

gehäuft so gravierend, dass die aus unterschiedlichsten Schichten Betroffenen für sich keinen anderen Ausweg als den Suizid sahen. Genauso sorgte die allgegenwärtige Präsenz des Kulturphänomens Neurasthenie aber auch dafür, dass die Menschen sowohl mit den unterschiedlichen Symptomen der Krankheit als auch mit den ihr zugeschriebenen Auslösern im modernen Lebensalltag bestens vertraut waren. Dies versetzte die Menschen in die Lage, das moderne Phänomen für ihre eigenen Belange auszunutzen und als entschuldigenden Vorwand für strafrechtliche Vergehen – in Deutschland offensichtlich erfolgreicher als in Schweden – einzubringen.

4.3 Hervortretendes Neurasthenie-Wissen in zeitgenössischen Werbeanzeigen

In den damaligen deutschen und schwedischen Zeitungen lassen sich drei unterschiedliche Arten von Werbung ausmachen, die im unmittelbaren Zusammenhang mit dem Zeitphänomen der Neurasthenie standen. Mitunter seitenweise geschaltet waren darunter die Annoncen der damaligen Kuranstalten, in der jene für sich warben. Für die Bewertung des damaligen, öffentlichen Diskurses um die Neurasthenie und des diesbezüglichen, deutsch-schwedischen Wissenstransfers wurden explizit die Kur-Annoncen jener deutschen und schwedischen Heilbäder analysiert, die ein nervöses bzw. neurasthenisches Patientenkontingent bewarben. Eine zweite Werbekategorie bildeten die Anzeigen für technische Hilfsapparate und naturheilkundlich angelehnte Hilfsmittel. Diese Produkte waren für den Hausgebrauch ausgelegt und adressierten daher überwiegend an weniger begüterte Menschen, die sich einen teuren Kuraufenthalt nicht leisten konnten. Schließlich wurde in den Zeitungen noch ein breites Sammelsurium von Präparaten für den kleinen Geldbeutel angeboten. Diese versprachen, auf medikamentösem Weg Abhilfe bei nervösen Leiden zu leisten, waren aber oft wirkungslos oder enthielten gar gesundheitsgefährdende Substanzen. Auch auf der Ebene der Werbung lag der Schwerpunkt der Zeitungsanalyse wieder auf dem Aufspüren von deutsch-schwedischen Transferleistungen.

4.3.1 Kur-Annoncen

In ihren Reklamen warben die Sanatorien und Kuranstalten mit ihren jeweiligen Behandlungsschwerpunkten, dem vor Ort verfügbaren Repertoire therapeutischer Mittel sowie den lokalen Möglichkeiten der Freizeitbeschäftigung. Im Einklang mit dem Ende des 19. Jahrhunderts in bessergestellten Kreisen aufkommenden Reisevergnügen, wurden in den Zeitungen natürlich nicht nur inländische, sondern gerade auch ausländische Einrichtungen beworben. Hierbei konnten wechselseitige deutsch-schwedische Bezüge ausgemacht werden. Darüber hinaus sind den Kur-Annoncen sowohl medizinische Moden als auch vorausgesetztes Wissen der Öffentlichkeit zu entnehmen.

Diese Kur-Annoncen waren im ‚Dagens Nyheter‘ meist gestreut mit anderen Anzeigen – etwa für Waren oder Veranstaltungen – auf gesonderten Werbeseiten der Zeitung zu finden, während sie im ‚Aftonbladet‘ oder den verschiedenen Düsseldorf-Zeitungen meist am Zeitungsrand neben den Artikeln platziert waren. Das ‚Berliner Tageblatt‘

publizierte die Annoncen für Kurorte auch auf speziellen Werbeseiten, veröffentlichte aber verschiedene Rubriken, wie Handelswaren, Geschäftsanzeigen oder Theaterankündigungen – insbesondere am Wochenende über viele Seiten – jeweils themengebündelt. Auf ein breites öffentliches Interesse für die Kurbäder und Sanatorien lassen daneben auch die Kurort-Spezialnummern des schwedischen ‚Aftonbladet‘ schließen, die 1913 bis 1917 jeweils im Frühjahr geschaltet wurden und die sich, neben normalen Artikeln zu Politik und Gesellschaft auf über 20 Seiten der Kurthematik widmeten.⁵⁷¹ Diese groß angelegten Speziale gab es in den untersuchten deutschen Zeitungen nicht. Das ‚Berliner Tageblatt‘ richtete aber ab April 1904 mit der ‚Reise-, Bäder- und Touristen-Zeitung‘ eine regelmäßig erscheinende Themenseite ein, in denen Leitartikel über Reiseziele neben Nachrichten aus Bädern und Kurorten zu finden waren.⁵⁷² Sozusagen als Reiseführer für die besser verdienende Oberschicht wurden über die Zeitung auch sogenannte ‚Bäder-Almanache‘ beworben, die eine zahlungskräftige Klientel erwerben konnte, um sich über mögliche Standorte des nächsten exklusiven Kuraufenthalts in Deutschland, Österreich-Ungarn oder der Schweiz zu informieren.⁵⁷³

Bei der Betrachtung der deutschen wie schwedischen Kuranzeigen findet sich der Wandel des Heilbäderwesens widergespiegelt, der sich in vielen westlichen Ländern im Verbund mit medizinischen Moden und kulturellen Strömungen vollzog. Zu den bereits über Jahrhunderte existierenden, Heilthermen stießen im Verlauf des 19. Jahrhunderts zahlreiche neue Heilquellen, die wiederum mit der Wiederentdeckung der Heilwirkung kalten Wassers durch Priesnitz ab 1850 zunehmend Konkurrenz durch die in vielen Ländern von Priesnitz-Schülern errichteten Kaltwasserheilstätten bekamen. Das Kaltwasserverfahren wurde einerseits – unterlegt durch die Erkenntnis, dass eine zunehmend nervösere Gesellschaft das kalte Wasser immer schlechter vertrug – von milderen Wassertemperaturen in Wasserheilstätten abgelöst oder auch, mit dem Aufstieg Kneipps Ende des 19. Jahrhunderts, im Verbund mit der Kneipp'schen Kräuterheilkunde zu einem neuen System kombiniert. Die in den Wasserheilstätten angebotenen, individualisierten hydro- und balneotherapeutischen Verfahren wurden, unter dem Einfluss der Naturheilkundebewegung im Verlauf des 19. Jahrhunderts, mit Massage; Bewegung; klimatischen Reizen wie Licht, Luft und Wärme oder auch Diätetik, um immer weitere, zunächst natürliche Therapeutika, ergänzt. Beschwingt durch immer mehr nervöse und chronische Kranke entstanden vielerorts auf Gebirgs-, Wald- oder Seeklima setzende Luftkurorte oder erhielten alte Seebäder einen neuen Auftrieb. Aus den noch oft von medizinischen Laien betriebenen Naturheilstätten und Sanatorien gingen im Übergang zum 20. Jahrhundert schließlich, als Vorgänger moderner Kuranstalten, mehrheitlich medizinisch geleitete Einrichtungen hervor, in

571 Vgl. dazu die ‚Bad- und kurortsnummer‘ [Bäder- und Kurortnummer] des Aftonbladet vom 13.04.1913 und 26.04.1914 und während des Ersten Weltkriegs die AB-Sonntagsnummern mit Kurort-Einlagen vom 25.04.1915, 16.05.1915, 30.04.1916, 28.05.1916 und 29.04.1917.

572 Vgl. beispielsweise die RBTZ-Einlagen im Berliner Tageblatt vom 14.06.1904 (2. Beiblatt, S. 9), 08.05.1906 (2. Beiblatt, S. 9) oder 16.05.1917 (4. Beiblatt, S. 17).

573 Der jährlich vom Berliner Verleger Rudolf Mosse herausgegebene ‚Bäder-Almanach‘ erschien 1904 bereits in der 9. Auflage, vgl. die Reklame: „Für die Bade- und Reisezeit“. In: Berliner Tageblatt 27.05.1904.

denen die naturheilkundlichen Heilfaktoren in ihrer technisiert-rationalisierten Variante der ‚Physikalischen Therapie‘ noch um die Behandlungen mit Elektrizität und Radium erweitert wurden.⁵⁷⁴

Die warmen Heilquellen waren lange Zeit für Trinkkuren von eisenreichem Thermalwasser oder auch für Einpackungen oder Massagen mit Thermalschlamm genutzt worden – das Baden kam erst im frühen 19. Jahrhundert hinzu.⁵⁷⁵ Diese ehemaligen reinen Heilbrunnen hatten Ende des 19. Jahrhunderts ihr Angebot von Wasserbehandlungen um andere zeitgenössische Therapien wie Gymnastik, Massage, Klimato- und Elektrotherapie erweitert, beriefen sich in ihren Kur-Annoncen aber gerne auf die bewährte Tradition – so etwa die schwedischen Heilbrunnen Medevi,⁵⁷⁶ Ramlösa und Ronneby⁵⁷⁷ oder das damals durch die Fango-Anwendungen weltweit bekannte Loka,⁵⁷⁸ sowie die damaligen, deutschen Thermen ‚Wildbad‘ im Schwarzwald,⁵⁷⁹ ‚Franzensbad‘ in Oberschlesien⁵⁸⁰ oder ‚Marienbad‘ in Böhmen.⁵⁸¹

Die zeitgenössischen Entwicklungen und Trends im Kurwesen müssen einer breiten Öffentlichkeit bekannt gewesen sein, sodass die Einrichtungen in ihren Annoncen für sich explizit als Kaltwasserheilstätten,⁵⁸² Wasserheilstätten⁵⁸³ oder auch als Naturheilanstalten⁵⁸⁴ werben konnten. Ende des 19. Jahrhunderts waren – angesichts der

574 Ausführlich wird auf diese Entwicklung in Kapitel 3.2 eingegangen. Im Aftonbladet schilderte 1913 auch ein Artikel im Spezial „Svenska Bad- och Kurorter“ [Schwedische Bäder und Kurorte] diese Entwicklung und führte exemplarische schwedische Sanatorien auf, vgl. „Våra kurortresurser“ [Unsere Kurort-Resourcen]. In: Aftonbladet, Bad- och kurortsnummer 13.04.1913, Einlage „Svenska Bad- och Kurorter“, S. 8–19, hier S. 8.

575 Vgl. „Våra kurortresurser“. In: Aftonbladet, Bad- och kurortsnummer 13.04.1913, S. 8.

576 Vgl. „Medevi Helsobrunnar och Bad“ [Medevi Heilbrunnen und Bäder]. In: Aftonbladet 04.04.1888.

577 Diese Heilquellen mit historischer Tradition reihten sich oft in die Reihe exklusiver Einrichtungen ein. So waren Ramlösa und Ronneby in einem Kurort-Spezial des Aftonbladet unter Schwedens vornehmsten Bade- und Kurorten aufgeführt, vgl. die Artikel „Ramlösa hälsobrunn och strandbad“ und „Ronneby brunn“ in der Rubrik „Det förnämsta bad- och kurorterna i Sverige“. In: Aftonbladet, Bad- och kurortsnummer 13.04.1913, S. 11–14, hier S. 11.

578 Vgl. „Loka. Kgl. Brunns- och Badinrättning“ [Loka. Kgl. Brunnen- und Badeeinrichtung]. In: Aftonbladet 05.05.1884. Zur Popularität Lokas für seine Fango-Anwendungen vgl. das Massage-Kapitel.

579 Das Wildbad warb damit, dass sich seine Warmquellen seit Jahrhunderten bewährt hätten, vgl. „Wildbad im Schwarzwald“. In: Berliner Tageblatt 16.06.1906.

580 Das „Franzensbad“ warb für sich als „Moorbad von starkem therapeutischen Wert“, vgl. Berliner Tageblatt 27.04.1889 oder sogar als „Världens bästa gyttjebad“ [bestes Schlammbad der Welt], vgl. Aftonbladet 03.04.1903.

581 Vgl. die schwedische Reklame für das damals auf deutschem Territorium liegende Bad: „Marienbad i Böhmen“. In: Aftonbladet 04.04.1883.

582 Als Kaltwasserheilstätte bezeichnete sich beispielsweise das schwedische Sanatorium in Ulricehamn, vgl. „Ulricehamns Sanatorium och Kallvattenkuranstalt på Backgårdshöjden“. In: Dagens Nyheter 22.03.1894.

583 So warb in deutschen Tageszeitungen etwa die in Mecklenburg gelegene „Wasserheilstalt Feldberg“. In: Berliner Tageblatt 07.09.1891. In Schweden warb die „Sköfde Vattenkuranstalt“. In: Aftonbladet 18.04.1891.

584 Durch das populäre und 1900 bereits in der 97. Auflage erscheinende Nachschlagewerk zur Naturheilkunde „Das Neue Naturheilverfahren“ von Friedrich Eduard Bilz erlangte „Bilz‘ Natur-Heilanstalt“ in Dresden-Radebeul besondere Berühmtheit. In der Reklame von 1904 wurde auch auf das Buch verwiesen, vgl. „Bilz Naturheilstalt“. In: Berliner Tageblatt 01.04.1904. Es inserierten

Popularität, die der naturheilkundlich tätige Sebastian Kneipp zu dieser Zeit erreichte – in deutschen und schwedischen Zeitungen sowohl Anzeigen für als auch Artikel über neu entstandene Kneipp-Kuranstalten zu finden.⁵⁸⁵

Wiederzuerkennen ist in den Kur-Annoncen auch der mit der Naturheilkundebe-
wegung und der neuen Körperkultur aufkommende Trend, nervös geschwächte Nerven
durch einen Aufenthalt in der Natur und dort wirkende klimatische Reize – über den Be-
such von Luftkurorten mit milderem Seeklima oder Gebirgs- beziehungsweise Waldkli-
ma – zu kräftigen.⁵⁸⁶ Sowohl in Schweden, als auch in Deutschland warben die jewei-
ligen Seebäder dementsprechend unter anderem für ein neurasthenisches Publikum.
Dies galt in Schweden beispielsweise für die Kurbäder der südschwedischen Ostseekü-
ste, wie Saltsjöbaden⁵⁸⁷ und Borgholm,⁵⁸⁸ oder solche der schwedischen Westküste, wie
Marstrand und Sarö.⁵⁸⁹ Ebenso wurden die deutschen Seebäder der Nordsee, wie Nor-
derney, Borkum und Föhr, oder der Ostsee, wie Warnemünde, Bad Doberan in Heiligen-
damm und das für schwächliche Kinder empfohlene Binz auf Rügen, als Regenerations-
orte mit Seeluft von erfrischender und abhärtender Wirkung beworben.⁵⁹⁰ Besonders
häufig wurde aber auf die Behandlung von Neurasthenie oder Nervosität in Deutsch-
land und Schweden in den Kur-Annoncen solcher Sanatorien verwiesen, die mit einem
Hochgebirgsklima oder bewaldeter Umgebung aufwarteten. Nach damaliger, medizini-
scher Auffassung, galten dabei schwedische Höhenlagen von geringen Höhen über dem

aber auch viele andere Naturheilanstalten, wie die „Wilhelmshöhe b. Cassel. Rossmann's Natur-
heilanstalt“ (Berliner Tageblatt 07.04.1899) oder „Dr. Steinbacher's Naturheil-Anstalt Brunthal,
München“ (Berliner Tageblatt 10.03.1878).

- 585 Im Dagens Nyheter berichtete ein Journalist über seinen Besuch der Kneipp-Anstalt in Borg (bei
Norrköping) und die dortige Heilung seines Neurasthenie-Leidens, vgl. V. Sn.: „Kneippvattenkur-
anstalten vid Borg“. In: Dagens Nyheter 23.08.1898, S. 2. Wohlwollend beschrieben wurde auch die
deutsche Einrichtung Wolbeck, vgl. „Die Kneipp'sche Heilanstalt „Wolbeck“ bei Münster in West-
falen“. In: Düsseldorfer Volksblatt 06.05.1893, S. 1. Für eine Annonce vgl. etwa die bei Wiesbaden
gelegene Einrichtung „Kneipp'sche Kur Nieder-Wallus a. Rh.“. In: Berliner Tageblatt 23.06.1892.
- 586 Siehe hierzu Kapitel 3.2.
- 587 Die Wasserheilanstalt Saltsjöbaden wurde von der schwedischen Ärztin Clara Smitt-Dryselius be-
trieben, vgl. die Annonce „Saltsjöbadens Sanatorium“. In: Dagens Nyheter 01.09.1899.
- 588 Vgl. die Reklame „Borgholms Hafsbad och Kuranstalt“ [Borgholms Seebad und Kuranstalt]. In: Da-
gens Nyheter 07.04.1884.
- 589 Die exklusiven, schwedischen Seebäder Marstrand und Sarö wurden einerseits in schwedischen
Artikeln und Annoncen beworben, vgl.: „Våra kurortresurser“. In: Aftonbladet, Bad-och kurorts-
nummer 13.04.1913, S. 8 oder „Marstrands Hafskuranstalt“. In: Aftonbladet 05.05.1884. Über sie
wurde aber auch in deutschen Artikeln berichtet, vgl. etwa „Auf einer grünen Insel“. In: Berliner
Tageblatt 30.08.1901, S. 2–3.
- 590 Auf den heilenden Effekt bei Nervosität wurde die deutsche Öffentlichkeit einerseits durch Leit-
artikel in den Reiseblättern des Berliner Tageblatts aufmerksam gemacht, vgl. die Artikel „Zum
Besuch der Seebäder“ (Dr. Röchling, RBTZ 28.06.1904. In: BT 2. Beibl., S. 9), „Das Seebad als Kur-
ort“ (Dr. Katzenstein, RBTZ 27.06.1905. In: BT 3. Beibl., S. 13) und „Das Nordseeklima“ (Dr. Ebeling,
RBTZ 17.07.1906. In: BT 2. Beibl., S. 9). Andererseits wurden auch Annoncen von den Bädern oder
für Schiffsreisen dorthin angeboten, vgl.: die Reklame „Binz. Östersjöbad på ön Rügen“ [Binz. Ost-
seebad auf der Insel Rügen] (AB 30.05.1906), die gebündelte Annonce „Mecklenburg's Ostseebä-
der, Städte und Sommerfrischen“ (BT 19.05.1915) oder die Meldung „Billige Feriensonderfahrt nach
den Nordseebädern“ (RBTZ 06.07.1909. In: BT 4. Beibl., S. 18).

Meeresspiegel, aufgrund des höheren Breitengrades Schwedens, in ihrer Wirkung dem Alpenklima vergleichbar.⁵⁹¹ Dabei ist zu berücksichtigen, dass mit dem Aufkommen der Klimatherapie Neurastheniker zunächst bevorzugt ins Hochgebirge geschickt wurden, um eine möglichst starke Reizwirkung auf die geschwächten Individuen auszuüben. Der erhöhte Luftdruck, das Ausgesetztsein gegenüber hoher Lichteinstrahlung und heftigen Winden, sowie eine im Tagesverlauf stark variierende Temperatur sollten den Stoffwechsel anregen und die Patienten widerstandskräftiger gegen äußere Einflüsse machen. Das ungewohnte Klima verursachte aber sich in Kreislaufbeschwerden und Unwohlsein äußernde Akklimatisierungsbeschwerden, sodass für die empfindlichen Neurasthenie-Patienten mit der Zeit eher subalpine Lagen oder Waldreiche Gebiete empfohlen wurden.⁵⁹² Vielfach waren in diesen Gebieten schon Wasserheilstätten vorhanden, die dann ihren Anzeigen die modische Bezeichnung „Höhen- und Nervenkurort“ hinzufügten. So galten in Schweden beispielsweise Götarp, Åre und Fjällnas als Hochgebirgsorte,⁵⁹³ Loka und Einrichtungen im Jämtland waren subalpin zu verorten⁵⁹⁴ und mit einer bewaldeten Umgebung warteten Dalarne, Ramlösa, das Hochland Smålands oder das im Hochland Västgotlands gelegene Ulricehamn auf.⁵⁹⁵ Unter den deutschen Kurorten warben etwa das ‚Stahlbad und Kurhaus Staffelsee‘, der ‚Luftkurort Finsterbergen‘, Königsstein im Taunus oder die Wasserheilanstalt in Feldberg als für die Nerventherapie geeignete Höhenkurorte.⁵⁹⁶ Niedriger gelegen waren hingegen ‚Teplitz-Schönau‘ in Böhmen, das ‚Wildbad‘ im Schwarzwald, das ‚Franzensbad‘ in Oberschlesien oder das Sana-

591 Zu den damaligen, mit der Klimatherapie verbundenen Vorstellungen siehe Kapitel 3.2.4.

592 Siehe Kapitel 3.2.4. Vgl. auch den Artikel von E. Höbner „Gefahren der Hochalpen“, RBTZ 08.05.1906. In: BT 2. Beibl., S. 9.

593 „Götarps Brunn och Bad“ wurde in Deutschland als Waldgegend im schwedischen Hochgebirge beworben, vgl. die Reklame „Sommerfrische in Schweden“. In: Berliner Tageblatt 02.06.1915. Zur Hochgebirgslage von Åre vgl. den Artikel „Våra otagliga rekreationsplatser. Från Ystad till Haparanda“ [Unsere unzähligen Erholungsorte. Von Ystad nach Haparanda]. In: Aftonbladet, Söndagsnummer 30.04.1916, Einlage „Svenska Bad & Kurorter“, S. 8–16, hier S. 15–16. Für „Fjällnas i Härjedalen“ vgl. „Våra kurortresurser“. In: Aftonbladet, Bad-och kurortsnummer 13.04.1913, S. 8.

594 Der Heilbrunnen Loka warb ebenfalls mit seiner Höhenlage, vgl. „Loka. Kgl. Brunns- och Badinrättning“. In: Aftonbladet 05.05.1884. Zum Jämtland vgl. „Våra kurortresurser“. In: Aftonbladet, Bad-och kurortsnummer 13.04.1913, S. 8.

595 Dalarne und das Hochland Smålands und Västgotlands wurden im schwedischen Artikel zum innerländischen Kurwesen als Waldgegenden beschrieben, vgl. „Våra kurortresurser“. In: Aftonbladet, Bad-och kurortsnummer 13.04.1913, S. 8. Ramlösa wurde im Berliner Tageblatt unter der Rubrik „Bäder-Nachrichten“ mitunter durch den am Meer gelegenen Fichtenwald und seine geschützte Lage innerhalb eines Buchenparks als „Seebad erster Klasse“ bezeichnet, vgl. „Ramlösa“. In: Berliner Tageblatt 03.06.1882, S. 2. Das Sanatorium Ulricehamn warb mit seiner reinen, stärkenden Höhenluft und seiner durch einen Nadelwald geschützten Lage, vgl. „Ulricehamns Sanatorium och Kallvattenkuranstalt på Backgårdshöjden“. In: Dagens Nyheter 22.03.1894.

596 Die Einrichtung ‚Staffelsee‘ im bayrischen Hochgebirge bot auch Fichtennadelbäder an, vgl. „Stahlbad und Kurhaus Staffelsee“. In: Berliner Tageblatt 08.06.1886. In Schweden nervenstärkender Luftkurort beworben wurde das thüringische ‚Finsterbergen‘ bei Friedrichsroda, vgl. „Finsterbergen“. In: Aftonbladet 28.03.1908. Königsstein bewarb sich als „Das deutsche St. Moritz“, vgl. „Königsstein im Taunus“. In: Berliner Tageblatt 14.05.1911. In einem Artikel über die Einrichtung in Feldberg wurden insbesondere die Höhenlage und die gute Verkehrsanbindung hervorgehoben, vgl. „Wasserheilanstalt Feldberg in Mecklenburg“. In: Berliner Tageblatt 11.03.1892.

torium in Freudenstadt⁵⁹⁷ – während die ‚Heilstätte Kurpark‘ im Riesengebirge mit ihrer Lage in einem bewaldeten Park an den Luftkurort-Trend anknüpfen wollte.⁵⁹⁸ Nicht nur die damals genutzten Behandlungsmethoden, sondern auch medizinische Fachbegriffe werden zum allgemeinen, populären Wissen gehört haben. Dafür spricht zum Beispiel die Kur-Annonce des Luftkurortes und Thermalbades ‚Badenweiler‘ im bayerischen Schwarzwald von 1906, die in den Abschnitten ‚Lage und Klima‘, ‚Indication‘ und ‚Kurzzeit‘ über die Örtlichkeiten informierte.⁵⁹⁹

Die Auswertung der Kur-Annoncen zeigte, dass die Allgemeinheit selbst mit den zeitgenössischen, physikalischen Methoden und den diätetischen Therapien für eine gesunde Lebensweise vertraut waren. So wurden in Schweden das von Leontine Deutgen geleitete ‚Diethem i Djursholm‘, in dem mit vegetarischer Kost, Klimakuren, Massage und Gymnastik therapiert wurde,⁶⁰⁰ oder die diätetische Kuranstalt Schuster im deutschen Bad Nauheim beworben.⁶⁰¹ In Deutschland suchte das Sanatorium ‚Brunnthal‘ bei München Nervenleiden mit einer ‚hydro-diätischen Kur‘ in Verbindung mit Elektrotherapie und Massage zu kurieren,⁶⁰² Bad Elmen warb u.a. mit der Mastkur nach Mitchell-Playfair⁶⁰³ und die ‚Heilstätte Kurpark‘ listete u.a. ‚sinusoidale, dreiphasige Strombäder‘ und ‚Terrainkuren‘ in ihrem Repertoire.⁶⁰⁴

-
- 597 Teplitz-Schönau lag im böhmischen Mittelgebirge, vgl. ‚Teplitz-Schönau‘. In: Berliner Tageblatt 01.04.1904. Das ‚Wildbad‘ lag 430m ü. M. umringt von Tannenwäldern, vgl. ‚Wildbad im Schwarzwald‘. In: Berliner Tageblatt 08.04.1904. Das ‚Franzensbad‘ in Ziegenhals warb 1904 mit einer ruhigen und windgeschützten Lage durch einen Nadelhochwald, vgl. ‚Franzensbad‘. In: Berliner Tageblatt 26.04.1904. Freudenstadt lag 740m ü. M und bezeichnete sich als ‚Höhen- und Nervenkurort I. Ranges‘, vgl. ‚Freudenstadt‘. In: Berliner Tageblatt 28.05.1905.
- 598 Die Heilstätte ‚Kurpark‘ bei Schreiberhahn im Riesengebirge annoncierte mit einem Bild, welches das Kurhaus im Park vor Bergkulisse zeigte und bot auch Terrainkuren an, vgl. ‚Heilstätte ‚Kurpark‘ für Herz- und Nervenkrankte‘. In: Berliner Tageblatt 01.05.1904.
- 599 Vgl. dazu die Annonce ‚Badenweiler‘. In: Berliner Tageblatt 07.04.1906, S. 11. Siehe Abb. 20.
- 600 Für das ‚Diethem i Djursholm‘ vgl. den Artikel zur Eröffnung des Betriebs: ‚Ett »diethem«‘. In: Dagens Nyheter 13.04.1895, S. 2 sowie die später geschaltete Annonce ‚Djursholms Sanatorium‘. In: Dagens Nyheter 01.11.1895.
- 601 Für die Schuster’sche Kuranstalt vgl. ‚Bad Nauheim‘. In: Aftonbladet 23.06.1906.
- 602 Siehe hierzu die Reklame ‚Nervenleiden‘. In: Düsseldorf Volksblatt 02.05.1884.
- 603 Vgl. die Anzeige ‚Bad Elmen‘. In: Berliner Tageblatt 30.11.1887.
- 604 Siehe hierzu die Annonce: ‚Heilstätte ‚Kurpark‘ für Herz- und Nervenkrankte‘. In: Berliner Tageblatt 01.05.1904.

Abb. 20: Annonce „Badenweiler“

Badenweiler

**Luftkurort und Thermalbad
im badischen Schwarzwald.**

450 Meter über dem Meer.



Lage und Klima: Am nordwestlichen Abhang des waldreichen Hochblauen (1167 m) 450 m über dem Meere, umgeben von Tannenwäldern. Berühmter Kurpark, Thermalschwimmbäder. Wundervoller Ausblick über das rebenreiche Weilerthal mit dem Badenweiler als Kurort angegliederten Oberweiler in die Rheinebene und zu der Kammlinie der Vogesen hinüber. Von Badenweiler nach Müllheim, der Schnellzugstation der Route Frankfurt—Basel, fährt Lokalbahn. Müllheim ist von Basel und Freiburg je 30 km entfernt. Klimatisch gehört Badenweiler zu den subalpinen Kurorten mit Waldklima.

Indication: Badenweiler hat die weitesten Indicationsgrenzen und ist für einen grossen Teil aller chronischen Erkrankungen geeignet, wie als idyllische Sommerfrische und dauernder Aufenthaltsort für Gesunde oder nur Ermüdete geschätzt. Besonders indiziert bei Krankheiten des Kreislaufs (Arterien- und Herzkrankheiten), Neurosen, Krankheiten der Blutbildung und des Stoffwechsels (Anämie, Fetsucht, Diabetes etc.) sowie Erkrankungen der Atmungsorgane.

Kurzeit von Anfang April bis Ende Oktober. — Kurhaus, Kurkapelle, Theater etc. — Auskünfte und Prospekte durch die

Kurverwaltung.

Bildquelle: Berliner Tageblatt 07.04.1906, S. 11.

Als das modernste Behandlungsverfahren – das zugleich an den Trend von Jugendlichkeit, Kraft und Schönheit innerhalb der kulturellen Strömung der neuen Körperkultur anknüpfte – galt Anfang des 20. Jahrhunderts die Radiumtherapie oder Radionik. Wissenschaftler hatten herausgefunden, dass die radioaktive Strahlung des damals neu entdeckten chemischen Elements Radium die mit fortschreitendem Alter abnehmende Zellerneuerung wieder aktivieren konnte. Vom Einsatz des Radiums versprachen sich die Zeitgenossen daher sowohl den Erhalt eines jugendlich-frischen Aussehens, als auch einen tonisierenden Effekt auf die körperliche Vitalität im Allgemeinen sowie auf die sexuelle Leistungsfähigkeit. In der Bäderheilkunde wurden damals drei verschiedene Arten der Radiumbehandlung angeboten. Mal wurde das gasförmige Zerfallsprodukt des Radiums, Radon, über die Luft eingeatmet (Radiumemanation), mal wurde Wasser aus radiumhaltigen Quellen oder künstlich mit Radiumsalzen versetzten Gewässern getrun-

ken oder direkt darin gebadet.⁶⁰⁵ Angesichts dieser medizinischen Mode – aber auch der mangelnden Kenntnis gesundheitlicher Gefahren durch radioaktive Strahlung – ließen viele Kurbäder damals ihre Heilquellen auf deren Radium-Konzentration testen und boten die moderne Therapie gerne auch für die moderne Erkrankung der neurasthenischen Erschöpfungszustände an.⁶⁰⁶ So warb Badgastein in Österreich ab 1908 damit, die „radioaktivste Therme der Welt“ zu sein⁶⁰⁷ – vier Jahre zuvor hatte sich der Kurort noch der „kräftigsten Alpentherme Europas“ gerühmt, die vorzüglich bei Nervenkrankheiten, Erschöpfung und Überanstrengung wirke.⁶⁰⁸ Es warben nach 1910 aber auch in Deutschland und Schweden jene Sanatorien mit einer Radiotherapie um Kunden, die zuvor mit Thermalwasser, Schlamm oder als klimatischer Luftkurort ganz andere Therapieschwerpunkte gesetzt hatten. In Schweden gab es 1914 allein 4 Emanatorien zur Inhalation radioaktiver Luft in Stockholm und drei weitere in Saltsjöbaden, Ronneby und Loka – wobei Saltsjöbaden deutsches Radiumwasser verwendete.⁶⁰⁹ 1914 verlieh auch Medevi seinen berühmten Eisen-quellen das Attribut stark radiumhaltig⁶¹⁰ und schon 1915 listete eine Zeitungsanzeige der „Svenska Kurortföreningen“ [Schwedische Kurvereine] zahlreiche schwedische Kurbäder auf, die Radiumtherapien anboten.⁶¹¹ Innerhalb Deutschlands waren die radioaktivsten Quellkuren in Bad Kreuznach in Rheinland-Pfalz⁶¹² und Bad Brambach in Sachsen einzunehmen,⁶¹³ wobei die Bäder ihre Konkurrenz in den Annoncen zur Schau trugen.⁶¹⁴ Mit großer Radioaktivität warben damals aber auch das ‚Johannisbad‘ in Böhmen, das ‚Franzensbad‘ in Ober-Schlesien oder das ‚Wildbad‘ im Schwarzwald.⁶¹⁵

Zeitgenössische Satiren über das Kurwesen im Berliner ‚Ulke‘ zeigen, dass die allgemeine Öffentlichkeit Grundkenntnisse über die damals in den Kuranstalten zur Therapie

605 Vgl. hierzu das Kapitel zur Naturheilkunde.

606 Vgl. ebd.

607 Siehe hierzu die Kur-Annoncen Badgasteins von 1908: „Badgastein“. In: Berliner Tageblatt 16.04.1908 und „Bad Gastein“. In: Aftonbladet 16.04.1908.

