

## 4 Gründung und Entwicklung der Zeitschrift

---

### 4.1 Verlagsgründung und -entwicklung

Die über achtzigjährige Geschichte des *Bazar* begann Ende 1854 in Berlin mit einem Blättchen, gefüllt mit Mode und Plaudereien, herausgegeben durch den Verlagsbuchhändler Louis Schaefer.<sup>1</sup> Das Blatt fand bald Gefallen beim Publikum und wuchs im Lauf der Jahre zu einem großen Verlag mit internationalen Verbindungen heran, der bis 1938 Bestand hatte. Die Anfänge waren verhältnismäßig bescheiden. Der Verlagsbuchhändler Schaefer, dessen Lebensgeschichte im Abschnitt 3.2 detaillierter geschildert wird, kam 1854 aus Magdeburg nach Berlin, offenbar direkt mit dem Konzept für ein Frauen- und Modeblatt. Den literarischen Teil dieses Blattes redigierte er selbst; seine Frau Margarethe und eine Redakteurin kreierten die Modeinhalte. In den ersten zwei Jahrgängen wurden Moden- und Literaturteil noch in einem Heft geliefert, danach folgte die Trennung in zwei abwechselnde Hefte. Gedruckt wurde zunächst in Berlin, seit 1857 in Leipzig, damals ein Knotenpunkt des deutschen Buchhandels.<sup>2</sup> Die „Bazardruckerei“ war Teil des heute noch existierenden B. G. Teubner-Verlags.<sup>3</sup> Wie sich die Geschäftsbeziehungen zwischen den beiden Verlagen genau gestalteten, bleibt unklar; sie hielten jedoch durch den gesamten Untersuchungszeitraum an.

Die wachsende Popularität der Zeitschrift zeigte sich in schnell steigenden Abonnentenzahlen und finanziellem Gewinn. Auch inhaltlich steigerte sie ihren Umfang und ihre Qualität. Bald konnten immer mehr Redakteure und Mitarbeiter beiderlei Geschlechts angestellt werden, Schaefer zog sich aus der Redaktionsarbeit zurück und widmete sich ganz der Verwaltung des Verlags. Obwohl der Herausgeber später behauptete, nie als Redakteur tätig gewesen zu sein, stand

---

1 Mehrere Namenswechsel und gelegentliche falsche Schreibweisen in den Akten machen die richtige Benennung des Verlegers kompliziert. Weiteres dazu im Kapitel 4.2. In dieser Arbeit soll in Bezug auf den Verleger immer der Name benutzt werden, der zu dem betreffenden Zeitpunkt in den Quellen Verwendung fand.

2 Vgl. Georg Jäger/Thomas Keiderling: Der Kommissionsbuchhandel, in: Jäger (Hrsg.): Geschichte des Deutschen Buchhandels Teil 2, 641–667.

3 Vgl. *Der Bazar*, 23.12.1868, 383.

er bis 1858 als Redakteur im Impressum, und auch durch einen Briefwechsel mit Wilhelm Raabe aus dem Jahre 1857 ist seine Redaktionstätigkeit belegt.<sup>4</sup> Bereits im zweiten Jahrgang sollen etwa 100 Personen nur für den *Bazar* gearbeitet haben.<sup>5</sup> Die Gesamtzahl der Mitarbeitenden um 1868, als sich der Verlag in seiner Blütezeit befand, wurde sowohl durch Berichte preußischer Beamter belegt als auch durch einen Sonderartikel in der Zeitschrift selbst, der die Arbeitsabläufe im Verlag detailliert beschreibt.<sup>6</sup> (Siehe dazu Abbildung 1.) Zu dieser Zeit waren in Leipzig zwischen 150 und 200 Personen für Graphiken, Druck und Logistik tätig; gedruckt wurde auf bis zu zehn Schnellpressen.<sup>7</sup> Hinzu kamen die in den Redaktionen beschäftigten Zeichner, Redakteure, Redakteurinnen und Modistinnen. Insgesamt sollen 300 Personen ununterbrochen für den *Bazar* tätig gewesen sein. Der Verleger selbst schrieb sogar von einer Zahl von 400 bis 500 Personen.<sup>8</sup> Im Vergleich zu anderen Verlagen der Zeit war dies eine überaus große Anzahl an Beschäftigten.<sup>9</sup>

Wie kam *Der Bazar* zu seinem Titel? Im frühen 19. Jahrhundert wurden Läden, in denen man Luxuswaren verschiedenster Art verkaufte, aber auch Ladenstraßen, in denen sich viele kleine Einzelhandelsgeschäfte zusammengeschlossen hatten, als Basar oder Bazar bezeichnet. Dieser Begriff wurde von den Marktplätzen der arabischen Welt übernommen, die damals in Europa als Inbegriff der Exotik galten und von denen man annahm, dass auf ihnen ebenso ausgefallene wie kostbare Waren gehandelt wurden.<sup>10</sup> Neben Geschäften konnten auch Wohltätigkeitsverkäufe als Basar bezeichnet werden. Im Verlauf des 19. Jahrhunderts wurde diese Konnotation immer vorherrschender. Der Wohltätigkeitsbasar war eine Veranstaltung, auf der Damen der höheren Gesellschaft selbst hergestellte Handarbeiten zugunsten eines guten Zwecks verkauften. Bei der Namensgebung der Zeitschrift wurde jedoch sicherlich an die erste Bedeutung gedacht, den Basar als Marktplatz für kostbare, vielseitige Angebote.

---

4 Vgl. *Wilhelm Raabe: Briefe 1842-1870*, hrsg. v. William Webster, Berlin 2004, 74f., Ulrike Koller: *Wilhelm Raabes Verlegerbeziehungen*, Göttingen 1994, 49.

5 Vgl. *Der Bazar*, 15.4.1856, 108.

6 Vgl. *Der Bazar*, 23.12.1868, 381-385.

7 Vgl. Polizeihauptmann Lorré an Polizeipräsident Bernuth, 23.10.1862, 12; aus: Landesarchiv Berlin (LAB), A Pr. Br. Rep. o30, Nr. 12956; *Der Bazar*, 23.12.1868, 383. Auch viele Frauen waren mit dem Druck der Zeitschrift beschäftigt, vgl. Werner Adrian: Frauen im Buchhandel. Eine Dokumentation zur Geschichte einer fast lautlosen Emanzipation, in: Archiv für Geschichte des Buchwesens 50 (1998), 147-250.

8 Schaefer-Voit an Wilhelm I., 7.4.1876. LAB, F Rep. 241, MF 188, Nr. 8.

9 Zahlreiche andere Verlage kamen bis zur Jahrhundertwende mit zwanzig bis achtzig Mitarbeitern aus. Vgl. Georg Jäger: Das Unternehmen, Unternehmensführung und -kultur, in: Ders. (Hrsg.): *Geschichte des Deutschen Buchhandels* Teil 1, 245-262, hier 246f.

10 Vgl. Johann Friedrich Geist: *Passagen. Ein Bautyp des 19. Jahrhunderts*, München 1969, 40f.

Die Zeitschrift breitete sich auch geographisch aus. Im Jahr 1860 erschien erstmals *La mode illustrée. Journal de la famille*, eine französische Ausgabe des *Bazar*, die mit diesem den Modeteil gemeinsam hatte, aber über einen eigenen belletristischen Teil verfügte. Diese Zeitschrift wurde in Zusammenarbeit mit dem bekannten französischen Verlag Didot herausgegeben.<sup>11</sup> *La mode illustrée* fand beim französischen Publikum des zweiten Kaiserreichs großen Anklang, die Abonnentenzahlen stiegen stark an und bescherten Schaefers Verlag große Gewinne. Dieser Erfolg eines deutschen Verlegers in Frankreich, noch dazu im Bereich der Mode, war ungewöhnlich und erschien den Zeitgenossen bemerkenswert. Ein preußischer Beamter kommentierte diesen Umstand:

Während bisher wohl der Deutsche von den Franzosen entlehnte, – ist hier, doch wohl zum erstenmale, der entgegengesetzte Fall eingetreten, und sicher ist es mindestens *sehr erfreulich*, das deutsche Element einen ersten und so bedeutenden Sieg erringen zu sehen. – Man hält in den zuständigen Kreisen diese Thatsache für sehr wichtig und von großer Tragweite.<sup>12</sup>

Anknüpfend an diesen Erfolg expandierte der Verlag weiter. Seit 1862 erschien die niederländische Zeitschrift *De Gracieuse. Geïllustreerde Aglaia*,<sup>13</sup> die keinen eigenen belletristischen Teil besaß, sondern nur den aus dem Deutschen übersetzten Modeteil. Im November 1867 wurde die erste Ausgabe der nordamerikanischen Ausgabe des *Bazar*, *Harper's Bazaar. A Repository of Fashion, Pleasure and Instruction*, im Verlag Harper & Brothers in New York veröffentlicht. Bemerkenswert ist, dass *Harper's Bazaar* bis heute besteht und wiederum internationale Ableger hervorgebracht hat. Diese Zeitschrift war etwas anders aufgebaut als *Der Bazar*. Mode- und Literaturteil waren nicht getrennt. Außerdem fügte die New Yorker Redaktion teilweise auch eigene Modebilder, neben den aus dem *Bazar* übernommenen, bei. *Harper's Bazaar* rühmte sich in der ersten Ausgabe seiner Verbindungen zu den Modezentren Europas:

We have perfected special arrangements with the leading European fashion journals, especially with the celebrated Bazar of Berlin, which supplies the fashions to the newspapers of Paris, whereby we receive the same fashions in advance, and publish them weekly, simultaneously with their appearance in Paris and Berlin,

11 Lorré an Bernuth, 23.10.1862, 11. Vgl. kurz zum *Bazar*: André Jammes: Les Didot. Trois siècles de typographie et de bibliophilie. 1698-1998, Paris 1998, 111.

12 Lorré an Bernuth, 23.10.1862, 11. Hervorhebung im Original.

13 Vgl. Ghering van lerlant: Mode in Prent 1550-1914 [Mode im Druck 1550-1914], Den Haag 1988, 89f., Lotte Jensen: Bij uitsluiting voor de vrouwelijke sekse geschikt. Vrouwentijdschriften en journalistes in Nederland in de achttiende en negentiende eeuw [Ausschließlich für das weibliche Geschlecht geeignet. Frauenzeitschriften und Journalistinnen in den Niederlanden im 18. und 19. Jahrhundert], Hilversum 2001, 174–181.

the great centres of European modes. This advantage is shared by no other newspaper in the country.<sup>14</sup>

Diese Aktualität dürfte in der Tat einen großen Anreiz auf das amerikanische Publikum ausgeübt haben, denn der erste Jahrgang von *Harper's Bazaar* erreichte bereits eine Abonentenzahl von 97.000.<sup>15</sup>

Die englische Ausgabe war ebenfalls keine direkte Kopie der deutschen. Das *Englishwoman's Domestic Magazine* bestand schon seit 1852.<sup>16</sup> Seit 1864 erschienen dort jedoch neben wahrscheinlich eigenen Abbildungen auch solche aus dem *Bazar*. Es wird sich daher eher um eine Kooperation als um eine vollkommen abhängige Ausgabe gehandelt haben.<sup>17</sup> Die spanische Ausgabe nannte sich *La moda elegante. Periodico de las familias*. Auch diese Zeitschrift existierte bereits seit Jahren, begann aber 1861 mit dem verringerten Modeteil des *Bazar* und einem eigenen Literaturteil einen Neustart.<sup>18</sup> Die italienische Ausgabe erschien unter dem Titel *La Novità. Giornale delle moda e dei lavori femminili* zwischen 1864 und 1943 in Mailand.<sup>19</sup> Der Titel der tschechischen Ausgabe lautete *Bazar. Módní příloha ku Květům*, sie erschien seit 1869 im damals österreichischen Prag; in Budapest wurde seit 1865 unter dem Titel *Magyar Bazár. Mint a nők munkaköre* eine ungarische Ausgabe herausgegeben. Seit 1872 existierte auch eine griechische Ausgabe. Zudem wurden eine dänische und eine schwedische Version zumindest geplant.<sup>20</sup> Bis mindestens 1902 wurde die Zeitschrift in neun Fremdsprachen vertrieben, darunter Polnisch und Russisch.<sup>21</sup> Die Modeteile stimmten mit der deutschen Ausgabe gewöhnlich überein, die belletristische Ausgabe war dagegen in jeder Sprache eine eigene. In

---

14 *Harper's Bazaar*, 2.11.1867, 2.

15 Vgl. *Der Bazar*, 23.12.1868, 383.

16 Vgl. Margaret Beetham: *A Magazine of Her Own? Domesticity and Desire in the Woman's Magazine. 1800-1914*, London 1996, 57ff.

17 Weitere Belege für die Zusammenhänge zwischen den Zeitschriften liegen kaum vor. Die Bazarredaktion bezeichnet das *Englishwoman's Domestic Magazine* als englische Ausgabe. Vgl. *Der Bazar*, 8.4.1872, 116.

18 Laut Cruz Valenciano stammten die Modeabbildungen aus der *Mode illustrée*. Dass tatsächlich dieser Umweg gegangen wurde, erscheint jedoch sehr fraglich. Vgl. Jesús Cruz Valenciano: *El surgimiento de la cultura burguesa. Personas, hogares y ciudades en la España del siglo XIX [Der Aufstieg der bürgerlichen Kultur. Menschen, Haushalte und Städte im Spanien des 19. Jahrhunderts]*, Madrid 2014, 197f.

19 Vgl. *Der Bazar*, 7.8.1871, 250; vgl. auch Rita Carrarini/Michele Giordano: *Bibliografia dei periodici femminili lombardi. 1786-1945* [Bibliographie der lombardischen Frauenzeitschriften], Mailand 1993, 277–279.

