten und einen hohen Gesamtverkaufspreis ist das finanzielle Gleichgewicht trotz einer sehr geringen Auflage von 100 Exemplaren gewährleistet.

Semantik und Ökonomie basieren hier auf Seltenheit: Die Preisspekulation entspricht einem durch diese Seltenheit erhöhten ästhetischen Wert. Es scheint, dass dieses Projekt nicht weitergeführt wurde, wahrscheinlich wegen des plötzlichen Todes von Aurier kurz darauf, im Oktober 1892. Émile Bernard hingegen wird Chefredakteur der Monatsschrift *La Rénovation esthétique*, die zwischen 1905 und 1910 erscheint und in der die Werte der großen westlichen Tradition verteidigt werden.

5. Synthese und Schlussfolgerungen

Als der Nabi-Maler Émile Bernard sich in den 1890er Jahren eine künstlerische Zeitschrift mit unregelmäßiger Erscheinungsweise vorstellt, die von nach ästhetischen Kriterien ausgewählten Schöpfern konzipiert wird, sind wir sehr weit von der Situation der von Verleger-Patrons geschaffenen Zeitschriften wie *Le Rire* von Felix Juven in Paris, Jean Nötzlis *Nebel-*

41 Vgl. Danguy (Anm. 38).

42 Vgl. Paul Gauguin: *Lettres à sa femme et ses amis*. Paris 1998, S. 272f.

spalter in Zürich oder Georg Hirths *Jugend* in München entfernt, die von Anfang an darauf abzielen, sich im Pressefeld fest zu etablieren. Während die von Émile Bernard geplante Zeitschrift ein Nebenprojekt ist, das ein ästhetisches Anliegen fördern und zur Bekanntheit seiner Gestalter beitragen soll, dessen wirtschaftliche Ausbeute allenfalls kostendeckend sein kann und nicht darauf angelegt ist, seine Gestalter zu entlohnen, werden *Le Rire*, *der Nebelspalter* oder *Jugend* als Unternehmen betrachtet, die einen Verleger, eine Redaktion und Mitarbeiter beschäftigen und bezahlen. Während die ›kleine‹ Zeitschrift von Émile Bernard auf Einmaligkeit und eine ästhetische Handschrift für jede einzelne Ausgabe abzielt, müssen Zeitschriften für ein großes Publikum einen kontinuierlichen Stil finden und gleichzeitig viele Mitarbeiter gewinnen, die Vielfalt und Unterhaltung garantieren. Letztere funktionieren sowohl bei einem umstrittenen Thema oder einer prestigeträchtigen Signatur als auch bei seriellem Inhalt, d.h. einem System von Serialität, das in den Überschriften, der Rhetorik, den Zeichnungen und visuellen Lesezeichen präsent ist. Auch wenn die beanspruchte oder angestrebte künstlerische, satirische oder gemischte Tendenz die Semantik von Zeitschriften bestimmt, ist die wirtschaftliche Wahl des Verlagsmodells ebenfalls wichtig. Die jeweilige Entscheidung hängt jedoch stark davon ab, wie die Leitung zusammengesetzt ist, aber noch mehr davon, wie stark die Zeitschrift mit Kapital ausgestattet wird – und wie sich ihre Ausstattung im Folgenden darstellt.

Dieser wirtschaftliche Aspekt ist schwer zu dokumentieren, da Archive meist nicht vorhanden sind, mit wenigen Ausnahmen wie dem *Nebelspalter* oder dem Projekt von Émile Bernard, und er muss daher durch die Untersuchung des Korpus rekonstruiert werden. In diesem im Aufbau befindlichen Forschungsfeld wird die Frage nach unterschiedlichen verlegerischen Strategien je nach Umfeld und Kulturraum kaum gestellt. Die vier skizzierten Fälle geben erste Antworten. Wenn also Zeitschriften, die sich an ein breites Publikum richten, im französisch-deutschsprachigen Raum wirtschaftlich und semantisch vergleichbar sind, sind sie in ähnlicher Weise verpflichtet, sich ihrem kulturellen, redaktionellen und künstlerischen Umfeld und insbesondere ihrem Publikum anzupassen. Die Situation einer ›kleinen‹ Zeitschrift, wie sie Émile Bernard projiziert hat – und wie sie Otto Julius Bierbaum (1865–1910) und Julius Meier-Graefe (1867–1935) mit *Pan* in Berlin verwirklichen –, hängt noch stärker vom literarischen und künstlerischen Kontext ab: Ein Projekt muss nicht nur ›richtig zielen‹, um sich ein von Natur aus begrenztes Publikum zu sichern, sondern es muss mehr als andere von den (ästhetischen Träumen der) Menschen getragen werden.