608 Siehe die deutsche Reklame „Badgastein“. In: Berliner Tageblatt 01.05.1904.

609 Vgl. die Annoncen „Saltsjöbadens Sanatorium och Badanstalt“ und „Kungl. Bad- och Brunnsanstalten Loka“, sowie den Artikel von Dr. Olof Sandberg „Radiumbehandling“ alles in: Aftonbladet, Bad-och kurortsnummer 13.04.1913, S. 15, 16 und 19.

610 Vgl. die Reklame „Medevi Brunnar o. Bad“. In: Aftonbladet, Bad-och kurortsnummer 26.04.1914, S. 17.

611 Diese Zeitungsanzeige veröffentlichte eine alphabetische Liste schwedischer Kurorte mit Kurzbeschreibungen zu Therapeutika und Indikation, teilweise auch mit Angaben zum jeweiligen Badearzt und den Saisonzeiten, vgl. „Svenska Kurortföreningen“. In: Aftonbladet 07.04.1915.

612 Vgl. die Annonce „Radium-Solbad Kreuznach“. In: Berliner Tageblatt 08.05.1911.

613 Vgl. die Artikel zur Brambacher Radiumquelle: „Die stärkste Radiumquelle“. In: Berliner Tageblatt 02.07.1911, S. 6 (erstmalig wurde eine Radioaktivität von 2270 Macheeinheiten nachgewiesen) und „Dresden. Ausbeutung der sächsischen Radiumquellen“. In: Berliner Tageblatt 31.03.1912, S. 33 (in Brachbach sollte ein größeres Bad gegründet werden; Sachsen übertrug einer Privatgesellschaft die Nutzungsrechte für das Gelände).

614 So versprach Bad Kreuznach 1912 Trinkkuren von Radiumwasser mit 10.000 Macheeinheiten, die damit viel höher als in Brambach seien, vgl. „Kreuznacher Radiumkuren“. In: Berliner Tageblatt 10.08.1912.

615 Vgl. die Kur-Anzeigen: ‚Johannisbad Böhmen‘. In: Berliner Tageblatt 21.04.1912; ‚Franzensbad‘. In: Berliner Tageblatt 15.05.1912 und ‚Wildbad‘. In: Berliner Tageblatt 29.05.1910.

der Neurasthenie eingesetzten Methoden hatte, deren Sinnhaftigkeit aber auch gleich hinterfragte. Zur Verknüpfung mit der eigenen Lebenswirklichkeit des Großteils der Bevölkerung – der sich keinen teuren Kuraufenthalt leisten konnte – und zur Verballhornung der damaligen Therapien, wurden in den Satiren die jeweiligen Entsprechungen der ‚Behandlungen‘ in Alltagssituationen gefunden.

So persiflierte die Satire „Allerlei Kuren“ vom 16. August 1901 die Verfahren Diätetik, Elektrotherapie, Schwitzkur und Gymnastik. In vier Bildausschnitten zeigte sie dabei eine korpolente Familie, dessen Spaziergang entlang der Berliner Siegesallee als „Entfettungskur“ bezeichnet wurde; in Gefängniszellen ein „Schwitzkastenbad“ einnehmende Bankdirektoren; einen über ein Elektrokabel der Berliner Straßenbahn stolpernden und so unter Strom gesetzten Fußgänger, sowie den damals nach Niederschlagung des Boxeraufstands durch die Alliierten auf ‚Sühnemission‘ in Berlin befindlichen chinesischen Prinzen Chun, der sich in heilgymnastischen Verbeugungen übte.⁶¹⁶

Eine andere Satire ging in gleicher Weise auf den damals trendigen Aufenthalt im Hochgebirge ein. Im mehrteiligen Bild wurden u. a. das Trinken von ‚Berliner Weisse‘ im Wirtshaus als „Edelweiß-Pflücken“, das Hissen der Fahne im Schrebergarten als „Klettertour von der Berliner Hütte aus“ oder ein vom Balkon fallender Blumentopf als „Lawinen-Gefahr“ bezeichnet.⁶¹⁷

Wirkten die aufgeführten Behandlungsmethoden auf weite Bevölkerungskreise schon damals absurd, so erscheint es noch kurioser, dass gerade die mit radioaktiver Strahlung arbeitende Radiumtherapie weiterhin als Kurverfahren angeboten wird – und dass, obwohl das hohe Gefahrenpotential von Radioaktivität heute zum Allgemeinwissen gehört. So bietet beispielsweise das bereits um 1900 aktive Bad Brambach im sächsischen Vogtland heutzutage mit Radon angereicherte Trinkkuren, Bäder und Inhalationen zur Schmerztherapie an und bewirbt diese sogar im deutschen Gesundheitsmagazin ‚Apotheken-Umschau‘.⁶¹⁸ Mutmaßlich, um eine abschreckende Wirkung zu verhindern, wird auf die zur Jahrhundertwende übliche Bezeichnung ‚Radiumtherapie‘ und jede Nennung des radioaktiven Elements verzichtet. Stattdessen spricht Bad Brambach von einer ‚Radontherapie‘ – was aber nur eine andere Bezeichnung ist. Denn auch schon die Radiumkuren des frühen 20. Jahrhunderts waren im eigentlichen Sinne Radonkuren. Um einen gleichbleibend radioaktiven Wert bei der Anwendung zu generieren, wurde nämlich zunächst gasförmiges Radon in speziellen Apparaten aus Radiumgestein gewonnen und danach das gut dosierbare Radon dem Heilwasser künstlich zugesetzt.⁶¹⁹

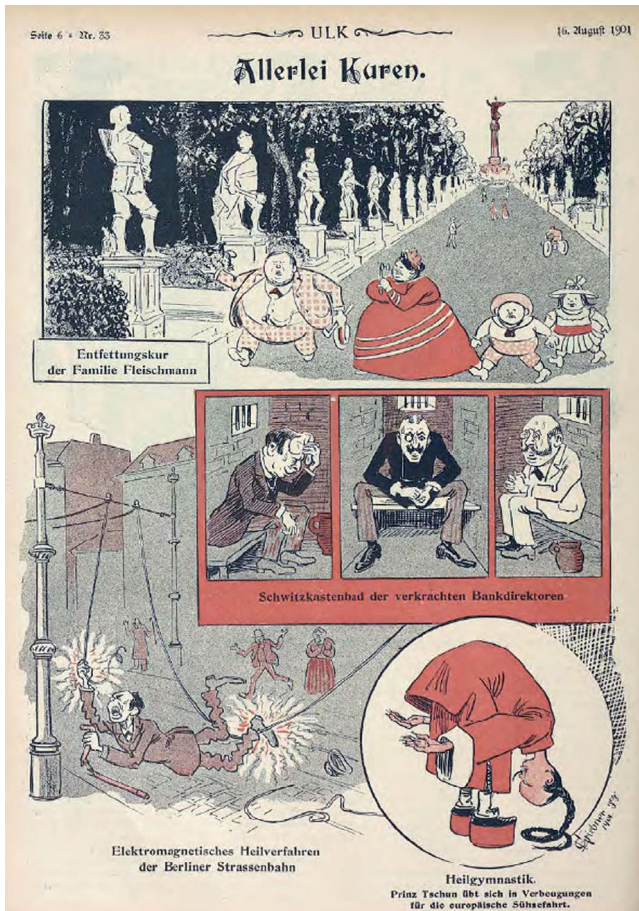
616 Vgl. die Satire „Allerlei Kuren“. In: Ulk, Bd. 30 H. 33, 16.08.1901, S. 6. Siehe Abb. 21.

617 Vgl. die Satire „Hochgebirge Berlin“. In: Ulk, Bd. 43 H. 30, 24.07.1914, S. 234.

618 Vgl. die Erläuterung zur Radontherapie in Bad Brambach auf deren Internetseite: <https://www.saechsische-staatsbaeder.de/bad-brambach/natuerliche-heilmittel-radon.html> [Zugriff 05.08.2022]. Für die Annoncen vgl. „Bad Brambach“. In: Apotheken-Umschau, Ausgabe Mai 2022 A, 01.05.2022, S. 54, sowie „Radon gegen Schmerzen“. In: Apotheken-Umschau, Ausgabe März 2023 B, 15.03.2023, S. 46.

619 Vgl. Kapitel 3.2.4.

Abb. 21: Satire „Allerlei Kuren“



Bildquelle: Ulk, Bd. 30 H. 33, 16.08.1901, S. 6 (ganzseitig).

Der Aufschwung des Kurwesens und die Weiterentwicklungen der Wasserheilstätten entlang immer neuer medizinischer Moden vollzog sich damals in parallel in vielen Ländern, weil auch kulturelle Strömungen wie die Naturheilkundebewegung und die neue Körperkultur, oder moderne Erkrankungen wie das Massenphänomen der Neurasthenie in den verschiedenen nationalen Bevölkerungen – die sich überall mit den Veränderungen einer industrialisierten und urbanisierten Lebensumwelt konfrontiert sahen – vergleichbare Verbreitung fanden. Ein Kuraufenthalt wurde zum Ende des 19. Jahrhunderts zunehmend mit einem Reisevergnügen kombiniert und wer es sich leisten konnte, fuhr mit der Eisenbahn oder dem Dampfschiff zur Sommerfrische ins Ausland.⁶²⁰ Dementsprechend konnten bei der Auswertung der Kur-Annoncen in den zeitgenössischen Zeitungen auch wechselseitige Bezüge zwischen Deutschland und

620 Vgl. ebd. Wie sich insbesondere die Meeresküste vom einstigen Schreckensort im 19. Jahrhundert zum Sehnsuchtsort für das sommerliche Badevergnügen wandelte, beschreibt der französische

Schweden ausgemacht werden – wobei gehäuft deutsche Kuranstalten in den schwedischen Zeitungen und, in geringerem Ausmaß, schwedische Heilbäder in deutschen Zeitungen beworben wurden. In den schwedischen Anzeigen für deutsche Kurorte wurde zwar auch ein mildes Ostseeklima oder eine schöne Höhenlage – wie etwa für Binz auf Rügen oder den Luftkurort Finsterbergen – herausgestellt,⁶²¹ meist wurde aber der luxuriöse Charakter der ausländischen Einrichtung hervorgehoben. So wurden das ‚Wildbad‘ im Schwarzwald und das ‚Marienbad‘ in Böhmen als Anlagen mit Bahn-anbindung, komfortabler Hotelausstattung und abwechslungsreichem Amüsement – vom Lesesaal, über Kurkonzerte und Tanzbälle bis hin zu sportlichen Freizeitaktivitäten – beschrieben⁶²² oder war die Annonce Bad Nauheims mit einem Bild aufgemacht, welches eine mondäne Kuranlage zeigte.⁶²³ Bad Sachsa im Südharz inserierte sogar auf Deutsch.⁶²⁴ Bis zur Errichtung der ersten Volksnervenheilstätten waren Kuraufenthalte in deutschen Sanatorien nur für ein zahlungskräftiges Publikum erschwinglich, während in Schweden nebst mondänen Seebädern auch viele kostengünstigere, mit einem Arbeitergehalt finanzierbare Wasserheilanstalten und Erholungsheime vorhanden waren.⁶²⁵ Ausgehend von dieser gehobenen Klientel, wurden in den deutschen Zeitungen auch bei den ausländischen Kur-Annoncen mondäne Bäder, vorrangig in Österreich, der Schweiz, Italien oder an der französischen Küste beworben.⁶²⁶ Dagegen gab es nur wenige deutsche, wiederum exklusiv gehaltene, Reklamen für die schwedischen Kurorte. Beworben wurden Götarp, Sarö, Ramlösa und Marstrand.⁶²⁷ Letzteres wurde in mehreren Artikeln weniger als Sanatorium, sondern eher als Ort des gepflegten Freizeitvergnügens beschrieben:

„Marstrand ist das Trouville, das Ostende der Schweden. Wer Ruhe sucht, geht nach Sarö und wer Vergnügen sucht, geht nach Marstrand.“⁶²⁸

Historiker Alain Corbin: Corbin, Alain: Meereslust. Das Abendland und die Entdeckung der Küste 1750–1840. Aus. d. Franz. von Grete Osterwold. Fischer: Berlin 1994.

- 621 Vgl. die Annoncen „Binz. Östersjöbad på ön Rügen“. In: Aftonbladet 30.05.1906 und „Finsterbergen“. In: Aftonbladet 28.03.1908.
- 622 Vgl. die Anzeigen „Wildbad i Konungariket Württemberg“ [Wildbad im Königreich Württemberg]. In: Aftonbladet 20.05.1892 und „Marienbad i Böhmen“. In: Aftonbladet 04.04.1883.
- 623 Vgl. „Bad Nauheim“. In: Aftonbladet 03.04.1903.
- 624 Vgl. die Reklame „Bad Sachsa im Süd-Harz“. In: Aftonbladet 14.05.1908.
- 625 Vgl. Kapitel 3.2.
- 626 So fanden sich im Berliner Tageblatt z.B. Annoncen für die österreichischen Alpen, vgl. „Badgastein“ (BT 01.05.1904); das Schweizer Engadin, vgl. „Kurhaus Val Sinestra“ (BT 14.05.1912) oder Südtirol, vgl. „Roncegno“ (BT 08.04.1904). Insbesondere das französische Trouville-sur-Mer war als luxuriöses Seebad bekannt, vgl. den Artikel von Theodor Wolff: „Das Seebad der ehrbaren Leute“. In: Berliner Tageblatt 24.07.1901, S. 1–2.
- 627 Siehe die Annoncen für „Götarps Brunn och Bad“, vgl. „Sommerfrische in Schweden“. In: Berliner Tageblatt 02.06.1915 und Marstrand, vgl. „Marstrands Hafsbad, Schweden“. In: Berliner Tageblatt 19.05.1915, S. 19 und die Artikel über Ramlösa, vgl. „Ramlösa“. In: Berliner Tageblatt 03.06.1882, S. 2 sowie über Marstrand und Sarö, vgl. Theodor Wolff: „Auf einer grünen Insel“. In: Berliner Tageblatt 30.08.1901, S. 2–3.
- 628 Siehe den Artikel des Journalisten Theodor Wolff: „Der König amüsiert sich“. In: Berliner Tageblatt 06.09.1901, S. 1–2, hier S. 1.

Die Attraktivität Marstrands erhöhte sich auch dadurch, dass in den Sommermonaten dort sogar königliche Prominenz anzutreffen war. Der deutsche Boulevard berichtete über den schwedischen König Oskar II., der jährlich mit seiner Jacht einige Wochen vor Marstrand anlegte, sich regelmäßig unter die Kurgäste mischte und sogar half, als die Bootsbrücke zu seiner Jacht unter der Last einer neugierigen Menschenmenge zusammenbrach.⁶²⁹ Im Rahmen dieser luxuriösen Erholungsreisen scheint, nach der Zeitungsauswertung, in Deutschland unter den nordischen Ländern damals eher Norwegen als Schweden gefragt gewesen zu sein. So erschienen in der ‚Reise-, Bäder- und Touristen-Zeitung‘ vermehrt Reiseberichte über Schiffsreisen nach Norwegen und über das norwegische Gebirge⁶³⁰ oder wurden Nordland-Kreuzfahrten bis hoch nach Spitzbergen als „Vergnügungs- und Erholungsreisen zur See“ angeboten.⁶³¹ In der zeitgenössischen Öffentlichkeit wurden diese dekadent zur Schau getragenen Lustreisen der oberen Bevölkerungsschicht verspottet. Beispielsweise erschien im Berliner ‚Ulke‘ im Mai 1901 die satirische Kurzgeschichte „Die Schleppe“, in der Gewerbetreibende des imaginären Luftkurortes Sumpfheide das Für und Wider ausladender Damenbekleidung im Kurbetrieb diskutierten. Die schweren Roben der weiblichen Kurgäste wurden darin vom Brunnen-Inspektor und Saalbetreiber als hinderlich, vom Promenadenwärter hingegen als unverzichtbare Alternative zur Straßenreinigung angeführt.⁶³² In der Satire wurde das Bäderwesen letztlich nicht als Ort gesundheitlicher Genesung, sondern vielmehr als große Verdienstmöglichkeit dargestellt. So kommt darin der örtliche Badearzt, mit dem sprechenden Namen Dr. Giftling, zunächst zu dem Schluss, dass die Schleppe sofort abzuschaffen sei, weil sie zu viele gesundheitsschädliche Bazillen aufwirbele und man Vorbild für andere Kurorte sein könne:

„Badearzt Dr. Giftling: [...] Es ist gar keine Frage, daß die Schleppe durch die Aufwirbelung des Staubes die beste Verbreiterin gesundheitsstörender Bazillen ist. (Sehr richtig!) Wenn nun ein Kurort von der Bedeutung unserer Gemeinde Sumpfheide als Vorkämpferin gegen die Schleppe auftritt, so wird das im deutschen Reiche nicht ohne Nachahmung bleiben. (Lebhaftes Bravo!)“⁶³³

Kurz darauf revidiert er jedoch seinen Entschluss, weil bei zu vielen gesunden Menschen dem Kurort ja die Patienten ausblieben:

„Es liegt auf der Hand, daß nach Abschaffung der Schleppe der Gesundheitszustand in Deutschland einen befriedigenden Aufschwung nehmen würde. (Allseitiger Beifall) [...] Aber, wie soll Sumpfheide in die Höhe kommen, wenn die Gesundheit in Deutschland epidemisch wird? Wer soll dann noch nach Sumpfheide reisen und unsere Heil-

629 Vgl. ebd. sowie die Meldung „König Oskar II. von Schweden als Rettungsman“. In: Berliner Tageblatt 12.08.1902, S. 6.

630 Vgl. die Artikel: „Eine Nordlandfahrt“ (E. Hübner, RBTZ 14.06.1904, in BT 2. Beibl., S. 9) und „Aus Norwegens Hochland“ (Margret N. Zepler, RBTZ 02.07.1907, in BT 2. Beibl., S. 9).

631 Vgl. die Reklame der Hamburg-Amerika Linie „Vergnügungs- und Erholungsreisen zur See“. In: Berliner Tageblatt 24.06.1911.

632 Vgl. „Die Schleppe“ (von S. Mg.). In: Ulk, Bd. 30 H. 20, 17.05.1901, S. 6.

633 „Die Schleppe“ (von S. Mg.). In: Ulk, Bd. 30 H. 20, 17.05.1901, S. 6.

quellen versuchen? (Hört! Hört!) Nein, meine lieben Freunde und Gesinnungsgenossen! Unternehmen wir nichts gegen die allmächtige Mode. Den Damen die Schleppe abtrennen, heißt uns den Lebensnerv unterbinden.“⁶³⁴

Andere Satiren verwiesen auf den in den Kurorten weiter ausgelebten Lebenswandel von gesellschaftlichem Amüsement, Tabakkonsum oder Glückspiel – obwohl nach damaligem Verständnis moderne Erkrankungen wie die Neurasthenie, die dort eigentlich kuriert werden sollten, gerade auch darin verursacht gesehen wurden. So zeigte die Karikatur „Wo ist die Erholung?“ eine rauchende Pokerrunde am Strand oder offenbarte eine Patientin in der Satire „Reisezeit“ ihrem Arzt, der ihr riet sich in Heringsdorf zu erholen und möglichst das Casino zu meiden, dass sie eigentlich plane, sich dort durch einen Geldgewinn im übertragenen Sinne gesund zu machen.⁶³⁵

In den schwedischen Zeitungen wurden damals, auf der einen Seite, auch die landeseigenen luxuriösen Wasserheilanstalten – wie Marstrand, Ramlösa oder Ronneby – in den Kurort-Spezialen des ‚Aftonbladet‘ unter Rubriken wie „Det förnämsta bad- och kurorterna i Sverige“ [Schwedens vornehmste Bade- und Kurorte] angepriesen.⁶³⁶ Und die exklusiven, ausländischen Kurorte inserierten natürlich auch in Schweden.⁶³⁷ Andererseits wurden in Schweden, im Gegensatz zu Deutschland und dem übrigen Ausland, auch viele landeseigene Einrichtungen als kostengünstige, für die breite Bevölkerung erschwingliche Alternativen beworben. Dabei handelte es sich nicht nur um die Kur-Annoncen einzelner Kurbäder, die mit billigen Wohnstätten und niedrigen Preisen für die Kuranwendungen warben.⁶³⁸ Ganz im Sinne des populären, naturheilkundlich tätigen, schwedischen Arztes Henrik Berg⁶³⁹ – und vermutlich auch, um die eigene Touristik voranzutreiben – erschienen im ‚Aftonbladet‘ von 1913–1917 jährliche Kurort-Speziale, die den Schweden die Vorzüge eines Kuraufenthalts im eigenen Land näherbringen sollten. Dabei erschienen vor dem Ersten Weltkrieg noch gesonderte „Bad- und kurorts“-Nummern mit über zwanzigseitigen Einlagen über die schwedischen Bade- und Kurorte,⁶⁴⁰ während diese Einlagen im Zeitraum des Krieges nur noch bestimmten Sonn-

634 Ebd.

635 Vgl. die Karikatur „Wo ist die Erholung?“. In: Ulk, Bd. 48 H. 25–26, 27.06.1919, S. 91 und die Satire „Reisezeit“. In: Ulk, Bd. 48 H. 29, 18.07.1919, S. 104.

636 Vgl. die Rubrik „Det förnämsta bad- och kurorterna i Sverige“. In: Aftonbladet, Bad-och kurortsnummer 13.04.1913, S. 11–14.

637 Siehe die schwedischen Werbungen für Badgastein, vgl. „Bad Gastein“. In: Aftonbladet 16.04.1908; den Badeort Küsnacht in der Schweiz, vgl. „Kur- und Badorten Küsnacht“. In: Aftonbladet 25.05.1900 oder für ein Sanatorium in Paris, vgl. „Hotel de la Médecine Nouvelle“. In: Aftonbladet 20.06.1900.

638 Vgl. beispielsweise die Annonce von ‚Nybro Brunn‘ bei Kalmar: „Nybro Brunn och Badanstalt“. In: Aftonbladet 17.04.1913.

639 Berg war ein großer Verfechter davon, Erkrankungen wie die Neurasthenie im eigenen Land zu kurieren und beschrieb diesen Ansatz in seinem ‚Läkarebok‘. Vgl. dazu das Kapitel zur Naturheilkunde.

640 Vgl. die „Bad- und kurortsnummer“ des Aftonbladet vom 13.04.1913 und 26.04.1914. Diese Ausgaben erschienen sonntags und hatten 24 Seiten – wovon die Seiten 8–19 bzw. 8–21 den Kurort-Spezialen vorbehalten waren.

tagsausgaben des ‚Aftonbladet‘ beigelegt waren.⁶⁴¹ In darin befindlichen Artikeln wurde auch auf die große Anzahl über das Land verteilter Ruhe- und Erholungsheime verwiesen, die günstiger als Kurorte und Sanatorien waren, aber dennoch balneo- und hydrotherapeutische Behandlungen anboten. In der Ausgabe von 1913 wurden den Lesern die schwedischen ‚Kurort-Ressourcen‘ vorgestellt und dabei die mit anderen Ländern unvergleichliche Erschwinglichkeit der Einrichtungen bei gleichbleibendem Komfort betont:

„Man kann jedoch mit voller Berechtigung sagen, dass wir mittlerweile hiezulande gute Kurorte, Sanatorien, Ruhe- und Erholungsheime in ausreichender Zahl besitzen, die sich durch Gediegenheit, Komfort und Erschwinglichkeit auszeichnen, wenn man sie mit den entsprechenden ausländischen vergleicht. So gute, komfortable und preiswerte Zimmer findet man nirgendwo im Ausland und die Behandlung kann sich im vollen Maße mit dem messen, was in den ausländischen Sanatorien geboten wird, der Komfort ist in den heimischen Behandlungsabteilungen bedeutend besser, weshalb wir uns mit unseren eigenen Behandlungen zufriedengeben und diese bevorzugen sollten.“⁶⁴²

Aus heutiger Sicht befremdlich wirkt die Tatsache, dass die Menschen auch weiterhin in den Sommermonaten in die Sommerfrische führen, als in Europa der Erste Weltkrieg tobte. Die schwedischen Spezialnummern des ‚Aftonbladet‘, in den die Broschüren zu den Bade- und Kurorten eingelegt waren, erhielten auch den üblichen Berichtsteil mit Artikeln aus Gesellschaft und Politik. So kam es vor, dass beispielsweise in der Sonntagsausgabe des ‚Aftonbladet‘ vom 25.04.1915 auf Seite fünf noch vom „deutschen Sieg bei Ypern“ oder deutschen Nordsee-Operationen zu lesen war und auf den Seiten 10–21, fast schon absurd kontrastierend, über die Vorzüge der schwedischen Kureinrichtungen philosophiert wurde.⁶⁴³ Angesichts des sich Krieg befindlichen Auslandes, wurden in Schweden die eigenen Kur- und Badeanlagen noch verstärkt beworben – berichtete etwa der Artikel „Var skola vi rekreera oss i sommar?“ [Wo sollen wir uns im Sommer erholen?] über die touristisch attraktive schwedische Landschaft mitsamt einiger Kuranzeigen.⁶⁴⁴ 1916 beschäftigte sich ein Artikel wiederum mit den zahlreichen, schwedischen Erholungsheimen, die sich über das ganze Land von Ystad bis nach Haparanda

641 Vgl. die Sonntagsnummern [söndagsnummer] des Aftonbladet vom 25.04.1915, 30.04.1916 und 29.04.1917.

642 Artikel „Våra kurortresurser“. In: Aftonbladet, Bad-och kurortsnummer 13.04.1913, S. 8. [eig. Übers.; schwed. Originaltext: „Det kann emellertid gott sägas och försvaras, att vi numera här hemma äga tillräckligt goda kurorter, sanatorier, vilo- och rekreationshem, utmärkande sig för gedigenhet, komfort och prisbillighet, om de jämföras med motsvarande utländska. Så goda, komfortabla och billiga rum får man ingenstades i utlandet, och behandlingen kan fullt mäta sig med vad som presteras i utländska sanatorier, komforten är betydligt bättre i behandlingsavdelningen hemma, varför vi borde föredraga och låta oss nöja med vårt egna.“]

643 Vgl. Aftonbladet, Söndagsnummer 25.04.1915.

644 Vgl. das mehrseitige Spezial „Var skola vi rekreera oss i sommar?“. In: Aftonbladet, Söndagsnummer 16.05.1915.

erstreckten.⁶⁴⁵ Ebenso Aufwind bekam in dieser Zeit Norwegen als Reiseziel der Schweden. Das norwegische Nachbarland hatte von 1814–1905 noch in einer der schwedischen Krone unterstehenden Personalunion mit Schweden gestanden – in der beide Staaten separat und nach innen souverän agierten – und sich 1905 in einer Volksabstimmung für die Auflösung der als Schmach empfundenen Union ausgesprochen.⁶⁴⁶ Schon Ende des 19. Jahrhunderts waren in Schweden vor allem die norwegischen Wasserheilstätten Sandefjord und Modum für nervöse Patienten beworben worden.⁶⁴⁷ Während des Ersten Weltkrieges wurde Norwegen, wie schon einige Jahre früher in Deutschland, als neutrales Land ein trendiges Reiseziel auch in Schweden. So erschienen im ‚Aftonbladet‘ 1915 und 1916, zusätzlich zu den Spezialausgaben mit Einlagen über die schwedischen Kur- und Badeorte, auch ebensolche Spezialausgaben mit einem Schwerpunkt auf den norwegischen Tourismus und dessen Sanatorien. Hervorgehoben wurde etwa das norwegische Hochgebirge, Sanatorien in der norwegischen Hauptstadt oder ‚Hankö Bad‘ als ‚Norges Trouville‘ [Norwegens Trouville] bezeichnet.⁶⁴⁸ Tatsächlich wurden im Ersten Weltkrieg in Schweden aber auch Annoncen für Kurbäder auf deutschem Territorium – wie Karlsbad oder Bad Nauheim – zum Kurieren der Nerven geschaltet.⁶⁴⁹

Während sich die mit Einsetzen des Ersten Weltkrieges weitergeführten Kurbetriebe und unternommenen Erholungsreisen für ein neutrales Land wie Schweden noch gewissermaßen nachvollziehen lassen, muss Selbiges im kriegsbeteiligten Deutschland dem Großteil der Bevölkerung als blanker Hohn erschienen sein. Faktisch wurde auch in den deutschen Zeitungen im Frühjahr 1915 wieder Kurwerbung geschaltet. Dabei erschienen nicht nur Kur-Annoncen für Sanatorien militärisch neutraler Länder – wie für das schweizerische ‚Nerven-Sanatorium Küssnacht am Zürichsee‘⁶⁵⁰ oder für die schwedischen Wasserheilstätten ‚Marstrands Hafsbad‘ und ‚Götärps Brunn och Bad‘⁶⁵¹ – sondern auch gebündelte Kuranzeigen für Aufenthalte in den Mecklenburgischen Ostseebä-

-
- 645 Vgl. den Artikel ‚Våra otagliga rekreationsplatser. Från Ystad till Haparanda‘ [Unsere unzähligen Erholungsorte. Von Ystad nach Haparanda]. In: Aftonbladet, Söndagsnummer 30.04.1916, Einlage ‚Svenska Bad & Kurorter‘, S. 8–16, hier S. 15–16.
- 646 Innerhalb von Kämpfen um die Vorherrschaft im Ostseeraum und anti-napoleonischen Allianzen war Norwegen 1814 von Russland als Ausgleich für Finnland und im Tausch für Schwedisch-Pommern an Schweden gegangen. Zur Geschichte der Schwedisch-Norwegischen-Union vgl. Findeisen: Schweden 2008, S. 214–216; Kjeldstadli: Northern Europe 2011, S. 5–12.
- 647 Vgl. die Reklame ‚Sandefjords Svafel- och Sjöbad samt Modums Kuranstalt och Sanatorium‘ [Sandefjords Schwefel- und Seebad samt Modums Kuranstalt und Sanatorium]. In: Aftonbladet 05.05.1884.
- 648 Vgl. die Artikel ‚Norges högfjäll‘ (S. 8), ‚Sanatorier omkring Kristiana‘ [Sanatorien rund um Kristiana (bis 1924 Name von Oslo) (S. 8–9) und ‚Hankö bad. Norges Trouville‘ (S. 9), alles in: Aftonbladet, Söndagsnummer 16.05.1915. Sowie die Einlage ‚Norska bad- och kurorter samt touristhotell‘. In: Aftonbladet, Söndagsnummer 28.05.1916, S. 6–12.
- 649 Siehe die Annonce für das von allen größeren Städten Schwedens per Schnellzug zu erreichende Karlsbad, vgl. ‚Karlsbad‘. In: Aftonbladet, Söndagsnummer 25.04.1915, S. 23 oder die Werbung für Bad Nauheim als Sommer- und Winterkurort, vgl. ‚Bad Nauheim‘. In: Aftonbladet, Söndagsnummer 30.04.1916, Einlage ‚Svenska Bad & Kurorter‘, S. 8–16, hier S. 14.
- 650 Vgl. die Annonce ‚Nerven-Sanatorium Küssnacht am Zürichsee‘. In: Berliner Tageblatt 19.05.1915, S. 18.
- 651 Vgl. die Werbungen ‚Marstrands Hafsbad, Schweden‘. In: Berliner Tageblatt 19.05.1915, S. 19 und für Götärps Brunn och Bad: ‚Sommerfrische in Schweden‘. In: Berliner Tageblatt 02.06.1915, S. 18.

dern oder in Bayern.⁶⁵² In der ersten Zeit des Krieges warben deutsche Heilbäder, wie etwa das ‚Radium-Solbad Kreuznach‘ noch mit Vergünstigungen für versehrte Soldaten.⁶⁵³ Davon war 1917 in einem Artikel über Bad Kissingen in der ‚Reise-, Bäder- und Touristen-Zeitung‘ des ‚Berliner Tageblatts‘ schon nichts mehr zu lesen. Stattdessen rühmte sich die Einrichtung ein „bayerisches Weltbad“ zu sein, dass Fürst Bismarck schon oft aufgesucht habe und dass durch die ausbleibenden englischen und russischen Gäste nun einen „nationaleren Anstrich erhalten“ habe.⁶⁵⁴ Vielmehr wurde die schöne Umgebung, luxuriöse Ausstattung und gebotenes Amusement des Bades angepriesen und darauf verwiesen, dass Bad Kissingen, mit einer jährlichen Gästezahl von 40.000 in den Kriegsjahren gegenüber 50.000 Besuchern vor dem Krieg, seinen Kurbetrieb trotzdem fast wie zuvor aufrechterhielt.⁶⁵⁵ Dieser Widerspruch einer wohlhabenden Oberschicht, die ungeachtet des Weltkrieges weiterhin Luxusreisen unternahm, während Soldaten auf dem Schlachtfeld kämpften und große Teile der Bevölkerung innerhalb der Kriegswirtschaft Hunger litten, wurde in zeitgenössischen Satiren aufgegriffen. Auf bitterböse Weise persiflierte beispielsweise im ‚Ulke‘ die Satire „Der Drang zum Meere“ von 1917 die Erholungsreisen gehobener Kreise an die französische Riviera. Die Karikatur zeigte eine vornehm gekleidete Gesellschaft, die in Clubsesseln auf der Strandterrasse des berühmten Casinos von Monte Carlo saß.⁶⁵⁶ Ein Schild mit der Aufschrift „Reserviert für lebensmüde Spieler“ verwies auf das über eine Treppe zu erreichende Meer, in dem die Luftblasen eines darin befindlichen U-Bootes zu erkennen waren.⁶⁵⁷ Durch die Aussage einer der Gäste, dass Monaco ja Gott sei Dank einen Ausgang zur See habe, wurde die Absurdität der Szenerie noch unterstrichen.⁶⁵⁸ Diese U-Boot-Symbolik wurde auch in anderen Karikaturen über mondäne Kurreisen aufgegriffen und ließ beispielsweise eine Dame, die zusammen mit anderen Menschen offenbar auf dem Sonnendeck eines Kreuzfahrtschiffes saß, über den hübschen Kapitänleutnant als „U-Beauté“ schwärmen.⁶⁵⁹ Im Gegensatz dazu, verhöhnte der Comic „Das Reise-Attest“, die damals in gehobenen Kreisen gebräuchliche Praxis, sich eine Erholungsreise gegen Gebrechen wie eine Neurasthenie vom Arzt verschreiben zu lassen.⁶⁶⁰ Unter dem Spruch „leidend ist doch jedermann“ waren darin mehrere Alltagssituationen normaler Bürger abgebildet, die damals zu Kuren veranlassende Erkrankungen im verdrehten Wortsinn aufgriffen. Zum Beispiel war ein Mann über eine Steuernachzahlung „sehr verschnupft“ oder war eine Familie „fettsüchtig“, weil sie vor leerem Esstisch saß und von einem saftigen Braten nur träumen konnte.