20 Vgl. Österreichische Buchhändler-Correspondenz, 4.5.1872, 167.

21 Vgl. Dahms: *Das litterarische Berlin* (wie Anm. 5, 17), 193; Joseph Kürschner: *Handbuch der Presse für Schriftsteller, Redaktionen, Verleger, überhaupt Alle, die mit der Presse in Beziehung stehen*, Berlin u. a. 1902, 131.

verschiedenen Ausgaben war *Der Bazar* also über die europäische und nordamerikanische Welt verbreitet wie nur wenige andere Zeitschriften damals und heute. Ein preußischer Beamter zählte 1864 die deutsche, englische, französische und spanische Ausgabe zusammen und kam zu dem Schluss, *Der Bazar* werde weltweit „zusammen in 209.000 Exemplaren vertrieben, ein Erfolg, wie ihn kein anderes Blatt der Welt aufzuweisen hat.“<sup>22</sup> Schaefer-Voit bezeichnete seinen Verlag selbstbewusst als „das größte buchhändlerische Unternehmen seit Guttenberg“.<sup>23</sup>

Neben den fremdsprachlichen Ausgaben existierten noch weitere Ableger des *Bazar* aus Schaefer-Voits Verlag. Zum einen erschien ab 1866 *Die Biene. Journal für Toilette und Handarbeit*. Der Inhalt der *Biene* war dem des *Bazar* ähnlich. Es wurden Moden mit Schnittmustern geboten sowie Haushaltstipps, Rezepte und ähnliches. Literatur gab es dagegen nicht, es handelte sich somit um eine reduzierte Version zu einem niedrigeren Preis. *Die Biene* wurde bereits nach vierjährigem Erscheinen wieder eingestellt bzw. mit dem *Bazar* „vereinigt“.<sup>24</sup> Zum anderen gab es die *Pariser Modelle für die Selbstanfertigung der gesammten Damen-Garderobe, Leibwäsche und Kindergarderobe*, kurz *Pariser Modelle*. Diese erschienen zwischen 1858 und 1871 und besaßen überhaupt keinen literarischen oder sonstigen Textteil. Die Hefte beinhalteten ausschließlich Bilder, Anleitungen und Schnittmuster für Handarbeiten und Kleidungsstücke. Abonnenten oder Auflagenstärke dieser beiden Blätter sind nicht bekannt.

Bemerkenswert sind die wechselnden Namen des Verlags bis 1871. Bis 1866 wurde er schlicht als *Verlag von Louis Schaefer* bezeichnet, danach *Verlag der Expedition des Bazar*. Dieser Namenswechsel hing mit Schaefers Erhebung in den Adelsstand zusammen, die Ende 1865 erfolgte und deren Details im folgenden Abschnitt behandelt werden. Da die Führung eines Unternehmens den preußischen Behörden als unvereinbar mit der Führung eines Adelstitels galt,<sup>25</sup> nahm der Verleger seinen Namen aus dem Firmennamen. Eine Gesetzesänderung zwang ihn jedoch schließlich dazu, diesen wieder hinzuzufügen,<sup>26</sup> so dass zwischen 1869 und Ende 1871 im Impressum in winziger Schriftgröße der Zusatz „L. von Schaefer-Voit“ stand.

Im Jahr 1871 verkaufte Schaefer-Voit die Zeitschrift an ein Bankenkonsortium, das daraufhin die *Bazar-Aktion-Gesellschaft*, kurz: *Bazar-AG*, gründete.<sup>27</sup> Zu diesem

22 Lorré an Staatsminister Eulenburg, 9.1.1864, 32. LAB, A Pr. Br. Rep. 030, Nr. 12956.

23 Schaefer-Voit an Wilhelm I., 7.4.1876.

24 Ohne Verfasser: Zum fünfundzwanzigjährigen Bestehen der „Modenwelt“ 1865-1890, Berlin 1890, 162.

25 Vgl. Hans-Konrad Stein: Der preußische Geldadel des 19. Jahrhunderts. Untersuchungen zur Nobilitierungspolitik der preußischen Regierung und zur Anpassung der oberen Schichten des Bürgertums an den Adel. Bd. I, Hamburg 1982, 11

26 Vgl. Schaefer-Voit an Wilhelm I., 7.4.1876.

27 Vgl. dazu Neue Freie Presse, 27.9.1871. Der Schriftsteller Otto Glagau schilderte diesen Vorgang als Übernahme gegen den Willen Schaefer-Voits. Nach misslungenen Verhandlungen

Vorgang ließen sich keine Unterlagen in Archiven finden, aber einige Zeitungen informierten darüber. In der *National-Zeitung* wurde unter dem Titel „Die moderne Aktien-Industrie“ über diesen Verkauf berichtet. Der Autor äußerte über den damaligen Aktienmarkt, dass Aktionäre Unternehmen zu überhöhten Preisen aufkauften. Als Beispiel hierfür nannte er die

Modezeitung „Der Bazar“, die von einer Aktiengesellschaft kürzlich für die Summe von 850.000 Thalern erworben wurde. Diese Summe steht außer allem Verhältniß zum reelen Kapitalwerth des Unternehmens und erscheint so als völlig schwindelhaft; wenn man aber diese Zahlung als den Rentenkauf eines jährlichen Reingewinns von circa 160.000 Thl. betrachten darf, so erscheint sie sehr gering.<sup>28</sup>

Äußerlich und inhaltlich blieb die Zeitschrift danach weitgehend unverändert. Die Bazar-AG besaß einige Zeit nur den *Bazar* und Ableger, wie etwa seit 1878 *Die illustrierte Coiffure. Modejournal für Putzgeschäfte* sowie *Die elegante Mode* und *Große Modenzeitung* seit 1890 und 1896. Schließlich begann die AG auch andere Zeitschriften zu übernehmen, die *Deutsche Illustrirte Zeitung* und *Über Land und Meer* im Jahr 1887.<sup>29</sup> Die Gesellschaft überstand den Ersten Weltkrieg und erwarb 1926 Modezeitschriften des Ullstein-Verlags, der wiederum Aktienanteile an der Bazar-AG besaß.<sup>30</sup> In den 1930er Jahren sanken die Gewinne und Leserzahlen jedoch allmählich ab, die Gesellschaft wurde schließlich 1938 aufgelöst.<sup>31</sup> Die Zeitschrift selbst wurde bereits im Jahr zuvor mit Zeitschriften des Ullstein-Verlags vereinigt, darunter auch die umbenannte *Modenwelt*, ein früheres Konkurrenzblatt.

---

über eine Übernahme der Zeitschrift soll Albert Hofmann, der Verleger des *Kladderadatsch*, ein Konkurrenzblatt zum *Bazar* begründet und das komplette *Bazar*-Personal dafür engagiert haben, woraufhin Schaefer-Voit nachgab und dem Verkauf zustimmte. Daraufhin soll die neue Zeitschrift aufgelöst worden sein und *Der Bazar* wurde in anderen Händen weitergeführt. Ob diese Darstellung in allen Punkten den Tatsachen entspricht, bleibt offen. Der Bericht der *Neuen Freien Presse* spricht jedoch ebenfalls von einer Hintergehung Schaefer-Voits durch Hofmann. Vgl. Otto Glagau: Der Börsen- und Gründungs-Schwindel in Deutschland. Zweiter Theil von „Der Börsen- und Gründungs-Schwindel in Berlin“, Leipzig 1877, 41of. Der Erwerb von Zeitungen und Zeitschriften durch Aktienunternehmen war in diesen Jahren weit verbreitet, vgl. Peter de Mendelssohn: Zeitungsstadt Berlin. Menschen und Mächte der Geschichte der deutschen Presse, 2., überarb. u. erw. Aufl., Frankfurt a. M., Berlin und Wien 1982, 211.

28 National-Zeitung (Morgen-Ausgabe), 17.11.1871.

29 Vgl. Jahrbuch der Berliner Börse. Berlin 1901, 665.

30 Vgl. Anabella Weismann: Froh erfülle deine Pflicht. Die Entwicklung des Hausfrauenleitbildes im Spiegel trivialer Massenmedien in der Zeit zwischen Reichsgründung und Weltwirtschaftskrise, Berlin 1989, 255; Wilfried B. Lerg: Die Publizistik der Weimarer Republik. Zur kommunikationsgeschichtlichen Ausgangslage, in: Hanno Hardt/Elke Hilscher/Wilfried B. Lerg (Hrsg.): Presse im Exil. Beiträge zur Kommunikationsgeschichte des deutschen Exils 1933–1945, München 1979, 17–96, hier 32.

31 Vgl. Hamburger Nachrichten, 1.12.1938.

Diese neue Zeitschrift trug den Namen *Neue Modenwelt* und war die Vorgängerin der heutigen *Brigitte*.<sup>32</sup>

## 4.2 Gründer und Eigentümer: Ludwig von Schaeffer-Voit

Der Verleger Louis Schaefer, der später den Namen Ludwig von Schaeffer-Voit trug und einer der wohlhabendsten Männer Preußens war, ist heute nahezu unbekannt. Bereits gegen Ende des 19. Jahrhunderts scheint er halb in Vergessenheit geraten und halb zu einer Sagengestalt geworden zu sein. Objektive Artikel über ihn zu finden ist schwierig. Der einzige Hinweis in zeitgenössischen Konversationslexika findet sich unter dem Stichwort *Bazar*: „Auch Titel einer 1855 in Berlin von Louis Schaefer gegründeten illustrierten Damen- und Modenzeitung.“<sup>33</sup> Zu seiner Person selbst liegen keine Einträge vor, weder in diesem noch in irgend-einem anderen Nachschlagewerk. Kürzere Informationen, wenn auch teilweise nicht ganz zutreffende, finden sich in eher heimatkundlichen Werken, wie beispielsweise einer Darstellung des Berliner Stadtteils Westend aus den 1930er Jahren<sup>34</sup> sowie in der aktuellen Beschreibung eines vor Berlin liegenden damaligen Dorfes, Blankenfelde.<sup>35</sup> An beiden Orten besaß Schaeffer-Voit Grundstücke und Häuser. Den vollständigsten und korrektesten, aber sehr kurzen Überblick über ihn liefert ein Werk über Eduard Mörike, mit dem er über eine Veröffentlichung verhandelte.<sup>36</sup> In einer Zeitschrift für Heimatkunde in Brandenburg von 1908 wird von Schaeffer-Voits ehemaliger Villa Ruhwald berichtet, dass auf dem dortigen Kirchhof ein „reicher Mann mit seiner Familie“ begraben liege und dass die „neueste Sage“ dieser Gegend sich um die Anlage eines Denkmals für den verstorbenen Sohn des Verlegers drehe.<sup>37</sup>

Insgesamt erscheint Schaeffer-Voit gelegentlich als Hintergrundfigur in Literatur, die sich mit anderen Personen oder der Baugeschichte Berlins befasst, meist mit einem Hinweis auf seinen unfassbaren Reichtum, während seine wahre Person im Unklaren bleibt. Im Vordergrund einer Untersuchung stand er bislang

32 Vgl. *Sylvia Lott*: Die Frauenzeitschriften von Hans Huffzky und John Jahr. Zur Geschichte der deutschen Frauenzeitschrift zwischen 1933 und 1970, Berlin 1985, 170f.

33 Meyers Großes Konversations-Lexikon. Bd. 2. Leipzig, 1905, 517.

34 Vgl. *Willy Bark*: Chronik von Alt-Westend mit Schloß Ruhwald, Spandauer Bock und Fürstenbrunn, Berlin 1937.

35 Vgl. *Bernd Heimberger*: Das Schloss Blankenfelde. Geschichte und Geschichten. Bd. XXIII, Blankenfelde 2012 (Blankenfelder Blätter).

36 Vgl. *Eduard Mörike*: „Ihr Interesse und das unsrige ...“. Mörike im Spiegel seiner Briefe von Verlegern, Herausgebern und Redakteuren, Stuttgart 1997, 90f.

37 Brandenburgia. Monatsblatt der Gesellschaft für Heimatkunde der Provinz Brandenburg zu Berlin, 1907/08, 1-4.

nicht. Bemühungen, Informationen über das Leben des Verlegers zu finden, werden erschwert durch die zahlreichen Varianten seines Namens. Dennoch finden sich in Berliner Archiven einige Akten, die Aufschluss über ihn geben. Diese Akten – hauptsächlich der Polizei und des Heroldsamtes – betreffen die Verleihung von Ehrentiteln, die Erhebung in den Adelsstand sowie daran anschließende behördliche Verfahren. Anhand dieser Unterlagen lässt sich der Werdegang des Verlagsbuchhändlers Schaefer, bzw. Schaeffer-Voit, nachvollziehen.

Geboren wurde der spätere Verleger am 16. Oktober 1819 in Halberstadt unter dem Namen Friedrich Heinrich Ludwig Schaefer als Sohn eines Gerichtsbeamten.<sup>38</sup> Er selbst und andere verwendeten als Vornamen bis etwa 1864 fast durchgehend Louis.<sup>39</sup> Die Familie war, trotz gelegentlicher späterer Behauptungen, nicht jüdisch, sondern evangelisch.<sup>40</sup> Nach dem Besuch des Gymnasiums schlug er die Laufbahn des Buchhändlers ein und gründete in Magdeburg 1845 eine eigene Verlagsbuchhandlung. Im darauf folgenden Jahr heiratete er Margarethe Voit. Aus dieser Ehe stammten vier Söhne und eine Tochter. Während der Revolution in den Jahren 1848/49 zeigte sich Schaefer regierungstreu. In den Akten wird seine „streng conservative Gesinnung“<sup>41</sup> oft gelobt. So offenbarte er den Behörden in einigen Fällen ihm bekannte staatsfeindliche Schriften. Insgesamt gelang es ihm, eine den preußischen Beamten gefällige Lebensführung zu demonstrieren:

Was sonst seinen Lebenswandel betrifft, so ist darüber niemals etwas Nachtheiliges bekannt geworden. Er ist weder Mitglied eines regierungsfeindlichen Vereins gewesen, noch hat er durch Wort oder That eine solche Gesinnung dokumentirt. In seiner bürgerlichen Stellung genießt er den Ruf eines thätigen, rechtschaffenen und in hohem Grade gewandten Geschäftsmanns.<sup>42</sup>

Im Jahr 1850 entschloss sich Schaefer jedoch zu einem Schritt, der seine materielle Existenz aufs Spiel setzte, indem er versuchte, eine demokratisch gesinnte Zeitung zu erwerben, um sie allmählich in ein königstreues Blatt umzuwandeln.<sup>43</sup> Um das notwendige Vermögen aufzubringen, verkaufte er seine Verlagsbuchhandlung. Doch anschließend scheiterte der Kauf der neuen Zeitung. Schaefer hatte nun in Magdeburg keine geschäftliche Grundlage mehr und bemühte sich

<sup>38</sup> Vgl. Polizeidirektor Gerhardt an Ministerpräsident Manteuffel, 10.12.1853, 1. LAB, A Pr. Br. Rep. 030, Nr. 12956.

<sup>39</sup> Vgl. Louis Schaefer an Wilhelm I., 27.9.1864, 205; aus: Geheimes Staatsarchiv Preußischer Kulturbesitz (GStA PK), I. HA Rep. 90 A, Nr. 2010.

<sup>40</sup> Vgl. Brief ohne Angabe von Absender und Empfänger, 29.7.1864. GStA PK, I. HA Rep. 176 Heroldsamt, Nr. 8361.

<sup>41</sup> Lorré an Bernuth, 23.10.1862, 9.

<sup>42</sup> Gerhardt an Manteuffel, 10.12.1853, 2.

<sup>43</sup> Vgl. Lorré an Bernuth, 23.10.1862, 9.

daher um Buchhandelskonzessionen in Wien und Berlin.<sup>44</sup> Letztere erhielt er im November 1854. Die erste Ausgabe des *Bazar* erschien bereits im Dezember dieses Jahres. Schaefer gelang es sehr schnell, seinen Verlag aufzubauen. Das Konzept für die Zeitschrift stand wohl bereits fest. Die ersten Jahre arbeitete das Ehepaar Schaefer gemeinsam an diesem Unternehmen, indem Margarethe die Handarbeiten für den Modeteil entwickelte.<sup>45</sup> Die junge Zeitschrift erlangte schnell große Beliebtheit, der Verlag expandierte. Die Einzelheiten hierzu wurden bereits dargestellt. Schaefers Reichtum vermehrte sich stetig und auch seine Familie stieg gesellschaftlich auf.

Im Jahr 1861 bemühte er sich bei der preußischen Regierung um den Titel eines Kommerzienrats.<sup>46</sup> Er argumentierte, dieser Titel bedeute für ihn geschäftliche Vorteile und eine deutliche Verbesserung der Karrieremöglichkeiten seiner beiden ältesten Söhne, die die Militärlaufbahn anstrebten.<sup>47</sup> Die Bitte um die Verleihung von Titeln blieb jedoch vorerst ohne Erfolg. 1863 verlieh ihm der sächsische König Johann I. den Titel eines Königlichen Kommerzienrats. Dies war außergewöhnlich, denn zum einen war Schaefer kein sächsischer, sondern preußischer Staatsbürger, zum anderen handelte es sich um einen „in Sachsen ungewöhnliche[n] Titel“.<sup>48</sup> Er habe sich diesen Titel verdient, aufgrund der „Bedeutung seines Blattes, und daß dasselbe auch in Sachsen zahlreichen Familien Beschäftigung und Brod giebt“.<sup>49</sup> Danach bat er darum, den sächsischen Titel auch in Preußen verwenden zu dürfen, was die dortigen Behörden „aus allgemeinen Verwaltungsgrundsätzen“<sup>50</sup> allerdings ablehnten. Schaefer fand jedoch in der Berliner Gesellschaft Fürsprecher, die sich dafür einsetzten, dass er zum preußischen Kommerzienrat ernannt würde. Sie argumentierten mit Schaefers finanziellen Vorzügen und geschäftlicher Tüchtigkeit:

Außerdem lebt er in brillanten äußersten Verhältnissen; er hat nicht nur ein völlig gesichertes Einkommen von einem Betrage, der ihn in den Stand setzt, in jeder noch so hohen Stellung dieser entsprechend zu leben, sondern er besitzt außerdem ein bedeutendes Vermögen. [...] Sein Einkommen aus seinem buchhändlerischen Unternehmen ist wohl begründet, und von Jahr zu Jahr in Zunahme begriffen, da er es verstanden hat, sein im Jahre 1855 gegründetes Blatt durch un-

<sup>44</sup> Vgl. zu Konzessionen als Mittel der Preszensur Thomas Birkner: Das Selbstgespräch der Zeit. Die Geschichte des Journalismus in Deutschland 1605-1914, Köln 2012, 145f.

<sup>45</sup> Vgl. Brandenburgia, 3. Außerdem Nachruf in *Der Bazar*, 16.7.1894, 313.

<sup>46</sup> Vgl. Schaefer an Bernuth, 8.3.1861, 6. LAB, A Pr. Br. Rep. o3o Nr. 12956.

<sup>47</sup> Zur Nobilitierung von Bürgerlichen und Titelverleihungen vgl. Peter Brandt: Preußen. Zur Sozialgeschichte eines Staates. Eine Darstellung in Quellen, Reinbek 1981, 319ff.

<sup>48</sup> Schreiben an Regierungsrrath Klützow, 2.3.1863, 21. LAB, A Pr. Br. Rep. o3o, Nr. 12956.

<sup>49</sup> Lorré an Eulenburg, 9.1.1864, 32f.

<sup>50</sup> Verzeichnis der Ordens-Vorschläge des Polizei-Präsidenten von Berlin. LAB, A Pr. Br. Rep. o3o, Nr. 12956, 37.

ausgesetzten Fleiß, durch sein fortgesetztes Ringen nach dem Vollkommenen zu einem Weltblatt zu machen, dessen Ruf und Abonentenzahl jährlich um Tau sende wächst.<sup>51</sup>

Zudem hieß es, dass Schaefer

nicht nur tüchtige Schulkenntniss [sic] und in seiner Stellung als Buchhändler sich eine umfassende literarisch und wissenschaftliche Bildung erworben, sondern auch durch weite Reisen im In- und Auslande und durch einen gewählten Umgang sich solche gesellschaftlichen Formen angeeignet, die ihn zur Verleihung des fraglichen Titels vollkommen geeignet erscheinen lassen.<sup>52</sup>

Der Polizeipräsident von Berlin betonte, Schaefer sei ein „sehr achtenswerther, wohlhabender und in seiner Branche tüchtiger Geschäftsmann von dem untadelhaftesten Rufe und bewährter patriotischer Gesinnung“.<sup>53</sup>

Obwohl dem Verleger somit der beste Leumund bescheinigt wurde, erhielt er statt des preußischen Kommerzienratstitels nur den eines Geheimen Kommissionsrats. In den Dokumenten wird als Grund dafür angegeben, dass „die wesentlichen Vortheile des Bazars dem Königreich Sachsen zu Gute kommen“,<sup>54</sup> nicht Preußen. Somit war Schaefer sächsischer Kommerzienrat und preußischer Geheimer Kommissionsrat, allerdings durfte er den prestigeträchtigeren Kommerzienratstittel in Preußen nicht verwenden. Er tat es dennoch. Viele seiner Briefe unterschrieb er mit „Commerzienrath“. Im Jahr 1867 wurde sein sächsischer Titel zum Geheimen Kommerzienrat erhöht.<sup>55</sup> Zusammen mit den vielfältigen Schreibweisen seines Nachnamens, den unterschiedlichen Vornamen und der Erhebung in den Adelsstand entstand so in den verschiedenen preußischen Behörden eine jahrelange, bis über seinen Tod hinaus andauernde Verwirrung über seinen zutreffenden Namen und seine Titel. Im Jahr 1876 beantragte er zwar erfolgreich die endgültige Festlegung der Schreibweise auf „Schaeffer-Voit“, um „in späteren Zeiten Verdunklungen, Irrthümer oder Zweifel“<sup>56</sup> zu verhindern. Die befürchtete Verwirrung war jedoch schon entstanden.

51 Lorré an Eulenburg, 9.1.1864, 32. Zu den Kriterien für eine Titelverleihung vgl. Karin Kaudelka-Hanisch: Preußische Kommerzienräte in der Provinz Westfalen und im Regierungsbezirk Düsseldorf 1810-1918, Dortmund 1993; zu Verlegern als Kommerzienräte: Georg Jäger: Vom Familienunternehmen zur Aktiengesellschaft. Besitzverhältnisse und Gesellschaftsform im Verlagswesen, in: Ders. (Hrsg.): Geschichte des Deutschen Buchhandels Teil 1, 197–216, 236f.

52 Lorré an Eulenburg, 9.1.1864, 32.

53 Verzeichnis der Ordens-Vorschläge des Polizei-Präsidenten von Berlin, 37.

54 Lorré an Bernuth, 23.10.1862, 13.

55 Vgl. Schaefer-Voit an Savigny, 3.7.1867. GStA PK, VI. HA Familienarchive und Nachlässe, NI K. F. v. Savigny, Nr. 231.

56 Notarielles Dokument, September 1876. GStA PK, I. HA Rep. 176 Heroldsamt, Nr. 8361.

Kurz nach der Verleihung des Kommissionsratstitels stellte Schaefer 1864 den Antrag, unter dem Namen „von Schaefer-Voit“ in den Adelsstand erhoben zu werden. In den Akten des preußischen Heroldsamtes findet sich ein Brief Schaefers an den König, in dem er seine Motivation zu diesem Antrag darlegte. Er betonte, dass

diese Bitte nicht etwa durch eine persönliche Eitelkeit meinerseits hervorgerufen ist, denn ich führe für meine Person ein zurückgezogenes Dasein, lebe lediglich für meine Familie und war und ist [sic] vor Allem mein Streben dahin gerichtet, gute Kinder zu erziehen.<sup>57</sup>

Die Aufstiegschancen seiner Söhne im Militär würden jedoch durch eine Adelserhebung enorm gesteigert. Schaefer betonte, dass seine materielle Situation vollkommen gesichert sei, dass er sein Vermögen allein seinem eigenen Fleiß verdanke und dass „jedes meiner Kinder dereinst ein nicht unbedeutendes Vermögen zu erwarten haben wird.“<sup>58</sup> Er erinnerte den König daran, dass er „im Jahre 1850 bereitwillig [s]eine Existenz daran setzte, der königlichen Staats-Regierung [s]eine patriotische Gesinnung zu bestätigen“ und es werde „ferner [s]ein Stolz sein, [s]eine geistigen und pecuniären Kräfte dem Wohle des Staates zu widmen“.<sup>59</sup> Schaefer präsentierte sich also als vorbildlicher preußischen Staatsbürger, der die Tugenden von Fleiß und Vaterlandsliebe lebte,<sup>60</sup> dessen Söhne im Militär dienten und der dem Staat mit seinem Wohlstand als Steuerzahler dienlich sein wollte.

Im Heroldamt reagierte man allerdings reserviert auf den Antrag und holte noch einmal Informationen über die Person Schaefers ein.<sup>61</sup> Diese Berichte sprachen wieder von seinen patriotischen und geschäftlichen Erfolgen. Seine Umgangsformen seien nicht zu kritisieren, seine Gattin Margarethe sei eine „fein gebildete Dame“.<sup>62</sup> Demnach kam man im Heroldamt zu der Ansicht

daß die Familien-Verhältnisse und persönlichen Eigenschaften des Schaefer einer Gewährung seines Gesuchs nicht entgegenstehen; wenn dagegen ein ganz besonderes Gewicht auf seine Vermögenslage gelegt wird, so muß ich dahin gestellt lassen, einmal, ob das Unternehmen, auf welchem sich sein augenblicklicher Reichthum basirt, wirklich von dem gesicherten Umfange und der demsel-

57 Schaefer an Wilhelm I., 1.6.1864, aus: ebd.

58 Ebd.

59 Ebd.

60 Vgl. zu den bürgerlichen Tugenden *Manfred Hettling/Stefan-Ludwig Hoffmann*: Der bürgerliche Wertehimmel. Zum Problem individueller Lebensführung im 19. Jahrhundert, in: *Geschichte und Gesellschaft* 23 (1997), 333–359.

61 Zu den Kriterien für eine Adelserhebung vgl. *Stein*: Der preußische Geldadel (wie Anm. 25, 27), bes. 57ff.

62 Bernuth an Oberpräsidenten der Provinz Brandenburg Jagow, 1.7.1864. GStA PK, I. HA Rep. 176 Heroldamt, Nr. 8361.

ben beigelegten Bedeutung ist und sodann, ob derselbe wirkliche Garantien für ein andauerndes und blühendes Bestehen zu bieten vermag.<sup>63</sup>

Man fürchtete also, dass *Der Bazar* ein überschätztes Unternehmen sei, das zwar aktuell Erfolg habe, jedoch einer unsicheren Zukunft entgegenhebe. Die preußischen Beamten hielten offenbar nicht viel von Schaefer oder seinem Unternehmen. In den Akten über ihn ist die Rede von „einem gewissen Nabob“.<sup>64</sup> Dennoch entschloss sich der König, der Erhebung zuzustimmen, allerdings unter der Bedingung, dass Schaefer zuvor einen ritterschaftlichen Grundbesitz von mindestens 150.000 Talern zu erwerben und ein Familienfideikommiss zu gründen habe.<sup>65</sup> Diese Bedingungen machte die Erhebung Schaefers zu einer lange andauernden Angelegenheit. Da er zunächst kein passendes Rittergut erwerben konnte, investierte der Verleger 164.000 Taler in Staatspapiere,<sup>66</sup> was offenbar akzeptiert wurde. Im Oktober 1865 wurde die Standeserhöhung im *Staats-Anzeiger* endlich veröffentlicht.<sup>67</sup> Schaefer und seine Familie waren nun adelig, jedoch ohne Titel; der Nachname lautete nun offiziell: von Schaefer-Voit. Die Gründung des Familienfideikommisses und der Erwerb eines Ritterguts waren allerdings immer noch Bedingung. Weshalb Schaefer-Voit, ohne diese Bedingungen erfüllt zu haben, geadelt wurde, geht aus den Dokumenten nicht klar hervor.

Privat mussten er und seine Familie mehrere Schicksalsschläge hinnehmen. Sein ältester Sohn Udo starb im Deutschen Krieg an Cholera, Edgar, der zweitälteste, fiel im Deutsch-Französischen Krieg.<sup>68</sup> 1871 verkaufte er seinen Verlag – möglicherweise widerwillig – an eine Aktiengesellschaft. Der ehemalige Unternehmer dürfte sich mit dem Verkaufserlös von 850.000 Talern, zusammen mit dem erheblichen Vermögen, das er besaß, auf der Liste der wohlhabendsten Männer Deutschlands ziemlich weit vorne befunden haben. Nach diesen Ereignissen zog er sich wohl vollständig ins Privatleben zurück, hielt jedoch, wie Teile seiner überlieferten Korrespondenz zeigen, Kontakt zu einigen befreundeten prominenten Persönlichkeiten.

<sup>63</sup> Oberpräsidium der Provinz Brandenburg an Heroldsamt, 4.7.1864, aus: ebd.

<sup>64</sup> Der Begriff Nabob bezeichnete im Englischen Personen, die in Indien großen Reichtum erworben hatten und im Luxus lebten, vgl. Pierer's Universal-Lexikon, Bd 11, 621. Diese Bezeichnung hatte durchaus eine abfällige Komponente.

<sup>65</sup> Vgl. Wilhelm I. an den Minister des Heroldsamts, 23.8.1864. GStA PK, I. HA Rep. 176 Heroldamt, Nr. 8361. Vgl. zu diesem Vorgang *Stein*: Der preußische Geldadel (wie Anm. 25, 27), 31.

<sup>66</sup> Vgl. Quittung vom 29.8.1865. GStA PK, I. HA Rep. 176 Heroldamt, Nr 8361.

<sup>67</sup> Vgl. Königlich preußischer Staats-Anzeiger, 7.10.1865.

<sup>68</sup> Im Park des 1866 errichteten Schlosses stellte Schaefer-Voit ein Denkmal zuerst für den einen, dann auch für den anderen Sohn auf. Schloss und Park nannte man Ruhwald. 1872 verkaufte Schaefer-Voit das Grundstück wegen Nachbarschaftsstreitigkeiten. Vgl. *Bark*: Chronik von Alt-Westend (wie Anm. 34, 29).