652 Vgl. die großformatigen Anzeigen „Mecklenburg's Ostseebäder, Städte und Sommerfrischen“. In: Berliner Tageblatt 19.05.1915, S. 18 und „München und das Bayr. Hochland“. In: Berliner Tageblatt 02.06.1915, S. 7 (ganzseitig).

653 Vgl. die Anzeige „Kreuznach heilt“. In: Berliner Tageblatt 19.05.1915.

654 Artikel „Bad Kissingen“ (Felix Lorenz, RBTZ 16.05.1917, in BT 4. Beibl., S. 17).

655 Vgl. ebd.

656 Vgl. „Der Drang zum Meere“. In: Ulk, Bd. 46 H. 8, 23.02.1917, S. 62.

657 Vgl. ebd. Deutschland hatte im Februar 1917 erneut den „uneingeschränkten U-Boot-Krieg“ erklärt, um die britische Seeblockade zu durchbrechen, vgl. Groß, Gerhard P.: Das Ende des Ersten Weltkriegs und die Dolchstoßlegende. Reclam: Ditzingen 2018, S. 18–19.

658 Vgl. „Der Drang zum Meere“. In: Ulk, Bd. 46 H. 8, 23.02.1917, S. 62.

659 Vgl. die Karikatur zum „U-Beauté“: Unbetitelt. In: Ulk, Bd. 46 H. 32, 10.08.1917, S. 232.

660 Vgl. den Comic „Das Reise-Attest“. In: Ulk, Bd. 47 H. 24, 14.06.1918, S. 94.

te.⁶⁶¹ In der breiten Öffentlichkeit wird damals die Vorstellung geherrscht haben, dass die reichen Menschen, die selbst in Kriegszeiten noch Kur-Reisen unternahmen, in ihrer eigenen Welt lebten. Nervöse Erkrankungen traten für die Allgemeinheit im Krieg hinter existenzielleren Bedürfnissen zurück und so scheint auch die Neurasthenie im öffentlichen Bewusstsein von der Massenerkrankung wieder auf ein modisches Gebrechen wohlhabender Kreise reduziert worden zu sein. Dies zeigt anschaulich das im ‚Ulke‘ 1914 abgedruckte Gedicht „Und draussen ist Krieg...“ des Publizisten Fritz Engel, dass dieser, wie er betonte, nur bestimmten Mitbürgern widmete.⁶⁶² Darin hieß es unter anderem:

„[...] Und wir haben ein schirmendes Dach überm Kopf,
Und Butter auf Brot und ein Fleischstück im Topf,
Und pflegen die Hände, kein Stäubchen am Kleid,
Und lesen die Zeitung und lesen vom Leid –
Und draussen ist Krieg.

Und scheint uns die Semmel um etwas zu hart,
Wir knurren: o schreckliche Gegenwart!
Und ist uns ein Sessel zu unbequem,
Das schadet durchaus unserm Nervensystem –
Und draussen ist Krieg. [...]“⁶⁶³

Einen Kuraufenthalt konnten sich also meist nur vermögendere Gesellschaftskreise leisten. Auf die Neurasthenie als weit verbreitetes Phänomen und den entsprechenden Bedarf einer breiten Öffentlichkeit, sich über Ursachen von und Maßnahmen gegen nervöse Beschwerden zu informieren, deuten die zahlreich angebotenen, populärwissenschaftlichen Gesundheitsratgeber zur Selbsthilfe – mit Titeln wie „Lebensregeln für Neurastheniker“,⁶⁶⁴ „Nervosität und Nervenschwäche“,⁶⁶⁵ „Dr. Liebauts Regeneration“⁶⁶⁶ oder auch „Hygiene der Ehe“⁶⁶⁷ – hin.

661 Vgl. den Comic „Das Reise-Attest“. In: Ulk, Bd. 47 H. 24, 14.06.1918, S. 94.

662 Vgl. Engel, Fritz: „Und draussen ist Krieg...“. In: Ulk, Bd. 43 H. 36, 04.09.1914, S. 274. Engel veröffentlichte 1915 den gleichnamigen Gedichtband, vgl. Engel, Fritz: Und draussen ist Krieg! Schottlaender: Breslau 1915.

663 Ebd.

664 Mit seinen „Lebensregeln für Neurastheniker“ gab der Wiesbadener Nervenarzt Ralf Wichmann einen für Laien konzipierten Ratgeber heraus, der in keiner Hausbibliothek fehlen dürfe, vgl. „Lebensregeln für Neurastheniker“, in Düsseldorf Volksblatt 20.05.1899 oder in Bürger-Zeitung für Düsseldorf und Umgebung 14.03.1901.

665 Dr. F. Maienfischs Buch „Nervosität und Nervenschwäche. Eine gemeinverständliche Abhandlung“ nannte die Nervosität den „Schrecken so mancher Familie“, vgl. „Nervosität und Nervenschwäche“. In: Düsseldorf Volksblatt 01.08.1886.

666 Die Broschüre „Dr. Liebauts Regeneration“ erschien 1883 bereits in ihrer 12. Auflage, vgl. „Nervenschwäche, Nervosität“. In: Düsseldorf Volksblatt 27.12.1883.

667 Der Ratgeber „Hygiene der Ehe. Aertzlicher Führer für Braut- und Eheleute“ wurde vom Berliner Frauenarzt H. Zinkel verfasst und enthielt u.a. Kapitel wie „Neurasthenie und Ehe“, „Hysterische Anfälle“ oder „Hygiene des Nervensystems bei Mann und Frau“, vgl. „Hygiene der Ehe“. In: Berliner Tageblatt 03.03.1914.

Neben den Annoncen großer Kurbäder, fanden sich in den Zeitungen auch Anzeigen für Privatpraxen und Institute, in denen die Neurasthenie unter anderen Erkrankungen wie Rheuma oder Magen-Darmstörungen einen Behandlungsschwerpunkt darstellte. Große Popularität erreichten die Vorläufer der modernen Fitnessstudios, namentlich die medico-mechanischen Zander-Institute.⁶⁶⁸ Daneben gab es noch zahlreiche, mehr oder minder seriös betriebene Einrichtungen, in denen Mediziner Licht-, Massage-, Elektro- oder Hypnosebehandlungen anboten.⁶⁶⁹ In den Städten gewannen nicht nur Schwimm- und Freibäder mit der kulturellen Strömung der neuen Körperkultur immer mehr Zulauf als Orte des Freizeitsports⁶⁷⁰ – auch gab es innerstädtisch gelegene Bad-Institute, in denen Erkrankungen hydrotherapeutisch behandelt wurden. Das Stockholmer ‚Kuhnebad‘ war eine solche private Einrichtung. Dieses warb im Februar 1907 sogar mit einer Statistik, in der die dort erfolgreich behandelten Krankheitsfälle – neben Magen-Darm-Beschwerden und Rheuma viele Neurasthenie-Fälle – seit Eröffnung 1905 veröffentlicht wurden.⁶⁷¹ Gehäuft waren in den Zeitungen auch die Annoncen sogenannter Spezialärzte zu finden, die angesichts zeitgenössisch verknüpfter Diskurse von Sexualität und Nervosität geschlechterbezogene Behandlungen vornahmen und dafür sogar im Ausland warben. Die Behandlungen nervöser Frauenkrankheiten werden in diesen Spezialpraxen – angesichts der Pathologisierung des weiblichen Geschlechts in Erkrankungen wie der Hysterie, die auf einen wandernden und so den Körper kontaminierenden Uterus zurückgeführte wurde – noch aus den umstrittenen Ovariotomien, chirurgischen Fixierungen oder auch schon aus Anwendungen genitaler Massage à la Thure Brandt bestanden haben.⁶⁷² Im ‚Berliner Tageblatt‘ warb zum Beispiel der in Wien praktizierende Mediziner Dr. Bloch damit, ein solcher Spezialarzt für Frauenkrankheiten zu sein.⁶⁷³ In den Spezialpraxen für Männer wurden sowohl mit dem Begriff der „Nervenschwäche“ umschriebene Potenzstörungen, als auch Geschlechtskrankheiten wie Syphilis behandelt. Nach diesem Schema warb etwa der Hamburger Mediziner Dr. Spormann mit dem Schlagwort „Nervsvaghet“ [Nervenschwäche] im schwedischen ‚Dagens Nyheter‘ für seine Praxis.⁶⁷⁴ Genauso wurden aber auch Einrichtungen von medizinischen Laien – darunter auch von einigen Quacksalbern, die nur das große Geschäft mit der

668 Zum Verfahren der Medico-mechanik nach Gustaf Zander vgl. Kapitel 3.1.1. Für sein eigenes Ursprungs-Institut inserierte Zander im Aftonbladet, vgl. „Zanderska Med. Mek. Gymnastiken“. In: Aftonbladet 26.10.1903.

669 Medizinische Praxen von Ärztinnen waren noch relativ selten. Eine Ausnahme stellte z.B. die Ärztin Clara Smitt-Dryselius dar, die u.a. bei Winternitz gelernt hatte und in Stockholm gleich mehrere Institute für Lichttherapie betrieb, vgl. „Elektriska Ljusbaden“ (AB 02.02.1907) u. „Clara Smitt-Dryselius“ (AB 01.03.1900). Meist waren es aber Praxen von Männern. Vgl. die Inserate von Dr. Anton Nyström „Hypnotisk behandling af Nerv- och Själlidanden“ [Hypnose bei Nerven- und Seelenleiden]. In: Dagens Nyheter 11.10.1890; Dr. T. Amundson (Licht, Elektro, Heißluft) „Doktor T. Amundson“. In: Aftonbladet 03.10.1914 oder die Annonce eines Medizinstudenten, der billige Massage- u. Elektrobehandlungen anbot: „Massage och elektricitet“. In: Dagens Nyheter 13.08.1900.

670 Zur Entwicklung der Balneologie vgl. Kapitel 3.2.

671 Vgl. die Annonce „Kuhnebadet“. In: Dagens Nyheter 22.02.1907.

672 Zur Pathologisierung des weiblichen Geschlechts vgl. das Kapitel zur Neurasthenie-Diagnose.

673 Vgl. die Annonce „Frauen-Krankheiten“. In: Berliner Tageblatt 22.03.1903.

674 Vgl. die Reklame „Nervsvaghet“ [Nervenschwäche]. In: Dagens Nyheter 06.06.1878.

populären Neurasthenie witterten – betrieben. So reichte das Angebot von Naturheilverfahren,⁶⁷⁵ über Magnetopathen⁶⁷⁶ und beruhigenden Handwerksarbeiten⁶⁷⁷ bis hin zu dubiosen Heilmethoden⁶⁷⁸ und Menschen, die um ihre, angeblich bei einer Vielzahl von Gebrechen helfenden, Wunderheilkräfte ein großes Geheimnis machten.⁶⁷⁹

In den zeitgenössischen Zeitungen fanden sich aber durchaus auch Beispiele dafür, dass viele Menschen Muster in den Werbungen für verschiedenen Institute erkannten und die profitorientierte Nutzbarmachung des populären Neurasthenie-Leidens durchsahen. Ein Beispiel, dass derartige Scharlatanerien auffielen, ist etwa die Enthüllung der Methoden eines Dr. Rumler, der ein Spezialinstitut für männliche Nervenschwäche in der Schweiz betrieb. Im ‚Berliner Tageblatt‘ waren in den Jahren 1904 bis 1908 wiederholt Annoncen sowohl für die die „Rumler’sche Spezial-Heilanstalt Silvana“ in Genf, als auch für den von Rumler geschriebenen Ratgeber „Nerven-Spannkraft-Erschöpfung, deren Verhütung und völlige Heilung“ geschaltet.⁶⁸⁰ Im Juli 1908 gab der Berliner Polizeipräsident im ‚Berliner Tageblatt‘ eine amtliche Warnung vor den Machenschaften Rumlers – die als „auf Ausbeutung leichtgläubiger und ängstlicher Personen berechneter Schwindel“ bezeichnet wurden – heraus.⁶⁸¹ In seinem Buch würden die schwersten Krankheiten „als Folge geheimer Leiden in übertriebener Weise dargestellt“ und die in Angst versetzten Leser dazu getrieben, sich über einen dem Buch beiliegenden Fragebogen bei Rumler in Behandlung zu geben.⁶⁸² In der einen Monat später annoncierten Werbung für das Genfer Sanatorium Silvana wird zwar immer noch mit „Nerven-Auffrischungs-Kuren“ geworben, die Person Rumler aber mit keinem Wort erwähnt.⁶⁸³

Damalige Satiren zeigen, dass auch andere Personen, die sich in Annoncen den Anschein eines Universal-Heilers gaben, bei den Lesern nicht immer ernst genommen wurden. So war etwa im ‚Ulke‘ der fiktive Bericht über die Anzeige der Massagespezialistin Marie S. aus Berlin zu lesen, die nicht nur diverse Schönheitsmassagen und stärken-

675 Im Dagens Nyheter annoncierte eine Naturheilerin, die mit äußeren und diätetischen Mitteln nervöse Leiden beheben wollte, vgl. „Nervositet“ [Nervosität]. In: Dagens Nyheter 07.03.1906.

676 Vgl. beispielsweise die Annonce des Düsseldorfer Magneto-Therapeuten A.J. Schmitz „Magnetopathische Heil-Praxis“. In: Bürger-Zeitung f. Düsseldorf u. Umgebung 24.09.1900.

677 Handwerksunterricht gegen Nervosität wurde von M. Tersmeden in der Drottninggatan 82 angeboten, vgl. „Slöjd“ [Handwerken]. In: Dagens Nyheter 25.01.1890.

678 Eine solche Heilmethode, die jegliche eingebrachte Therapeutik offenließ, war das „Saujana-Heilverfahren“. Möglicherweise handelte es sich um Nahrungsergänzungsmittel, da viele, in den zahlreichen Reklamen abgedruckte, Patientenstimmen auf eine erfolgreiche Gewichtszunahme verwiesen, vgl. „Berühmtes Heilverfahren“. In: Berliner Tageblatt 04.02.1886 oder „Störungen des Nervensystems“. In: Bürger-Zeitung f. Düsseldorf u. Umgebung 12.09.1896.

679 So schaltete die Laienbehandlerin Anna E. Hoffmann eine Annonce, in der sie damit warb, sich selbst gesund gepflegt zu haben und jedem Erkrankten – ob an Gicht, Rheuma, Neurasthenie, Zucker oder Asthma – unentgeltlich ihr Geheimnis mitzuteilen. Um welche Heilmittel es sich handelte, ließ sie dabei offen, vgl. „Eine Dame“. In: Berliner Tageblatt 19.03.1905.

680 Für die Annonce des Rumler’schen Spezialinstitutes vgl. „Silvana in Genf“. In: Berliner Tageblatt 02.10.1904. Für den Ratgeber vgl. „Nerven-Spannkraft-Er“. In: Berliner Tageblatt 20.10.1906.

681 Vgl. „Warnung vor einem Genfer „Arzt“. In: Berliner Tageblatt 08.07.1908.

682 Vgl. ebd.

683 Vgl. „Nerven-Auffrischungs-Kuren“. In: Berliner Tageblatt 09.08.1908.

de Abreibungen vornahm, sondern auch Pediküre betrieb.⁶⁸⁴ In der persiflierten Reklame hielten sich eine plumpe Ausdrucksweise und Wissenschaftlichkeit vortäuschende Schlagworte wie „nach ärztlicher Vorschrift“ oder „amerikan. System“ die Waage:

„Frau Marie S. aus Berlin empfiehlt sich als ärztlich ausgebildete langjährig erfahrene Masseurin für Schweden, Manuelle, Entfettung, Allgemeine [...] für veraltete Falten, Fistel und Gesichts-Schönheit-Massagen, für den Körper schöne Formen anmassieren. [...] Für stärkende Abreibungen (Temperatur nach ärztlicher Vorschrift). Erfahrene (für den schwierigsten Fall) Hühneraugenoperateurin [...] Nägelpflege (amerikan. System). Diese Vielseitigkeit! Frau Marie sollte aber auch ihre Ausdrucksweise etwas massieren!“⁶⁸⁵

Ebenso wurde der damals weit verbreitete Humbug heilender Magnetiseure, die allenfalls suggestive Einflüsse hatten, aufs Korn genommen. So gab es im ‚Ulke‘ auch die Kurzmeldung einer durch Krankheit ausgezehrten jungen Frau, die durch einen Magnetopaten wieder ein „blühendes Mädchen“ geworden sei – mit einer Anspielung, dass dies doch unglaublich sei und das Mädchen nicht viel eher im Heilkünstler einen Liebhaber gefunden habe.⁶⁸⁶ Satirisch berichtet wurde auch über sogenannte „Haushaltungsschulen“ – wohl als Verweis auf die damals noch tradierte Praxis der Bindung von Frauen an Heim und Herd wurde absichtlich nicht der originäre Begriff ‚Haushaltsschule‘ verwendet – die neben Koch- und Nähunterricht, auch Behandlungen von Nervenleiden, Rheuma oder veralteten Hautkrankheiten übernahmen.⁶⁸⁷ Angespielt wurde in dieser Satire auch auf den um 1900 von Medizinerinnen zur Unterbindung der weit verbreiteten Laienpraxis ausgetragenen Kurpfuscherstreit. So hieß es:

„Der Verein für Haushaltungsschulen sollte trotz der vielen Danksagungen seine Thätigkeit nicht so schrecklich weit ausdehnen und die Behandlung der aufgezählten Krankheiten doch lieber den Aerzten überlassen.“⁶⁸⁸

Diese Beispiele sind als Hinweise darauf zu interpretieren, dass viele Menschen den zeitgenössischen Reklamen mit einer gewissen Skepsis gegenübertraten und nicht jedem Unfug Glauben schenkten. Dennoch dürfte die Einrichtung einer privaten Praxis für die Bekämpfung nervöser Beschwerden ein lukratives Geschäft gewesen sein, dass – um eine ausreichende Kundenklientel zu generieren – werbestrategisch immer medizinischen Trends angepasst wurde.

684 Vgl. den Artikel „Kolbergermünde“. In: Ulk Bd. 30 H. 37, 13.09.1901, S. 7.

685 Artikel „Kolbergermünde“. In: Ulk Bd. 30 H. 37, 13.09.1901, S. 7.

686 Vgl. für den Magnetopaten die Kurzmeldung „Düsseldorf“. In: Ulk, Bd. 30 H. 26, 28.06.1901, S. 7.

687 Vgl. für die Meldung über Haushaltungsschulen: „Frankfurt a.M.“. In: Ulk, Bd. 30 H. 31, 02.08.1901, S. 7.

688 Meldung über Haushaltungsschulen: „Frankfurt a.M.“. In: Ulk, Bd. 30 H. 31, 02.08.1901, S. 7.

4.3.2 Hilfsapparate und Hilfsmittel

Einen Großteil der damals beworbenen technischen Hilfsapparate machten die Produkte der Elektromedizin aus. Als technische Erzeugnisse wurden den Menschen aber auch mechanische Massageapparate, gymnastische Hilfskonstruktionen oder Bad-Utensilien, die hydro- oder balneotherapeutische Verfahren imitieren sollten, angeboten. Daneben gab es noch Erzeugnisse – wie Schlafkissen, Abhärtungs-Unterwäsche oder Mineralwässer – die im weitesten Sinne an naturheilkundliche Therapien angelehnt waren.

Hinter der Elektromedizin stand ein mit zeitgenössischen, technischen Errungenschaften verbundenes Medizinverständnis, bei dem, durch geistige Überarbeitung oder ausschweifenden Lebenswandel geschwächte Körper, mittels Elektrizität – gleich einer Batterie – einfach wieder mit neuer Energie aufgeladen werden konnten.⁶⁸⁹ Ein Zugang zu ‚echter‘ Elektrotherapie – bei der tatsächlich Strom mittels elektrischer Apparatekonstruktionen zu Heilzwecken durch den Körper eines Menschen geleitet wurde⁶⁹⁰ – war hauptsächlich über den Besuch damaliger Kurbäder und Wasserheilanstalten oder der innerstädtischen, elektrischen Privatinstitute gegeben. Ein Aufenthalt dort war meist sehr kostspielig – zumindest bis zur Errichtung der ersten Volksnervenheilstätten und mit Ausnahme der kleineren, schwedischen Sanatorien, die auch mit einem Arbeitergehalt erschwinglich waren. Verschiedene Elektroapparate für private Haushalte wurden je nach Ausführung mit galvanischem, faradischem oder später auch mit hochfrequentem Wechselstrom betrieben. Diese Apparate waren, obzwar schon industriell hergestellt, nur mit besseren Gehältern zu finanzieren und wurden entsprechend von gehobenen Bürgerschichten gerne als mit Exklusivität und Modernität aufgeladene Distinktions-Objekte genutzt.⁶⁹¹ Aus diesen Gründen blieb für das Gros der Menschen eine reelle medizinische Behandlung unter Strom, abseits der auf Jahrmärkten als Attraktion erlebbaren Elektrisiermaschinen, obsolet. Und dies, obwohl bei vielen Menschen des ausgehenden 19. Jahrhunderts der rückwirkend paradox anmutende Wunsch bestand, technikinduzierte Krankheiten – wie die mit modernem Lebenswandel assoziierte, alle Gesellschaftsschichten ergreifende Neurasthenie – mit modernen Techniken zu behandeln.⁶⁹² Dementsprechend wurden in den damaligen Zeitungen nicht nur exklusive Elektroapparate, sondern vor allem billige pseudo-elektrische Hilfsmittel für die breite Masse angeboten, mit denen die Produzenten an die allgemeine Technikbegeisterung anknüpften und vom Ruf der Elektrizität als modernem, medizinischem Wundermittel gewinnbringend profitieren wollten. In diesem Zuge wurden, von Amerika ausgehend, zahlreiche elektrische Hilfsapparate auf den Markt gebracht, die bei den Verbrauchern allenfalls ein leichtes Kribbeln an der Hautoberfläche erzeugten – welches dann aber mit direkter Stromeinwirkung assoziiert wurde.⁶⁹³ Das Angebot reichte dabei von nur

689 Vgl. Tauber: Die Leibesübungen 2003, S. 294; Schmiedebach: The public's view of neurasthenia 2001, S. 230. Zum idealisierten Menschenbild in der Medizin siehe auch das Kapitel zur Medico-mechanik.

690 Vgl. hierzu das Kapitel zur Elektrotherapie.

691 Vgl. Moll/Löffelbein/Halling/Fangerau: Die Urologie wird elektrisch 2020.

692 Vgl. hierzu auch das Kapitel zur Medico-mechanik.

693 Vgl. Moll/Löffelbein/Halling/Fangerau: Die Urologie wird elektrisch 2020, S. 327.

leicht magnetischen Gegenständen – wie elektrischen Bürsten gegen Haarausfall und Kopf-schmerzen oder elektrischen Korsetts für eine schlankere weibliche Taille – bis hin zu elektrischen Ketten und Gürteln, die über eine magnetisch-physikalische Reaktion tatsächlich elektrische Ströme – wenn auch sehr geringe – erzeugten.⁶⁹⁴ Unter letzteren erreichten die in den USA patentierten Produkte von Pulvermacher eine besondere Popularität. Deren entweder an jeder beliebigen Körperstelle aufzulegenden, elektrischen Ketten oder die um die Taille zu tragenden, elektrischen Gürtel, funktionierten über mehrere hintereinander geschaltete Batterie-zellen mit Zink- und Kupferelementen, die durch das Eintauchen in Essig elektrolytisch miteinander reagierten.⁶⁹⁵ Anders als die übrigen elektrischen Hilfsapparate, wurden die elektrischen Ketten und Gürtel – ob es sich nun um die Erzeugnisse von Pulvermacher, oder die vielfältigen Imitationen anderer Hersteller handelte – zwar auch für andere Leiden (etwa Magenbeschwerden, Nierenleiden oder Rheuma) empfohlen, zielten in erster Linie aber auf eine männliche Käuferklientel ab. Im Rahmen damals stark tabuisierter Sexualitätsdiskurse, sollten sie unter dem Deckmantel eines breitgefassten Nervositätsbegriffs vor allem als Stimulanz für sexuelle Potenzstörungen dienen. Damit der elektrische Reiz seine Heilwirkung entfalten konnte, sollten die Gürtel über mehrere Stunden getragen werden und waren oft noch mit einer speziellen Genitalelektrode versehen.⁶⁹⁶

In den damaligen schwedischen und deutschen Zeitungen wurden verschiedene Reklamen für elektrische Gürtel gefunden. Anders als beim Pulvermacher-Gürtel, wurden diese Gürtel jedoch als trockene Körperbatterien beworben, die zur Aktivierung nicht erst in Essig gelegt werden mussten. So war in den schwedischen Zeitungen ‚Aftonbladet‘ und ‚Dagens Nyheter‘ besonders häufig mit variierenden Reklamen die ‚Ajax-Torr-Cell-Kroppsbatteriet‘ [Ajax-Trocken-Zell-Körperbatterie] des in Stockholm angesiedelten ‚Svenska Elektriska Institutet‘ annonciert. Die Werbung für den Ajax-Gürtel war meist mit aussagekräftigen Bildern illustriert. Häufig waren muskulöse Männer mit freiem Oberkörper dargestellt, die ein elektrischer Strahlenkranz umgab, oder die einen strahlenden Gürtel trugen.⁶⁹⁷ Auch der Wunsch, mittels der gesteigerten Potenz endlich Zugang zu Frauen zu haben, wurde in den Ajax-Reklamen über die Bilder antizipiert – mal war gleichzeitig eine junge Frau und ein Löwe dargestellt, mal hielt eine Frau den elektrischen Gürtel in der Hand oder verwies auf ein erfülltes sexuelles

694 Vgl. Kang/Pedersen: *Abgründe der Medizin 2020*, S. 283f.

695 Vgl. Moll/Löffelbein/Halling/Fangerau: *Die Urologie wird elektrisch 2020*, S. 327–328; Kang/Pedersen: *Abgründe der Medizin 2020*, S. 284–285.

696 Vgl. Moll/Löffelbein/Halling/Fangerau: *Die Urologie wird elektrisch 2020*, S. 327–328; Kang/Pedersen: *Abgründe der Medizin 2020*, S. 284–285.

697 Vgl. die Ajax-Annoncen mit Männerbildern: „Underbara resultat genom Elektricitet“ [Wunderbares Resultat durch Elektrizität]. In: *Dagens Nyheter* 07.03.1907; „Electriciteten är nödvändig för människans lif“ [Elektrizität ist für das Leben der Menschen notwendig]. In: *Aftonbladet* 29.02.1908; „Electriciteten triumferande“ [Die Elektrizität triumphiert]. In: *Aftonbladet* 30.05.1906.

Versprechen.⁶⁹⁸ Im Zuge der Produktwerbung für die elektrischen Gürtel wurden auch kostenlose Selbsthilfe-Broschüren gegen nervöse Schwächezustände angepriesen, die natürlich in erster Linie das Produkt vermarkten sollten. Dabei wurde mal auf den tabuisierten Sexualdiskurs Bezug genommen – etwa mit der Ajax-Schrift „Elektriciteten – Hälsans hemlighet“ [Die Elektrizität – Geheimnis der Gesundheit].⁶⁹⁹ Ebenfalls wurde auf den gestressten Geistesarbeiter verwiesen – wie in der Schrift „Elektricitet – Vägen till hälsa“ [Elektrizität – Der Weg zur Gesundheit], die einen Geschäftsmann zeigte, der einen Ajax-Gürtel bei sich auf dem Schreibtisch liegen hatte und parallel die erläuternde Broschüre studierte.⁷⁰⁰ Ein dem schwedischen „Ajax“ vergleichbar populäres Produkt in Deutschland scheint die „Ares-Körperbatterie“ des Münchener Institutes ‚Ares-Elektrotherapie‘ gewesen zu sein, die mit immer neuen Reklamen sehr oft im ‚Berliner Tageblatt‘ beworben wurde.⁷⁰¹ Im Gegensatz zu den schwedischen Ajax-Reklamen, fanden sich in den Anzeigen zum elektrischen Gürtel „Ares“ keine direkten Anspielungen auf etwaige Potenzstörungen. Vielmehr wurde die göttliche Heilwirkung der Ares-Elektrizität – die auch schon im Produktnamen Bezug auf den griechischen Kriegsgott Ares nahm – herausgestellt. So fand sich im ‚Berliner Tageblatt‘ beispielsweise eine Illustration, die die Ares-Batterie als eine von Gott gegebene Erleichterung präsentierte. Gott – symbolisiert durch einen in den Wolken stehenden Mann mit Rauschebart – hält in der Reklame einen elektrisch strahlenden Gürtel empor, nach welchem eine darunter stehende Menge begierig die Hände ausstreckt.⁷⁰² War in dieser Menge auch eine Frau abgebildet, zeigten andere Ares-Werbungen meist bekleidete Männer – mal vor Schmerzen gekrümmt und kränklich im Ohrensessel sitzend, mal gesund aussehend und mit dem Zeigefinger auf Ares zeigend – und verwiesen auf die Gratis Broschüren „Der Weg zur Gesundheit“.⁷⁰³ Daneben wurde in Deutschland noch vermehrt der elektrische Gürtel „Galva-Sanor“ der ‚Fabrik Medizinischer Apparate GmbH, Berlin‘ beworben – bei dem sprichwörtlich eine galvanische Körperbatterie Gesundheit bringen sollte.⁷⁰⁴

698 Ajax-Reklame Frau und Löwe, vgl.: „Hälsa och Styrka“ [Gesundheit und Stärke]. In: Aftonbladet 14.09.1906. Für die Frau mit Gürtel vgl.: „Den nyaste uppfinningen å elektricitetens område“ [Die neuste Erfindung im Umfeld der Elektrizität]. In: Aftonbladet 29.06.1906. Die Anzeige zum erfüllten Versprechen vgl.: „Uppfyllda löften“ [Erfülltes Versprechen]. In: Dagens Nyheter 26.07.1906.