Erst für den Zeitraum ab dem Jahr 1875 finden sich wieder Dokumente zu Schaefer-Voit. Anlass dazu gab die Verlobung seiner neunzehnjährigen Tochter Clara mit dem Grafen Friedrich von Eulenburg. Dessen älterer Bruder war Philipp von Eulenburg, um den sich 1906 die sogenannte Eulenburg-Affäre entwickeln sollte.<sup>69</sup> Ein Zeitungsausschnitt der *Tribüne* in den Akten des Heroldsamts gibt den Vorgang, der 1875 auch international Interesse erregte, wieder.<sup>70</sup> Demnach lernte der Graf Clara von Schaeffer-Voit in Karlsbad kennen.<sup>71</sup> Die beiden jungen Leute hätten sich aus „reiner Neigung“<sup>72</sup> verlobt, finanzielle Interessen seien auf beiden Seiten nicht im Spiel gewesen und beide Familien hätten ihr Einverständnis mit der Verlobung bekundet. Eulenburg zeigte die Verlobung seinen Regimentskameraden vom Gardes du Corps schriftlich an und wunderte sich nicht über die ausbleibende Antwort, da er sowieso bald nach Berlin zurückkehren würde.

Bei seiner Rückkehr zeigten ihm die Offiziere jedoch deutlich, dass sie „die Verbindung eines Eulenburg mit der genannten Dame nicht standesgemäß fänden.“<sup>73</sup> Er beschwerte sich bei von Alten, dem Oberst des Regiments, über dieses Verhalten, doch dieser erklärte ihm, dass er die Meinung der Offiziere durchaus teile. Graf Eulenburg forderte daraufhin den Oberst zum Duell.<sup>74</sup> Dazu kam es nicht, stattdessen wurde Eulenburg vor ein Ehrengericht gestellt; es entschied, ihn aus Berlin nach Hannover zu versetzen. Kaiser Wilhelm I. selbst nahm Anteil an dieser Affäre. Er bestätigte, dass Eulenburg „die Disciplin verletzt“ habe, setzte aber auch durch, dass die Versetzung nicht dauerhaft galt, sondern der Graf zu seinem Regiment zurückkehren sollte. Der Kaiser „rügte aber entschieden das Officierscorps, welches die Verbindung mit der Tochter eines Mannes, dem der König den Adel verliehen, herabgesetzt habe“.<sup>75</sup> Die Zeitung betonte schließlich, dass Ehen zwischen adeligen Mitgliedern dieses Offizierskorps und bürgerlichen Damen durchaus schon häufiger vorgekommen seien.

Die gesamte Angelegenheit wurde in diesem Zeitungsartikel recht nüchtern dargestellt. Es klingt aber auch Unverständnis für die elitäre Haltung des Regiments heraus. Theodor Fontane ließ sich von diesen Vorgängen zu seinem Roman

69 Vgl. dazu John Röhl: Einleitung, in: Ders. (Hrsg.): Philipp Eulenburgs politische Korrespondenz, Boppard 1976, 9–75.

70 Zeitungsausschnitt Tribüne, 17.11.1875. GStA PK, I. HA Rep. 176 Heroldsamt, Nr 8361. Eine spätere Wiedergabe der Ereignisse findet sich in: Neues Wiener Journal, 11.12.1914, 5. Das Geschehen erzeugte seinerzeit als Symptom für verkrustete preußische Gesellschaftsverhältnisse so viel Aufsehen, dass sich Nachrichten darüber von Europa bis nach Amerika, Australien und Neuseeland verbreiteten. Vgl. für Neuseeland: Timaru Herald, 1.2.1876, 3.

71 Vgl. Zeitungsausschnitt Tribüne, 17.11.1875.

72 Ebd.

73 Ebd.

74 Zum Duell und zur Ehre im Offiziersstand vgl. Ute Frevert: Ehrenmänner. Das Duell in der bürgerlichen Gesellschaft, München 1991, 99–119.

75 Zeitungsausschnitt Tribüne, 17.11.1875.

Cécile inspirieren.<sup>76</sup> Er hörte die Geschichte von Friedrich von Eulenburgs Vater 1882. Danach löste Oberst von Alten die Duellforderung mit folgenden Worten über Eulenburgs Verlobte aus: „Lieber Eulenburg, solche Damen liebt man, aber heiratet man nicht.“<sup>77</sup> Der weiteren Erzählung zufolge wurde Eulenburg aus dem Dienst entlassen, nach einigen Wochen jedoch auf Befehl des Kaisers wieder in sein Regiment aufgenommen. Da er dort jedoch nicht bleiben wollte, versetzte man ihn nach Metz, wo auch Claras und sein erstes Kind zur Welt kam.

Für Schaefer-Voit war die Angelegenheit allerdings nicht so leicht abgeschlossen. Zwar fand die Hochzeit seiner Tochter mit Friedrich von Eulenburg statt. Gesellschaftlich war die Familie aber angeschlagen, wie man an den zeitlich darauf folgenden Dokumenten erkennen kann. So scheinen Gerüchte über die zweifelhafte Ehrbarkeit der Schaefer-Voits aufgekommen zu sein. Es hieß wohl, dass Clara die illegitime Tochter des Königs von Bayern und ihr Mann in Wirklichkeit der Onkel von Friedrich von Eulenburg sei.<sup>78</sup> Beeindruckend ist ein Brief, den Schaefer-Voit an Wilhelm I. schrieb, in dem er ihn darum bat, etwas zur Rettung seines Namens zu unternehmen. Er trat dem König und Kaiser gegenüber äußerst selbstbewusst auf:

Aber ich besitze den Stolz, *mich zu den Besten von Eurer Majestät Unterthanen zu zählen*: das Bewußtsein, das was ich bin, durch Euer Majestät Gnaden und durch mich selbst zu sein, – das was ich habe, auf die ehrlichste Weise zu besitzen, und das was ich gethan, den Gesetzen des Staates und der Moral stets streng angepasst zu haben, giebt mir diese Selbstachtung und Selbstschätzung.<sup>79</sup>

Schaeffer-Voit führte seine geschäftlichen Leistungen auf. So gehöre er „von fünf- und zwanzig Millionen Unterthanen zu den ersten fünfzehn, welche die größte Einkommens-Steuer zahlen.“<sup>80</sup> Seinen finanziellen Erfolg verdanke er „weder der Gunst eines glücklichen Zufalls, noch dem unverdienten Erfolge zweifelhafter Börsenspekulationen“; noch gehöre er zu der „Zahl derjenigen, welche zum großen Schaden des Landes durch ihre Beteiligung an frivolen ‚Gründungen‘ auf den Schultern betrogener Opfer sich zu hohen finanziellen Stellungen emporgeschwungen haben.“<sup>81</sup> Stattdessen sei sein Vermögen

<sup>76</sup> Vgl. Helmuth Nürnberger: Anhang. In: Ders. (Hrsg.): Theodor Fontane. Sämtliche Romane, Erzählungen, Gedichte, Nachgelassenes. Bd. 2, 3., durchges. u. i. Anh. erw. Aufl., München 1990 (Theodor Fontane. Werke, Schriften und Briefe), 813–869, hier 865–869.

<sup>77</sup> ebd., 876

<sup>78</sup> Vgl. Helmuth Nürnberger: Anhang (wie Anm. 76).

<sup>79</sup> Schaefer-Voit an Wilhelm I., 23.7.1875. GStA PK, I. HA Rep. 176 Heroldssamt, Nr. 8361. Hervorhebung im Original.

<sup>80</sup> Ebd.

<sup>81</sup> Ebd.

Resultat unermüdlicher, langwieriger und ernster Arbeit, welcher es gelungen ist, ausgedehnte *internationale* Geschäftsverbindungen und Beziehungen anzuknüpfen, meine streng soliden Unternehmungen in das Ausland zu führen und dort zu betreiben. In Amerika, Russland, Österreich und ganz besonders in Frankreich habe ich neue, vordem von Niemandem für möglich gehaltene Erwerbsquellen erschlossen und habe viele Millionen in das Land geführt.<sup>82</sup>

Schaefer-Voit beschrieb sich selbst als gewissenhaften, tüchtigen und geschickten Geschäftsmann, der seinem Vaterland große Verdienste erbracht habe; im Gegensatz zu anderen, die auf Kosten anderer reich und mächtig geworden seien, und sich nun als bessere Gesellschaft betrachteten. Der Unternehmer führte noch ein weiteres Opfer auf, das er Preußen gebracht habe: seine beiden in Kriegen gefallenen Söhne. Seiner Ansicht nach mussten diese sterben, weil sie jeweils kurz vor den Kriegen aus ihren ursprünglichen Regimentern in andere versetzt wurden, und nennt auch den Grund dafür:

Man äußerte, die Versetzung sei erfolgt, weil nach Ansicht einiger Offiziere des Regiments mein damals noch betriebenes ‚bürgerliches Geschäft‘ dies verlangte! [...] Wenige Wochen darauf war mein Sohn erschossen! Hätte man diese meine beiden Kinder nicht ungerecht ihren Regimentern entrissen, – gewiß lebten sie heute noch!<sup>83</sup>

Er sah ihren Tod nicht als notwendiges Opfer für das Vaterland, sondern als Konsequenz aus Vorurteilen gegenüber seiner bürgerlichen Herkunft. Aus diesem Grunde ging ihm der Vorfall mit Eulenburg so nahe, denn auch hier sah man seine Familie als Emporkömmlinge an, die von den Etablierten nicht akzeptiert wurden.<sup>84</sup> Seiner Aussage nach wurde sein Unternehmen unter anderem darum nicht akzeptiert, weil es sich um die Verlegung einer Frauenzeitschrift handelte, und dies offenbar keine respektable Beschäftigung darstellte. Insgesamt forderte Schaefer-Voit „Genugthuung“<sup>85</sup> für das Unrecht, das seiner Familie im Jahr 1875 widerfahren sei. Offenbar spekulierte er auf eine Erhebung in den Freiherrenstand, um damit die Vorurteile der Gesellschaft gegenüber seiner Tochter als Ehefrau eines Grafen zu beseitigen und seinen verbliebenen Söhnen ähnliche Probleme wie die der älteren Brüder zu ersparen.

Schaefer-Voit äußerte den Wunsch nach dem Freiherrentitel jedoch nicht gegenüber dem Kaiser und äußerte auch keine offizielle Bitte. Stattdessen waren es ihm wohlgesonnene Männer am Hof, die dem Kaiser vorschlugen, Schaefer-Voit

<sup>82</sup> Ebd. Hervorhebung im Original.

<sup>83</sup> Ebd.

<sup>84</sup> Zu den Problemen der Etablierten mit sogenannten Parvenues vgl. Karlheinz Wallraf: Die „Bürgerliche Gesellschaft“ im Spiegel deutscher Familienzeitschriften, Köln 1939, 36–42.

<sup>85</sup> Schaefer-Voit an Wilhelm I., 23.7.1875.

in den Freiherrenstand zu erheben,<sup>86</sup> um seine gesellschaftliche Position wiederherzustellen. Welche Personen dies genau waren, lässt sich aus den Briefen nur schwer herauslesen. Der Minister des Königlichen Hauses, Alexander von Schleinitz, war jedoch auf jeden Fall involviert. Der Familienfideikommiss, der zehn Jahre zuvor als Vorbedingung zur Adelserhebung gefordert worden war, wurde nun endlich gegründet. Er umfasste ein Vermögen von 1.500.000 Goldmark und umfasste die Rittergüter Blankenfelde und Glasow. Somit konnte auch endlich das noch ausstehende Adelsdiplom ausgestellt werden. Zu dieser Zeit ließ der ehemalige Geschäftsmann zudem notariell festhalten, dass der Nachname der Familie von nun an Schaeffer-Voit zu schreiben sei, in „Rücksicht auf von mir demnächst zu vollziehende Urkunden“.<sup>87</sup> Offenbar wollte er alle offenen Angelegenheiten regeln.

Die Frage über die Erhebung in den Freiherrenstand wurde allerdings erst 1877 entschieden. Diesmal sprach sich das Heroldamt ohne Einschränkungen für den Geschäftsmann aus, die Hindernisse kamen von anderer Seite. Schleinitz, der dem Kaiser die „Schaeffer-Voitsche Angelegenheit“ vorgetragen hatte, berichtete später, dass sich dieser zu einer Erhebung „nicht veranlasst sehen könnte“.<sup>88</sup> Der Kaiser ließ mitteilen, seine höchst persönliche nachsichtige Behandlung des Grafen Eulenburg müsse Schaeffer-Voit bereits Begünstigung genug sein. Wilhelm I. sah die gesamte Angelegenheit als abgeschlossen an. Er empfand die ehrenhafte Versetzung des Grafen als ausreichende Lösung des Problems und wollte nichts weiter davon hören. Schleinitz musste diese endgültige Ablehnung des Freiherrentitels übermitteln, mit Rücksicht auf den „geistig bedenklichen Zustand des von Schäffer-Voit [...] in schonendster Weise“.<sup>89</sup> Schaeffer-Voits Gesundheitszustand war wohl nie sehr stabil, in vielen seiner Briefe ist die Rede von Krankheiten, die er gerade überstanden hatte. Die Zeit nach 1875 scheint ihm jedoch besonders zugesetzt zu haben, da ein Minister solche Rücksicht auf seinen Zustand nahm. Zudem hatte er einen Bevollmächtigten eingesetzt, der seine Korrespondenz führen sollte, was ebenfalls auf einen Rückzug aus allen behördlichen Angelegenheiten hindeutet.<sup>90</sup>

Schaeffer-Voit verstarb am 20. Oktober 1887 in Berlin mit 68 Jahren an Gelbsucht.<sup>91</sup> Der Bazar vermeldete in der letzten Ausgabe des Jahres 1887 den Tod des „genialen Begründers des ‚Bazar‘“. (Siehe dazu Abbildung 2.) Der Erfolg der

<sup>86</sup> Vgl. Brief ohne Adresse und Absender, 4.7.1877. GStA PK, I. HA Rep. 176 Heroldamt Nr 8361.

<sup>87</sup> Notarielles Dokument, September 1876.

<sup>88</sup> Schleinitz an Stillfried, 18.6.1877. GStA PK, I. HA Rep. 176 Heroldamt, Nr 8361.

<sup>89</sup> Brief ohne Adresse und Absender, 4.7.1877.

<sup>90</sup> Stillfried an Silbitz, 24.7.1877. GStA PK, I. HA Rep. 176 Heroldamt Nr 8361. Als Bevollmächtigter wird der Chefredakteur des *Kladderadatsch*, Ernst Dohm, genannt.