699 Die Ajax-Anzeigen für „Hälsans hemlighet“ waren mal mit einem Mann, der die Schrift in der Hand hielt, illustriert, vgl. „Elektriciteten: Hälsans hemlighet“. In: Aftonbladet 21.01.1911. Ein anderes Mal war die Werbung ganz als Artikel getarnt, vgl. „Elektriciteten – Hälsans hemlighet“. In: Aftonbladet 14.11.1908.

700 Vgl. die Ajax-Buchreklame: „Elektricitet – Vägen till hälsa“. In: Dagens Nyheter 16.11.1906.

701 Vgl. die Ares-Anzeigen: „Wie werde ich gesund?“. In: Berliner Tageblatt 08.09.1907; „Krank“. In: Berliner Tageblatt 03.10.1907; „Warum?“. In: Berliner Tageblatt 01.09.1907; „Ich verzweifle“. In: Berliner Tageblatt 15.09.1907 oder „Wollen Sie ein höchstinteressantes Gratis-Buch?“. In: Berliner Tageblatt 11.10.1908.

702 Vgl. die Ares-Reklame „Wollen Sie ein höchstinteressantes Gratis-Buch?“. In: Berliner Tageblatt 11.10.1908.

703 Reklamen mit kränklichen Männern, vgl.: „Ich verzweifle“. In: Berliner Tageblatt 15.09.1907 oder „Krank“. In: Berliner Tageblatt 03.10.1907. Auf elektrische Abhilfe verweisender Mann, vgl. „Warum?“. In: Berliner Tageblatt 01.09.1907.

704 Für die Galva-Sanor-Anzeigen, vgl. „Ich verzweifle!“. In: Berliner Tageblatt 19.10.1906 oder „Kranke! Ehe“. In: Berliner Tageblatt 08.07.1906.

Die Galva-Sanor-Reklamen hoben ihr Produkt als Markenprodukt in Abgrenzung zu anderen elektrischen Gürteln und Kreuzen hervor und warben mit keinerlei Bildern. Das männliche Publikum wurde stattdessen mit Aufmachern wie „Kranke! Ehe“ oder „Ich verzweifle!“, kombiniert mit Anwendungshinweisen bei „Schwäche der Männer“ adressiert.⁷⁰⁵

Abb. 22: Deutsche Werbung für Dr. Sanden's Herkulex



Bildquelle: „Die verlorene Kraft in der Natur wiedergefunden“. In: Berliner Tageblatt 24.03.1904, S. 12.

Abb. 23: Schwedische Werbung für Dr. Sanden's Herkulex



Bildquelle: „Elektrisk hembehandling“. In: Aftonbladet 12.01.1903, S. 4.

Ein Produkt, das hingegen in Deutschland und Schweden beworben wurde und dessen Werbung beiderseits eindeutige sexuelle Anspielungen aufwies, war der elektro-galvanische Gürtel „Dr. Sanden's Herkulex“.⁷⁰⁶ Bei diesem Gürtel handelte es sich um ein äußerst populäres, weltweit vertriebenes Produkt der amerikanischen Firma ‚Sanden Electric Belt Co.‘ Ihr Inhaber Dr. Albert T. Sanden vertrieb den „Herkulex“ sowohl in Amerika, als auch über etliche Niederlassungen, mit leicht variierenden Markennamen, in Europa und Asien.⁷⁰⁷ So wird etwa in der deutschen Herkulex-Annonce auf den Vertrieb durch „Dr. A.G. Sanden, 15 rue de la Paix, Paris“ hingewiesen,⁷⁰⁸ während in der schwedischen Reklame auf „Sanden Electric Company, Emil Lindner Generalagent, 26 Malmöskilnadsgatan, Stockholm“ verwiesen wird.⁷⁰⁹ In den Werbeanzeigen wurde die über Sanden's Gürtel vermittelte ‚Naturkraft Elektrizität‘ zwar parallel auch als Mittel gegen Rheuma, Rückenschmerzen, Nierenleiden, Verstopfung oder sogar Frauenleiden

705 Vgl. ebd.
 706 Vgl. die Anzeigen für „Dr. Sanden's Herkulex“: „Die verlorene Kraft in der Natur wiedergefunden“. In: Berliner Tageblatt 24.03.1904, S. 12; „Hälsa och styrka“ [Gesundheit und Stärke]. In: Aftonbladet 08.10.1902, S. 4.
 707 Vgl. „Electric Belt Concern is closed out by the government“. In: Santa Cruz Evening News 14:52 (30.06.1914), S. 7, online: <https://cdnc.ucr.edu/?a=d&d=SCEN19140630.1.7&srpos=1&e=-----en--20--1--txt-txIN-+%22Albert+T.+Sanden%22-----1>. Siehe auch „Sanden Electric Co.“ in der amerik. Enzyklopädie kookscience: https://hatch.kookscience.com/wiki/Sanden_Electric_Co. [beides Zugriff 23.07.2022].
 708 Vgl. „Die verlorene Kraft in der Natur wiedergefunden“. In: Berliner Tageblatt 24.03.1904, S. 12.
 709 Vgl. „Hälsa och styrka“. In: Aftonbladet 08.10.1902, S. 4.

angepriesen, gleichsam aber immer wieder deren besonderer Nutzen bei ‚männlicher Schwäche‘ herausgestellt. Diese Fokussierung auf Potenzstörungen wurde noch durch die beigelegten Illustrationen unterstützt. So war meist ein nur mit Shorts bekleideter, muskulöser Mann abgebildet, von dessen um die Taille getragenen Gürtel Stromstrahlen ausgingen.⁷¹⁰

Dies galt selbst, wenn mitunter Frauenleiden als Indikation aufgeführt wurden – so wie in der schwedischen Annonce „Hälsa och styrka“ [Gesundheit und Stärke], die einen nackten Mann mit strahlendem Gürtel und hochgehaltener Glühbirne abbildete.⁷¹¹ Eine Ausnahme stellte in dieser Hinsicht die Herkulex-Werbung „Hälsan framför allt“ [Vor allem Gesundheit] dar, die eine junge Familie illustrierte.⁷¹² Auch bei diesem elektrischen Gürtel waren im Lieferumfang Schriften zur Selbsthilfe bei neurasthenischen Schwächezuständen enthalten. So gab es in Deutschland die Sanden-Schrift „Die Gesundheit in der Natur“, in Schweden wurden die Schriften „Vägen till Hälsa“ [Der Weg zur Gesundheit] oder „Styrka och Mandom“ [Stärke und Männlichkeit] mitgeliefert.⁷¹³

Neben den Gürteln wurden in den deutschen und schwedischen Zeitungen mit speziellen Bürsten, Sohlen oder auch Umhänge-Kreuzen noch weitere pseudo-elektrische Produkte gefunden. Diese Produkte waren viel stärker auf beide Geschlechter ausgerichtet. Beworben wurden elektro-galvanische Frottierbürsten verschiedener Hersteller, die zur Behebung neurasthenischer Zustände eingeleitete Massagen elektrisch unterstützen sollten. Diese Hilfsapparate waren aber nicht an den Strom angeschlossen, sondern bestanden aus ähnlichen Trockenbatterien wie die elektrischen Gürtel.⁷¹⁴ Ein vergleichbares Humbug-Produkt stellten die elektrischen Sohlen des Göteborger Ingenieurs Koch dar. Die über die Elektrizität an die Fußsohlen abgegebene Abwärme, sollte dabei angeblich gegen Rheumatismus, Gicht und Nervosität helfen.⁷¹⁵ Gehäuft in den damaligen schwedischen Zeitungen beworben wurde auch ein

710 Eine deutsche Herkulex-Anzeige zeigte einen derart ausgestatteten Diskuswerfer, vgl.: „Die verlorene Kraft in der Natur wiedergefunden“. In: Berliner Tageblatt 24.03.1904, S. 12. Siehe Abb. 22. Eine schwedische Reklame für die Körperbatterie sogar einen gänzlich nackten Mann in Rückansicht, der seine Muskeln spielen ließ, vgl. „Elektrisk hembehandling“ [Elektrische Heimbehandlung]. In: Aftonbladet 12.01.1903, S. 4. Siehe Abb. 23.

711 Vgl. „Hälsa och styrka“. In: Aftonbladet 08.10.1902, S. 4.

712 Abgebildet waren Vater, Mutter und ein Säugling, vgl.: „Hälsan framför allt“ [Vor allem Gesundheit]. In: Aftonbladet 23.06.1906, S. 8.

713 Vgl. „Die verlorene Kraft in der Natur wiedergefunden“. In: Berliner Tageblatt 24.03.1904, S. 12; „Hälsa och styrka“. In: Aftonbladet 08.10.1902, S. 4.

714 Zur Frottierung siehe das Kapitel zur Massage. Für die Anzeigen verschiedener Frottierbürsten, vgl. das schwedische Produkt von Sörensen „Ny uppfinning“. In: Aftonbladet 04.10.1898 und Dagens Nyheter 05.10.1898; oder die deutschen Frottierbürsten von Krahl, vgl. „Rheumatische u. Nervenleiden“. In: Berliner Tageblatt 06.12.1886, sowie von Biermanns, vgl. „Wichtige Erfindung!“. In: Berliner Tageblatt 27.03.1887. In der Biermanns-Reklame war eine solche Bürste mit innenliegenden Trockenbatterien sogar abgebildet.

715 Vgl. die Annonce „Kochs Elektriska Sulor“ [Kochs Elektrische Sohlen]. In: Aftonbladet 10.03.1894.

„Hälsokorsett“ [Gesundheitskreuz]⁷¹⁶ oder ein „Samarit-Korset“ [Samariter-Kreuz],⁷¹⁷ bei denen es sich nicht um die angesprochenen elektrischen Stützkorsette für Frauen handelte, sondern um galvano-elektrische Körperbatterie in Kreuzform, die angeblich stärkende, elektrische Strahlen abgaben. Als deutsches Pendant war ein sogenanntes „Volta-Kreuz“ erhältlich, dessen Name auf Alessandro Volta, den Erfinder der ersten Batterie (Voltasche Säule) Bezug nahm. Das über die Berliner Fabrikation Schiönning vertriebene Kreuz wurde insbesondere über den günstigen Preis beworben.⁷¹⁸ Weil die elektrischen Kreuze jeweils an Bändern um den Hals getragen wurden, vermarkteten die Hersteller diese nicht nur als Mittel gegen allgemeine Nervosität und Rheuma, sondern auch insbesondere gegen Beschwerden in der oberen Körperregion – wie Kopf- und Zahnschmerzen, Schlafstörungen oder Ohrensausen.⁷¹⁹ Hier wurde sich also der gleichen, einfachen Relationen bedient, wie sie auch bei den elektrischen Gürtel zum Tragen kamen, die gegen Leiden in der Körpermitte beworben wurden.

Neben diesen billigen pseudo-elektrischen Hilfsmitteln wurden in den zeitgenössischen Zeitungen natürlich auch ‚echte‘ Apparate für die elektrische Therapie angesprochen, die mit Handgriffen für Plus- und Minuspol oder speziellen Aufsätzen für den Körperkontakt ausgestattet waren.⁷²⁰ Dabei fanden sich mal Anzeigen für einzelne Modelle,⁷²¹ mal auch Annoncen für Elektro-Institute mit Verweis auf deren Niederlassungen.⁷²² Ebenso wurde in Artikeln von nervösen Personen berichtet, die elektrische Apparate genutzt hatten, um ihre neurasthenischen Symptome zu lindern.⁷²³ Die zeitgenössische Öffentlichkeit wird über die beschriebenen Reklamen für elektrische (Hilfs-)Apparate, die Fachartikel und Kuranzeigen ein sehr facettenreiches Bild über die damalige Elektrotherapie gewonnen haben. Ebenso dürften die meisten Menschen in Deutschland und Schweden eine Vorstellung von Aussehen und Funktionsweise eines Elektrischer-Apparats gehabt haben. Nur mit diesem Hintergrundwissen konnte beispielsweise

716 Der Hersteller „Expeditionen af Elektriska Hälsokorset“ war in 24 Rådsmansgatan, Stockholm angesiedelt. Für die Reklamen, vgl. „Elektricitet är lif!“ [Elektrizität ist Leben!!]. In: Porträt-Album, Sonderbeilage zum Aftonbladet vom 11.05.1894, S. 38; „Elektriska Hälsokorset“. In: Aftonbladet 18.07.1896, S. 4.

717 Die galvanischen Samariter-Kreuze wurden vom Stockholmer Knut Kinnander hergestellt, vgl. „Äkta Samarit-Korset“ [Echtes Samariter-Kreuz]. In: Dagens Nyheter 11.01.1896, S. 1; „Det frågas, hvad är Samarit-Korset?“ [Es wird gefragt, was ist das Samariter-Kreuz?]. In: Aftonbladet 22.03.1894, S. 6.

718 Für die Reklame zum „Volta-Kreuz“, vgl.: „Weshalb täglich leiden, wenn man für wenige Pfennige hergestellt werden kann?“. In: Berliner Tageblatt 03.11.1896, S. 8.

719 Vgl. „Äkta Samarit-Korset“. In: Dagens Nyheter 11.01.1896, S. 1.

720 Vgl. hierzu das Kapitel zur Elektrotherapie.

721 Beispielsweise eine Annonce für die Elektrischermaschine mit Elektroden von Biedermann & Czarnikow, Berlin, vgl.: „Biedermann & Czarnikow“. In: Berliner Tageblatt 12.12.1888.

722 Für die Annoncen verschiedener Elektro-Institute vgl. „Institute für elektromagnetische Therapie, System Eug. Konrad“. In: Berliner Tageblatt 21.10.1902 oder „Aerztlich geleitetes Elektro-Medizinisches Institut, Berlin Bülowstraße 20“. In: Berliner Tageblatt 07.11.1904.

723 So thematisierte ein Artikel im Dagens Nyheter den Geisteszustand des Lunder Unidozenten Boström, der an Nervosität erkrankt war und unter seinem Krankheitsverlauf auch elektrische Apparate nutzte, vgl.: „Om docenten Boströms sinnestillstånd“ [Über den Geisteszustand des Dozenten Boström]. In: Dagens Nyheter 04.10.1901.

eine zeitgenössische Comic-Satire im ‚Ulk‘ über die Zollpolitik verstanden werden. Die Satire „Die elektrische Kette“ zeigte eine elektrische Influenzmaschine mit der Aufschrift ‚Zollkrieg‘, deren beide Enden von einer Menschenkette gehalten wurden.⁷²⁴

Im wahrsten Sinne unter Strom standen alle fünf Beteiligten in der elektrischen Kette. Dies waren Deutschland, Russland und Amerika – symbolisiert durch Kanzler Bülow, einen Kosaken und Uncle Sam – sowie Industrie und Handel – personifiziert durch zwei Frauengestalten. Alle, bis auf Bülow, tragen einen schmerzverzehrten Gesichtsausdruck und als Bildunterschrift ist zu lesen „Alle krümmen sich – blos der mit dem Grübchen merkt nichts.“⁷²⁵ Die Karikatur war somit als Spott auf die deutsche Zollpolitik zu verstehen, unter der die Beteiligten schmerzlich zu leiden hatten. Wie bei einer elektrischen Kette – bei der Strom nur fließt, wenn alle Glieder angeschlossen sind – waren alle Beteiligten von der Zollpolitik abhängig und die finanziellen Rückschläge wurden symbolisch vergleichbar schmerzhaft empfunden, wie ein elektrischer Nervenreiz.

Abb. 24: Satire „Die elektrische Kette“



Bildquelle: Ulk Bd. 30 H. 11, 15.03.1901, S. 3.

In den Zeitungen wurden damals aber auch andere Produkte vertrieben, die eine günstige Alternative für den für weite Bevölkerungskreise nicht erschwinglichen

724 Vgl. „Die elektrische Kette“. In: Ulk Bd. 30 H. 11, 15.03.1901, S. 3. Siehe Abb. 24.

725 Vgl. ebd.

Kuraufenthalt bieten sollten. Beworben wurden beispielsweise spezielle Bad-Apparaturen und Badezusätze, die balneologische und hydrotherapeutische Verfahren zuhause ermöglichen sollten. Für Haushalte ohne Badezimmer wurden preisgünstige Zinkbadewannen mit mehrfacher Funktion,⁷²⁶ in sich geschlossene Dampfbad-Konstruktionen⁷²⁷ oder auch Thermal-Cabinette⁷²⁸ angeboten. An etwas vermögendere Kreise, die bereits über ein Badezimmer verfügten, dürften sich die zahlreichen Anzeigen für spezielle Sprudelaufsätze oder -matten gerichtet haben, die das Badewasser mit Sauerstoff und Kohlensäure anreichern sollten.⁷²⁹ Als preisgünstigere Alternative für diesen beruhigenden Sprudel-Effekt wurden aber auch Badeperlen oder sprudelnde Kompressen beworben.⁷³⁰

Neben diesen Badevorrichtungen und -zusätzen wurden in den damaligen Zeitungen auch die Quellwässer verschiedenster Sanatorien als in Flaschen abgefüllte Mineralwässer angeboten. Die Wässer warben mit den Namen prominenter Wasserheilstätten und versprachen eine Trinkkur – die sonst nur bei einem Kuraufenthalt einzunehmen war – in die eigenen vier Wände zu holen. Diese Werbung dürfte insbesondere gerade die Menschen angesprochen haben, die sich eine Kur leisten konnten und die im Anschluss auch zuhause von den erlebten Heilquellen profitieren wollten. Die Quellwässer warben mit damals als exklusiv geltenden Bestandteilen – wie im Wasser gelösten Metallverbindungen oder Halogenen – deren immenser Schädlichkeit sich die Zeitgenossen noch nicht bewusst waren. So war beispielsweise der „Dürkheimer Maxquelle“ Arsen und der „Franzensbäder Heilquelle“ Eisen zugesetzt, während die aus italienischen Bädern stammenden Quellwässer „Levico-Quelle“ und „Roncignowasser“ gleich mit beiden Ingredi-

-
- 726 Die Zinkbadewanne von den Sanitätswerken Mossdorf & Hochhäusler sah aus wie eine Schiffschaukel und sollte über Wasserfüllung und Schaukelbewegung Wellen-, Regen-, Voll-, Kinder-, Sitz- und Schwitzbad ermöglichen, vgl. die Anzeige „Vereint 6 Badewannen. Bade zu Hause!“ in der BT-Beilage ‚Haus, Hof und Garten‘ Nr. 30 H. 41, 10.10.1908.
- 727 Bei diesen Konstruktionen handelte es sich um quadratische Schwitzkästen mit Kopfförmung, in denen man auf einem Stuhl sitzend Platz nehmen konnte. Die Berliner Firma ‚G. Sittig & Co.‘ schaltete Reklamen für „Daheim-Cabinet“ mal mit einem Mann der im Dampfbad saß, vgl. „Heißluft- und Dampfbäder“. In: Berliner Tageblatt 13.02.1905; mal mit einer Frau, die das Cabinet öffnete, sodass Schläuche, Stuhl u. Heizelement zu sehen waren, vgl. „Heißluft- und Dampfbäder“. In: Berliner Tageblatt 23.10.1905. Genauso war auch die Reklame für den schwedischen Ångskåpet [Dampfschrank] „Prim“ aufgemacht, vgl. „Ångskåpet i hemmet“ [Dampfbad im Heim]. In: Aftonbladet 10.10.1905.
- 728 Das „Thermal-Cabinet“ der ‚Union Industrie-Gesellschaft Köln‘ war eine zusammenfaltbare Kiste, ebenfalls für Dampf, vgl. „Wir belügen Sie nicht!“. In: Berliner Tageblatt 24.03.1906.
- 729 Die ‚Deutsche Luftsprudel-Gesellschaft, Lüttringhausen‘ vertrieb eine solche Sprudelmatte als „Hygienisches Luftperlbad“, die gegen „Schlaflosigkeit, Nervosität und Arteriosklerose“ helfe, vgl. „In jeder Badewanne anzubringen“. In: Berliner Tageblatt 18.05.1914. Die Firma ‚Deutsche Priestley-Gesellschaft, Berlin‘ leitete ihren Namen vom brit. Naturwissenschaftler Joseph Priestley (1733–1804), der u.a. Sauerstoff entdeckt hatte, ab und vertrieb sog. „Sauerstoffbäder“. Vgl. „Priestley-Sauerstoffbäder“. In: Berliner Tageblatt 06.09.1911.
- 730 Vgl. die Anzeigen für „Lebram's kohlensaure Formica-Bäder“. In: Berliner Tageblatt 30.10.1906; für „Dr. med. Frankensteins Kohlensäure-Kompressen Marke COR“. In: Berliner Tageblatt 30.05.1909; oder für „Ozet-Sauerstoff-Bäder“. In: Berliner Tageblatt 02.10.1907. Letztere warben auch mit Reklamen, die als medizin. Fachartikel getarnt waren, vgl. „Ueber Ozetbäder (Dr. med. Cormak)“. In: Berliner Tageblatt 01.02.1914.

enzen aufwarteten.⁷³¹ Der stählerne Charakter wurde etwa beim „Berliner Stahlbrunnen“ oder der „Lauchstädter Brunnenkur“ hervorgehoben,⁷³² während die Hamburger Apotheke ‚Stechenbauer u. Wolff‘ ein nervenstärkendes „Brom-Eisenwasser“ vermarktete.⁷³³ Die, aufgrund ihrer Wirkung auf die Keimzellen, als Jungbrunnen vermarkteten, aber noch mehr die Gesundheit schädigenden Radiumkuren, waren indes in den ersten bei Jahrzehnten nach 1900 nur über Kuraufenthalte möglich⁷³⁴ – Emanatoren für die Aufbereitung von Trinkwasser mit Radium wurden für den Hausgebrauch erst in den 1920er Jahren aufgelegt.⁷³⁵ Hingegen schon erhältlich waren vermeintlich radioaktive Nerven-pillen,⁷³⁶ oder Stärkungsmittel wie „Regipan“, die damit warben, effektiver als eine Radium-Kur zu sein.⁷³⁷ Aus heutiger Sicht skurril mutet der „Cigarrtändaren Radium“ [Zigarrenanzünder Radium] an, der damit warb, durch das immer strahlende Element auch bei Wind und Regen Feuer geben zu können.⁷³⁸ In Schweden wurde darüber hinaus über ‚Barnängens Tekniska Fabrik, Stockholm‘ auch Kölnisch Wasser (Eau de Cologne) als Parfüm gegen Nervosität, Schläfrigkeit und – kurioserweise – auch gegen Kopfschmerzen vermarktet.⁷³⁹

Angesichts der zur Jahrhundertwende immer populärer werdenden Naturheilkundebewegung, wurden in den Zeitungen auch Waren angeboten, die an weitere Therapien aus dem Spektrum der Naturheilkunde anknüpften. In Anlehnung an Wald- oder Hochgebirgsaufenthalte, die damals im Rahmen der sogenannten ‚Klimatherapie‘ en vogue waren,⁷⁴⁰ wurden beispielsweise Produkte vertrieben, die einen ähnlich wohltuenden Effekt, wie ein Aufenthalt im Wald haben sollten. Dabei waren meist nur Duftöle von Nadelhölzern zugesetzt – etwa bei einer Schlafbinde mit Tanne, einem Apparat für

731 Die Anzeige für die „Dürckheimer Maxquelle“, vgl. „Bei Nervenkrankheiten“. In: Berliner Tageblatt 30.07.1911; die Annonce „Franzensbäder Heilquellen“. In: Berliner Tageblatt 04.02.1900; die Reklame „Levico“. In: Berliner Tageblatt 26.04.1904 und „Roncegno“. In: Berliner Tageblatt 03.02.1905.

732 Vgl. die ganzseitige Anzeige „Berliner Stahlbrunnen“ in der BT-Beilage ‚Landwirtschaft, Gartenbau und Hauswirtschaft‘ Nr. 13 H. 27, 01.07.1891, S. 16. Die „Lauchstädter Brunnenkur“ wurde im ‚Düsseldorfer Sonntagsblatt‘ gleich über vier Seiten beworben, vgl. ‚Düsseldorfer Sonntagsblatt‘ vom 05.07.1914, S. 5–8.

733 Für die als Artikel getarnte Reklame der Apotheke, vgl. „Ueber Mittel gegen Nervosität“. In: Berliner Tageblatt 01.10.1891.

734 Vgl. hierzu den Abschnitt Radionik im Naturheilkundekapitel.

735 Vgl. Helmstädter: Radiumschwachtherapie 2005, S. 360.

736 Vermutlich war der Verweis auf die moderne Radioaktivität bei „Dr. Hakos Radioaktiva Nervpiller“ [Dr. Hakos Radioaktive Nervpillen] nur eine Marketingstrategie, mit der der Absatz für das Präparat gesteigert werden sollte, vgl. „Nervlidande“. In: Aftonbladet 09.12.1911.

737 Die Anzeige für „Regipan“ warb mit einem Kunden, der berichtete, vor einer erfolgreichen Heilung durch Regipan bereits sein Geld für teure Radiumbehandlungen und Magnetisöre verschwendet zu haben, vgl.: „För nervsjuka, blodfattiga och svaga“ [Für Nervenranke, Blutarme und Schwache]. In: Aftonbladet 06.03.1920.

738 Vgl. die Reklame „Nyhet! Cigarrtändaren Radium“. In: Dagens Nyheter 20.08.1905.

739 Vgl. die Annonce „Aktiebolaget Barnängens Tekniska Fabrik“. In: Dagens Nyheter 30.11.1889.

740 Vgl. hierzu Kapitel 3.2.

Tannenluft im Zimmer, oder einem Bade-Aufguss mit Latschenkiefer.⁷⁴¹ Ebenfalls Erinnerungen an Wälder riefen Produkte mit Wacholder hervor.⁷⁴²

Aber auch andere Hilfsmittel gegen nervöse Allgemeinzustände warben explizit mit natürlichen Inhaltsstoffen. In diese Kategorie der ‚Kräuterheilkunde‘ fielen nicht nur Tees und Kaffeewaren des populären Praktikers der Naturheilkunde und umtriebigen Geschäftsmannes Sebastian Kneipp.⁷⁴³ So wurden in den deutschen und schwedischen Zeitungen Badezusätze mit Kräutern oder Schlafkissen mit Hopfenblüten beworben, die sedativ gegen nervöse Schlafstörungen helfen sollten.⁷⁴⁴ Umkehrt sollten Duftessenzen mit Rosenöl belebend bei nervösen Schwächezuständen helfen.⁷⁴⁵

Innerhalb der Naturheilkunde wurde auch auf den heilenden Effekt eines kurzen Sonnenbades gesetzt, welches zum Ende des 19. Jahrhunderts innerhalb der rationalisierten ‚Physikalischen Therapie‘ im medizinischen Lichtbad seine Entsprechung fand. Für diese Lichttherapie wurde über Glühlampen künstlichem Licht erzeugt.⁷⁴⁶ In den damaligen Zeitungen wurden dementsprechend auch derartige Glühlampen für die Lichttherapie angeboten – so etwa „Korschelts Strälapparater“ [Korschelts Strahlenapparate] im schwedischen ‚Dagens Nyheter‘.⁷⁴⁷ Zurückgehend auf die sogenannte ‚Blaulichtherapie‘ des Amerikaners Pleasanton, hatte es für kurze Zeit auch den modischen Trend gegeben, Licht durch blaues Glas – sei es in durch blaue Glasfliesen in Wintergärten oder blaue Brillengläser – auf den Körper einwirken zu lassen. Pleasantons Theorie, dass blaue Lichteinstrahlung gesundheitsfördernd sei, stellte sich bald als reiner Placebo-Effekt und kluge Marketingstrategie heraus.⁷⁴⁸ Vermutlich unter dem Eindruck dieses Blaulichttrends, wurde damals auch mit dem Farbstoff Methylenblau

741 Die „Dialith-Tannenbinde“ sollte bei Schlafstörungen helfen, vgl. „Schlafbinde“. In: Berliner Tageblatt 07.02.1916. Die Apparate der Firma ‚Heilung Harzburg‘ sollten Harzer Tannenluft ins Zimmer bringen, vgl. „Heil-Apparate“. In: Berliner Tageblatt 03.10.1907. Der über die ‚Gutsverwaltung Oberbrunn‘ zu beziehende, aus Gebirgs-Bergföhren (Latschen) gewonnene Aufguss „Latschen-Kur“, konnte für nervenstärkende Bäder und Waschungen verwendet werden, vgl. „Latschen-Kur!“. In: Berliner Tageblatt 19.12.1898.

742 Ein solches Produkt war der Wacholderextrakt „Bluwach“, vgl. „Bluwach“. In: Berliner Tageblatt 05.08.1919.

743 Siehe hierzu weiter unten den Abschnitt Präparate.

744 Mit Pflanzenextrakten versehen war der Badezusatz „Adina“, vgl. „Schlaflosigkeit u Nervosität“. In: Berliner Tageblatt 18.05.1911. In Deutschland wurden die „Lupolar-Schlafkissen“ mit Hopfenblüten vertrieben, vgl. „Schlafen Sie schlecht?“. In: Berliner Tageblatt 02.11.1916. In Schweden wurden ähnliche Erzeugnisse vermarktet: das Kopfkissen von „Macko Star“, vgl. „Nervositet. Sömlöshet“ [Nervosität. Schlaflosigkeit]. In: Dagens Nyheter 25.02.1890; oder spezielle dänische Reformschlafkissen, vgl. „Sof i ro!“ [Schlaf in Ruhe!]. In: Dagens Nyheter 04.08.1904.

745 Zur belebenden Rosenkur vgl. den Artikel: „Rosenkur för nervositet“ [Rosenkur bei Nervosität]. In: Aftonbladet 29.12.1902, S. 4.

746 Siehe hierzu das Kapitel ‚Von der Naturheilkunde zur Physikalischen Therapie‘.

747 Diese Licht-Apparate wurden u.a. gegen Nervosität und Schlaflosigkeit empfohlen, vgl. „Strälapparater“ [Strahlenapparate]. In: Dagens Nyheter 09.05.1893.

748 Siehe hierzu das Kapitel ‚Von der Naturheilkunde zur Physikalischen Therapie‘.

experimentiert. So berichteten in beiden Ländern Artikel über den erfolgreichen Einsatz eines Berliner Kliniklers von Methylenblau gegen nervöse Kopfschmerzen.⁷⁴⁹

Um 1900 wurde Neurasthenie-Patienten geraten, sich durch leichtbekleidete Bewegung an der frischen Luft oder auch diätetische Terrainkuren gegen äußere klimatische Verhältnisse abzuwöhnen, um mit gesteigerter Widerstandskraft weniger anfällig für neurasthenische Schwächeanfälle zu sein.⁷⁵⁰ Der Badener Wäschehersteller Schiesser vermarktete in Deutschland in diesem Zusammenhang seine Unterkleidung als „Abhärtungs-Wäsche“, die Überhitzen vermeiden und den Stoffwechsel beleben könne.⁷⁵¹ Nach diesem Schema wurden auch in Schweden die Baumwollunterwäsche „Ramie“ oder die „Ylle-Nät-Undertröjor“ [Woll-Netz-Unterhemden] von Wilhelm Lundgren bei Nervosität empfohlen.⁷⁵² Die Unterhemden von Lundgren warben damit, besonders heilsam und hygienisch zu sein, weil sie den abgesonderten Schweiß von der Haut fernzuhalten und für einen steten Luftaustausch sorgen würden. Dabei bezogen sie sich sogar auf den berühmten Münchener Hygieniker Max von Pettenkofer.⁷⁵³

Körperliches Training an den originalen medico-mechanischen Apparaten Gustaf Zanders oder Massageanwendungen waren damals nur über die teure Mitgliedschaft in einem Zander-Institut oder über einen Kuraufenthalt zu realisieren und daher für das Gros der Menschen unerreichbar. In den deutschen Zeitungen wurde die Medico-mechanik nur über die Kurannoncen beworben, während sich in den schwedischen Zeitungen natürlich auch Anzeigen für in Stockholm ansässige Zander-Institute und zur Person Gustaf Zanders fanden.⁷⁵⁴ Aufgrund des allgemeinen Zuspruchs für Gymnastik und Massage im Rahmen der neuen Körperkultur überschwemmten aber zahlreiche, preisgünstige Hilfsapparate mit simpler Technik sowie neu erkorene ‚Gymnastiksysteme‘, deren findige Erfinder vom modernen Trend gewinnbringend profitieren wollten, den Markt.⁷⁵⁵ Bei der Zeitungsanalyse fanden sich in Deutschland und Schweden zahl-

749 Für die Artikel über Methylenblau, vgl.: „Ein neues Mittel gegen nervöse Kopfschmerzen“. In: Berliner Tageblatt 07.11.1896 und „Ett nytt medel mot nervös huvudvärk“ [Ein neues Mittel gegen nervöse Kopfschmerzen]. In: Aftonbladet 21.11.1896.