<sup>91</sup> Vgl. Todesanzeige 20.10.1887. LAB, A Pr. Br. Rep. 030, Nr. 12956, 49.

Zeitschrift sei dadurch hervorgerufen worden, dass der „unermüdlich erfindende Lenker durch immer neue Reize die Damenwelt an das Blatt zu fesseln“ gewusst habe. Mit „richtigem Blick“ und „kühnem Griff“ habe er den *Bazar* auch international überaus erfolgreich gemacht: „Er war in seinem Streben vorbildlich und in allen Kulturländern elte man, sein Vorbild nachzuahmen.“ Die Redaktion verabschiedete damit den früheren Verleger, den „mit Geistesgaben aller Art ausgestatteten, hervorragenden Manne“.<sup>92</sup>

Schaeffer-Voits Ehefrau Margarethe starb 1894, Tochter Clara ließ sich 1906, kurz vor Beginn der Eulenburg-Affäre, von Friedrich von Eulenburg scheiden und heiratete erneut. Die Werdegänge der beiden jüngeren Söhne sind unbekannt. Die von Schaeffer-Voit erbauten Villen Ruhwald und Blankenfelde wurden im Zweiten Weltkrieg zerstört, bzw. in den darauf folgenden Jahrzehnten abgerissen; auch das Familienmausoleum ist heute nicht mehr vorhanden. Geblieben ist von Schaeffer-Voit die Erinnerung an seinen auffallenden Reichtum, den er mit dem *Bazar* erwirtschaftet hat. Er geriet wohl so schnell in Vergessenheit, weil er, obwohl ein gewandter Geschäftsmann mit guten gesellschaftlichen Kontakten, offenbar die Öffentlichkeit scheute. Er unterstützte mit seinem Vermögen verschiedene wohltätige Unternehmungen, doch machte er dies nicht publik.

Sein Leben ist ein Beispiel dafür, dass in der preußischen Gesellschaft des 19. Jahrhunderts der finanzielle Aufstieg möglich war, der gesellschaftliche aber nicht unbedingt damit Schritt hielt. Zwar verfügte Schaeffer-Voit über gute geschäftliche und gesellschaftliche Verbindungen. Doch gleichzeitig galt er vielen Angehörigen der besseren Gesellschaft als Parvenü, den man nicht ernst nehmen dürfe. Sein Verlag wurde allen Anschein nach von vielen als belangloses Klatsch- und Modeblättchen und nicht als internationales Unternehmen verstanden. Er selbst schrieb dieser Ablehnung durch die Gesellschaft verschiedene nachteilige Entwicklungen seines Lebens zu und empfand darüber bittere Enttäuschung. Fraglich ist, ob diese Ablehnung prinzipiell Aufsteigern entgegengebracht oder ob in Schaeffer-Voits besonderem Fall die Art seines Unternehmens, eine Damen- und Modezeitschrift, missbilligt wurde.

### 4.3 Modeteil

Der *Bazar* bestand aus zwei Teilen, die gewöhnlich jeweils acht Seiten umfassten. Im wöchentlichen Wechsel erschien die sogenannte Arbeitsausgabe, in der Modeartikel vorgestellt wurden, in der folgenden Woche erschien die ‚belletristische‘

92 *Der Bazar*, 26.12.1887, 481.

Ausgabe, in der literarische Inhalte vorherrschten. Zunächst soll dem Modeteil eine nähere Betrachtung gewidmet werden.<sup>93</sup> (Vgl. dazu Abbildung 3.)

Die Arbeitsausgabe behandelte ausschließlich Handarbeiten und Bekleidung. Die vorgestellten Bekleidungsgegenstände waren gewöhnlich für Frauen gedacht, es wurden jedoch auch zahlreiche Kinderkleider angeboten. Frauen- und Kinderkleider wurden im 19. Jahrhundert zu einem großen Teil im eigenen Haus hergestellt; wenn mehr Geld zur Verfügung stand, beauftragte man auch professionelle Näherinnen. Männerkleidung erschien zwar in der Zeitschrift, war hier jedoch sehr selten und stellte zumeist Hauskleidung, wie etwa Morgenmantel oder Rauchjacken, gelegentlich aber auch Oberhemden dar. Oft wurden diese Kleidungsstücke als Geschenk beschrieben. Sie waren damit Ausnahmen im Angebot des *Bazar*, denn der Großteil der männlichen Kleidung wurde bei Schneidern bestellt.

Ergänzend zu den Abbildungen, die fertige Gegenstände zeigten, wurden Schnittmuster und Stickereivorlagen in Originalgröße auf großen, ausfaltbaren Bögen Papier, den sogenannten Supplementen, den Arbeitsnummern beigefügt. Bis 1864 wurden diese Supplemente nur einmal im Monat beigegeben, danach entschied man sich, sie mit jeder Arbeitsausgabe, also alle zwei Wochen, zu liefern. Gegen Ende des Jahrhunderts waren die Schnittmuster für jedes Modell erhältlich. In Originalgröße und nach Maß gefertigt wurden sie auf Bestellung geliefert. Durch die große Zahl der Schnittmuster vermochte *Der Bazar* seinen Abonentinnen jährlich „250 bis 300 Schnittmuster zu bieten, also eine Zahl, groß genug um den Toiletten-Anforderungen jeden Alters und Standes (namentlich also auch des Mittelstandes), sowie jeder Lebensstellung und Geschmacksrichtung Genüge leisten zu können.“<sup>94</sup> Spezielle Kleidung, wie etwa zum Schwimmen oder Turnen, erschien selten, aber regelmäßig. Sportbekleidung wurde gegen Ende des Jahrhunderts immer häufiger angeboten, doch beschäftigte sich *Der Bazar* nie eingehend mit Reformkleidung.<sup>95</sup> Während sich Kleidungsreformerinnen zur Jahrhundertwende äußerst kritisch mit der konventionellen Frauenkleidung auseinandersetzen und einen Verzicht auf Korsetts und lange Röcke forderten, die sie als gesundheitsschädlich betrachteten, hielt sich *Der Bazar* aus dieser Diskussion heraus und lieferte nur sehr vereinzelte Reformmodelle.

Neben Nähanleitungen und Schnittmustern für Kleidung erschienen auch andere nachzuarbeitende Artikel:

alle [...] Gegenstände, welche irgend in das Bereich [sic] weiblicher Handarbeiten gehören, und die gewöhnlich zu theuren Preisen in den Läden gekauft werden,

<sup>93</sup> Eine genauere Darstellung der Modezeitschriften der Zeit folgt in 4.7.

<sup>94</sup> *Der Bazar*, 23.3.1864, 104.

<sup>95</sup> Vgl. dazu Karen Ellwanger/Elisabeth Meyer-Renschhausen: Kleidungsreform, in: Kerbs/Reulecke (Hrsg.): Handbuch der deutschen Reformbewegungen, 87–102.

nach dem modernsten Geschmack: Pariser und Berliner Originalmuster für Stickerei, Weißstickerei, Tapisserie, Application und Soutache, Filet-, Strick-, Häkel-, Knüpf- und Perlenarbeiten.<sup>96</sup>

Dazu kamen Anregungen zur Herstellung von Zimmerdekorationen, aber auch generelle Bastelvorschläge für verschiedene, mehr oder weniger nützliche Gegenstände. Derartige Artikel dienten oft als Geschenk.<sup>97</sup> Gerade in den Heften vor Weihnachten traten sie häufiger auf. Obwohl sich die Zeitschrift generell nicht zu religiösen Fragen äußerte, erschienen immer wieder Vorlagen für (christliche) kultische Gegenstände, wie Stickmotive für Altardecken, die Leserinnen wohl ihrer Kirche zum Geschenk machen sollten. Diese liturgischen Objekte wurden jedoch wertfrei geschildert, so wie andere Vorlagen auch.

Das vielfältige Angebot an möglichen Handarbeiten erklärt sich nicht nur aus einem ästhetischen Bedürfnis und der Möglichkeit, Geschenke herzustellen, sondern auch daraus, dass man im 19. Jahrhundert besonderen Wert auf die sogenannten weiblichen Handarbeiten legte, ein Aspekt, der in Abschnitt III 5.1 noch genauer dargestellt wird. Es ist also festzuhalten, dass *Der Bazar* den Frauen viele verschiedene Möglichkeiten zur Handarbeit bot, von praktischen Dingen über reinen Zeitvertreib bis hin zum potentiell Verkauf. Bestätigt wurde dies auch im *Bazar* selbst:

Zu ihrem Organe wählte sie [die Phantasie der Mode und Handarbeit; Anm. B. K.] den Bazar. Die interessanten Anleitungen, welche er für jene graziösen Phantasiearbeiten gibt, die keine Maschine liefern kann, wurden mit Freuden von der Frauenwelt begrüßt; Tausende und Abertausende bürgerliche und aristokratische Händchen sind im Dienste der trotz aller Kämpfe souverän gebliebenen Herrscherin „Handarbeit“, thätig, und das Luxusbedürfniß unserer Zeit fördert ihre Macht.<sup>98</sup>

Gelegentlich erklärte die Redaktion, weshalb die Mode überhaupt ein Thema sei, mit dem man sich beschäftigen solle. Die Vorwürfe gegenüber der Mode damals waren die gleichen wie die heutigen: Sie wurde assoziiert mit Oberflächlichkeit und Verschwendug.<sup>99</sup> Da *Der Bazar* sich nun einmal vor allem als Modezeitschrift definierte, musste er diesen Vorwürfen entgegentreten, die offenbar häufig vorgebrachten wurden.

96 *Der Bazar*, 1.1.1868, 1.

97 Vgl. Pia Schmid: „Weibliche Arbeiten“. Zur Geschichte von Handarbeiten, in: Walburga Hoff/Elke Kleinau/dies. (Hrsg.): Gender-Geschichte/n. Ergebnisse bildungshistorischer Frauen- und Geschlechterforschung, Köln u. a. 2008, 49–72.

98 *Der Bazar*, 20.8.1877, 261.

99 Vgl. auch Wolfgang Cilleßen: Modezeitschriften, in: Fischer/Haefs/Mix (Hrsg.): Von Almanach bis Zeitung, 207–224.

Ein Argument war, dass Luxus durchaus seine Vorteile habe. Er sei nicht ausschließlich schädlich, sondern fördere auf seine Weise den menschlichen Fleiß und sei ein Zeichen wachsenden Wohlstands. Der Luxus galt als ein sichtbares Zeichen für den Fortschritt und Erfolg breiterer Gesellschaftsschichten des 19. Jahrhunderts.<sup>100</sup> Indem sich die Mode immer wieder änderte und neue Ansprüche erzeugte, erhielten zahllose Unternehmen und Gewerbe auf diesem Gebiet Aufträge; Mode und Luxus galten daher seit dem 18. Jahrhundert als bedeutende Wirtschaftsfaktoren.<sup>101</sup> Zudem sollte *Der Bazar*, gewissermaßen als Fachblatt, den Luxus in eine sinnvolle Richtung lenken. Frauen sollten aus ihm die notwendigen Informationen erhalten, um sich geschmackvoll und dennoch ihrem Budget entsprechend zu kleiden und somit unnötige Ausgaben zu vermeiden. Aus diesen Gründen wurde *Der Bazar* von den preußischen Behörden gelobt, da er zum einen den häuslichen Fleiß fördere, zum anderen die Wirtschaft antreibe.<sup>102</sup>

Wie zu jeder Zeit spielte Bekleidung im 19. Jahrhundert eine wichtige Rolle dabei, die Position einer Person in der Gesellschaft abzubilden.<sup>103</sup> Zwar existierten seit dem späten 18. Jahrhundert keine gesetzlich verankerten Kleiderordnungen mehr, dennoch unterschieden sich die Kleider der wohlhabenden und der ärmeren Schichten – zumindest bei den Frauen – deutlich in Schnitten und Materialien. Männerkleidung dagegen variierte kaum in der Form, die sich über das ganze Jahrhundert auch nur verhältnismäßig wenig änderte; die Unterschiede sind hier an der Verarbeitung und dem Material zu erkennen. Während die Herrenmode eher langlebig war und – auf den ersten Blick – wenig Variation aufwies, änderte sich die Damenmode ziemlich rasch und war wesentlich auffälliger als die der Männer. Männer traten optisch sozusagen in den Hintergrund, es waren die Frauen, die den Status ihres Ehemannes oder ihrer Familie durch ihre Kleidung in der Gesellschaft repräsentierten.<sup>104</sup> Erstrebte man gesellschaftliche Akzeptanz,

<sup>100</sup> Vgl. *Der Bazar*, 1.2.1857, 37; 8.4.1866, 118. Diese Ansicht war nicht allein auf dieses Jahrhundert beschränkt, vgl. Astrid Ackermann: Eine nationale Aufgabe – Mode und Kommerz, in: Gonthier L. Fink/Andreas Klinger (Hrsg.): Identitäten. Erfahrungen und Fiktionen um 1800, Frankfurt a. M. 2004, 323–338.

<sup>101</sup> Schaefer-Voit rühmte sich vor Wilhelm I. damit, der preußischen Wirtschaft durch seine Zeitschrift und internationalen Geschäftsbeziehungen zahllose neue Aufträge und damit Umsatz gebracht zu haben. Vgl. Schaefer-Voit an Wilhelm I., 23.7.1875.

<sup>102</sup> Vgl. Lorré an Bernuth, 23.10.1862, 11.

<sup>103</sup> Vgl. Carlo Michael Sommer: Medium Mode. Eine Sozialpsychologie der Kleidermode, in: Medienpsychologie 4.3 (1992), 205–233.