750 Siehe hierzu das Kapitel „Von der Naturheilkunde zur Physikalischen Therapie“.

751 Vgl. die Annonce „Schiesser's Abhärtungs-Wäsche“. In: Berliner Tageblatt 21.08.1901.

752 Die Unterwäsche „Ramie“ wurde in der ‚Carlskrona Tricotfabrik, Gustaf Ringheim‘ hergestellt, vgl. „Ramie-Underkläder“. In: Dagens Nyheter 06.05.1899. Der Fabrikant Wilhelm Lundgren produzierte hingegen im südschwedischen Helsingborg, vgl. „Wilhelm Lundgrens patenterade Ylle-Nät-Undertröjor“ [Wilhelm Lundgrens patentierte Woll-Netz-Unterhemden]. In: Dagens Nyheter 01.09.1884.

753 Vgl. „Wilhelm Lundgrens patenterade Ylle-Nät-Undertröjor“. In: Dagens Nyheter 01.09.1884.

754 In seinem Stockholmer Medico-Mechanischen Institut in der Birgerjarlsgatan 23 gab Gustaf Zander zusammen mit Levertin u. Berghel Unterricht, vgl. „Zanderska Med. Mek. Gymnastiken“. In: Aftonbladet 26.10.1903. Bereits im Jahr 1900 hatte Gustaf Zanders Sohn Emil schon eine Dependence in der Malmtorgsgatan 3, vgl. „Medico-Mekaniska Institutet. Zanderska Gymnastiken“. In: Aftonbladet 13.01.1900. Im Jahr 1902 wurden dort, neben Gymnastik und Massage, auch Behandlungen mit Elektrizität und Heißluft angeboten, vgl. „Med. Mek. Gymnastiken“. In: Aftonbladet 19.02.1902. Zu Gustaf Zander's 85. Geburtstag würdigte ein großer Artikel die Leistungen des berühmten Arztes, vgl. „Dr. Zander jubilerar“ [Dr. Zander feiert Jubiläum]. In: Aftonbladet 28.03.1920.

755 Vgl. zu den Hilfskonstruktionen für den privaten Gebrauch jeweils die Kapitel zur Medico-mechanik, den konkurrierenden Gymnastikmethoden und zur Massage.

reiche Annoncen für ebensolche Hilfsapparate und damit zu vollziehende Bewegungssysteme. Meist waren einfache, im eigenen Heim anschraubbare Expander mit zugehörigen Übungsanleitungen annonciert – wie beispielsweise der für die „Ruberg'sche Zimmergymnastik“ benötigte „Ruberg'sche Muskelstärker“ oder der „Autogymnast“ für die entsprechende „Autogymnastik“. ⁷⁵⁶ Während diese behelfsmäßigen Konstruktionen schon die systematisch-technischen Übungen an einem Zander-Apparat imitieren, wurden gleichermaßen auch freie Gymnastikkurse im Sinne der schwedischen Heilgymnastik nach Pehr Henrik Ling angeboten. ⁷⁵⁷ So annoncierte etwa der schwedische Gymnastik-Offizier August Falk im „Aftonbladet“ einen Widerstandsgymnastik-Kurs für junge Frauen. Die freien Bewegungsübungen wurden mit anschließenden, zweistündigen Spaziergängen kombiniert und sollten der in der schwedischen Gesellschaft weit verbreiteten Nervosität auch gesamtgesellschaftlich – über die jungen Frauen als zukünftige Mütter – entgegenwirken. ⁷⁵⁸ Im Rahmen der Naturheilkundebewegung und der nach 1900 verstärkt aufkommenden neuen Körperkultur wurden alte, technikfreie Gymnastiksysteme – wie das Gymnastiksystem von Ling – wiederentdeckt und mit einem gesundheitsfördernden Aufenthalt an frischer Luft verbunden. Hinzu kamen aber auch Inserate für neue freie Gymnastiksysteme, wie zum Beispiel für die Rhythmische Gymnastik des Schweizer Musikpädagogen Émile Jaques-Dalcroze, bei der Bewegungsübungen mit bestimmten Rhythmen oder Musikbegleitung unterstützt wurden und die eigene Psyche stärken sollten. Populär wurde Jaques-Dalcrozes Methode über seine Schüler, die eigene Institute für Rhythmische Gymnastik eröffneten – in Schweden etwa durch die Musikerin und Tänzerin Anna Behle. ⁷⁵⁹ Behle eröffnete zusammen mit der schwedischen Gymnastiklehrerin Louise Wikström das sogenannte „Plastik-Institut“ in der Stockholmer Brahegata, in dem Rhythmische Gymnastik mit Ausdruckstanz kombiniert wurde. ⁷⁶⁰

Daneben wurden in den damaligen Zeitungen auch manuell-mechanische oder elektrische Massage-Apparate angeboten, die entweder als Schönheitsprodukte für Frauen oder als durchblutungsfördernde Apparate gegen die unterschiedlichsten Schmerzen vermarktet wurden. Die Schönheitsapparate versprachen die innerhalb der neuen Körperkultur so ersehnten Körper von jugendlicher Frische und schlanker Grazie. Gleichsam antizipierten amouröse Produktnamen durch die Nutzung gesteigerte Chancen auf dem Heiratsmarkt. So wurden beispielsweise mit der „Adora-Schönheitskapsel“ oder dem

756 Die Anzeigen für die „Ruberg'sche Zimmergymnastik“, vgl. „Viele tausend Aerzte“. In: Berliner Tageblatt 26.03.1905, S. 16 (ganzseitig) oder „Zur Anschaffung eines Ruberg'schen Muskelstärkers“. In: Berliner Tageblatt 17.09.1905, S. 15 (ganzseitig). Die Reklame für die „Autogymnastik“, vgl. „Wie erlange ich ein wunderbares, verjüngendes Wohlgefühl?“. In: Berliner Tageblatt 12.05.1909.

757 Zum System der schwedischen Heilgymnastik nach Ling vgl. das Kapitel zur Medicomechanik.

758 Für die Annonce des Gymnasten Falk, vgl. „Friskgymnastik för unga Qvinnor“ [Erfrischungsgymnastik für junge Frauen; mit der „Friskgymnastik“ hatte Ling in seinem Gymnastiksystem, neben der „Sjukgymnastik“ für Kranke, eine Widerstandsgymnastik entworfen, mit der Gesunde sich fit halten sollten]. In: Aftonbladet 08.12.1894.

759 Zu Émile Jaques-Dalcroze und Anna Behle vgl. das Kapitel der konkurrierenden Gymnastiksysteme.

760 Für das Instituts-Inserat, vgl. „Plastik-Institut“ [Plastisches Institut]. In: Aftonbladet 28.03.1913.

„Amo-Apparat“ Apparate für die Massage von Gesicht und Körper beworben, die mit Unterdruck nicht nur für eine bessere Durchblutung sorgen, sondern auch gleich von Falten und Hautunreinheiten befreien sollten.⁷⁶¹ Der durch manuelles Kurbeln vibrierende Apparat „Venivici“ sollte der ganzen Familie über eine erhöhte Blutzirkulation neue Energie geben.⁷⁶² Der Massage-Apparat des Schweden Oskar Ekman war indes elektrisch betrieben und sollte, neben Nervosität und Kopfschmerzen, auch gegen Schreibkrämpfe und Zahnschmerzen helfen.⁷⁶³ Der dänische Arzt Saabye machte hingegen damals in Stockholm Vorführungen seiner Apparate und Bandagen, die er explizit Kranken und Gebrechlichen als Abhilfe unter anderem bei Nervenschwäche, Rheuma, nervösem Asthma oder auch nervösen Geschlechtskrankheiten empfahl.⁷⁶⁴

Ein besonders skurriles Humbug-Produkt, das die Absurdität so mancher zeitgenössischer Hilfsmittel gut veranschaulicht, war der von der ‚Schlesinger‘-schen Verlagshandlung zu Berlin herausgegebene „Douche- und Knetwalzer“.⁷⁶⁵ Zu diesem Walzer hatte sich der Komponist Alexis Holländer nach einem Aufenthalt im Kieler Massageinstitut eines Herrn Baasch, das damals viele durch ihre Tätigkeit nervös erschöpfte Berufsmusiker aufsuchten, inspirieren lassen.⁷⁶⁶ Die angeblich nervenstärkende Schallplatte stand nicht nur unter dem Eindruck zeitgenössischer Diskussion um die Heilwirkung der Musik,⁷⁶⁷ sondern bündelte mit Rhythmik, Hydrotherapie und Massage gleich mehrere Therapien. Auf die Spitze getrieben wurde das Produkt noch dadurch, dass die Musik nur mit Noten aus dem Namen des Kieler Masseurs – b, a, as, c und h – komponiert war.⁷⁶⁸ Diese kuriosen Verknüpfungen zeigen, welche abstrusen Ausläufe die Werbung für Produkte im Zusammenhang mit nervösen Erkrankungen um die Jahrhundertwende nehmen konnte, nur um sich erfolgreich zu vermarkten.

-
- 761 Für die „Adora-Schönheitskapsel“ vgl. „Versichern Sie Ihre Schönheit“. In: Berliner Tageblatt 17.07.1909, S. 25. Für den „Amo-Apparat“ vgl. „Lachende Schönheit“. In: Berliner Tageblatt 16.09.1909, S. 10. Beide Werbungen zeigten jeweils eine junge Dame, die den stiftförmigen Apparat ans Gesicht führte.
- 762 Vgl. die Annonce für den Venivici-Vibrator: „Unvergleichlich wohltuend“. In: Berliner Tageblatt 13.05.1906.
- 763 Für den schwedischen Massage-Apparat, vgl. „Oskar Ekmans patenterade elektriska Massage-Apparat“ [Oskar Ekmans patentierter elektrischer Massage-Apparat]. In: Aftonbladet, Spezial Porträtalbum, 11.05.1894, S. 38.
- 764 Für Professor Saabyes Anzeige, vgl. „För sjuka och klena“ [Für Kranke und Gebrechliche]. In: Aftonbladet 13.07.1894.
- 765 Für die „Douche- und Knetwalzer“, vgl. „Aus der Verbindung der Musik mit der Therapeutik“. In: Berliner Tageblatt 22.11.1882.
- 766 Diese Informationen waren der Reklame zu entnehmen, die als Artikel daherkam, vgl. „Aus der Verbindung der Musik mit der Therapeutik“. In: Berliner Tageblatt 22.11.1882.
- 767 Ein frz. Zahnarzt hatte über die narkotische Wirkung von Musik und deren Nutzen bei Operationen geschrieben und damit einiges Aufsehen erlangt, vgl. „Musik und Zahnheilkunde“. In: Berliner Tageblatt 04.07.1901, S. 3. Zur Beruhigung und Unterstützung der Heilung wurden Patienten der Berliner Charité Orgelkonzerte vorgespielt, vgl. „Musiken som läkemedel“ [Die Musik als Medizin]. In: Aftonbladet 08.01.1902, S. 6.
- 768 Vgl. „Aus der Verbindung der Musik mit der Therapeutik“. In: Berliner Tageblatt 22.11.1882.

4.3.3 Präparate

Für den Untersuchungszeitraum 1880–1920 fanden sich in den deutschen und schwedischen Zeitungen unzählige Reklamen für verschiedenste Präparate, die Abhilfe bei neurasthenischen Zuständen leisten sollten. In den Anzeigen wurden diese Produkte zwar mit bestimmten Inhaltsstoffen beworben, in den wenigsten Fällen aber die konkrete Zusammensetzung eines Mittels preisgegeben. Für eine Analyse des deutsch-schwedischen Wissenstransfers in der zeitgenössischen Öffentlichkeit wäre eine kleinteilige Auflistung aller gefundenen Produkte – schon allein wegen der mangelnden Nachvollziehbarkeit der Ingredienzien und der Überzahl an Präparaten – wenig zielführend. Neben dem Aufspüren beiderseits verwendeter Transferprodukte, wurden daher – im Zuge einer Vergleichbarkeit der schwedischen und deutschen Präparate – verschiedene Produktkategorien recherchiert und die stilistischen Mittel analysiert, mit denen jene beworben wurden. Herausgestellt werden konnten dabei Präparate, die auf eine Stärkung der Nervenzellen setzten, auf eine Anregung der Blutzirkulation abzielten oder auch beide Belange als sogenannte Nährpräparate miteinander kombinierten. Eine eigene Produktkategorie stellten indes nährende Mixturen dar, die in Form von Genussmitteln vertrieben wurden. Andere Präparate warben – ganz im Zeichen der aufstrebenden Naturheilkundebewegung – mit Wirkstoffen aus der Natur. Daneben gab es noch Mittel, die allgemein die Konstitution kräftigen sollten und dazu aufputschende Substanzen wie Cannabis oder Kokain enthielten. Schließlich gab es ferner noch solche Präparate, die unter dem Deckmantel der Bekämpfung einer ‚Nervenschwäche‘ als Mittel gegen sexuelle Beschwerden – vor allem gegen männliche Impotenz – beworben wurden. Diesen Produktkategorien vorangestellt werden soll ein kurzer Exkurs über die zeitgenössische, medikamentöse Therapie und die weit verbreitete Humbug-Medizin. Thematisiert werden die damals in den Präparaten geläufigen, gefährlichen Substanzen, die sich aus den Reklamen in den Zeitungen allenfalls erahnen lassen.

Exkurs: Medikamentöse Therapie und Humbug-Medizin um 1900

Bis weit ins 19. Jahrhundert hinein gab es in der medizinischen Behandlung eine Trennungslinie zwischen äußerer und innerer Medizin. An den medizinischen Akademien wurde lange Zeit nur eine innere Medizin gelehrt, die mit chemischen Mitteln arbeitete, während man die äußeren, blutigen Eingriffe – wie Beinbrüche oder Amputationen – mit Wundärzten, Laienheilern und Chirurgen den Vertretern aus Handwerk oder Volkskunst überließ. Letztere wurden zwar von einem Großteil der Bevölkerung aufgesucht, hatten aber auch nach der Einführung der universitären Ausbildung für Chirurgen lange nicht den gleichen Status wie die theoretisch gebildeten Ärzte.⁷⁶⁹ So wurden in der pharmakologisch geprägten, klassischen Medizin zur Lösung einer Krankheit traditionell diverse Brech- und Abführmittel verabreicht, die die krankmachenden Stoffe aus dem Körper ausschwemmen sollten. Zur Behandlung von Nervenkrankheiten suchten

769 Vgl. Huerkamp: Aufstieg der Ärzte 1985, S. 22–59. Eine Ausnahme stellten dabei die Gymnasten dar, die im 19. Jahrhundert in Schweden einen den Medizinnern vergleichbaren Status innehatten, vgl. dazu das Kapitel zur Massage.

die Ärzte mit sogenannten „Nervina“ auf chemischem Weg einen tonisierenden oder sedativen Effekt auf die Nerven der Patienten zu erzielen, aber auch vasomotorische und sekretorische Begleiterscheinungen einer nervösen Erkrankung zu beeinflussen.⁷⁷⁰ Dazu brachten sie zahlreiche Metallverbindungen – wie Arsen, Kupfer, Silber, Eisen, Blei oder Quecksilber – oder auch alkalische Stoffe – wie Belladonna, Strychnin, Chinin, Opium, Morphin und Codein – in die Rezepturen ein. Oft hatten diese chemischen Mittel gar keinen Heileffekt, dafür aber für die Patienten schlimme Folgen. So lagerten sich die metallischen Stoffe in Körperflüssigkeiten, Knochen und Gewebe ab und verursachten dort sowohl Vergiftungen, die sich in Verdauungsstörungen und Schwindel äußerten, als auch schwere Verätzungen, Geschwüre und Entzündungen. Die alkalischen Substanzen führten wiederum zu starken Abhängigkeiten, die mit schweren Entzugserscheinungen einhergingen.⁷⁷¹ Neben diesen Präparaten gab es damals, in Deutschland wie auch in den skandinavischen Ländern, im Rahmen der sogenannten Organotherapie auch mehr oder minder seriöse Versuche, Medikamente aus organischen Substanzen – meist tierischen Ursprungs von Ochsen oder Schweinen – herzustellen. Eine belebende Wirkung auf erschöpfte Neurasthenie-Patienten sollten dabei insbesondere Einspritzungen mit Extrakten aus grauer Hirnsubstanz, Sperma oder Blut haben. Diese Therapeutik sollte sowohl symptomlindernd als auch nervenstärkend wirken und so den gesunden ‚Normalzustand‘ wiederherstellen.⁷⁷²

Diese wenig effektive, medikamentöse Therapie, die das Leiden der Menschen darüber hinaus sogar noch verschlimmerte, stürzte einerseits die Schulmedizin in eine öffentliche Vertrauenskrise, beförderte damit aber gleichermaßen die aufkommende Naturheilkunde-bewegung. Die entstehenden Naturheilstätten und Sanatorien wurden zu Orten, an denen nicht nur Erkrankungen erfolgreich kuriert, sondern auch aus einer vorhergegangenen pharmakologischen Therapie entstandene Schäden – wie Quecksilbervergiftung, Abhängigkeit von Opium oder Geschwüre – behandelt wurden.⁷⁷³ Mit zunehmendem Erkenntnisgewinn über diese Substanzen – beispielweise die schnell zu Abhängigkeit führende Einnahme von Opium- und Morphinpräparaten oder der schon in geringen Dosen tödlich giftigen Wirkung Strychnins – wurde in der Medizin gegen Ende des 19. Jahrhunderts von einer oft willkürlichen Dosierung zu einem moderaterem Umgang mit den Substanzen übergegangen. Die Nutzung von Medikamenten war dabei insbesondere in der Behandlung von Neurasthenie umstritten, da diese zwar Symptome lindern konnte, den empfindlichen Patienten aber ein erhöhtes Risiko zugeschrieben wurde, Abhängigkeiten zu entwickeln.⁷⁷⁴

770 Vgl. Bing, Robert: Medikamentöse Therapie. In: Heinrich Vogt (Hg.): Handbuch der Therapie der Nervenkrankheiten. Erster Band: Die Methoden. Fischer: Jena 1916, S. 14–76, hier S. 14–16.

771 Vgl. Averbeck: Kaltwasserkur 2012, S. 87–88; Lillestøl/Bondevik: Nevrasteni i Norge 2013, S. 663; Pietikäinen: Neurosis and modernity 2007, S. 183–185.

772 Vgl. Lillestøl/Bondevik: Nevrasteni i Norge 2013, S. 664; Schultz, Johann Heinrich: Organo- und Sero-Therapie. In: Heinrich Vogt (Hg.): Handbuch der Therapie der Nervenkrankheiten. Erster Band: Die Methoden. Fischer: Jena 1916, S. 77–100.

773 Vgl. hierzu das Kapitel zur Naturheilkunde.

774 Vgl. Pietikäinen: Neurosis and modernity 2007, S. 183–185; Lillestøl/Bondevik: Nevrasteni i Norge 2013, S. 663; Bing: Medikamentöse Therapie 1916, S. 26.

Ganz anders sah es aber mit Präparaten auf dem freien Markt aus. Nicht nur gab es damals in Deutschland und in Schweden einen sehr liberal geregelten Gesundheitsmarkt, der neben Ärzten auch medizinischen Laien bis ins frühe 20. Jahrhundert hinein eine weitgehend freie Ausübung heilkundlicher Tätigkeiten gestattete.⁷⁷⁵ Viele der Arzneimittel mit potenziell toxischen Substanzen waren zudem lange frei verkäuflich und nicht apothekenpflichtig.⁷⁷⁶ Angesichts der Neurasthenie als gesellschaftsübergreifendes Phänomen der Masse, die sich aber größtenteils keinen Kuraufenthalt leisten konnte, versprach die Produktion von billigen Nährpräparaten und Tonika ein lukratives Geschäft für Pharmaziekonzerne, chemische Firmen oder auch private Apotheken. In der Folge wurde der Markt in beiden Ländern um die Jahrhundertwende mit zahlreichen Mittelchen überschwemmt, die zwar größtenteils nur einen Placebo-Effekt hatten, aber eben auch giftige Stoffe und abhängig machende Substanzen enthielten.⁷⁷⁷ Die in der Naturheilkundebewegung aufgekommene, alternative Laienbehandlung und die zahlreich angebotenen Humbug-Präparate bedeuteten eine solche Konkurrenz für die akademischer Medizin, dass deutsche und schwedische Ärztesgesellschaften zur Unterbindung im frühen 20. Jahrhundert mehrere Debatten zur ‚Kurfuscher-‘ beziehungsweise ‚Quacksalberfrage‘ aufwarfen.⁷⁷⁸ Bezeichnend für diese Konkurrenzsituation, aber auch für die Unberechenbarkeit der zeitgenössischen Nervenpräparate für die Konsumenten, ist die Aussage des schwedischen Mediziners Henrik Berg 1919 in seinem Ärztebuch:

„Klar ist, dass einzig der Arzt vorschreiben sollte, welche Medikamente der Patient anwenden sollte. Die meisten Medikamente, die bei Nervenschwäche eingesetzt werden, sind unwirksam, viele sind sogar schädlich.“⁷⁷⁹

Wenn auch die Gabe von Arzneimitteln in der medizinischen Praxis zunehmend wissenschaftlich untermauert wurde, war auch die Handhabung der damaligen Ärzte lange nicht harmlos. Um 1900 wurden auch dort einige Gefahrenstoffe – beispielsweise Quecksilber, das in der Syphilisbehandlung, aber auch im Kalomel als Abführmittel oder zur vaginalen Behandlung weiblicher Nervosität zum Einsatz kam – noch sehr großzügig eingesetzt.⁷⁸⁰ Vielmehr war es nach ein langwieriger Prozess bis zur Medikalisierung der westlichen Gesellschaften, unter dem sich ein von den Normen der akademischen Me-

775 Vgl. Averbeck: Kaltwasserkur 2012; Eklöf: Kvacksalveriet 2004; Eklöf: Spinnennetz 2004. Siehe dazu den Abschnitt „Divergenzen zwischen Naturheilkunde und Schulmedizin“ im Kapitel zur Naturheilkunde.

776 Vgl. Eklöf: Spinnennetz 2004, S. 207–208.

777 Vgl. Pietikäinen: *Neurosis and modernity* 2007, S. 187–188; Johannisson, Karin: *Bot för en nervtrött generation. Ett läkemedel i idéhistorisk belysning*. In: Thore Frängsmyr (Hg.): *Vetenskap och läkemedel. Ett historiskt perspektiv*. Almqvist&Wiksell: Stockholm 1987, S. 74–112.

778 Vgl. Jütte: *Geschichte der Alternativen Medizin* 1996, S. 32–42; Averbeck: *Kaltwasserkur* 2012, S. 16. Vgl. hierzu auch das Kapitel zur Naturheilkunde.

779 Berg: *Neurasteni* 1919, S. 1351. [eig. Übers.; schwed. Originaltext: „Klart är, att endast läkaren bör föreskriva, vilka medikamenter patienten bör använda. De flesta medikamenter som använts mot nervsvaghet äro överksamma; många äro skadliga.“]

780 Vgl. Averbeck: *Kaltwasserkur* 2012, S. 91–92; Kang/Pedersen: *Abgründe der Medizin* 2020, S. 13f.

dizin geprägtes, modernes Gesundheitswesen mit staatlich ausgebautem Versorgungsnetz, in Abgrenzung zur volkstümlichen Laienmedizin, etablieren konnte.⁷⁸¹

Welche jeweilige Wirkung versprachen sich die Zeitgenossen nun von den damals in den Nervenpräparaten eingesetzten Stoffen und welche Schäden verursachten diese? Arsen- und Eisenpräparate sollten vasomotorische und sekretorische Begleiterscheinungen einer nervösen Erkrankung – wie Magen-Darmproblemen oder mangelnder Durchblutung – beeinflussen. Das hochgiftige Halbmetall Arsen wirkt auf den Stoffwechsel, wurde aber auch als Fiebersenker und Aphrodisiakum verwendet. Eisen ist ein für die Blutbildung wichtiges Spurenelement, kann sich aber bei einer Überversorgung im Körper ablagern und dort schwere Organschäden verursachen.⁷⁸²

Brompräparate wurden als Sedativa genutzt, um die motorischen Reflexe herabzusetzen und psychische Erregungszustände abzumildern. In erster Linie wurden sie als Antiepileptika, aber auch bei unkontrollierten Pollutionen, Schlafstörungen oder Angstzuständen gebraucht. Beim Halogen Brom handelt es sich um ein bei Raumtemperatur flüssiges Element, welches ätzende, hochgiftige Dämpfe abgibt und leicht in Alkohol gelöst werden kann – gerne wurde auch das Salz Bromkalium gebraucht. Als ‚Bromismus‘ waren damals schon die Nebenwirkungen einer Therapie mit Brom bekannt, die sich in Ekzemen, geistiger Hemmung, Zittern oder auch Ataxie äußerten.⁷⁸³

Cannabis wurde aufgrund seiner sedativen Allgemeinwirkung bei gereizten Neurasthenikern angewandt. Pillen mit Cannabisextrakt wurden bei anhaltenden Kopfschmerzen damals auch über lange Zeiträume von bis zu einem Jahr als Schmerzmittel gegeben. Die berausenden, ermüdenden und abhängig machenden Wirkungen der Hanfpflanze sind bekannt.⁷⁸⁴

Das schläfrig machende Opium, seine Derivate Morphin und Codein oder auch die in Alkohol gelöste Opiumtinktur ‚Laudanum‘ wurden sowohl als Sedativa, als auch – aufgrund ihrer euphorisierenden Wirkung – als Schmerzmittel genutzt. Bei Opium handelt es sich um einen organischen Stoff mit basischen Eigenschaften (Alkaloid), der aus dem getrockneten Milchsaft der Samenkapseln des Schlafmohns gewonnen wird. Ende des 19. Jahrhunderts wurden die Mediziner der schnellen Substanz-Abhängigkeit als auch

781 Zum Prozess der Medikalisierung und den variierenden Begriffsdefinitionen vgl. Frevert, Ute: Akademische Medizin und soziale Unterschichten im 19. Jahrhundert. Professionsinteressen – Zivilisationsmission – Sozialpolitik. In: Jahrbuch des Instituts für Geschichte der Medizin der Robert Bosch Stiftung 4. Hippokrates: Stuttgart 1985, S. 41–59; Porter, Roy: Doctor of Society. Thomas Beddoes and the Sick Trade in Late-Enlightenment England. Routledge: London/New York 1992. Siehe auch: Eckart, Wolfgang U./Jütte, Robert: Medikalisierung. In: Eckart/Jütte: Medizingeschichte 2007, S. 312–318.

782 Zur damaligen Therapie vgl. Bing: Medikamentöse Therapie 1916, S. 14. Zu den Eigenschaften von Arsen und Eisen vgl. Lexikon der Chemie: <https://www.chemie.de/lexikon/Arsen.html> und <https://www.chemie.de/lexikon/Eisen.html> [beides Zugriff. 15.07.2022].

783 Zur damaligen Therapie vgl. Bing: Medikamentöse Therapie 1916, S. 25–26. Zu den Eigenschaften von Brom vgl. Lexikon der Chemie: <https://www.chemie.de/lexikon/Brom.html> [Zugriff. 15.07.2022].

784 Zur damaligen Therapie vgl. Bing: Medikamentöse Therapie 1916, S. 35–36. Zu den Eigenschaften von Cannabis vgl. Lexikon der Chemie: <https://www.chemie.de/lexikon/Cannabis.html> [Zugriff. 15.07.2022].

der bei Überdosierung von Vergiftungserscheinungen (Verstopfung, Übelkeit, Appetitlosigkeit, Schwindel) bis hin zur Lebensgefahr reichenden Wirkung der Opiumpräparate gewahr. In der Folge ging die Pharmazie zur Produktion synthetischer Präparate wie Aspirin und Veronal über, entwickelte in diesem Zusammenhang aber mit Heroin eine Alternative, die noch abhängiger machte.⁷⁸⁵

Andere damals in Medikamenten gebräuchliche Alkaloide waren Belladonna (schwarze Tollkirsche), Chinin und Strychnin.⁷⁸⁶ Die Halluzinationen hervorrufenden schwarzen Beeren des Nachtschattengewächs Belladonna sind hochgiftig – bereits 10 Beeren führen innerhalb von 14 Stunden zum Tod durch Atemlähmung – Extrakte aus den Blättern kamen aber als krampf-lösende Mittel bei nervösen Störungen des Verdauungstrakts zum Einsatz.⁷⁸⁷ Das aus der Rinde des Chinarindenbaums gewonnene Chinin wirkt nicht nur fiebersenkend, sondern auch lokal betäubend. Deshalb wurde es auch in Nervenpräparaten als Schmerzmittel eingesetzt.⁷⁸⁸ Das aus den Samen der Brechnuss gewonnene Alkaloid Strychnin wurde in der medizinischen Therapie als Tonikum eingesetzt. Weil eine Überdosierung von Strychnin Muskelkrämpfe auslöst, schlossen die Zeitgenossen, damit Lähmungszustände beheben zu können. Während Strychnin aufgrund seiner hohen Giftigkeit bald aus den Kliniken verschwand, wurde der Wirkstoff in vielen damaligen Präparaten zur Potenzsteigerung verwendet.⁷⁸⁹

Präparate mit Phosphorsäure wurden damals als Tonika bei Neurasthenie-Patienten verwendet. Phosphorsäure ist zwar ein wichtiger Bestandteil der DNA, wirkt konzentriert aber ätzend und kann schwere Verätzungen an Haut und Schleimhäuten verursachen. Zeitgenössische Mediziner stellten fest, dass die Einnahme dieser Präparate oft zu Durchfällen führte.⁷⁹⁰

Das hochtoxische Element Quecksilber gehört zu den Schwermetallen und ist bei Raumtemperatur flüssig. Wegen seiner antiseptischen Eigenschaften wurde es im 19. Jahrhundert zur Behandlung von Infektionskrankheiten – speziell bei Syphilis – verwendet. Aufgrund seiner die Darmtätigkeit und den Speichelfluss anregenden Eigenschaften, wurde insbesondere die Quecksilberverbindung ‚Kalomel‘ als Abführmittel gebraucht, das die krankmachenden Stoffe aus dem Körper ausschwemmen

785 Zur damaligen Verwendung der Opium-Alkaloide vgl. Kang/Pedersen: *Abgründe der Medizin 2020*, S. 71ff.; Pietikäinen: *Neurosis and modernity 2007*, S. 183–185; die Lexikoneinträge „Opiumförgiftning“ und „Morfnförgiftning“. In: Berg: *Läkarebok 1919*, S. 1385–1389 bzw. S. 1291–1298. Zu den Eigenschaften der opioiden Substanzen vgl. *Lexikon der Chemie*: <https://www.chemie.de/lexikon/Opium.html> und *Alkaloide im PharmaWiki*: <https://www.pharmawiki.ch/wiki/index.php?wiki=Alkaloide> [beides Zugriff. 15.07.2022].

786 Vgl. Lillestøl/Bondevik: *Nevrasteni i Norge 2013*, S. 663.

787 Vgl. Belladonna im *Lexikon der Chemie*: https://www.chemie.de/lexikon/Schwarze_Tollkirsche.html [Zugriff. 15.07.2022].

788 Vgl. Chinin im *Lexikon der Chemie*: <https://www.chemie.de/lexikon/Chinin.html> [Zugriff. 15.07.2022].

789 Zur damaligen Verwendung des Strychnins vgl. Bing: *Medikamentöse Therapie 1916*, S. 37; Kang/Pedersen: *Abgründe der Medizin 2020*, S. 82–87. Zu den Eigenschaften von Strychnin vgl. *Lexikon der Chemie*: <https://www.chemie.de/lexikon/Strychnin.html> [Zugriff. 15.07.2022].

790 Zur damaligen Verwendung von Phosphorsäure vgl. Bing: *Medikamentöse Therapie 1916*, S. 51. Zu den Eigenschaften von Phosphorsäure vgl. *PharmaWiki*: <https://www.pharmawiki.ch/wiki/index.php?wiki=Phosphors%C3%A4ure> [Zugriff. 15.07.2022].

sollte. Durch die Einnahme von Quecksilberpräparaten erlitten die Patienten eine Schwermetallvergiftung, die von zitternden Gliedmaßen, schweren Schäden im Mundraum (Entzündungen, Zahnausfall, Kieferfäule, Gangränen) bis zu neurologischen Auswirkungen (Depressionen, Angstzustände) reichen konnte.⁷⁹¹

Präparate mit Valeriana (Baldrian) haben in der Regel eine beruhigende Wirkung und werden bei Unruhe- und Angstzuständen eingesetzt. In der damaligen Neurasthenie-Therapie wurden Valerianapräparate auch zur Bekämpfung vasomotorischer und kardialer Störungen angewandt. Über einen langen Zeitraum hoch dosiert eingenommen, wurde es damals auch gegen das häufige Symptom der chronischen Kopfschmerzen verschrieben. Heute ist indes bekannt, dass genau diese Kombination bei Baldrian in Magen-Darm-Beschwerden und Kopfschmerzen resultieren kann.⁷⁹²

Verschiedene Produktkategorien für Neurasthenie-Präparate

Wurden die Medikamente explizit zur Nervenstärkung der geschwächten Neurastheniker beworben, enthielten sie gehäuft Lecithin. Bei diesem Stoff handelt es sich um eine chemische Verbindung aus der Gruppe der Phosphatidylcholine, die sowohl Wasser als auch Fett binden können. Das Lecithin ist ein wichtiger Bestandteil tierischer und pflanzlicher Zellmembranen – und somit auch von Gehirn und Nervenzellen. Insbesondere das im Lecithin enthaltene Cholin ist an der Informationsweiterleitung im Nervensystem beteiligt. Auch wenn bis heute die Wirkung von Lecithin-Präparaten nicht nachgewiesen ist, werden diese vor allem für Senioren zur Steigerung der Gehirnleistung im Alter angepriesen. Das vor allem in Hühnereiern vorkommende Lecithin wird in der Industrie aus Kostengründen heute meist aus pflanzlichen Produkten wie Soja, Raps oder Sonnenblumen gewonnen.⁷⁹³ Der damals erhoffte, heilende Effekt auf die strapazierten Nerven von Neurasthenikern erscheint aufgrund dieser Eigenschaften des Lecithins durchaus nachvollziehbar. Diese damaligen Nerven-Präparate hatten oft sprechende Namen. So verwiesen die Mittel „Biocitin“⁷⁹⁴ und „Nerv-Lecithin“⁷⁹⁵ in Deutschland oder „Mühlrads Lecitin-tabletter“⁷⁹⁶ in Schweden, schon auf ihren Lecithin-Bestandteil. Auch der Zweck dieser Präparate, die Neurastheniker von ihren

791 Zur damaligen Verwendung des Quecksilbers vgl. Kang/Pedersen: Abgründe der Medizin 2020, S. 13f. Zu den Eigenschaften von Quecksilber vgl. Lexikon der Chemie: <https://www.chemie.de/lexikon/Quecksilber.html> und PharmaWiki: <https://www.pharmawiki.ch/wiki/index.php?wiki=Quecksilber> [beides Zugriff: 15.07.2022].

792 Zur damaligen Medikation mit Valeriana vgl. Bing: Medikamentöse Therapie 1916, S. 67. Zu den Eigenschaften von Valeriana vgl. Lexikon der Chemie: <https://www.chemie.de/lexikon/Baldrian.html> [Zugriff: 15.07.2022].

793 Vgl. die Informationen der deutschen Verbraucherzentrale zu Lecithin-Präparaten: <https://www.verbraucherzentrale.de/wissen/lebensmittel/nahrungsergaenzungsmittel/klueger-mit-lecithin-13457> [Zugriff: 08.06.2022].

794 Vgl. die Anzeigen für „Biocitin“ im Berliner Tageblatt: Reklame „Nerven-Opfer“ vom 01.03.1908; Reklame „Biocitin“ vom 16.05.1915.

795 Vgl. Anzeige für „Nerv-Lecithin“ im Berliner Tageblatt: Reklame „Nervosität und Neurasthenie sind Gehirnstörungen“ vom 23.04.1911.

796 Vgl. die Annoncen „Nervösa personer använda (Trainers) Mühlrads Lecitin-tabletter“ [Nervöse Personen verwenden (Trainer) Mühlrads Lecithin-Tabletten]. In: Aftonbladet 22.08.1911 sowie „Nervösa och öfveranstängda PERSONER anbefallas Mühlrads Lecitin-tabletter“ [Nervösen

Schwäche-zuständen zu kurieren und mit neuer Lebenskraft zu versorgen, wurde antizipiert. Als Beispiele seien etwa das in Schweden besonders populäre Mittel „Energion“⁷⁹⁷ und der gleichzeitig als „bästa styrkemedel“ [„bestes Stärkungsmittel“] und „förmästa blodkraftmedel“ [„vornehmstes Blutkraftmittel“] beworbene „Kurol-Extrakt“⁷⁹⁸ oder das deutsche Präparat „Antineurasthin“⁷⁹⁹ genannt. Die explizite Anwendung auf den Nervenbereich trug das deutsche Tonicum Visnervin⁸⁰⁰ schon in seinem Namen. Nicht in den Anzeigen erwähnt wurde allerdings, dass diese Stärkungsmittel oft kleine Dosen von Morphinum, Strychnin, Opium oder anderen abhängig machenden Substanzen enthielten – etwa für „Energion“ ist dies belegt.⁸⁰¹

Während diese Produkte innerhalb der Annonce zum Nervennährmittel deklariert wurden, waren andere Mittel schon als sogenannte ‚Nervennahrungen‘ oder ‚Nervennährsalze‘ betitelt. Bei diesen Produkten handelte es sich um Mischpräparate, die, durch eine Zusammensetzung aus Lecithin, Eiweiß, phosphorreichen Nährsalzen zur Blutbildung und Eisen, nicht nur die Nerven, sondern auch das Blut stärken sollten. Letzteres rührte wohl daher, dass Müdigkeit, Erschöpfung und allgemeine Blässe – die für viele Neurastheniker damals kennzeichnend waren – auch auf eine Anämie hinweisen können.⁸⁰² Im ‚Berliner Tageblatt‘ gab es beispielsweise die Anzeige für die Nervennahrung von Leseko⁸⁰³, während im ‚Aftonbladet‘ die Nervennahrung ‚Makela‘⁸⁰⁴ angeboten wurde. In den Nährsalzen dürften damals die Salze von Metallen verarbeitet worden sein. Das schwedische Präparat ‚Sanitas Sundhetssalt‘ erwähnte in der Werbung zum Beispiel die Nutzung von Wismut.⁸⁰⁵ In Deutschland wurden zudem ‚Dr. Müller’s Nerven-

und überanstrengten Personen werden Mühlrads Lecithin-Tabletten empfohlen]. In: Aftonbladet 03.10.1911.

- 797 „Energion“ sollte kräftigen und gegen Schlaflosigkeit wirken, vgl. Energion-Anzeige im Aftonbladet vom 12.01.1913. Zur Popularität von „Energion“ vgl. Pietikäinen: *Neurosis and modernity* 2007, S. 187.
- 798 Annonce für „Kurol-Extrakt“. In: Aftonbladet 19.11.1914.
- 799 Vgl. Reklame für „Antineurasthin“. In: Berliner Tageblatt 06.01.1907. Der Produzent Dr. med. Karl Hartmann GmbH. Berlin nennt dort zwar kein Lecithin, wirbt aber mit einer organischen Phosphorverbindung – was auch auf Lecithin zutrifft – als Wirkstoff.
- 800 Vgl. die Anzeigen für Visnervin im Berliner Tageblatt: „Der Prozess Moltke-Harden“ (27.10.1907), „Kraftlose Nerven“ (14.01.1908) oder „Kraftlose Nerven“ in der BT-Beilage ‚Haus, Hof und Garten‘ Nr. 31 H. 18, 01.05.1909.
- 801 Vgl. Johannisson: *Bot för nervtrött generation* 1987, S. 99–100; Pietikäinen: *Neurosis and modernity* 2007, S. 187–188.
- 802 Vgl. „Anämie“. In: Psyhyrembel Online: <https://www.psyhyrembel.de/an-%C3%A4mie/Ko29K/doc/> [Zugriff: 28.06.2022].
- 803 Vgl. die Anzeige „Verbraucht!“ für „Leseko-Nervennahrung“. In: ‚Haus, Hof und Garten‘ Nr. 34 H. 54, 24.08.1912.
- 804 Vgl. Werbung für „Nervnärigen Makela“. In: Aftonbladet 28.03.1910. Das von Aktiebolaget Malmö Kemiska Laboratorium vertriebene Präparat wirbt auch hier mit einer organischen Phosphorverbindung als Wirkstoff.
- 805 Vgl. die Anzeige für das Sundhetssalt [Gesundheitssalz] der Stockholmer Handels- & Fabriks Aktiebolaget Sanitas. In: Dagens Nyheter 30.05.1902.

nährsalz“ sowie „Apotheker Illings Nerven- u. Blutsalz“ vertrieben.⁸⁰⁶ Der Kategorie der Mischprodukte lassen sich auch die Präparate Neocithin⁸⁰⁷, Leciferrin⁸⁰⁸ oder die von der Firma Schmallers & Lubenow vertriebenen Pulver „Doppelmilch-Phosphor-COC“ und „Doppelmilch-Eisen-COC“⁸⁰⁹ zuordnen.

Bei der Zeitungsanalyse konnten zwei derartige Nerven-Nährpräparate ausgemacht werden, die, im Zuge eines Wissenstransfers, damals in Deutschland und in Schweden über Drogerien und Apotheken vertrieben wurden. Dabei handelt es sich um die Transferprodukte „Sanatogen“ von Bauer & Cie (Berlin) und „Somatose“ aus dem Hause Bayer (Leverkusen), die in den Zeitungen beider Länder sehr gehäuft und mit den unterschiedlichsten Annoncen beworben wurden. „Sanatogen“ warb mit einer nährenden Mixtur aus dem Lecithin-Bestandteil Glycerinphosphat und Eiweiß, die die bei Neurasthenikern parallel auftretenden Symptome überreizter Nerven und geschwächter Muskelkraft beheben sollte.⁸¹⁰ Geworben wurde auch mit positiven Bewertungen damaliger Mediziner, über die Jahre bewährter Rezeptur, bebilderten Anzeigen oder Reklamen, die als Artikel über das Zeitphänomen der Neurasthenie getarnt waren.⁸¹¹

Beim Präparat „Somatose“ handelte es sich zunächst um ein geschmackloses, leichtlösliches Pulver, das aus Fleischextrakt, Eiweiß und Salzen gewonnen wurde. Später gab es zusätzlich eine flüssige Variante, die in den Geschmacksrichtungen süß oder herb verkauft wurde.⁸¹² Genau wie das Konkurrenzprodukt „Sanatogen“ warb auch die „Somatose“ damit, für eine gesunde Entwicklung der Blutbildung, des Stoffwechsels und der Verdauung zu sorgen.

-
- 806 Vgl. die Anzeigen „Nervosität und Blutarmut“ (Dr. med. Müller's Nervennährsalz). In: Berliner Tageblatt 03.06.1908, sowie „Apotheker Illings Nerven- u. Blutsalz“. In: ‚Haus, Hof und Garten‘ Nr. 31 H. 40, 02.10.1909.
- 807 Vgl. die Neocithin-Reklame „Weshalb bevorzugt man die Nervennahrung Neocithin?“. In: Berliner Tageblatt 27.05.1909.
- 808 Vgl. die Anzeige „Die Ernährung und das Blut“ (Leciferrin). In: Berliner Tageblatt 07.04.1911.
- 809 Vgl. die Annoncen für „Doppelmilch-Phosphor-COC“ und „Doppelmilch-Eisen-COC“ im Berliner Tageblatt vom 12.03.1911 (beide Produkte zusammen) und 25.01.1915 (nur Phosphor). Es handelte sich um ein in Blechdosen verkauftes Pulver aus entfetteter und getrockneter Kuhmilch, dem phosphor- und eisenhaltige Substanzen zugesetzt wurden.
- 810 Sanatogen-Reklamen für Nervenstärke und Muskelkraft, vgl.: „Sanatogen“. In: Berliner Tageblatt 26.04.1904, S. 12. Siehe Abb. 25; „Sanatogen“. In: Aftonbladet 16.12.1903, S. 3. Siehe Abb. 26.
- 811 Sanatogen-Reklamen mit ärztlichen Urteilen, vgl.: „Sanatogen – glänzend begutachtet“. In: Berliner Tageblatt 05.06.1901 und Düsseldorf Volksblatt 16.11.1900; „Sanatogen för vuxna och barn“ [Sanatogen für Erwachsene und Kinder]. In: Aftonbladet 16.01.1904. Sanatogen-Reklamen und Tradition, vgl.: „Sanatogen“. In: Berliner Tageblatt 15.10.1908 und Aftonbladet 19.09.1909. Bebilderte Werbung, vgl.: „Sanatogen“ (Krieger im Felde). In: Berliner Tageblatt 09.06.1915; „Sanatogen“ (Kartonverpackung). In: Aftonbladet 04.04.1910; „Et intressant omdöme“ [Ein interessanter Bericht] (Dramaturg Algot Sandberg). In: Aftonbladet 01.11.1912. Sanatogen Pseudoartikel, vgl.: „Zwei Möglichkeiten gibt es nur!“. In: Berliner Tageblatt 13.03.1910; „Ernährung und Willenskraft“. In: Berliner Tageblatt 16.07.1909; „Nervernas Tidsålder“ [Zeitalter der Nerven]. In: Aftonbladet 12.01.1903; „Sommaren är förbi“ [Der Sommer ist vorbei]. In: Aftonbladet 02.10.1912.
- 812 Vgl. Somatose-Werbung für Pulverform: „Somatose“. In: Aftonbladet 26.08.1899, S. 4. Siehe Abb. 27. Für die Somatose-Flüssigkeit vgl. die Anzeige: „Die moderne Frau“. In: Berliner Tageblatt 19.05.1911, S. 22. Siehe Abb. 28.

wiederhergestellte, gesunde Blutbildung sollte dann wiederum die Nervenzellen der Betroffenen stärken. Diese Produkte enthielten oft gesundheitsgefährdende, metallische Stoffe oder knüpften – im günstigeren Fall – an die damalige Organotherapie an. Auch hier wiesen Wortbestandteile der Produktnamen – wie das lateinische ‚ferrum‘ für Eisen, das aus dem Altgriechischen stammende ‚Haema‘ für Blut oder die Hygiogenese⁸¹⁵ – schon auf Inhalt beziehungsweise Wirkungsbereich des Präparats. Auf diese Weise wurden in Deutschland die Mittel „Ferratin“⁸¹⁶, „Dr. Hommel’s Haematogen“⁸¹⁷ oder „Hygiopon“⁸¹⁸ beworben. In den schwedischen Zeitungen fanden sich Anzeigen für „Fergan“;⁸¹⁹ „Amerikan-Jernextrakt“⁸²⁰ oder auch für die Pillen von „Capsuloids“.⁸²¹ Letztere wurden damit beworben, aus echtem Ochsenblut gewonnenes, natürliches Eisen zu enthalten und führten stets drei Blutropfen als Logo.⁸²² Einen anderweitigen, organischen Stoff nutzte das deutsche Präparat „Spermiol“. Das, normalerweise in den Geschlechtsdrüsen vorkommende, Eiweiß Spermin sollte den Stoffwechsel anregen, Blut und Nerven mit ausreichend Sauerstoff versorgen und so kräftigen.⁸²³ Anders als der Name es vermuten lässt, wurde „Spermiol“ nicht explizit bei männlicher Impotenz, sondern auch bei Neurasthenie, Anämie, Stoffwechselstörungen sowie Alkohol- und Quecksilbervergiftungen eingesetzt.⁸²⁴ Ähnlich absurd muten heute die damals eingesetzten Präparate mit Bestandteilen des Metalls Vanadium an. In Produkten wie „Vanadiol“, „Vanadozon“ oder auch „Phospho-Vanadiol“ sollten die enthaltenen Metallsalze ebenso Sauerstoff anreichern und so für eine Blutvermehrung und Stärkung der Nervenzellen sorgen.⁸²⁵ Als blutreinigendes Mittel wurden hingegen die vom Münchner Apotheker R. Schoellkoff patentierten „Citronal“-Pillen im schwedischen Aftonbladet

-
- 815 Der aus der Naturheilkunde stammende Begriff der „Hygiogenese“ meint die durch natürliche Reize angeregte, körpereigene Selbstheilung, vgl. Angaben der Orthopädie Bochum: <https://www.orthopaedie-bochum.de/schwerpunkte/naturheilverfahren.html> [Zugriff: 07.07.2022].
- 816 Vgl. die Anzeige für Ferratin: „Ueber die Ursachen und die Behandlung der Bleichsucht“. In: Berliner Tageblatt 18.02.1898. Die Reklame für das in Apotheken erhältliche Eisenpräparat war wie ein Artikel aufgemacht.
- 817 Vgl. die Anzeige für Dr. Hommel’s Haematogen: „Schwächliche“. In: Berliner Tageblatt 28.10.1905.
- 818 Vgl. die Anzeige „Hygiopon“. In: Berliner Tageblatt 18.11.1908. Zur Hervorhebung der Modernität des Produkts, wurde damit geworben, dass das Eisenpräparat „auf elektrischem Wege hergestellt“ wurde.
- 819 Vgl. die Anzeige „Fergan“. In: Dagens Nyheter 24.11.1902. Es handelte sich um eine organische Eisenmischung, die von A. Leerbeck und J. Holm patentiert worden war.
- 820 Vgl. die Anzeige für „Amerikan-Jernextrakt“ [Amerikanischer Eisenextrakt]: „Hälsa och krafter åt alla“ [Gesundheit und Kraft für alle]. In: Aftonbladet 19.12.1900. Die im schwedischen Gefle angesiedelte Firma „Cederroths Tekniska Fabrik“ hatte das skandinavische Monopol auf das originär amerikanische Produkt. In einer großformatigen Annonce warb die Firma für verschiedene Mittel u.a. ihren Eisenextrakt, vgl. „Cederroths Tekniska Fabrik, Gefle“. In: Aftonbladet 24.02.1906.
- 821 Vgl. die Capsuloids-Reklamen: „Capsuloids“. In: Aftonbladet 11.10.1901; „Capsuloids“. In: Aftonbladet 06.08.1902 und „Capsuloids“. In: Dagens Nyheter 09.06.1901. Die in der englischen „Capsoluid Company, London“ hergestellten Pillen wurden über Apotheken vertrieben.
- 822 Vgl. ebd.
- 823 Vgl. die Spermiol-Reklame „GewebSATmung“. In: Berliner Tageblatt 28.04.1910.
- 824 Vgl. ebd.
- 825 Vgl. die Reklamen für Vanadium-Präparate: „Die neueste Sauerstoffheilmethode“. In: Berliner Tageblatt 29.03.1908; „Die neueste Heilmethode“. In: Berliner Tageblatt 07.01.1905.

beworben.⁸²⁶ Für „eine gesunde Blutbildung“ warb auch das Stärkungspulver „Bioson“, dessen Annoncen sich im Berliner Tageblatt häuften.⁸²⁷

Neben diesen Nährpräparaten wurden in den Zeitungen auch besondere Genussmittel beworben, die neurasthenische Zustände abmildern sollten. Deren Spanne reichte vom Frühstückskakao, über Joghurt und Tees sogar bis hin zu Gesundheitsbieren und -weinen. In Deutschland wurden dabei gehäuft Joghurtprodukte in ihrer Wirkung als Abführmittel beworben. Zielgruppe waren Neurasthenie-Patienten, bei denen die Erkrankung mit dyspeptischen Störungen und Obstipation einherging. In diesen Fällen sollte das im Joghurt enthaltene Ferment Majamin die Darmtätigkeit anregen und schädliche, nervös machende Krankheitskeime einfach ausgeschieden werden.⁸²⁸ Mit dem Präparat „Majapan“ wurde in Deutschland damals sogar ein Majamin enthaltendes Dessertgebäck als Alternative zum Joghurt angepriesen.⁸²⁹ Ebenfalls abführend wird das Präparat „Dr. Wagners Antipositin“ gewirkt haben. Unter dem Eindruck der nach Gesundheit und Schönheit strebenden, neuen Körperkultur wurden in der Antipositin-Reklame im ‚Berliner Tageblatt‘ zwar die modernen, diätetischen Ansätze aufgegriffen, die Krankheiten auf mangelnde körperliche Fitness sowie den übermäßigen Konsum von ungesunden Lebensmitteln zurückführten und Nervosität als Folge von Korpulenz beschrieben. Diese Zusammenhänge wurden aber in der Werbung, ganz im Sinne der Pharmaindustrie, geradezu verdreht. Anstatt körperliche und seelische Gesundheit mühsam durch Bewegung und gesunde Ernährung zu erreichen, sollte das Schlucken der Antipositin-Pillen hübsch einfach sofort schlank machen und die Menschen sogleich auch von deren Nervosität befreien.⁸³⁰ Nicht aus der Werbung ersichtlich ist, ob diesem Produkt nicht nur harmlose Joghurtkulturen, sondern eventuell die abführend wirkende Quecksilber-Verbindung Kalomel beigemischt waren.

Wurde „Bioson“-Pulver noch handelsüblichem Kakao, Milch oder Wasser beigefügt,⁸³¹ gab es in beiden Ländern auch fertige Nährkakaos und Schokoladen,⁸³²

826 Vgl. die Annonce für Citronal „blodreningskur“ [Blutreinigungskur]. In: Aftonbladet 16.05.1908.

827 Anzeigen für Bioson: „Was gibt Energie? – Gesundes Blut!“. In: Berliner Tageblatt 09.09.1908; „Was die Aerzte heute Nervenleidenden verordnen“. In: Berliner Tageblatt 28.10.1905.

828 Vgl. die Annonce für das Yoghurt-Ferment „Majamin“ der „Yoghurt-Centrale Schaffner & Co., Berlin-Grünwald“: „Mitteilungen der Yoghurt-Centrale“. In: Berliner Tageblatt 06.04.1912. Die sogenannte „Yoghurt-Hilfe, Berlin“ pries „Yoghurt-tabletten“ an, vgl. „Ein Lebensverlängerer“. In: Berliner Tageblatt 03.03.1914. Der Hersteller Mühlrad bot neben dem Ferment Majamin auch verschiedene Joghurtprodukte wie „Yoghurt-Pudding“, „Yoghurt-Milch“ oder „Yoghurt-Sahnen-Käse“ an, vgl.: „Vorzeitiges Altern“. In: Berliner Tageblatt 25.06.1908.

829 Das „Majapan“ wurde ebenfalls von der „Yoghurt-Centrale Schaffner & Co., Berlin-Grünwald“ hergestellt, vgl.: „Die Aerzte warnen“. In: Berliner Tageblatt 07.04.1911.

830 Vgl. Anzeige für „Dr. Wagners Antipositin“: „Die Aerzte warnen vor den Gefahren der Korpulenz!“. In: Berliner Tageblatt 08.09.1907.

831 Vgl. die Bioson-Anzeige: „Was die Aerzte heute Nervenleidenden verordnen“. In: Berliner Tageblatt 28.10.1905.

832 Werbung stärke Kakaos und Schokoladen vgl.: Die als Frühstücksgetränk beworbene „Haemacolade“ der Berliner Hygiene GmbH. In: Berliner Tageblatt 04.03.1910; „Sanatogen-Chokolade“. In: Berliner Tageblatt 19.02.1899; „Malto-Fer-Cacao“ [Malz-Eisen-Kakao] der Stockholmer Handels- & Fabriks Aktiebolaget Sanitas. In: Dagens Nyheter 15.02.1902 oder auch „Dr. Hectors Kraft- und Nährsoltchoklad“ [Dr. Hectors Kraft- und Nährsalzschokolade], die von Henrikssons Tekniska Fabrik in

Säfte,⁸³³ Zwieback⁸³⁴ oder auch Nerven-Tees. Bei den Tees für Nervöse fanden sich indes nicht nur Reklamen für Mixturen mit beruhigenden Kräutern,⁸³⁵ sondern auch für eher aufputschende Mate- oder Schwarztees, die paradoxerweise sedativ und keinesfalls als Tonikum für besonders erschöpfte Neurastheniker gedacht waren. Dabei wurde etwa der verminderte Teeingehalt als besonders zuträglich für Nervöse angepriesen – wie es Teehändler Onno Behrends aus Norden zur Vermarktung seines schwarzen Tees tat.⁸³⁶ Als Mittel gegen Nervosität und Schlaflosigkeit bewarb beispielsweise H. L. Ygberg aus Göteborg seinen Mate-Tee aus Paraguay, der zudem noch heilsamer als herkömmlicher Tee oder Kaffee sei.⁸³⁷ Ebenso pries die niederländische Firma Van Houten in Schweden ihren handelsüblichen Kakao an. Während Kaffee oder Tee bekanntlich einen „schädlichen Einfluss auf die Nerven ausüben“ [„utöfva ett skadligt inflytande på nerverna“] würden, sei guter Kakao ein erwiesenes Nahrungsmittel, dass „bei nervösen Unregelmäßigkeiten oft hemmend, immer lindernd und vorbeugend“ wirke [„vid nervösa oregelbundenheter verkar ofta botande, alltid lindrande och förebyggande“].⁸³⁸

Gerade die Genussmittel Kaffee, Bier und Wein wurden, aufgrund ihrer stimulierenden Ingredienzien Koffein und Alkohol, in den damaligen Diskursen wiederholt als Auslöser oder Verstärker nervöser Reizzustände angeführt. Daher mutet es aus heutiger Sicht geradezu absurd an, dass eben jene Erzeugnisse damals in Deutschland und Schweden in Genussmittel-Präparaten für Nervöse beworben wurden. Bei den Kaffeemischungen handelte es sich dabei aber um Kaffeeersatzprodukte, sogenannte Kaffeesurrogate.⁸³⁹ Mischungen mit gerösteter Zichorienwurzel, in Deutschland heute umgangssprachlich als ‚Muckefuck‘ bekannt, wurden damals als Ersatzkaffee oder als den Bohnenkaffee abmildernde Kaffeezusätze beworben – beispielsweise der schwedische ‚Intubikaffé‘ von ‚Stockholms Kaffe-Aktiebolag‘ oder ‚J. Altmanns Nährkaffee‘ aus dem

Örebro vertrieben wurde, vgl. „Drick D:r Hectors Kraft- och Närsaltchoklad!“. In: Dagens Nyheter 09.06.1901.

833 Werbung Saft: Die Apfelsaftkellerei Poetko aus Guben (Brandenburg) bewarb „Poetko's Apfelsaft“ als „ideales Gesundheitsgetränk für Kinder, Nervöse, Genesende“, vgl.: „Gebt Euren Mädeln und den Buben nur Poetko's Apfelsaft aus Guben“. In: Berliner Tageblatt 09.07.1907.

834 Werbung Zwieback: Der Zwieback „Spasmosit“ der Pharm. Handelsg. Noris Zahn & Co. wurde als „diätetisches Nahrungsmittel“ bei Nervosität, Schlafstörungen und sogar epileptischen Anfällen empfohlen, vgl.: „Spasmosit-Zwieback“. In: Berliner Tageblatt 01.11.1907.

835 Werbung Nerven-Käutertees: Der naturheilkundlich tätige Kneipp vertrieb seine Gesundheitstees – darunter auch einen Nerven-Tee – regelmäßig in schwedischen Zeitungen, vgl.: „Kneippiska Läkeörttéerna“ [Kneippsche Medizinkräutertees]. In: Aftonbladet 23.06.1906; „Örter som läkemedel“ [Kräuter als Medizin]. In: Dagens Nyheter 15.09.1906. Die Dresdner Citronenteeabrik empfahl ihren „Citronentee Lemo“ hingegen nicht nur bei Nervosität, sondern auch bei Herzleiden, Rheuma und Gicht, vgl.: „Citronentee Lemo“. In: Berliner Tageblatt 01.04.1911.

836 Vgl. „Behrends' Thee“. In: Berliner Tageblatt 19.12.1898.

837 Vgl. „Maté“ [Mate-Tee]. In: Dagens Nyheter 11.08.1891.

838 Siehe die Reklamen für „Van Houtens Cacao“ im Aftonbladet vom 10.09.1897 und im Dagens Nyheter vom 17.04.1897. Eingerahmt wurden die Annoncen von einer Ranke der Kakaopflanze.

839 Zu den damals gebräuchlichen Stoffen in den Kaffeeersatzprodukten vgl. den zeitgenössischen, schwedischen Lexikon-Eintrag: „Kaffesurrogat“. In: Kikare, Johan: Nordisk familjebok/Uggleupplagan [Nordisches Familienbuch/Eulenausgabe], Bd. 13 (1910), S. 543. Digitalisiert im Projekt Runeberg: <http://runeberg.org/nfbm/0296.html> [Zugriff: 05.07.2022].

preußischen Königsberg.⁸⁴⁰ Besonders mit nationalen und ökonomischen Symboliken aufgeladen, war die Werbung für das schwedische Kaffeesurrogat „Branä Kaffe“, in der ‚Moder Svea‘ [Mutter Schweden] ihr Volk zu einer Tasse Kaffee einlud.⁸⁴¹ In der Reklame hielt diese eine dampfende Branä-Kaffeetasche in der Hand, und warnte – ein Schild mit der Aufschrift „Sverige å Svenskarna“ [Schweden den Schweden] zu Füßen – davor, dass ihr Volk durch den Konsum von normalem Kaffee schwere Schäden davontrage.⁸⁴² So greife der Kaffeemissbrauch Schwedens Selbstständigkeit an, weil er die Volksgesundheit untergrabe; schwäche die Nerven und damit die moralischen Kräfte und koste das Land jährlich 45. Millionen Kronen – was Schwedens ökonomische Stärke untergrabe.⁸⁴³ Als Gegenpart wurde das Kaffeersatzprodukt „Branä Kaffe“ geradezu glorifiziert. Es untergrabe nicht die Volksgesundheit, verderbe nicht die Nerven und ziehe kein Geld aus dem Land – spare also auch Schwedens Kapitalstärke.⁸⁴⁴ In beiden Ländern vertrieben wurde der auf Malz – sprich kurz gekeimten und gerösteten Getreidesorten – basierende „Kathreiner’s Kneipp-Malzkafee“ des umtriebigen Anhängers der Naturheilkunde Sebastian Kneipp.⁸⁴⁵ Ebenfalls ein Malz-Ersatzprodukt – dieses Mal anstelle alkoholhaltigen Hopfens – war das „Malzextrakt-Gesundheitsbier“ von Johann Hoff.⁸⁴⁶ Wie die übrigen Malzprodukte aus der Fabrikation Hoff in Hamburg – es gab außerdem malzhaltige Schokolade, Brustbonbons, Seife, Pomade und konzentrierte Malzextrakte – wurde das Hoff’sche Gesundheitsbier sowohl in Deutschland als auch in Schweden vertrieben.⁸⁴⁷ In den deutschen Zeitungen war auch gehäuft das Malz-Präparat „Biomalz“ der Gebrüder Patermann zu finden, das dem Malz einen verjüngenden und auffrischenden Effekt

840 Reklame für „Intubikaffe“ vgl.: „Dricker Ni Kaffe“ [„Trinken Sie Kaffee“]. In: Aftonbladet 11.05.1894. Werbung für „J. Altmanns Nährkaffee“, vgl.: „Fort mit dem teuren Bohnenkaffee“. In: Berliner Tageblatt 19.10.1906. Zum im deutschen Rheinland geprägten Ausdruck „Muckefuck“, vgl. Pollmer, Udo: „What the fuck is Muckefuck?“. In: Deutschlandfunk 23.12.2007: <https://www.deutschlandfunkkultur.de/what-the-fuck-is-muckefuck-100.html> [Zugriff: 05.07.2022].

841 Vgl. die Reklame für „Branä Kaffe“. In: Aftonbladet, Bad-och kurortsnummer 26.04.1914, S. 24 (ganzseitig).

842 Vgl. ebd.

843 Vgl. Reklame für „Branä Kaffe“. In: Aftonbladet, Bad-och kurortsnummer 26.04.1914, S. 24 (ganzseitig).

844 Vgl. ebd.

845 In zahlreichen Zeitungen wurden Anzeigen für „Kathreiner’s Kneipp-Malzkafee“ geschaltet, vgl.: „Bästa – Kathreiner’s Kneipp-Malkaffe“. In: Aftonbladet 19.01.1895 und Dagens Nyheter 02.04.1895; „Es ist noch nicht genug bekannt“. In: Bürger-Zeitung für Düsseldorf und Umgebung 13.02.1901. Dieser Kaffee-Reklame wurde auch gezielt als Mittel gegen weibliche Nervosität beworben, vgl.: „Unsere Frauen und Mädchen“. In: Düsseldorfer Volksblatt 01.02.1894.