<sup>104</sup> Vgl. Sabina Brändli: „Der herrlich biedere Mann“. Vom Siegeszug des bürgerlichen Herrenanzuges im 19. Jahrhundert, Zürich 1998, 259ff.; Neumeier: Schmuck und Weiblichkeit (wie Anm. 14, 18), 73–98; Karin Schrott: Das normative Korsett. Reglementierungen für Frauen in Gesellschaft und Öffentlichkeit in der deutschsprachigen Anstands- und Benimmliteratur zwischen 1871 und 1914, Würzburg 2005, 110–130; Ulrike Döcker: Die Ordnung der bür-

musste die Kleidung dem beruflichen und familiären Stand, Alter und finanziellen Möglichkeiten angepasst sein. Abweichungen wurden meist missbilligend zur Kenntnis genommen. Um solchen Verfehlungen zu entgehen, war der Bedarf an Ratgebern zu ‚Toilettenfragen‘ groß. Auch *Der Bazar* beantwortete viele Briefe seiner Leser und Leserinnen, die unsicher über die angemessene Bekleidung waren. Zahllose Artikel beschäftigten sich mit dieser Frage; einig waren alle darin, dass die richtige Garderobe von äußerster Wichtigkeit sei – für beide Geschlechter:

Alles in Allem, für Frauen wie Männer, gilt das Wort: „Die Toilette besteht nicht so fast [sic] in den Kleidern, als vielmehr in der Art und Weise sie zu tragen.“ Sauberkeit, Sorgfältigkeit und Geschmack tragen mehr zum „Wohlgekleidetsein“ bei, als der Stoff und der Schneider. Wer nicht auf seine äußere Erscheinung hält, mag ein Philosoph sein, aber ein Weiser ist er nicht, denn so gewiß das Wort des Pythagoras wahr ist, daß der Geist, der zu große Sorge für einen Körper trägt, sein Gefängniß unerträglich macht, so gewiß auch ist es, ein unreiner Becher schändet den goldigsten Wein.<sup>105</sup>

Eine gepflegte Erscheinung war eine Notwendigkeit und deswegen konnte sich keine ehrenhafte Person vollständig der Frage ihrer Bekleidung – und somit der Mode – entziehen. Allerdings galt die übermäßige Beschäftigung mit diesem Thema ebenfalls als bedenklich, besonders, wenn darüber die wirklich entscheidenden Dinge des Lebens, wie die finanziellen Möglichkeiten, vergessen wurden. Ein Ziel des *Bazar* war es daher, dieser Gefahr durch Belehrung entgegenzuwirken, „indem er den Frauen eine weise Ökonomie auch in den modischen Bedürfnissen lehrt und ermöglicht.“<sup>106</sup> Insofern stellten Modezeitschriften wie *Der Bazar* eine notwendige Lektüre für Frauen des Bürgertums dar, die sie über Neuerungen in der Welt der Mode informierte. Denn diesen mussten sie bis zu einem gewissen Grade folgen, wenn sie nicht in ihrer Umgebung negativ auffallen und somit als geschmacklos gelten wollten.<sup>107</sup>

Ein weiterer entscheidender Grund für den großen Erfolg der Zeitschrift waren die Abbildungen. Besonders für den Modeteil waren sie von besonderer Bedeutung, denn sie stachen durch ihre hohe Qualität hervor, die sie von anderen Modezeitschriften abhob. Der Großteil der anderen Zeitschriften verfügte bis in die 1850er Jahre hinein – wenn überhaupt – nur über relativ grobe Schwarzweißabbildungen. Die Aufmerksamkeit lag gewöhnlich auf dem kolorierten Mode-

---

gerlichen Welt. Verhaltensideale und soziale Praktiken im 19. Jahrhundert, Frankfurt a. M. 1994, 137–162.

<sup>105</sup> *Der Bazar*, 8.4.1866, 119.

<sup>106</sup> *Der Bazar*, 8.11.1867, 343.

<sup>107</sup> Vgl. Karin Schrott: „Vor allem hüte sie sich vor allem Augenfälligen – in Kleidung und Benehmen“. Reglementierungen für die „Frau im öffentlichen Leben“ im deutschen Kaiserreich, in: Huber-Sperl (Hrsg.): Organisiert und engagiert, 315–338, 322ff.

bild; Schnittmuster oder andere Handarbeitsanleitungen waren selten. *Der Bazar* war bei weitem nicht die einzige Zeitschrift mit diesen Inhalten, doch setzte er mit seinen Anleitungen, Schnittmustern und hochwertigen Holzschnitten neue Maßstäbe. Bis in die 1870er Jahre hinein brachte er allerdings keine kolorierten Modenbilder. Im Vordergrund stand bei ihm die Klarheit der Abbildung und der Anleitung, die ein präzises Nacharbeiten ermöglichen sollte. Dies bezeichnete den Unterschied zu herkömmlichen Modejournals, die hübsche Abbildungen beinhalteten, aber kaum Hinweise zum Nacharbeiten lieferten. Der Schneider oder die Schneiderin waren in einem solchen Fall auf die eigenen Kenntnisse und Ideen angewiesen, während *Der Bazar* auch Ungeübteren ermöglichte, die betreffenden Gegenstände herzustellen.

Die abgebildeten Moden stammten nicht ausschließlich aus Paris, obwohl *Der Bazar* dort eine Zweitredaktion hatte, sondern wurden größtenteils in Berlin entworfen.<sup>108</sup> Damals wie heute gilt Paris als Modezentrum, an dem sich die Welt orientiert, doch war die Abhängigkeit von Frankreich in dieser Hinsicht schon seit dem 18. Jahrhundert in Deutschland nicht gern gesehen.<sup>109</sup> Die Herausbildung einer eigenen deutschen Mode und die Ablösung von Frankreich in dieser Frage, die sowohl als Identitäts- als auch Wirtschaftsproblem galt, war immer wieder öffentliches Diskussionsthema. *Der Bazar* schien diese Angelegenheit zumindest teilweise gelöst zu haben, wie der Erfolg der französischen Ausgabe *La mode illustrée* bewies, die somit größtenteils deutschen Entwürfe im Mutterland der Mode bekannt machte. Dieser Erfolg wurde von den preußischen Behörden durchaus erkannt und honoriert. Dass *Der Bazar* seinen Modeprinzipien über die Jahrzehnte treu blieb, zeigt ein Bericht über die Arbeitsabläufe in seiner Modenredaktion von 1900. Die Inspirationen erreichten die Berliner Redaktion aus Paris, London und Wien, die Entwürfe selbst wurden dann in Paris und Berlin gefertigt, so wie bereits vierzig Jahre zuvor.<sup>110</sup>

#### 4.4 Belletristischer Teil

Die Belletristikausgabe enthielt, wie der Name bereits andeutet, Erzählungen und Gedichte, aber auch Anekdoten, populärwissenschaftliche Beiträge, Biographien, Reiseberichte oder Essays zu verschiedensten Themen. (Siehe Abbildung 4.) Teilweise wurden die Beiträge von Lesern und Leserinnen eingesandt, es erschienen

<sup>108</sup> Vgl. *Der Bazar*, 23.12.1868, 381.

<sup>109</sup> Vgl. *Gisela Jaacks*: Modechronik, Modekritik oder Modediktat? Zur Funktion, Thematik und Berichtstil früher deutscher Modejournale, in: *Waffen- und Kostümkunde* 24.1 (1982), 34–59; *Astrid Ackermann*: Paris, London und die europäische Provinz. Die frühen Modejournale 1770–1830, Frankfurt a. M. u. a. 2005, 320–338.

<sup>110</sup> Vgl. *Der Bazar*, 4.1.1900, 24.

jedoch auch zahlreiche prominente Namen, wie beispielsweise Luise Mühlbach oder George Hesekiel. Besonders in späteren Jahrgängen waren auch ausländische Autoren vertreten, wie Ouida (Maria Louise Ramée) oder Mark Twain. Während der Modeteil sicherlich eher für Damen interessant war, sollte die belletristische Nummer beiden Geschlechtern interessanten Lesestoff auf hohem Niveau liefern. Die Redaktion beschrieb ihre Ziele folgendermaßen. *Der Bazar*

wird in seiner belletristischen Beilage allen Anforderungen gerecht, die ein Gebildeter an ein Unterhaltungsblatt stellen kann. Er ist ein Blatt für die ganze Familie. Oder täuschen wir uns? Hält ihn der strenge Gemahl seiner Kunst und Aufmerksamkeit für unwürdig, weil er eine Modezeitung ist? glaubt [sic] er, daß Nichts, was für Frauen gedacht und geschrieben wird, für ihn von Interesse sein könne? Gewiß gibt es Viele dieser einmal vorgefassten, schwer zu überwindenden Meinung. Aber wir appelliren an unsere vorurtheilsfreieren Leser, ob wir nicht auch manches brachten, was ihren Empfindungen entsprach und ihrem Geiste Anregung gab. Unser Wunsch und Eifer wenigstens war es, die belletristische Nummer stets so zu redigiren, daß sie für Jeden etwas bringe und von den Erwachsenen ohne Gähnen, von den Jüngeren ohne Erröthen gelesen werden könne.<sup>111</sup>

Die Auswahl der Themen war sehr breit gefächert, beinhaltete aber stets Berichte und Geschichten bestimmter Genres. So gab es regelmäßig Novellen, die meist als Fortsetzungsgeschichte abgedruckt wurden, um den Leser neugierig auf das nächste Heft zu machen.<sup>112</sup> Dazu kamen Reiseberichte, die ebenfalls von bekannten Autoren verfasst wurden und über Lebensumstände in der ganzen Welt unterrichteten, sowie Essays zu verschiedensten Themen. Historische Erzählungen waren ebenfalls zahlreich vertreten, teils fiktional, teils mit wissenschaftlichem Anstrich.<sup>113</sup>

Eine andere häufige Art von Beiträgen sind die populärwissenschaftlichen Erläuterungen, die meist von prominenten Wissenschaftlern verfasst wurden. Derartige Artikel sollten die neuesten naturwissenschaftlichen Erkenntnisse durch einfache und verständliche Erklärungen für die Hausfrau nutzbar machen und somit deren Arbeit vereinfachen. Es erschienen nicht nur wissenschaftliche Hinweise für Küche und Haushalt, sondern auch medizinische und erzieherische

111 *Der Bazar*, 23.12.1868, 381.

112 Vgl. Dieter Barth: Zeitschrift für alle. Das Familienblatt im 19. Jahrhundert. Ein sozialhistorischer Beitrag zur Massenpresse in Deutschland, Münster 1974, 54. Zu Novellen in Familienblättern vgl. Fritz Martini: Deutsche Literatur im bürgerlichen Realismus. 1848-1898, 4., erw. u. m. e. Nachw. vers. Aufl., Stuttgart 1981, 90-94.

113 Vgl. dazu Nina Reusch/Doris Lechner: Klio in neuen Kleidern. Geschichte in Familienzeitschriften des 19. Jahrhunderts im deutsch-britischen Vergleich, in: Elisabeth Cheauré/Sylvia Paletschek/Nina Reusch (Hrsg.): Geschlecht und Geschichte in populären Medien, Bielefeld 2013, 83-104.

Belehrungen. Hauptsächlich zum Nutzen der Hausfrau waren die Kochrezepte gedacht, die in jedem Heft zu finden waren, sowie generelle Haushaltstipps. Die stets gelieferten verschiedenartigen Rätsel zielten dagegen eher auf ein breiteres Publikum und wurden wohl auch mit großem Interesse aufgenommen. In Anbetracht der Tatsache, dass das Klavierspiel zum guten Ton bürgerlicher Erziehung im 19. Jahrhundert gehörte, waren die häufig mitgelieferten Klaviernoten für viele Familienmitglieder nützlich. Die Stücke stammten oft von beliebten und bekannten Komponisten der Zeit, wie etwa Wilhelm Rischbieter oder Carl Reinecke.

*Der Bazar* bot in seiner belletristischen Ausgabe also nicht nur Themen und Informationen, die Hausfrauen interessierten. Stattdessen konnten die meisten Familienmitglieder in der Zeitschrift etwas finden, das ihnen gefiel und die Möglichkeit zu anregender Konversation lieferte.<sup>114</sup> Dies lag durchaus in der Absicht der Redaktion, die sich anlässlich des endenden zwölften Jahrgangs selbst beschrieb:

Wie bisher wird er [der *Bazar*; Anm. B. K.] auch fernerhin bestrebt sein, das Schöne mit dem Nützlichen, die Unterhaltung mit der Belehrung zu vereinen.[...] Dürfen wir also den technischen Theil als den unentbehrlichen Rathgeber zahlloser Frauen bei der Arbeit bezeichnen: so ist es die Aufgabe des belletristischen Theiles, in reichster Auswahl Lectüre für die Mussestunden Aller zu bringen. Mit Sorgfalt redigirt und die Ziele wahrer Herzens- und Geistesbildung verfolgend, wendet er sich an das ganze Haus, die ganze Familie. Die Namen seiner Mitarbeiter bürgen für den Ernst seines Strebens, die Gediegenheit seines Inhaltes, die Mannigfaltigkeit seiner Leistungen.<sup>115</sup>

Eine Sorte Artikel passte auf den ersten Blick eher in die Arbeitsausgabe, erschien jedoch stets in der belletristischen Ausgabe: der Artikel über „Die Mode“. Dieser hatte die Form einer Kolumne und wurde über mehrere Jahrzehnte fast ausschließlich von „Veronika von G“ verfasst, deren genauere Identität unklar bleibt. Sie (oder er) war eine langjährige Mitarbeiterin, die seit 1857 über die aktuellen Entwicklungen der Mode berichtete. In den 1870er Jahren wurden ihre Beiträge seltener und die Sparte häufig von anderen Berichterstatterinnen gefüllt. Der letzte Artikel der Veronika von G. erschien 1892. Ihre Arbeit unterschied sich nach eigener Aussage deutlich von jener der Redakteurinnen der Arbeitsausgabe. Während diese neue Moden gewissermaßen vorhersagten und vorgaben, berichtete sie selbst über die tatsächlichen Modeerscheinungen in Berlin und Paris. Ihrer eigenen Aussage nach beschrieb sie demnach die Chronik der Mode.<sup>116</sup> In ihrer

---

<sup>114</sup> Vgl. Angelika Linke: Sprachkultur und Bürgertum. Zur Mentalitätsgeschichte des 19. Jahrhunderts, Stuttgart 1996, 199f.

<sup>115</sup> *Der Bazar*, 23.12.1866, 296.

<sup>116</sup> Vgl. *Der Bazar*, 8.1.1867, 19.

Kolumne vertrat Veronika von G. durchaus auch ihre eigene Meinung zu nicht direkt moderelevanten Themen, die aktuell im *Bazar* besprochen wurden.

In der Zeitschrift wurden auch Themenbereiche ausgeblendet. Über Politik wurde gewöhnlich so gut wie nichts geäußert, die Redaktion bezeichnete ihre Zeitschrift selbst als unpolitisch. Diese Ausklammerung des Politischen erklärt sich zum einen aus den anhaltenden Auseinandersetzungen um die Pressefreiheit seit der Revolution 1848. Daneben bestand wohl noch ein weiterer, nicht zu unterschätzender Grund für die Auslassung politischer Themen: seine weite Verbreitung. Es handelte sich nicht um eine Zeitschrift, die nur in Preußen gelesen wurde, sondern im gesamten deutschsprachigen Raum und darüber hinaus. Mit einer Parteinahme in aktuellen politischen Fragen wäre in jedem Fall ein Teil der Leserschaft brüskiert worden, selbst innerhalb des Deutschen Bundes und später des Deutschen Reichs bestanden genug Differenzen zwischen den nord-, mittel- und süddeutschen Staaten. Wohl auch deswegen reduzierte die Redaktion die Erwähnung politischer Ereignisse auf ein Minimum. Zudem war ihr Ziel ja, der gesamten Leserschaft angenehme Unterhaltung zu bieten. Erst nach Gründung des Deutschen Reichs änderte sich diese Haltung allmählich. Der deutsche Nationalstaat erschien nun immer häufiger als Identifikationspunkt, bedingt durch den insgesamt zunehmenden Patriotismus. Politikfragen als solche wurden zwar weiterhin nicht explizit besprochen, doch häufte sich das Lob auf Angehörige des Kaiserhauses sowie auf Bismarck.