846 Reklamen für Hoff’sches Gesundheitsbier, vgl.: „Johann Hoff’s Malzextrakt-Gesundheitsbier“. In: Berliner Tageblatt 02.05.1889 und „Ett Unicum“ [„Ein Unikum“]. In: Aftonbladet 17.07.1882.

847 Vgl. die Annoncen für Hoff’sche Malzprodukte in Schweden: „Johann Hoff’ska Maltpreparatet“ [„Johann Hoff’sches Malzpräparat“]. In: Aftonbladet 26.02.1887; „Ett medels anbefallande af två andliga mot nervositet, blodbrist, svaghet“ [„Ein Mittel empfohlen von zwei Geistlichen gegen Nervosität, Blutarmut, Schwäche“]. In: Aftonbladet 06.04.1889; „Patieterna“. In: Aftonbladet 20.07.1889. Für deutsche Reklamen vgl.: „Nervosität, Schlaf- und Appetitlosigkeit geheilt durch die echten Joh. Hoff’schen Malzpräparate“. In: Berliner Tageblatt 04.09.1866; „Johann Hoff“. In: Berliner Tageblatt 02.05.1889 oder „Sarah Bernhardt“. In: Berliner Tageblatt 14.01.1899.

ganz im Sinne der neuen Körperkultur zusprach.⁸⁴⁸ Meist nicht auf das Stimulans Alkohol verzichtet, wurde hingegen bei den zeitgenössischen Weinen, die für Nervöse angepriesen wurden. Beim Produkt mit dem sprechenden Namen „Wincarnis“ handelte es sich etwa um eine Mixtur aus Südwein, Fleischextrakt und Malz, die blutbildend und nervenstärkend wirken sollte.⁸⁴⁹ In ähnlicher Weise vertrieb die Apotheke „Hjorten“ im schwedischen Lund billige, sogenannte Eisenweine [jervinjer].⁸⁵⁰ Die Apfelsaftkellerei Poetko aus dem brandenburgischen Gruben stellte nicht nur reinen Fruchtsaft, sondern auch Apfelwein, Apfelspekt und Beerenweine her, die als natürliche und gesunde Alkohol-Alternativen beworben wurden.⁸⁵¹ Alkoholfreie Ausnahmen stellten die unvergorenen Trauben- und Obstweine dar, die von der „Ersten Deutschen Gesellschaft zur Herstellung alkoholfreier Weine in Worms“ produziert wurden und mit viel Eisen und Zucker für Nervöse warben.⁸⁵²

Neben den genannten Produktarten, gab es auch Präparate, die als allgemein als Kräftigungs-mittel Schwächezuständen entgegenwirken sollten. Bei einigen Mitteln verwies schon der Name auf die enthaltenen, aufputschenden Substanzen oder angeblich beigemischte Edelmetalle. Die Alkaloide Kokain oder Cannabis wurden etwa in den Produkten „Dallkolat“⁸⁵³ und „Kola-Dultz“,⁸⁵⁴ verschiedenen Präparaten des Herstellers „Lakola“⁸⁵⁵ oder „Dr. Alvarez Coca-Piller“⁸⁵⁶ verwendet. Die schwedische Firma „Tekniska Fabriken Röda Korset Stockholm“ warb für ihre Malz-Cannabis-Präparate sogar mit positiven Stellungnahmen des schwedischen Mediziners Henrik Berg, der einen Kakao aus der Cannabis-Produktlinie auch zur Stärkung von Schulkindern empfahl.⁸⁵⁷ Das Präparat schien so beliebt zu sein, dass es beispielsweise im Getränk „Apotekare Holsts Maltos Cannabis“⁸⁵⁸ Nachahmer fand. Das schwedische Pharmaunternehmen „Östermalms Kemiska Fabrik“ warb für sein Präparat „Aurum“ sogar mit

848 Vgl. die Anzeigen für „Biomalz“: „Eine Verjüngungs- und Auffrischungs-Kur“ in der BT-Beilage ‚Haus, Hof und Garten‘ Nr. 32 H. 18, 30.04.1910 oder „Die Kunst, jung zu bleiben“ im Berliner Tageblatt vom 06.01.1911.

849 Vgl. die „Wincarnis“-Reklame: „Blühende Gesundheit“. In: Berliner Tageblatt 04.04.1914.

850 Vgl. die als Artikel getarnte Anzeige der Lunder Apotheke: „I nervositetens tidehvarf“ [„Im Zeitalter der Nervosität“]. In: Dagens Nyheter 02.09.1887.

851 Werbung alkohohaltige Fruchtweine: „Wer Abstinenzler nicht mag sein, Der trinke Poetko's Apfelwein“. In: Berliner Tageblatt 09.07.1907.

852 Für die alkoholfreien Wormser Weine vgl. „Alkoholfreie Weine“. In: Berliner Tageblatt 01.03.1898.

853 Der Name „Dallkolat“ stand für Dallmanns Kola-Pastillen, welche u.a. mit den Eigenschaften warben „Ausdauer und fröhlichen Wagemut“ oder „kühnes Selbstvertrauen“ zu geben, vgl. „25 Jahre Dallkolat“. In: Berliner Tageblatt 27.05.1914.

854 Anzeige für „Kola-Dultz“, vgl. „Nerven, die zur Verzweiflung bringen“. In: Berliner Tageblatt 10.05.1916.

855 Unter dem Namen „Lakola“ wurden nervenstärkende Tabletten, Pastillen, Pulver und Extrakte vertrieben, vgl. „Lakola“. In: Aftonbladet 12.04.1894.

856 Werbung für „Dr. Alvarez Coca-Piller“, vgl. „Ett efterföljansvärdt råd“ [„Ein nachahmungswerter Rat“]. In: Aftonbladet 26.10.1880.

857 Für die mehrseitige Annonce der „Tekniska Fabriken Röda Korset Stockholm“, vgl. „Maltos-Cannabis“. In: Aftonbladet 11.05.1894.

858 Reklame für das von der schwedischen Apotheke vertrieben Malz-Cannabis-Getränk, vgl. „Drick hälsa!“ [„Trink Gesundheit!“]. In: Aftonbladet 03.10.1914.

dem Slogan „Gesundheit ist Gold“ [„Hälsa är guld“].⁸⁵⁹ Bei anderen allgemeinen Stärkungsmitteln, lassen sich die enthaltenen Stoffe erahnen. So wird dem von A. Wolffsky gegen „Schlagfluss“ (Lähmungen) vertriebenen „Anti-Schlagfluss-Wasser“ vermutlich Strychnin beigemischt gewesen sein.⁸⁶⁰ Auf eine breitere Verbreitung von Abhängigkeiten von Tonika unter zeitgenössischen Neurasthenie-Patienten verweisen Präparate wie „Antimorphin“. Die im April 1902 im Aftonbladet geschaltete Anzeige für „Antimorphin“ warb damit, eben jene Süchte zu bekämpfen und dafür keine Opiate zu nutzen – das Präparat könnte aber durchaus schon das synthetisch hergestellte und noch abhängiger machende Heroin enthalten haben.⁸⁶¹ In Deutschland wurden Kräftigungsmittel darüber hinaus während des Ersten Weltkrieges als Kriegsnahrungsmittel verkauft. Das Lecithin, Eisen und Pflanzen-extrakte enthaltene Präparat „Calcinervin“ wurde etwa damit beworben, dass es bei den durch den Krieg erhöhten Anforderungen an „Nerven- u. Blutpflege“ Abhilfe leiste.⁸⁶²

Es gab aber auch Präparate, die sich explizit an eine männliche Käuferklientel wandten und die auf die Bekämpfung sexueller Dysfunktionen ausgelegt waren. Im Rahmen zeitgenössischer Sexualitäts- und Nervositätsdiskurse waren diese Mittel anstelle der konkreten Benennung gesellschaftlich tabuisierter Begrifflichkeiten wie Onanie und Impotenz vor allem mit den oft fett hervorgehobenen Worten „Vorzeitige Nervenschwäche“,⁸⁶³ „bei frühzeitiger Schwäche“⁸⁶⁴ oder einfach nur mit dem Hinweis „für Männer“⁸⁶⁵ aufgemacht. Sowohl in den deutschen als auch in den schwedischen Zeitungen wurde „Muiracithin“ als ein diesbezüglich wirkendes Nerventonicum beworben.⁸⁶⁶ Der Wortstamm des Präparats verweist, ebenso wie bei dem nur in Deutschland vertriebenen „Rubiacthin“,⁸⁶⁷ auf Lecithin-Bestandteile.

859 Werbung für „Aurum“, vgl. „Hälsa är guld!“. In: Aftonbladet 27.11.1900.

860 Vgl. die Reklame für „Anti-Schlagfluss-Wasser“. In: Düsseldorfer Volksblatt 04.10.1885.

861 Die als Artikel getarnte Anzeige für „Antimorphin“, vgl. „En epokgörande medicinsk uppfinning?“ [Eine epochale medizinische Erfindung?]. In: Aftonbladet 28.04.1902.

862 Werbung für „Calcinervin“, vgl. „Kriegsnahrung“. In: Berliner Tageblatt 24.12.1916.

863 Vgl. die Muiracithin-Reklame: „Vorzeitige Nervenschwäche“. In: Berliner Tageblatt 15.09.1907.

864 Verschiedene Muiracithin-Reklamen warnten vor „vorzeitiger Schwäche“. So wurde das Präparat „Potentol“ als „Nervenkraftnahrung bei vorzeitiger Schwäche und Neurasthenie“ beschrieben, vgl. „Potentol“. In: Berliner Tageblatt 31.05.1910. Gleiches galt für „Muiracithin“, vgl. „Männer verlangt b. vorzeitiger Schwäche Muiracithin“. In: Berliner Tageblatt 19.03.1905.

865 So hob beispielsweise eine schwedische Muiracithin-Reklame im Aftonbladet die Worte „förr Herar“ [„für Herren“] fett hervor, vgl. „Muiracithin“. In: Aftonbladet 23.06.1906.

866 Weitere Anzeigen für „Muiracithin“, vgl. „Nervtonicum Muiracithin“ [„Nerventonicum Muiracithin“]. In: Aftonbladet 21.03.1908; „Neurasthenie“. In: Berliner Tageblatt 01.03.1908.

867 Werbung für „Rubiacthin“, vgl. „Ohne Riesen-Reklame!“. In: Berliner Tageblatt 08.05.1911, S. 16. Siehe Abb. 29.

Abb. 29: Werbung für das Präparat „Rubiacithin“

Ohne Riesen-Reklame!

Herren aller Altersstufen, die bei Nervosität, Schwächeständen alles mögliche (Apparate, Geheimmittel, sogenannte Kräftigungsmittel etc.) erfolglos oder ohne dauernde Wirkung angewandt haben, brauchen nicht mehr zu verzagen. Verlangen Sie sofort Broschüre über „Rubiacithin“. Beim Kaiserlichen Patentamt gesetzl. Schutz angemeldet. Das Präparat enthält als wirksamen Bestandteil das einzige bis jetzt wissenschaftl. ertorschte Heilmittel gegen

Männerschwäche, von sofortiger, andauernder Wirkung. Infolge der scharfen Beobachtungszahl eines Naturvolkes in einer unserer Kolonien ist die Heilwirkung entdeckt worden. Das Mittel ist nun auch von zahlreichen in- und ausländischen Professoren und Aerzten erprobt (zum Teil am eigenen Körper) und geradzu glänzend begutachtet. Am 28. April 1911 schreibt mir Herr Professor Dr. med. L. in B.: „Das mir von collegialer Seite zur Verfügung gestellte „Rubiacithin“ habe ich mit aussergewöhnlichem Erfolge angewendet. Alle Formen der sexuellen Neurasthenie erliegen der Bekämpfung durch dieses Präparat innerhalb der allerkürzesten Zeit. Aber nicht nur auf seinem speziel. Gebiete entfaltet es seine Wirkung, sondern eine ganz intensive Besserung des Allgemeinbefindens lässt sich konstatieren. Ihre segensreiche Erfindung lässt uns nun auch dem bisher so traurigen Kapitel der sexuellen Neurasthenie ruhig entgegenreten mit dem Gefühl des unbedingten Erfolges der Behandlung.“ Ohne ausdrückliche Bestellung erhalten Sie keine Nachnahmesendung, wie dies bei vielen Firmen üblich. Urteilen Sie selbst an Hand der Broschüre, und dann bestellen Sie eventuell. Zusendung kostenlos franko (in verschlossenem Kuvert ohne jeden Aufdruck) durch **Apotheker Kaesbach, Zaborze 40, O.-S.**

— Zu haben in Apotheken und Drogerien. —

Bildquelle: „Ohne Riesen-Reklame“. In: Berliner Tageblatt 08.05.1911, S. 16.

Die in der damaligen Öffentlichkeit stark tabuisierte Potenzstörung wird in der Werbung für „Rubiacithin“ besonders deutlich. So lautet die Überschrift „Ohne Riesen-Reklame“, aber im nachfolgenden, kleingeschriebenen Text werden einzig die Worte „Herren“ und „Männerschwäche“ hervorgehoben – sodass wohl jeder Kunde wusste, was gemeint war.⁸⁶⁸

Auch die Potenzpräparate hatten oft sprechende Produktnamen, wie „Fortisin“,⁸⁶⁹ „Potentol“⁸⁷⁰ oder „Veravita“,⁸⁷¹ die damit an Stärke und Manneskraft oder das wahre, vitale Leben anknüpften. Gerne wurde auch mit dem aus dem Lateinischen abgeleiteten Attribut „sanus“ für „gesund“ geworben – etwa beim deutschen „Virisanol“⁸⁷² oder in Schweden beim Mittel „Dr. Sanders Sanarin“.⁸⁷³ Entgegen dem öffentlichen Trend,

868 Vgl. „Ohne Riesen-Reklame!“. In: Berliner Tageblatt 08.05.1911, S. 16.

869 Werbung für „Fortisin“, vgl. „Männer an vorzeitiger Schwäche leidend“. In: Berliner Tageblatt 08.03.1908.

870 Vgl. „Potentol“. In: Berliner Tageblatt 31.05.1910.

871 Werbung für „Veravita“, vgl. „Nervosität und Schwäche der Männer“. In: Berliner Tageblatt 06.08.1909.

872 Vgl. „Virisanol“. In: Berliner Tageblatt 14.04.1907.

873 Vgl. „Dr. Sanders Sanarin“. In: Aftonbladet 09.12.1911.

wurde „Sanarin“ tatsächlich als Mittel gegen sexuelle Neurasthenie beider Geschlechter beworben:

„Dr. Sanders Sanarin ist ein unfehlbares und unschädliches Mittel gegen sexuelle Neurasthenie (impotente Schwächezustände unter beiden Geschlechtern). Spezielle Wirkung, keine Diätkur [...]“⁸⁷⁴

Etwas aus dem zeitgenössischen Schema fiel auch „Steiner's Aphrodisiacum“ – einfach, weil es den Nutzungsbereich direkt ansprach.⁸⁷⁵ Ob diesen Präparaten zur Potenzsteigerung Strychnin zugesetzt war, lässt sich den Annoncen nicht entnehmen.

Auch über die Aufmachungart der zeitgenössischen Werbung im Zusammenhang mit Neurasthenie lassen sich zusammenfassende Aussagen für beide Länder treffen. So wurde in den damaligen Reklamen vielfach für die verschiedenen Neurasthenie-Präparate gar nicht direkt mit dem Namen oder dem Firmenlogo geworben. Vielmehr fanden sich in den Annoncen einleitende Texte, die Symptome der Erkrankung mit zeitgenössischer Zivilisations- und Kulturkritik verbanden, ehe danach auf das eigentliche Präparat – das natürlich genau gegen die zuvor genannten Leiden half – verwiesen wurde. Wie Zeitungsartikel aufgemacht, waren etwa verschiedene Annoncen des Transfer-Präparats „Sanatogen“, in denen mal auf die Nervosität als Erkrankung des modernen Zeitalters⁸⁷⁶ oder, unter dem Eindruck der Beginn des 20. Jahrhunderts populären Willenstherapie, auf den Zusammenhang von Ernährung und Nervenstärke⁸⁷⁷ verwiesen wurde.

Häufig waren die Präparat-Werbungen auch mit Angst einflößenden, beunruhigenden Schlagworten versehen, die auf diese Art zum Kauf animieren sollten. Ganz nach diesem Schema war beispielsweise die Werbung für „Biocitin“ aufgebaut, die mit den Worten „Nerven-Opfer [fett hervorgehoben] kennzeichnen heute den Lauf des modernen Fortschritts“ eingeleitet wurde.⁸⁷⁸ Der durch „ungesunde Ueberproduktion der Geistesarbeit“ hervorgerufene „unnatürlich gesteigerte Verbrauch an Hirn, Rückenmark und Nerven“, der zu „verhängnisvollen Funktionsstörungen“ führe, könne nur „durch eine zweckmäßige Ernährung der Nerven durch Lecithin“ kompensiert werden.⁸⁷⁹ Bei „Biocitin“ handele es sich um leicht verdauliches, „physiologisch reines Lecithin (Nervennahrung)“, dass im patentgeschützten Verfahren Professor Dr. Habermanns und Dr. Ehrenfelds gewonnen werde.⁸⁸⁰ Am Ende der Annonce wurde auf ein kostenloses Geschmacksmuster, dass – inklusive einer Broschüre zur ‚Nerven-Ernährung‘ – portofrei versendet

874 „Dr. Sanders Sanarin“. In: Aftonbladet 09.12.1911 [eig. Übers.; schwed. Originaltext: „Dr. Sanders Sanarin är ett ofelbart och oskadligt medel mot sexuell neurasteni (impotent svaghetstillstand hos bägge könen). Speciell verkan, ingen dietkur [...]“].

875 Werbung für „Steiner's Aphrodisiacum“, vgl. „Alle Männer“. In: Berliner Tageblatt 08.08.1909.

876 Vgl. den Sanatogen-Pseudoartikel „Nervernas Tidsålder“ [Zeitalter der Nerven]. In: Aftonbladet 12.01.1903.

877 Vgl. den Sanatogen-Pseudoartikel „Ernährung und Willenskraft“ im Berliner Tageblatt vom 16.07.1909. In der Reklame „Zwei Möglichkeiten gibt es nur!“ im Berliner Tageblatt vom 13.03.1910, wurde der potentielle Kunde sogar vor die Wahl gestellt, „Knecht seiner Nerven“ zu bleiben, oder mit Sanatogen „Meister über seine Nerven“ zu werden.

878 „Nerven-Opfer“, Biocitin-Werbung im Berliner Tageblatt vom 01.03.1908.

879 Ebd.

880 Ebd.

werde, verwiesen. Abschließend folgten der Name des Produzenten sowie Preise und verfügbare Produktgrößen.⁸⁸¹

Noch drastischer war etwa die Reklame für das Nervenstärkungsmittel „Matein“ gestaltet, das neurasthenische Leiden mit mittelalterlichen Folterqualen verglich:

„Moderne Folterqualen. Schlimmer als im Mittelalter die Folterknechte ihre Opfer quälten, quält die modernen Menschen heute die Nervosität.“⁸⁸²

Abb. 30: Reklame für das Präparat „Nerv-Lecithin“

Nervosität und Neurasthenie sind Gehirnstörungen



sagt Professor Jorel, und mit Geisteskrankheiten nahe verwandt. — Täglich berichten die Zeitungen über Verwilderungszustände, deren Ursprung in geistiger Ermüchtung zu suchen ist: ein trauriges Ende, entstanden durch Vernachlässigung scheinbar harmloser Anfangssymptome. Nur ein rechtzeitig vorbeugendes Eingreifen mit richtigen Mitteln packt das Nebel an der Wurzel und bietet Schutz gegen solche Schicksalsschläge. Rastige Kuren, Bäder oder Massagen können nur wenig helfen. Aufregende Genussmittel sind ebenso schädlich für die Nerven wie betäubende Medikamente, deren Wirkung nur für den Augenblick über den wahren Zustand hinwegtäuscht.

Der Nerv versagt, Gehirn und Rückenmark verkümmern durch Lecithinmangel.

Betrübt es Ihnen an Kraft und Energie, sind Sie vorzeitig ermüdet und spüren Sie sonstige warnende Anzeichen, dann stärken Sie Ihre Nerven rechtzeitig durch das rechte Mittel, durch Nerv-Lecithin, welches im Gegensatz zu anderen Präparaten ein unvermisches Lecithin-Produkt ohne jegliche Zusätze darstellt.

Es frischt Ihr Blut auf, schafft gesunde Säfte und erhöht Ihre Leistungsfähigkeit. Verlangen Sie

ganz umsonst

Die hochinteressante Broschüre „Neue Wege zur erfolgreichen Bekämpfung der Nervensleiben“ nebst Gutachten von Verzten, sowie ein Probepäckchen „Nerv-Lecithin“.

Eine Postkarte genügt!

Dr. Berthold Hoffmann, Berlin W 30, Postfach 173.

Bildquelle: „Nerv-Lecithin“. In: Berliner Tageblatt 23.04.1911, S. 28.

Die anderen, konkurrierenden Präparate warben aber meist ebenfalls mit Gratisproben, beigelegten Broschüren und medizinischen Gutachten zum Produkt. Das in den Reklamen anvisierte Schreckensszenario, ohne die Einnahme des Präparats womöglich von einer leichten Neurasthenie in eine schwere Geisteskrankheit überzugehen, wurde manchmal auch bildlich unterstützt. So war in der Annonce für „Nerv-Lecithin“, die mit den Worten „Nervosität und Neurasthenie sind Gehirnstörungen“ aufgemacht war,

881 Vgl. ebd.

882 Matein-Reklame: „Moderne Folterqualen“. In: Berliner Tageblatt 03.03.1914.

noch die Fratze eines Mannes mit weit aufgerissener Augen- und Mundpartie, schütterem Haar und eingefallenen Wangen abgebildet.⁸⁸³ Darunter stand der Slogan „Stärken Sie Ihre Nerven rechtzeitig“.⁸⁸⁴

Die Reklame für „Visnervin“ in der Beilage ‚Haus, Hof und Garten‘ des ‚Berliner Tageblatts‘ vom 01.05.1909 war etwas weniger offensiv und bildete einen Mann mit bekümmertem Gesichtsausdruck ab, der seinen Kopf abstützen muss.⁸⁸⁵

Da so viele Mittel mit ähnlichen Inhaltsstoffen vertrieben wurden, versuchten die Hersteller ihre Produkte natürlich voneinander abzugrenzen. Dies geschah insbesondere durch die Herausstellung einer besonderen Qualität, oder über den Preis. Zur Unterstreichung der Qualität eines Präparats wurde in vielen Anzeigen mit positiven Stimmen von Ärzten⁸⁸⁶ oder Patienten geworben⁸⁸⁷ – deren reale Existenz wahrlich nicht mehr überprüfbar, vermutlich aber zu verneinen ist. Gehäuft wurden auch die für die Präparate erworbenen Patente hochgehalten⁸⁸⁸ – diese Patentmedizin war aber eine Medizin der Massen.⁸⁸⁹

Daneben wurde auch mit Auszeichnungen geworben. Das von den Pharmazeuten A. Leerbeck und J. Holm patentierte Mittel „Fergan“ kündete von Gold- und Silbermedaillen,⁸⁹⁰ der Malzproduzent Johann Hoff warb für sich als „Hoflieferant der meisten europäischen Souveräne“.⁸⁹¹

883 Anzeige für „Nerv-Lecithin“ im Berliner Tageblatt vom 23.04.1911, S. 28. Siehe Abb. 30. Eine ganz ähnliche Fratze zeigte die Werbung für „Dr. med. Müller's Nervennährsalz“, vgl. „Nervosität und Blutarmut“. In: Berliner Tageblatt 03.06.1908, S. 22.

884 Vgl. ebd.

885 Vgl. die Visnervin-Anzeige „Kraftlose Nerven“ in der BT-Beilage ‚Haus, Hof und Garten‘ Nr. 31 H. 18, 01.05.1909.

886 In einer schwedischen Sanatogen-Reklame sprachen gleich drei deutsche und ein schwedischer Arzt dem Produkt großen Nutzen zu – wahlweise als diätetisches Mittel, bei nervöser Dyspepsie oder geschwächten Kindern, vgl. „Sanatogen för vuxna och barn“ [Sanatogen für Erwachsene und Kinder]. In: Aftonbladet 16.01.1904.

887 In einer Anzeige für „Leseko-Nervennahrung“ berichteten angebliche Patienten von glänzenden Heilerfolgen durch das Präparat, vgl. „Verbraucht!“. In: ‚Haus, Hof und Garten‘ Nr. 34 H. 54, 24.08.1912. In einer Capsoluids-Werbung berichtete Martha Larsen von erfolgreich behobenen Schwächeanfällen, vgl. „Capsoluids“. In: Aftonbladet 11.10.1901.

888 Beispielsweise in der Werbung für „Biocitin“, vgl. „Nerven-Opfer“. In: Berliner Tageblatt 01.03.1908. Oder in der Anzeige für das Nährpräparat „Visvit“, dessen Name für Vis vitae und damit für Lebenskraft stand, vgl. „Lebenskraft bei Nervosität“. In: Berliner Tageblatt 11.01.1907.

889 Vgl. Pietikäinen: *Neurosis and modernity* 2007, S. 187.

890 Vgl. die Anzeige „Fergan“. In: Dagens Nyheter 24.11.1902.

891 Siehe die Reklame „Johann Hoff“. In: Berliner Tageblatt 02.05.1889. Auch in den schwedischen Annoncen warb Hoff mit dem Attribut, Königlicher Hoflieferant zu sein, vgl.: „Patieterna“. In: Aftonbladet 20.07.1889.

Abb. 31: Schwedische Sanatogen-Werbung zum zehnjährigen Jubiläum (Bildausschnitt)



Bildquelle: „Sanatogen“. In: Aftonbladet, 19.09.1909, S. 8.

Es wurde aber auch auf prominente Persönlichkeiten zurückgegriffen, die in den Reklamen ihr nervöses Leiden und erfolgreiches Kurieren durch das jeweilige Produkt beschrieben. So warben beispielsweise „Sanatogen“ mit dem schwedischen Dramaturgen Algot Sandberg,⁸⁹² oder die „Hoff’schen Malzpräparate“ mit der damals international erfolgreichen Mimim Sarah Bernhardt,⁸⁹³ deren Nervosität durch zahlreiche Zeitungsartikel und Satiren weitreichend bekannt gewesen sein dürfte. Das damals in Deutschland und Schweden überaus populäre Nährpräparat „Sanatogen“ warb in den Jahren 1908/1909 darüber hinaus mit der Zuverlässigkeit des Produkts, welches sich seit einem Jahrzehnt bewährt habe.⁸⁹⁴

In der schwedischen Jubiläumsanzeige sticht, neben Produktinformationen und Ärztstimmen, insbesondere ein Werbebild hervor, in das unverkennbar die damals populäre Strömung einer neuen Körperkultur von Kraft und Schönheit eingeflossen ist.⁸⁹⁵ Das in drei Sinnabschnitte gegliederte Bild ist, mit abgebildetem Tempel, olympischem Feuer und allesamt in Chiton-Gewänder gehüllten Personen, eindeutig als Anlehnung

892 Vgl. „Et intressant omdöme“ [Ein interessanter Bericht]. In: Aftonbladet 01.11.1912.

893 Vgl. „Sarah Bernhardt“. In: Berliner Tageblatt 14.01.1899, S. 4.

894 Vgl. die Sanatogen-Anzeigen im Berliner Tageblatt vom 15.10.1908 und im Aftonbladet vom 19.09.1909.

895 Für die Jubiläums-Anzeige vgl. „Sanatogen“. In: Aftonbladet 19.09.1909, S. 8. Siehe Abb. 31.

an die um 1900 idealisierte, griechische Antike zu erkennen.⁸⁹⁶ Die Bildmitte zeigt einen mit der Aufschrift „Sanatogen“ versehenen Tempel in dem eine Frau, die auch eine griechische Göttin darstellen könnte, aus einer Amphore eine Flüssigkeit in einen Becher ausschenkt.⁸⁹⁷ Im linken Bildausschnitt steht eine Gruppe sichtlich geschwächter Menschen – ein Greis, zwei vom Kampf gezeichnete Männer mit Gehstock und zwei entkräftete Frauen, von denen eine einen müden Säugling hält – für einen Schluck aus dem Becher an. Im nächtlich-düster gehaltenen Hintergrund entsteigen einer (olympischen) Feuerschale nur noch Rauchschwaden.⁸⁹⁸ Auf der rechten Bildseite sind die Menschen dargestellt, die schon einen Schluck „Sanatogen“ genommen haben. Die Stimmung ist völlig konträr zum negativ aufgeladenen, linken Bildausschnitt. Abgebildet ist dort eine gesund und lebensfroh wirkende Menschenmenge – ein muskulöser Jüngling mit freiem Oberkörper hält einen freundlich winkenden, properen Säugling und ist dabei von blumentranken Frauen von jugendlicher Frische und Schönheit sowie einem weise dreinblickenden älteren Mann mit Rauschebart umgeben. Im Hintergrund der hellen Tag-Szenerie lodert die Feuerschale.⁸⁹⁹ Zur Untermalung dieser mit Sinnbildern überladenen Darstellung, säumt das Bild im unteren Bereich noch ein Spruchband mit dem Text „Hög kraft är gudars gafva“ [Hohe Kraft ist ein Geschenk der Götter].⁹⁰⁰ Darunter wird der englische Arzt Thomas Sydenham (1624–1689) mit dem Ausspruch „Det är ej få sjukdomar, som kunna botas uteslutande genom ändamålsenlig näring“ [Es gibt nicht wenige Krankheiten, die ausschließlich durch eine zweckmäßige Ernährung geheilt werden können] zitiert.⁹⁰¹ Allein das Bild wird die damalige Öffentlichkeit gleich auf mehrfache Weise angesprochen haben. Nicht nur überhöhte der Hersteller sein Nährpräparat zum Produkt ‚göttlicher‘ Güte. Ebenso werden potenzielle Kunden ihre Gebrechen wiedererkannt haben sowie gerne mit dem hier antizipierten, modischen Trend körperlicher Kraft und Schönheit gegangen sein.

Gleichermaßen wurden die Produkte aber auch über einen günstigen Preis beworben. Dies wird der Tatsache geschuldet sein, dass die Neurasthenie ein weit verbreitetes Massenphänomen war und mit den Werbeanzeigen insbesondere eine weniger begüterte Zielgruppe angesprochen werden sollte, die sich einen teuren Kuraufenthalt nicht leisten konnte. So warb das schwedische Nerven-Mischpräparat „Makela“ beispielsweise damit, dass eine Makelakur stärker und billiger sei, als ein Sanatogenkur und bezog sich damit auf das damals sehr populäre Konkurrenz-Produkt „Sanatogen“.⁹⁰² Darüber hinaus fiel bei der Recherche auf, dass der schwedische Makela-Hersteller offenbar gezielt die Werbestrategien seiner Konkurrenten aufgriff und sogar ganze Textpassagen

896 Vgl. ebd. In der Strömung der neuen Körperkultur nahmen die Menschen insbesondere auf die antiken Ideale eines schönen und schlanken, aber auch athletisch gesunden Körpers Bezug. Vgl. dazu Kapitel 3.1.2.

897 Vgl. ebd.

898 Vgl. ebd.

899 Vgl. ebd.

900 Vgl. ebd.

901 Ebd.

902 Werbung für „Nervnäringen Makela“. In: Aftonbladet 28.03.1910, S. 3: „En Makelakur är långt mera stärkande och billigare än en Sanatogenkur“ [„Eine Makelakur ist weit mehr stärkend und billiger als eine Sanatogenkur“].

Abb. 33: Werbung für das schwedische Präparat „Nervnärigen Makela“

Nervlidanden äro hjärnlidanden.

Hjärnan och ryggmärgen utgöra tillsammans centrum för hela nervsystemet, nervtrådarna äro blott dessas biorgan. Det, som betecknas som nervositet, nervsvaghet, neurasteni och hysteri, utgör egentligen icke svaghets-tillstånd hos nervtrådarna, som genomlöpa kroppen, utan hos deras centrum — hjärnan och ryggmärgen. Dessa kunna på grund af nedarf eller till följd af öfveranstrengning, utsväfningar, sorger och sinnessjukter vara försvagade. Nervsystemet, nogare uttryckt hjärnan med dess förgreningar, retas då till följd af sin svaghet af de ringaste orsaker, det har blifvit allt för känsligt och är i absolut behof af att stärkas, hvilket dock icke kan ske genom s. k. nervtillande (rättare nervbedöfvande) medel, utan endast genom tillförel af lämpliga näringsämnen.

”Utän fosfor ingen tanke!”

yttrade den berömda fysiologen Moleschott. Hvad ägghviteämnena utgöra för muskelverksamheten, det utgör fosfor för hjärnarbetet. I brist på fosfor fungerar hvarken tanken eller minnet, hvarken intelligensen eller handlingskraften. Vid otillräcklig tillförel af lättsmältta ägghviteämnen följor försvagning af muskelkraften, vid otillräcklig tillförel af för absorbering lämpliga fosforämnen följa försvagning af förståndsförmögenheterna, minnet, arbetskraften och närmast allmänna yttringar af

nervositet, neurasteni och hysteri,

t. ex. stegrad mottaglighet för buller, lukter och andra sinnessörnimmelser, hufvudvärk, ryckningar, rivande eller stickande smärtor i ansikte, hals och lemmar, känslor liksom af krypande myror, hjärklappning, avindelanfall, mattighet, ångest-anfall, oroligt, nyckfullt väsen, retlighet, symmetrisk morgon efter uppvaknandet, beklämning, sömnlöshet, känsla af fladdrande rörelser, gråt, skrätt eller gäspkramp, onda drömmar, egendomlig lust eller motvilja för något, blodvättning i ådrorna o. s. v.

I hjärnan och nervsubstansen öfverhufvudtaget ingår fosfor såsom organisk förening. Den förbrukas af hjärnan och måste ersättas; sker detta icke, så är hjärnan och hela nervapparaten hvarken i stånd att fullgöra sina funktioner eller motståndskraftig, den råkar af minsta smärak i uppror, man blir glömsk af sig, retlig, orolig, icke upplagd för andligt arbete, kort sagdt — »nervös».

Här hjälper i längden hvarken antipyrin, brom eller något annat nervbedöfvingsmedel, utan endast tillförel af lämpliga näringsmedel, och ett dylikt är

Nervnärigen ”Makela”,

hvars hufvudsakligast verksamma beståndsdel just utgör en organisk fosforförening. Dess verkan är varaktig och medför inga skadliga biffektter.

En *Makelakur* är ytterst stärkande, icke endast för kroppen i sin helhet, utan speciellt för nervsystemet.

En *Makelakur* är utidens förnämsta medel mot *blodbrist*, *svaghets-tillstånd*, uppkomna genom *andlig* eller *kroppslig öfveranstrengning*, samt af största nytta för personer, hvilkas motståndsförmåga blifvit nedsatta af *utmattande sjukdomar* och *nedstämmade inflytelser*.

En *Makelakur* skänker

ny lifskraft

vid *sjukdomar i nervsystemet*. Den verksamma beståndsdel i »Makela» rekommenderas af ut- och inlandets förnämsta läkare. En *Makelakur* är långt mera *stärkande* och *billigare* än en *Sanatogenkur*.

Makela kostar *5 kronor* pr sats och sändes franko öfverallt mot efterkräf. Det säljes endast genom apoteken. Finnes det ej i apoteket i Er stad, så rekvrirera direkt från tillverkaren

A.-B. Malmö Kemiska Laboratorium.

6085

Bildquelle: „Nervnärigen Makela“. In: Aftonbladet, 28.03.1910, S. 3.

Die Werbung beginnt mit der im nachstehenden Absatz erläuterten Aussage „Nervenleiden sind Gehirnleiden“. Danach wird das Zitat des niederländischen Physiologen Moleschott „Ohne Phosphor kein Gedanke!“ aufgegriffen und auf die Notwendigkeit der Zufuhr organischer Phosphorverbindungen für eine gesunde Arbeitsleistung des menschlichen Gehirns verwiesen.⁹⁰⁴ In der nächsten Textpassage wird davor gewarnt,

904 Vgl. ebd. Über den in damaligen Nervenpräparaten vielfach eingesetzten Wirkstoff Lecithin, der eine solche organische Phosphorverbindung darstellt, wurde zuvor berichtet. Während bei „Makela“ nichts Genaueres zum Wirkstoff steht, wird bei „Antineurasthenin“ auf Myelin verwiesen. Myelin enthält Lecithin, ist aber vor allem eine fetthaltige Schutzschicht, die Verbindungsleitungen zwischen Nervenzellen isoliert und so eine schnelle Weiterleitung von Nervenimpul-

dass ein Phosphormangel die „allgemeinen Erscheinungen der Nervosität, der Neurasthenie, der Hysterie“ – es folgt eine Liste der bekannten, vielfältigen Symptome – auslöse.⁹⁰⁵ Im letzten Viertel des Textes weichen die Annoncen schließlich voneinander ab, weil das jeweilige Präparat beworben wird. Gegen die nervösen Erkrankungen helfe langfristig nur das jeweils angepriesene Nährpräparat, während andere Mittel die Nerven nur betäuben aber nicht heilen würden.⁹⁰⁶

Da das „Antineurasthin“ von der Berliner GmbH des Mediziners Karl Hartmann produziert wurde, aber „Makela“ im „A.-B. Malmö Kemiska Laboratorium“ hergestellt und nicht auf Hartmann verwiesen wurde, scheint ein Vertrieb des deutschen Präparats im schwedischen Ausland unter anderem Namen unwahrscheinlich. Eher scheint es sich um eine, auf deutsch-schwedischem Wissenstransfer beruhende, Kopie zu handeln – vergleichbar den damals zuhauf anzutreffenden, preisgünstigen Imitationen der medico-mechanischen Apparate.

Die von der chemischen Fabrik ‚Schmaller & Lubenow, Berlin‘ vertriebenen Doppelmilch-Pulver genutzte Werbestrategie setzte sowohl auf den Preis, als auch auf eine Qualitäts-Legitimierung durch angebliche ärztliche Gutachten. So wurde in der am 12. März 1911 im Berliner Tageblatt geschalteten Anzeige einerseits mit dem Slogan „unsere Produkte sind vor allem billig, wodurch jedem der Gebrauch ermöglicht wird“ geworben und war ein Ausschneide-Bon zum Erhalt einer Gratisprobe bereits abgedruckt.⁹⁰⁷ Andererseits warb der Hersteller für den Einsatz der Präparate bei Schwächezuständen von Erwachsenen und Kindern und suchte diesen durch drei abgedruckte medizinische Fallgeschichten zu legitimieren. Dass es sich nicht um reale medizinische Gutachten handelte, fällt schon dadurch auf, dass kein Arzt genannt wird. Allerdings wird in der Reklame das sich schon in den zeitgenössischen Zeitungsartikeln niederschlagende Bild der Neurasthenie als eine alle Gesellschaftsschichten ergreifende Erkrankung aufgegriffen. Den Leser geradezu exemplarisch erschienen sein, müssen die geschilderten Krankheitsfälle eines überanstrengten Schulkindes, eines geistig überarbeiteten Kaufmannes sowie einer jungen Näherin, deren Schwäche auf Arbeitsermüdung und Menstruationsbeschwerden zurückgeführt wurde.⁹⁰⁸ Damit der Name des Produktes bei den Menschen im Gedächtnis blieb, bediente sich die Neocithin-Reklame im Berli-

sen garantiert. 2018 fanden Forscher heraus, dass eine Gabe von Lecithin eine fehlende Myelinschicht ersetzen und bei neurologischen Erkrankungen helfen kann. Vgl. dazu: „Wissenschaftler entwickeln neuen Therapieansatz für neurologische Erkrankung“, Pressemitteilung der Universität Leipzig vom 03.08.2018: <https://www.uni-leipzig.de/newsdetail/artikel/nahrungsergaenzungsmittel-lecithin-als-moegliche-option-fuer-patienten-mit-charcot-marie-tooth-erkrankung> [Zugriff: 05.07.2022]. Diese Zusammenhänge legen die Vermutung nahe, dass damals im „Antineurasthenin“ eigentlich auch Lecithin genutzt wurde.

905 Vgl. die Annoncen „Nervnärigen Makela“. In: Aftonbladet 28.03.1910 und „Antineurasthenin“. In: Berliner Tageblatt 06.01.1907.

906 Vgl. ebd.

907 Vgl. die Annonce für „Doppelmilch-Phosphor-COC“ und „Doppelmilch-Eisen-COC“. In: Berliner Tageblatt vom 12.03.1911

908 Vgl. ebd.

ner Tageblatt vom 15.10.1909 des Stilmittels der Alliteration und warb mit dem Spruch „Nähret die Nerven mit Neocithin“.⁹⁰⁹

Die enge Verbindung damaliger Sexualitäts- und Nervositätsdiskurse tritt besonders in den Reklamen hervor, die gezielt an Frauen oder Männer gerichtet waren. In der Gesellschaft überwog damals noch das traditionelle Frauenbild in ihrer Rolle als Hausfrau und Mutter. Als ‚Zierwerk‘ des Mannes hatten die Frauen vor allem schön und liebenswert zu sein. Dieses Motiv scheint etwa bei den Massage-Hilfsapparaten durch. Ganz im Einklang mit dieser ehelichen Vormachtstellung des Mannes stand beispielsweise auch die Reklame von „Kathreiner’s Kneipp-Malzkafee“, die nicht direkt an nervöse Frauen und Mädchen, sondern eher an deren Ehemänner oder Väter gerichtet war:

„Unsere Frauen und Mädchen „würden sich nicht soviel über Bleichsucht und Nervosität beklagen, wenn sie Malzkafee trinken wollten“ sagt Pfarrer Kneipp.“⁹¹⁰

Mit dem Produkt „Hygiama“ konnte auch ein Kräftigungsmittel speziell für Damen ausgemacht werden. Frauen und Müttern wurde „Hygiama“ u. a. gegen Magen-Darmleiden, Nervosität und Bleichsucht empfohlen. Keinesfalls angesprochen wurden hingegen sexuelle Unabkömmlichkeiten.⁹¹¹ Weibliche Nervosität wurde in der Werbung aber auch mit emanzipatorischen Bestrebungen und der Folge einer Überbelastung des schwachen Geschlechts durch Beruf, Studium oder ausschweifenden Lebenswandel verbunden. So heißt es in der Somatose-Reklame „Die Moderne Frau“ vom 19. Mai 1911:

„Die intensive Tätigkeit – ob als Studentin, Lehrerin, Telephonistin, ob im Kontor, Laden, oder in der Familie als Hausfrau und Mutter – verzehrt Körper- und Nervenkraft; besonders wenn noch eine unzweckmäßige Lebens- und Ernährungsweise hinzukommt. Kein Wunder, dass die Nervosität sich auch unter den Frauen immer mehr verbreitet [...]“⁹¹²

Männer hatten hingegen kräftig und voll jugendlicher Potenz zu sein – worauf auch die bereits dargestellten Anzeigen für elektrische Gürtel oder Potenzmittel verwiesen.

Die Menschen dürften auch schon damals diese wiederkehrenden Werbemuster – zumal sie in den analysierten Zeitungen verschiedener Länder angewendet wurden – erkannt haben. Die aus der Literaturanalyse gewonnene These, dass auch die Zeitgenossen ein Bewusstsein für die profitorientierte Nutzbarmachung der Neurasthenie-Erkrankung hatten, wird durch die Zeitungsauswertung bestätigt. Indizien dafür, dass derartige Schwindeleien auffielen, sind nicht nur bereits aufgeführte Enthüllungsartikel über damalige Privatinstitute oder Satiren über Wunderheiler. Genauso wurden in den Zeitungen auch wiederholt Artikel zu Humbug-Präparaten oder zu Abhängigkeiten von süchtig machenden Medikamenten publiziert. Während in Deutschland etwa im ‚Berliner Tageblatt‘ ein derartiger Artikel über das Präparat „Nervosin“ erschien,⁹¹³ oder im

909 Vgl. die Anzeige „Nähret die Nerven mit Neocithin“. In: Berliner Tageblatt 15.10.1909.

910 Vgl. die Anzeige „Unsere Frauen und Mädchen“. In: Düsseldorf Volksblatt 01.02.1894.

911 Vgl. „Hygiama“. In Düsseldorf Volksblatt 17.03.1899.

912 Vgl. die Anzeige „Die moderne Frau“. In: Berliner Tageblatt 19.05.1911.

913 Für den Artikel über „Nervosin“ vgl. „Zur Kurpfuscherei“. In: Berliner Tageblatt 21.05.1897, S. 14.

„Düsseldorfer Volksblatt“ gleich ein Verriss auf diverse Mittelchen zur angeblichen Behebung nervöser Kopfschmerzen geschaltet wurde,⁹¹⁴ fand sich ein in die gleiche Richtung zielender Artikel im schwedischen „Aftonbladet“ über das Präparat „Sanguinal“.⁹¹⁵ Das „Aftonbladet“ schaltete damals eine ganze Rubrik zur Gefahr durch eine Arsenvergiftung, in der auch sehr unterschiedliche Lesermeinungen zu Wort kamen. So tat ein Arzt die Vergiftungsgefahr durch Arsen als nichtig ab und verglich die Ängste der Menschen dabei sinnbildlich mit purer „Neurasthenie oder Suggestion“ – was natürlich auch etwas über den niedrigen Stellenwert aussagt, den er der Neurasthenie-Diagnose zumaß.⁹¹⁶ Dies rief einige Gegenstimmen hervor – so nahm ein anderer Mediziner auf die Aussage seines Kollegen Bezug und beklagte im Gegenteil die gestiegene Vergiftungsgefahr;⁹¹⁷ oder äußerte ein Ingenieur seinen Unmut über das Herunterspielen der Problematik seitens Staat und Ärzten.⁹¹⁸ Mal wurden auch Fälle von Verwechslungen von Vergiftungssymptomen mit Neurasthenie geschildert – die erahnen lassen, welche weite Kreise die Vergiftung mit toxischen Substanzen damals zog.⁹¹⁹

4.3.4 Zwischenfazit zur Zeitungsanalyse: Ein breites, öffentliches Bewusstsein für die Neurasthenie

Die Auswertung zeitgenössischer Artikel und Werbeanzeigen bestätigte die schon bei der Literaturanalyse herausgestellte, vielschichtige öffentliche Präsenz der Neurasthenie. Schon die zeitgenössische Prosa hatte ein populäres Grundwissen um Symptome, Krankheitsauslöser und damalige Therapien offenbart. Anhand der zahlreichen Fachartikel zu Fragestellungen mit Nervositätsbezug – von Berichten über Tagungen von Fachgesellschaften, Vorträge oder neu erschienene Bücher bis hin zu eigens von Ärzten für die Zeitungen verfassten, kurzen Artikeln zu Auslösern oder Therapien der Neurasthenie – wurde ersichtlich, woher die Zeitungsläser ihr Wissen bezogen. Aufgezeigt wurden zwei Stränge des Wissenstransfers. Die galt einerseits für den Transfer von Wissen von der nationalen Fachwelt auf die nationale Öffentlichkeit. Eine Ebene darüber einzuordnen ist der transnationale Wissenstransfer, bei dem in schwedischen und deutschen Artikeln auch die Forschung des jeweils anderen Landes rezipiert wurde – ein Vorgang der durchaus auch wechselseitig war, sich aber vermehrt von Schweden auf Deutschland richtete.

914 Vgl. für den Verriss auf Kopfschmerz-Präparate: „*Der Kopfschmerz“. In: *Düsseldorfer Volksblatt* 23.07.1898, S. 2.

915 Zum Artikel über „Sanguinal“, vgl. Sveriges färg- och kemikaliehandlareförening [Schwedens Verband der Farben- und Chemikalienhändler]: „I apoteksvarustriden. Apotekens handel med humbugsmedicin“ [Im Streit um die Apothekenwaren. Der Handel der Apotheken mit gefälschten Arzneimitteln]. In: *Aftonbladet* 25.02.1910, S. 6.

916 Vgl. den Artikel „Arsenikfaran“ [Die Arsengefahr]. In: *Aftonbladet* vom 24.01.1912.

917 Vgl. den Artikel „Arsenikfaran“. In: *Aftonbladet* vom 29.01.1912, in dem sich der Mediziner Johan O.A. Bergqvist über die weit verbreitete Plage giftiger, abhängig machender Substanzen in vielen Präparaten beklagte (neben Arsen z.B. auch Kalomel) und die Zunahme an solchen Patienten in seiner Praxis schilderte.

918 Zur Lesermeinung des Ingenieurs, vgl. „Arsenikfaran“. In: *Aftonbladet* 31.01.1912.

919 Vgl. hierzu den Artikel „Ett fall av arsenikförgiftning“ [Ein Fall von Arsenvergiftung]. In: *Aftonbladet* 02.07.1913.

Noch mehr als die Analyse der Literatur zeigte jene der Zeitungen, dass dieses populäre Grundwissen nicht an der Oberfläche blieb, sondern die Menschen vielmehr ein soziokulturelles Bewusstsein für die Neurasthenie-Erkrankung entwickelten. In vielen gesellschaftlichen Artikeln wurden Bestandteile des modernen Lebens gleichsam zivilisations- und kulturkritisch als Auslöser und Symptome einer allgegenwärtigen Nervosität hinterfragt. Es zeigte sich, dass in Deutschland und Schweden durchaus die gleichen Diskurse über ein nervenschädigendes städtisches Umfeld und eine Erholung in der Natur geführt wurden – in Artikeln über den Straßenlärm, den hektischen und technisierten Alltag, das weitreichende Freizeitangebot und den Zugang zu Genussmitteln bis hin zu Artikeln über Reform-bewegungen, gesunde Ernährung und Aktivitäten an der frischen Luft. Dies steht im Kontrast zur Auswertung zeitgenössischer Literatur, die – vor dem Hintergrund der noch stärkeren, ländlichen Prägung Schwedens – ergeben hatte, dass als Auslösern des Massenphänomens der Neurasthenie in der schwedischen Gesellschaft kulturellen Veränderungen ein stärkeres Gewicht beigemessen wurde, während sich die deutsche Öffentlichkeit hingegen stärker auf zivilisationskritische Aspekte fokussierte. Einschränkend ist für diese in den Zeitungsartikeln weniger stark hervortretenden Länderunterschiede zu bemerken, dass die Texte der untersuchten schwedischen Tageszeitungen ‚Aftonbladet‘ und ‚Dagens Nyheter‘ zwar auch überregional zu lesen waren, aber in der schwedischen Hauptstadt Stockholm geschrieben wurden.

Die in den Zeitungen geführten Diskurse veranschaulichten, mehr noch als die Literatur, die Tragweite, mit der sich die Neurasthenie auf die deutsche und schwedische Gesellschaft auswirkte. Beiderseits litten die Menschen unter reizbar geschwächten Nerven – sowohl durch ihr über neue Technologien beschleunigtes und lauter gewordenes Lebensumfeld, als auch infolge einer in dichter Taktung, großen Veränderungen unterworfenen und dadurch unsicher gewordenen Zeit. Die Nervosität stellte sich über die Auswertung der Zeitungsartikel als ein alle Kreise moderner Zivilisationskultur tangierendes Phänomen dar. Dieses hatte eine breite Spanne, die von dekadent zur Schau getragener nervlicher Überfeinerung bis hin zu ernsthaften Leiden, die die nervös Erkrankten zur Aufgabe ihrer bisherigen Tätigkeiten zwangen und in existenzielle Notlagen brachten, reichte.

Der ernsthafte Charakter der Erkrankung trat insbesondere in Berichten über nervöse Personen aus allen Bevölkerungsschichten hervor. Problematisiert wurde nicht nur der berufliche Umgang mit neuen Technologien und geistige Überarbeitung, sondern auch aufreibende Arbeit bei mangelnder Absicherung, nervöse Unfalltraumata und die gestiegene Zahl der zu Suiziden bewegten Personen.

Wie gravierend die verbreitete Nervosität oft bewertet wurde, zeigte die Angst vor einer nervenschwachen, neuen Generation, die in der schwedischen und deutschen Öffentlichkeit in intensiven Debatten um eine mögliche Schülerüberbürdung diskutiert wurde. Beiderseits wurde in den Artikeln das düstere Zukunftsparadigma von durch übermäßigen Lernstoff und hohen Leistungsdruck bei zu geringem Bewegungsausgleich überanstrengten und dadurch neurasthenisch werdenden Schülern aufgemacht – aus denen sich langfristig eine nervös geschädigte Gesellschaft ergebe. Zum Ende des 19. Jahrhunderts wurde parallel in vielen europäischen Ländern die Überbelastung von Kindern und Jugendlichen durch Lehr-einrichtungen als ein wesentlicher Faktor für die zunehmende Ausbreitung der Nervosität in der Gesellschaft betrachtet, obwohl

sich das Bildungswesen damals in einer Phase des Umbruchs mit vielen parallel gehenden Schulformen sowie großen lokalen und sozialen Unterschieden befand und lange Zeit keine flächendeckende, allgemeine Schulbildung gegeben war. Erst nachvollziehbar wird dieses Paradoxon in Relation zu den, seit den Auswanderungswellen nach Amerika schwelenden, Ängsten von um Bevölkerungsanteile junger Menschen und damit in Wirtschaftskraft geschwächte Nationen. Nicht nur bei deutschen, sondern auch internationalen Wissenschaftlern zur vermehrten, wissenschaftlichen Beschäftigung mit der Gesundheit von Schülern angeregt, hatte dabei zusätzlich die Studie zur Schulhygiene des schwedischen Arztes Axel Key, in der dieser die Überanstrengung und überproportionale Kränklichkeit von Schülern im zeitgenössischen Schulwesen nachgewiesen hatte. Die populären Diskurse zur Schülernervosität in Deutschland und Schweden kreisten in der Folge um zwei große Ursachenkontexte. Beschuldigt wurden entweder die Schule als unzureichend ausgestattete Einrichtung mit überhöhten Leistungsanforderungen oder die erzieherischen Gepflogenheiten in den Elternhäusern – von mangelnder Unterstützung bis zu hohem Leistungsdruck oder der Gabe von Alkohol als Stärkungsmittel. Die Zeitungsanalyse hat gezeigt, dass die Diskurse um die Schülernervosität in beiden Ländern nicht nur reformpädagogische Änderungen im Bildungssystem, im Sinne von weniger Lernstoff, mehr Individualität und mehr sportlichem Bewegungsausgleich, anstießen. Die weiteren, in dieser Debatte für die Ausbreitung der Nervosität herangezogenen Faktoren der schlechten Schuleinrichtung, falschen Ernährungsgepflogenheiten und ungenügenden Zahnhygiene trieben auch eine verbesserte, medizinische Schulgesundheitspflege durch Schul- und Schulzahnärzte voran.

Dem gegenüber stand in beiden Ländern wiederum eine andere Facette der Neurasthenie, die sich in verschiedenen Artikeln über nervös erkrankte Prominenz, durch abgedruckte Fortsetzungsgeschichten über das Gesellschaftsleben wohlhabender Kreise und in Reiseberichten aus mondänen Seebädern, als ein mit exklusiver Freizeitgestaltung und modischem chique verknüpftes Kulturphänomen darstellte.

Dass die allgemeine Öffentlichkeit die nervösen Befindlichkeiten der gut situierten Bürger als überzogen und – angesichts der von diesen auch in Kriegszeiten fortgeführten Praxis der Sommerfrische – als völlig wirklichkeitsfern empfand, ist besonders deutlich den dargestellten Persiflagen im ‚Ulke‘ zu entnehmen. Ferner kann von den Satiren auf damalige Therapieansätze, den für die Leser ersichtlichen, oft widersprüchlichen Auffassungen von Experten zur Neurasthenie und den Artikeln über die Enttarnung von Quacksalbern, auf ein öffentliches Bewusstsein für die noch existenten Unsicherheiten im Umgang mit dem so facettenreichen Kulturphänomen und der dadurch gegebenen großen Ausnutzbarkeit durch gewinnorientierte Scharlatane geschlossen werden. Die vermehrt von Ärzten verfassten Artikel über alternative Heilmethoden hatten natürlich auch das Ziel, sich gegen die viel populären Zuspruch erhaltende Konkurrenz der Naturheilkunde als Anbieter heiltätiger Leistungen zu behaupten. Die Menschen waren aber auch so vertraut mit den vielfältigen Symptomen der Neurasthenie und den damaligen Therapien, dass sie die Diagnose für den eigenen Vorteil in Gerichtsverfahren – ob zur Abmilderung von Strafsachen oder emanzipatorischer Zuwehrsetzung gegen traditionelle Geschlechterrollen – nutzten. Ebenso gingen damals Worte aus dem Symptom- und Therapiespektrum der Neurasthenie – wie nervös, gereizt oder aufgeladen – zur

Umschreibung politischer Krisensituationen in beiden Ländern in den zeitgenössischen Sprachduktus über.

In den Nervendiskurs einbezogen wurden auch damalige Theorien zur Sexualität. Einschränkung ist dabei zu bemerken, dass in den Zeitungen, verglichen mit damaliger Prosaliteratur – insbesondere in Diskursen um nervöse Frauen – mehr auf vordergründige Nervositätsauslöser – wie geistige Überanstrengung oder Sensationsliteratur – eingegangen wurde. Tieferliegende, gesellschaftlich-moralische Auslöser für weibliche Sexualität – wie mangelndes Körperwissen und eheliche Abhängigkeitsverhältnisse – waren aber dennoch einzelnen Leserbriefen, Prozess-Berichten über ungültige Ehegellübde, oder angekündigten Vorträgen zur Hygiene der Ehe zu entnehmen. Während dagegen männliche Sexualitäts-diskurse nur äußerst selten in den Zeitungsartikeln behandelt wurden, zeichnet die Analyse zeitgenössischer Werbeanzeigen und Kurannoncen das Bild einer in beiden Ländern durchaus geläufigen gesellschaftlichen Beschäftigung mit männlichen Potenzstörungen und dem Wissen um die neurasthenische Schwäche als Deckbegriff.

Der über die Zeitungsartikel gewonnene Eindruck einer weitreichenden, kulturellen Präsenz der Erkrankung in der Öffentlichkeit beider Länder verstärkte sich noch bei der Analyse des Werbeteils. Nach Auswertung der Werbeannoncen von Kureinrichtungen, war die Allgemeinheit selbst mit differenzierten Begrifflichkeiten aus physikalischer und diätetischer Therapie vertraut – konnte etwa ohne weitere Erklärung mit medizinischen Fachtermini wie Indikation und Radium-Emmanation oder Therapien wie Maskuren nach Mitchell-Playfair, Strombädern oder Terrainkuren geworben werden.

Den deutschen und schwedischen Kur-Annoncen war, neben dem vorausgesetzten populären Wissen, bei der chronologischen Betrachtung auch der damalige Wandel des Heilbäderwesens zu entnehmen, der sich in vielen westlichen Ländern in Verbund mit medizinischen Moden und kulturellen Strömungen vollzog. Die wiederkehrenden Kurort-Speziale oder gesonderten Reiseseiten der Zeitungen verdeutlichen das in beiden Ländern existente, breite Interesse für Kurorte und Sanatorien. Sie standen ganz im Einklang mit dem Ende des 19. Jahrhunderts in bessergestellten Kreisen aufkommenden Reisevergnügen. In den Zeitungen wurden nicht mehr nur inländische, sondern auch ausländische Einrichtungen beworben – wodurch wechselseitige deutsch-schwedische Bezüge ausgemacht werden konnten.

Dabei zeigten sich Länderunterschiede im Hinblick auf die Art der beworbenen Kuranstalten beziehungsweise der durch die Reklamen angesprochenen Klientel. Bis zur Errichtung der ersten Volksnervenheilstätten waren Kuraufenthalte in deutschen Sanatorien nur für ein zahlungskräftiges Publikum erschwinglich, während in Schweden nebst mondänen Seebädern auch viele kostengünstigere, mit einem Arbeitergehalt finanzierbare Wasserheilanstalten und Erholungsheime vorhanden waren. Dementsprechend wurde in den deutschen Zeitungen auch bei den ausländischen Kurhäusern von einer gehobenen Klientel ausgegangen und nur die luxuriösen, schwedischen Heilbäder beworben. In den schwedischen Zeitungen wurden hingegen sowohl Anzeigen für in- und ausländische Einrichtungen des Luxussegments geschaltet, als auch viele landeseigene Einrichtungen als kostengünstige, für die breite Bevölkerung erschwingliche Alternativen beworben.

Die in beiden Ländern geschalteten Zeitungsannoncen für populärwissenschaftliche Gesundheitsratgeber zur Selbsthilfe, Privatpraxen und Institute belegen indes den Bedarf einer breiten Öffentlichkeit an Abhilfe bei nervösen Beschwerden. Zeitgenössische Satiren auf jene Reklamen und Berichte über Betrüger lassen weiter den Schluss zu, dass die Menschen dieser Werbung auch mit Skepsis gegenübertraten und nicht jedem Unfug glaubten. Dennoch dürfte die Einrichtung einer privaten Praxis für die Bekämpfung nervöser Beschwerden ein lukratives Geschäft gewesen sein, dass – um eine ausreichende Kundenklientel zu generieren – werbestrategisch immer medizinischen Trends angepasst wurde.

Die Anzeigen für technische Hilfsapparate und naturheilkundlich angelehnte Hilfsmittel waren in beiden Ländern ähnlich gestaltet und konzentrierten sich, neben mechanischen Massageapparaten, gymnastischen Hilfskonstruktionen, Bad-Utensilien, Quellwässern oder Schlafkissen, vor allem auf Produkte der Elektromedizin. Gleichwohl handelte es sich bei Letzteren zumeist um billige, pseudo-elektrische Hilfsmittel für die breite Masse, mit denen die Produzenten an die allgemeine Technikbegeisterung anknüpften und vom Ruf der Elektrizität als modernem, medizinischem Wundermittel gewinnbringend profitieren wollten. Neben den weniger geschlechtsspezifischen, elektrischen Bürsten, Sohlen und Kreuzen, traten beiderseits besonders die elektrischen Gürtel und Ketten hervor, die – im Rahmen tabuisierter Sexualitäts-diskurse – unter dem Deckmantel eines breitgefassten Nervositätsbegriffs vor allem als Stimulanz für sexuelle Potenzstörungen dienen sollten. In den deutschen und schwedischen Zeitungen konnten viele vergleichbare Produkte ausgemacht werden – mit Sandens Herkulex oder Waren aus Kneipps Kräuterheilkunde gab es aber auch Produkte, die in beiden Ländern vertrieben wurden.

Sehr zahlreich wurden verschiedenste Präparate zur Behebung neurasthenischer Zustände angeboten, unter denen nicht nur beiderseits verwendete Transferprodukte, sondern sogar Produktkopien ausgemacht werden konnten. Mit Präparaten zur Stärkung der Nervenzellen, zur Anregung der Blutzirkulation, Kombi-Nährpräparaten, und nährenden Mixturen in Form von Genussmitteln, aber auch Mitteln, die mit Wirkstoffen aus der Natur warben, solchen mit aufputschenden Substanzen oder speziell auf Männer ausgelegten Medikamenten gegen sexuelle Beschwerden, fanden sich in Deutschland und Schweden viele ähnliche Produkte derselben Kategorien. Diese deuten auf ein gleichermaßen verbreitetes Wissen zur Neurasthenie in schwedischer und deutscher Öffentlichkeit. Allerdings ließen sich die in den damaligen Präparaten geläufigen, gefährlichen Substanzen nicht den Zeitungsreklamen entnehmen, sodass den Produktkategorien ein Exkurs über die zeitgenössische, medikamentöse Therapie und die weit verbreitete Humbug-Medizin vorangestellt wurde.

Über die in beiden Ländern gleichermaßen auftauchenden Themenkontexte und Werbekategorien, sowie die ausgemachten Transferprodukte und Produktkopien, traten deutlich die engen deutsch-schwedischen Verflechtungen und wechselseitigen Transfers von Wissen auf wissenschaftlicher und gesellschaftlicher Ebene hervor. Die Zeitungsanalyse gewährte dabei tiefe Einblicke in eine nervös geprägte Gesellschaft. Sie zeigte einerseits die Neurasthenie als Kulturphänomen, das – als Auslöser existenzieller Krisen oder Bedrohung für die Kräfte der Jugend – geradezu zum Merkmal eines unsicher gewordenen Lebensumfeldes aufstieg. Das bunte Gesellschaftsleben, der legere

Umgang mit Alkohol – der sogar als Stärkungsmittel für Schulkinder angewandt wurde – und die Satiren auf damalige Ratschläge zur Nervengesundheit zeigten andererseits, dass auch bei einer Welt im Umbruch nicht alles schwarzgesehen wurde. Im Gegenteil begriffen die Menschen die großen Unsicherheiten um die vielschichtige, nervöse Störung auch als Chance – ob es galt, aus dem Alltag auszubrechen, Ausreden für kleinere Vergehen zu haben oder sich aus unglücklichen Ehen zu lösen.