Politik galt zudem im Allgemeinen nicht als angemessenes Interessengebiet für Frauen.<sup>117</sup> So erschienen die meisten Themen mit politischem Bezug in Gestalt von historischen Geschichten und Anekdoten, die lange zurücklagen, die Gemüter nicht mehr sonderlich aufwühlten und in ihrer Ausdrucksweise zudem eher gemäßigt geschrieben waren. Kürzlich geführte oder aktuelle Kriege fanden gelegentlich Erwähnung, allerdings ohne Angabe, wie diese verliefen oder welche Gründe es für sie gab. Selbst die deutschen Einigungskriege wurden so objektiv wie möglich angesprochen, ihre Hintergründe nicht erläutert. In dieser Zeit wurden Leserinnen lediglich dazu aufgefordert, Verbandsmaterial für verwundete Soldaten herzustellen.

Auch die Religion wurde nicht direkt angesprochen, aus ähnlichen Gründen, aus denen man Politik vermied. Zwar spielte der christliche Glaube in vielen Beiträgen eine wichtige Rolle, angesichts der konfessionellen Spaltung Deutschlands jedoch niemals aus einer speziellen konfessionellen Sicht. Selten, nur im Zusammenhang mit historischen Persönlichkeiten, wurden Katholiken und Protestanten unterschieden, ebenso wenig wurde über das Judentum berichtet. In

---

<sup>117</sup> Vgl. Sabine Lang: Politische Öffentlichkeit im modernen Staat. Eine bürgerliche Institution zwischen Demokratisierung und Disziplinierung, Baden-Baden 2001, 226–236.

Anbetracht der Zusammensetzung der Redaktion, zumindest in den ersten anderthalb Jahrzehnten seit der Gründung der Zeitschrift, ist dies nicht sehr verwunderlich, denn die dort arbeitenden Personen jüdischer Abstammung waren keinesfalls streng gläubig. Alle Angehörigen der Redaktion bemühten sich indes, ihre Beiträge möglichst unparteiisch zu halten, um bei der Leserschaft keine Empfindungen zu verletzen:

Ist es für Frauen und doch auch für den ganzen Familienkreis eine fesselnde oder nützliche Lectüre? Verletzen wir kein sittliches, religiöses Gefühl, sind wir unparteiisch? Das sind die Cardinalfragen, die wir uns zehnmal ins Gewissen reden, bevor wir ein Manuscript zum Drucke abschicken.<sup>118</sup>

Die Zeitschrift war dazu gedacht, gesammelt und über Jahre hinweg immer wieder zu Rate gezogen zu werden. Zu diesem Zweck war die letzte Ausgabe jedes Jahrgangs mit einem Inhaltsverzeichnis ausgestattet. Um komplette Jahrgänge zu einem Buch binden zu lassen, konnten Abonnenten und Abonnentinnen spezielle, repräsentative Einbände bestellen. Die strikte Trennung zwischen den beiden abwechselnden Themenheften endete Mitte der 1880er Jahre, indem dem Modeteil ein sogenanntes Beiblatt und gelegentlich ein Anzeiger mitgegeben wurde. Diese beinhalteten zusätzliche Inhalte, die eigentlich in den belletristischen Teil gehörten. Mit dieser Beigabe sollte laut Redaktion die Zeit verkürzt werden, in der die Leserschaft auf die Fortsetzung von Novellen warten musste, denn diese konnten nun wöchentlich geliefert werden. Doch wurden in den Beiblättern auch allgemeine Informationen besonders zur Frauenbewegung und zu Frauenberufen geliefert. Durch diese Neuerung stieg die Menge an für die vorliegende Untersuchung relevantem Material zum Ende des Jahrhunderts beträchtlich.

Insgesamt verfolgte *Der Bazar* mit seinem belletristischen Teil zwei Ziele. In erster Linie wünschte er eine Frauenzeitschrift zu sein, die alles das bot, was bürgerliche Frauen der damaligen Zeit interessierte. In zweiter Linie sah er sich jedoch als Familienblatt, das der ganzen Familie Unterhaltung, Vergnügen und Belehrung verschaffte. Möglicherweise entwickelte sich dieser Aspekt erst im Lauf der Zeit, als sich zeigte, dass auch viele Männer Interesse an den gebotenen literarischen Inhalten bewiesen. Die Leserschaft sollte zwar belehrt und unterhalten werden, allerdings in einem festen Rahmen von Sitte und Moral. Die Sittlichkeit wurde von der Redaktion und von Schaefer-Voit oft betont. So verteidigte Letzterer seine Zeitschrift, noch Jahre, nachdem er sie verkauft hatte, gegen den Vorwurf, dass es sich bei ihr um eine gewöhnliche Modezeitschrift gehandelt habe: „Und weshalb will man den ‚Bazar‘ angreifen, der in seinem literarischen Theil die strengste sittliche Tendenz verfolgte und die Aufgabe gelöst hat, eine tadellose

---

<sup>118</sup> *Der Bazar*, 23.12.1868, 382.

Familienzeitung zu bieten!“<sup>119</sup> Auch die preußischen und sächsischen Beamten, die Berichte über Schaefer-Voit und sein Unternehmen schrieben, waren von der Nützlichkeit des *Bazar* überzeugt:

Die Tendenz der Zeitung ist eine als „vergnüglich“ gerühmte. – In ihrem belletristischen Theile ist sie seit ihrem Beginn ihrer Aufgabe treu geblieben, durch streng moralische Aufsätze und durch belehrende Artikel in Familienkreisen Tendenzen entgegen zu arbeiten wie sie durch die „Gartenlaube“ und ähnliche Blätter verbreitet werden.<sup>120</sup>

Auch mit den Haushaltstipps und den wissenschaftlichen Beiträgen versuchte *Der Bazar*, ein ökonomischer Ratgeber zu sein und ebenso intellektuellen Anforderungen zu entsprechen. In Werbungen für die Zeitschrift war unter anderem zu lesen: „Der BAZAR ist ein Weltblatt, eine Macht, ein Bedürfniss, er ist die eleganteste Moden- und nützlichste Familienzeitung diesseits und jenseits des Oceans!“<sup>121</sup>

## 4.5 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter

Verschiedene Schriftsteller und Journalisten beiderlei Geschlechts arbeiteten beim *Bazar*, viele begannen hier ihre Karriere. Sie waren für die inhaltliche Ausrichtung der Zeitschrift von immenser Bedeutung. Die Angestellten des belletristischen Teils griffen nicht nur durch ihre generelle redaktionelle Arbeit, wie die Auswahl geeigneter fremder und das Verfassen eigener Texte ein. Sie beantworteten auch verschiedenste Fragen ihrer Leserschaft in den Leserbriefen. Zu vielen Artikeln gab die Redaktion ein Vor- oder Nachwort; auch sonstige Informationen, die die Zeitschrift und ihre Inhalte betrafen wurden immer wieder veröffentlicht – manchmal unter Nennung der jeweils verantwortlichen Person, meist aber im Namen der gesamten Redaktion.

Die fruhste Mitarbeiterin, die wohl gemeinsam mit Margarethe Schaefer den Modeteil der Zeitschrift behandelte, war Antonie Klein.<sup>122</sup> Sie besaß bereits Erfah-

<sup>119</sup> Schaefer-Voit an Wilhelm I., 7.4.1876.

<sup>120</sup> Lorré an Bernuth, 23.10.1862, 11. *Die Gartenlaube* vertrat gegen Ende der 1850er Jahre eine gegen Preußen gerichtete nationalliberale Position. Das führte im Jahr 1863 dazu, dass die preußische Regierung den Verkauf in Preußen untersagte. Das Blatt war also zu dieser Zeit bei den preußischen Behörden verboten. Vgl. Karl Jürgen Roth: *Die außereuropäische Welt in deutschsprachigen Familienzeitschriften vor der Reichsgründung*, St. Katharinen 1996, 53.

<sup>121</sup> Werbeanzeige für den *Bazar* in *Luxemburger Wort*, 8.1.1872, Nr. 7.

<sup>122</sup> Geborene Cosmar, vgl. O.A: Cosmar, Antonie, in: Kosch 2, Bern 1969, 785; Elisabeth Friedrichs: *Die deutschsprachigen Schriftstellerinnen des 18. und 19. Jahrhunderts. Ein Lexikon*, Stuttgart 1981, 53.

rung im Redigieren von Modezeitschriften, führte ihren Posten beim *Bazar* jedoch nur sehr kurze Zeit. Andere Redakteurinnen für den Modeteil wurden nicht namentlich genannt, bekannt sind aber viele Verantwortliche für den literarischen Teil.

Einer der später prominenten Mitarbeiter war der 1831 geborene Julius Rodenberg, der seit 1865 als Chefredakteur für den *Bazar* tätig war.<sup>123</sup> Er arbeitete dort bis 1867, anschließend wirkte er an verschiedenen anderen Zeitschriften mit. Berühmtheit erlangte seine *Deutsche Rundschau*, die er seit 1874 herausgab und zu einer der bedeutendsten deutschen Literaturzeitschriften entwickelte. Bedauerlicherweise ist über seine Zeit in der Redaktion des *Bazar* recht wenig bekannt, auch die Zusammenfassung seines Tagebuchs<sup>124</sup> klammert gerade die in Frage kommende Zeit aus. In seinem Buch „Bilder aus dem Berliner Leben“ erinnert er jedoch an seine Zeit beim *Bazar*. Als er Redakteur gewesen sei, habe die Zeitschrift

auf der Höhe ihres Ansehens und ihrer Abonnenten gestanden. [...] Niemals aus meiner Erinnerung werden diese Bazartage schwinden. Sie fingen an mit großen Illusionen. Dieses unbekannte Publikum von einigen Hunderttausenden, und die Mehrheit von ihnen Frauen, junge Frauen natürlich, geistreiche, schöne Frauen – das gab meiner Phantasie wundersamen Spielraum und lockte sie zu weiten Fernen.<sup>125</sup>

Rodenberg beschrieb seine Enttäuschung, als „eine Korrespondentin, die nach ihren zierlichen Briefen ich mir nicht reizend genug ausmalen konnte“ sich als „ältlisches Fräulein, welches mich plötzlich auch in bezug auf ihre Schwestern in Apoll mit einem Zweifel erfüllte“<sup>126</sup> entpuppte. Das Publikum, für das er schrieb, erschien ihm im Nachhinein wohl nicht das beste gewesen zu sein, und die Mühe, die er sich damit gab, als unnütz:

Mich hatte ferner der Gedanke gelockt, daß dieses Weltblatt – wie wir es mit Vorliebe nannten – einen Einfluss besitzen und ausüben müsse, welcher seiner ungeheuren Verbreitung entsprach. Ich wußte damals noch nicht, daß Plato nur zwölf

<sup>123</sup> Vgl. Penrith Goff: Rodenberg, Julius, in: Kosch 13, Bern 1991, 128–130; Christoph Grubnitz: Rodenberg, Julius, in: Andreas B. Kilcher (Hrsg.): Metzler Lexikon der deutsch-jüdischen Literatur. Jüdische Autorinnen und Autoren deutscher Sprache von der Aufklärung bis zur Gegenwart, Stuttgart 2000, 486–488; Heinrich Spiero: Julius Rodenberg. Sein Leben und seine Werke, Berlin 1921; Wilmont Haacke: Julius Rodenberg und die Deutsche Rundschau. Eine Studie zur Publizistik des deutschen Liberalismus (1870–1918), Heidelberg 1950; Peter Payer: Wiens Aufbruch zur Weltstadt, in: Ders. (Hrsg.): Julius Rodenberg: Wiener Sommertage, Wien 2009, 327–383, hier: 329.

<sup>124</sup> Vgl. Julius Rodenberg: Aus seinen Tagebüchern, Berlin 1919.

<sup>125</sup> Ders.: Bilder aus dem Berliner Leben, Berlin 1987 [1885], 263.

<sup>126</sup> Ebd.

Leser gehabt, daß diese zwölf aber „das Salz der Erde“ und die geistigen Beherrscher der Menschheit gewesen.<sup>127</sup>

Dennoch schien ihm die Zeit beim *Bazar* nicht vertan, denn: „Ich sammelte Erfahrungen, unerlässlich für denjenigen, der sich zu größern und ernsteren Aufgaben vorbereitet. Denn das ‚Redigieren‘ war nun einmal mein Los und meine Wahl.“<sup>128</sup> Auch wenn seine Wirkungsdauer nur kurz war, bedeutete sie für ihn einen wichtigen Entwicklungsschritt. Für den *Bazar* bedeutete Rodenberg einen literarischen Qualitätszuwachs, der zweifellos einer der Gründe für den Erfolg des Blattes war. Während seiner Tätigkeit als Redakteur beim *Bazar* war einer seiner Kollegen Eduard Schmidt-Weißenfels.<sup>129</sup>

Eine bedeutende Mitarbeiterin der Bazarredaktion war Jenny Hirsch, geboren 1829 in Zerbst.<sup>130</sup> Wie Rodenberg stammte sie aus einer jüdischen Familie, die sie mit Handarbeiten schon früh finanziell unterstützen musste. Obwohl ihr die Familie keine höhere Bildung zukommen lassen wollte, gelang es Hirsch, im Selbststudium so gute Kenntnisse im Englischen, Französischen und Schwedischen zu erlangen, dass sie von Übersetzungen leben konnte. Schließlich erhielt sie 1857 die Genehmigung, in ihrer Heimatstadt eine Elementarschule für Jungen und Mädchen zu eröffnen. Zusätzlich betätigte sie sich als Schriftstellerin. Im Jahr 1860 erhielt sie das Angebot, als Redakteurin für den *Bazar* zu arbeiten. Sie gab ihre Schule auf und zog nach Berlin. Jedoch wurde sie dort nicht glücklich. Sie erlitt bei dieser Tätigkeit eine „unausgesprochene Reihe von Kränkungen und schmerzlichen Erfahrungen“,<sup>131</sup> so dass sie „die so peinliche Stelle“ 1864 wieder aufgab, um wieder als freie Schriftstellerin zu arbeiten.

Zudem betätigte sie sich sehr engagiert in der beginnenden Frauenbewegung; sie war Gründungsmitglied des *Allgemeinen Deutschen Frauenvereins*, wenig später auch des *Vereins zur Förderung der Erwerbsfähigkeit des weiblichen Geschlechts*, des späteren *Lette-Vereins*, in dessen Vorstand sie auch saß. 1869 übersetzte sie John Stuart Mills „Subjection of Women“ ins Deutsche. Durch Hirsch kam *Der Bazar* in direkten Kontakt mit der frühen Frauenbewegung, offensichtlich vermittelte Hirsch

<sup>127</sup> Ebd.

<sup>128</sup> Ebd., 264.

<sup>129</sup> Vgl. Ingrid Bigler: Schmidt-Weißenfels, Eduard, in: Kosch 15, Bern 1993, 449–450.

<sup>130</sup> Vgl. Anna Stüssi/Ingrid Bigler: Hirsch, Jenny, in: Kosch 7, Bern 1979, 1235; Marianne Büning: Jenny Hirsch (1829–1902). Frauenrechtlerin – Redakteurin – Schriftstellerin, Berlin 2004; Irmgard Maya Fassmann: Jüdinnen in der deutschen Frauenbewegung. 1865–1919, Hildesheim u. a. 1996.

<sup>131</sup> Meyer Kayserling: Die Jüdischen Frauen in der Geschichte, Literatur und Kunst, Leipzig 1879, 269. Laut Fassmann bestanden diese Kränkungen daraus, dass Hirsch nie eine Titelseite oder längere Erzählung eingeräumt wurde, sie sei nur eine „Lückenbüßerin“ gewesen; Fassmann: Jüdinnen (wie Anm. 130), 95f.

zwischen Verlag und *Lette-Verein*, so dass *Der Bazar* von 1866 bis 1869 das „offizielle Organ“ des Vereins bildete.<sup>132</sup> Ab 1870 trennten sich die Wege, als Hirsch den *Frauenanwalt* als offizielle Vereinszeitung des *Lette-Vereins* herausgab, der 1881 eingestellt wurde. In ihrer Zeit als Redakteurin, zwischen 1860 und 1864, veröffentlichte sie ihre Beiträge nur unter dem Pseudonym „J. N. Heynrichs“; zwischen 1889 und 1893 verwendete sie auch „Fritz Arnefeld“.<sup>133</sup> Jedoch erschienen mehrere Jahrzehnte lang auch unter ihrem bürgerlichen Namen Beiträge von ihr oder über sie. Hirsch war nicht die einzige Frau, die am belletristischen Teil mitarbeitete, auch Marie Harrer<sup>134</sup> war dort Redakteurin. Weitere weibliche Namen sind dagegen nicht bekannt.

Lange Zeit war der prominente Schriftsteller und Journalist Karl August Heigel<sup>135</sup> als Chefredakteur für den *Bazar* tätig. Seit 1865 arbeitete er für die Zeitschrift, seit 1868 wurde er dort als Chefredakteur genannt, diesen Posten behielt er bis Mai 1876 bei. Ebenfalls als Redakteur tätig war Paul Lindau,<sup>136</sup> ein Schriftsteller und Journalist, der mit seiner späteren literarischen Zeitschrift *Nord und Süd* ein Konkurrent von Rodenbergs *Deutscher Rundschau* war. Seine Zeit in der Modezeitschrift war jedoch sehr kurz, er trat 1870 in die Redaktion ein, 1871 wurde er im Impressum kurzzeitig als Chefredakteur genannt. Noch im selben Jahr wurde sein Weggang verkündet und sein Posten wieder mit Karl Heigel besetzt.<sup>137</sup> Ludwig Lenz<sup>138</sup> war von 1881 bis mindestens 1885 Chefredakteur; zwischendurch war der Posten als Chefredakteur wohl unbesetzt. Nach 1885 erschienen lange keine Einzelnamen mehr im Impressum als Redakteur. Von 1895 bis 1899 wurde Gustav Dahms<sup>139</sup> genannt. Seine Zeit als Chefredakteur wurde von einem erneutten großen Interesse an der Frauenbewegung und Frauenbildung geprägt. Der Pädagoge und Schriftsteller Ludwig Ziemssen verfasste zahlreiche Texte für den *Bazar* und war ab 1882 auch in der Redaktion tätig.<sup>140</sup>

Eine wichtige Rolle spielten zudem Franz Lipperheide und seine spätere Ehefrau Frieda Gestefeld. Beide waren in der Redaktion des *Bazar* angestellt. 1865 heirateten sie und beschlossen, sich selbstständig zu machen und eine eigene Mo-

<sup>132</sup> Vgl. dazu Kapitel 7.

<sup>133</sup> Vgl. *Daniela Weiland*: Geschichte der Frauenemanzipation in Deutschland und Österreich. Biographien, Programme, Organisationen, Düsseldorf 1983, 133.

<sup>134</sup> Vgl. *Reinhard Müller*: Harrer, Marie, in: Kosch 7, Bern 1979, 365-366. Vgl. auch ihren Nachruf in *Der Frauen-Anwalt*, Nr. 9 1870, 339.

<sup>135</sup> Vgl. *Ingrid Bigler*: Heigel, Karl August, in: Kosch 7, Bern 1979, 666-667.

<sup>136</sup> Vgl. *Ingrid Bigler*: Lindau, Paul, in: Kosch 9, Bern 1984, 1451-1453.

<sup>137</sup> Vgl. *Der Bazar*, 23.10.1871, 330.

<sup>138</sup> Vgl. *Ingrid Bigler*: Lenz, Ludwig, in: Kosch 9, Bern 1984, 1233. *Franz Brümmer*: Lenz, Ludwig, in: ADB 51, Leipzig 1906, 645-646.

<sup>139</sup> Vgl. O. A.: Dahms, Gustav, in: Kosch 2, Bern 1969, 939.

<sup>140</sup> Vgl. *Ludwig Fränkel*: Ziemssen, Ludwig, in: ADB 45, Leipzig 1900, 198-201.

dezeitschrift zu gründen.<sup>141</sup> Ihre Zeitschrift *Die Modenwelt* war ähnlich aufgebaut wie *Der Bazar*, richtete sich an ein ähnliches Publikum und beinhaltete auch ein ähnliches Angebot, wenn auch ohne literarischen Teil. Am Ende des ersten Jahrgangs hatte sie etwa 17.000 Abonnenten, 1871 100.000. Die Verleger bemühten sich ebenfalls um eine internationale Verbreitung. So wurde die *Modenwelt* im Lauf der Jahre in über zehn verschiedenen Ländern und Fremdsprachen vertrieben.<sup>142</sup> Seit 1874 wurde auch eine belletristische Ausgabe herausgegeben, die *Illustrierte Frauenzeitung*. Diese Zeitschrift wurde 1912 in *Die Dame* umbenannt und erschien bis 1942.<sup>143</sup> Es handelte sich somit wohl um die größte Konkurrentin des *Bazar*. Im Gegensatz zu Schaeffer-Voit ist der Name Lipperheide bis heute bekannt geblieben. Das Ehepaar sammelte gemeinsam Spitzen und Stickereien und legte eine Bibliothek zum Thema Handarbeiten an. Zu alledem veröffentlichte Frieda Lipperheide Musterbücher, die auf großes Interesse in der Öffentlichkeit stießen. Die Sammlung und Bibliothek existiert bis heute als die Lipperheidesche Kostümbibliothek in Berlin.

## 4.6 Zusammensetzung und Größe der Leserschaft

Es wurde bereits festgestellt, dass *Der Bazar* immer wieder als ‚Weltblatt‘ beschrieben wurde, was sowohl mit seiner geographischen Verbreitung als auch mit seiner Leserzahl begründet wurde. Doch wie groß war die Leserschaft tatsächlich und wie war ihr sozialer Hintergrund? Im 19. Jahrhundert war es nicht üblich, Zeitschriften und Zeitungen so wie heute im Einzelhandel zu kaufen. Stattdessen abonnierte man sie und bekam sie ins Haus geliefert oder konnte sie auf der Post oder in Buchhandlungen abholen.<sup>144</sup> Abonnenten mussten jedoch keine natürlichen Personen sein. Auch Buchhandlungen, Bibliotheken und Zusammenschlüsse von Lesern und Leserinnen abonnierten häufig. Im *Bazar* wurden bis 1870 regelmäßig die Abonnentenzahlen angegeben, wohl auch, um damit den Erfolg der Zeitschrift zu dokumentieren und herauszustellen, der sich daraus ableiten ließ. Schon im ersten Jahrgang wurde er bereits von 15.000 Personen und Einrichtungen abonniert, was die Redaktion erfreut als außergewöhnlichen Erfolg kommentierte.<sup>145</sup>

141 Vgl. Rudolf Schmidt: Deutsche Buchhändler. Deutsche Buchdrucker. Beiträge zu einer Firmengeschichte des deutschen Buchgewerbes, Bd. 4, Berlin 1907, 622–626.

142 Vgl. Ohne Verfasser: Bestehen der Modenwelt (wie Anm. 24, 27).

143 Vgl. Gretel Wagner: Lipperheide, Franz, in: NDB 14, Berlin 1985, 655–656.

144 Vgl. Mirjam Storim: Kolportage-, Reise-, und Versandbuchhandel, in: Jäger (Hrsg.): Geschichte des Deutschen Buchhandels Teil 2, 523–593, hier 533f.

145 Vgl. *Der Bazar*, 5.12.1855, 312.

Die Zahlen stiegen in den folgenden Jahren weiter an, der Höhepunkt lag 1868 bei 150.000 Abonnenten.<sup>146</sup> Die Tabelle auf Seite 375 zeigt die Abonnentenzahlen bis 1868, die im *Bazar* selbst genannt wurden. Die Zahlen der folgenden Jahre stammen aus der Zeitschrift *Österreichische Buchhändler-Correspondenz*. Es ließen sich nicht für alle Jahre Werte ermitteln. Alle Angaben beziehen sich allein auf die deutschsprachige Ausgabe. Der Rückgang seit 1870 war vermutlich kriegsbedingt, anschließend stieg die Abonnentenzahl wieder an. Den relativ niedrigen Wert von 1885 kann man wahrscheinlich auf die zunehmende Konkurrenz der Modeblätter untereinander zurückführen.

Man muss annehmen, dass abonnierte Zeitschriften gewöhnlich von mehr als einer Person gelesen wurden. Im *Bazar* erschien eine Geschichte, in der sich eine Autorin die Lieferung der Zeitschrift auf einem Gutshof ausmalte. Dieses Bild sei „keineswegs nur der Phantasie entsprungen, sondern in seinen Hauptzügen dem Leben entnommen“.<sup>147</sup> In dieser Vorstellung lesen zuerst zwei junge modebewusste Frauen das Heft, anschließend geht es an die jüngere Schwester, die Mutter sowie die Erzieherin, letztlich liest auch das Personal in Gestalt einer Näherin und einer Wirtschafterin. In diesem fiktiven Beispiel hätte man also sieben Personen als Leserinnen zu zählen. Sicherlich schwankte die Zahl der tatsächlichen Leser und Leserinnen pro Abonnement beträchtlich. Gerade bei Lesezirkeln und Bibliotheken ist von einem sehr großen Lesekreis auszugehen.<sup>148</sup> Nimmt man beispielsweise fünf Leserinnen pro Heft an, so käme man bei einer Abonnentenzahl von 150.000 bereits auf 750.000 Personen, die *Der Bazar* erreichen konnte, eine durchaus beträchtliche Zahl.

Weiterhin ist nun zu fragen, wie sich diese Leserschaft zusammensetzte, aus welchen Gegenden und sozialen Milieus sie stammten und ob der Titelzusatz *Damenzeitung* tatsächlich auf ein rein weibliches Publikum schließen lässt. Zwar sind keine Verlagsunterlagen, wie etwa Abonnentenlisten, mehr erhalten, aus denen man derartige Informationen ziehen könnte. Jedoch lässt sich das Publikum recht gut anhand der Leserbriefsparte beschreiben, die in jedem belletristischen Teil veröffentlicht wurde. Die Leserbriefe selbst wurden nicht abgedruckt, allerdings die Antwort der Redaktion mit einer kurzen Nennung der adressierten Person. Komplette Adressen wurden hierbei nicht genannt, die meisten Namen waren abgekürzt oder auch Pseudonyme. Dennoch wurden viele Anreden beibehalten, so dass man häufig auf das Geschlecht und gelegentlich auf den Rang des

---

<sup>146</sup> Zum Vergleich: *Die Gartenlaube* hatte zu dieser Zeit um die 200.000 Abonnenten. Vgl. Wischermann: Frauenfrage und Presse (wie Anm. 19, 19), 23.

<sup>147</sup> *Der Bazar*, 23.11.1867, 358.

<sup>148</sup> Vgl. dazu Georg Jäger: Leihbibliotheken und Lesezirkel, in: Ders. (Hrsg.): Geschichte des Deutschen Buchhandels Teil 3, 281–313.

Schreibers oder der Schreiberin schließen kann. So finden sich neben vielen Frauen, Herren und Fräuleins verschiedene Adelstitel, von Baroninnen über Gräfinnen bis hin zu Fürstinnen. *Der Bazar* war demnach auch in Adelskreisen beliebt. Bei manchen Personen ist das Alter angegeben oder man kann es aus der Anrede schätzen. Dabei zeigt sich, dass nicht nur Erwachsene mit der Bazarredaktion korrespondierten, sondern bereits Jugendliche beiderlei Geschlechts.

Ein großer Teil der Einsendungen stammte von Frauen. Dies ist besonders in dem Abschnitt der Leserbriefe erkennbar, in dem die Haushalts- und Modefragen beantwortet wurden. Allerdings erschienen hier auch gelegentlich Briefe von Herren, die beispielsweise bei der Fleckentfernung aus Stoffen Rat suchten oder nach Haarfärbemitteln fragten. In der Rubrik *Kritische Correspondenz* scheinen die Geschlechter dagegen gleichmäßig vertreten zu sein. Herren wie Damen erbaten Büchertipps, stellten der Redaktion allgemeine Fragen zu verschiedensten Themen, taten ihre Meinung zu Inhalten kund und sandten ihre Lösung des Rätsels ein, das in jeder Ausgabe gestellt wurde. Besonders eifrig waren Männer allerdings darin, der Redaktion eigene Artikel, Gedichte oder Kompositionen zuzusenden, in der Hoffnung, dass diese schließlich in der Zeitschrift veröffentlicht würden. Gelegentlich schickten sie ihre Briefe samt Angaben ihrer beruflichen Tätigkeit ein.<sup>149</sup>

Aus den Zuschriften lässt sich auch die geographische Verbreitung des Blattes erkennen, denn viele Leserbriefschreiber lieferten auch mehr oder weniger präzise Ortsangaben. Der Großteil gab Orte und Städte innerhalb des gesamten deutschen Sprachraums an, zahlreiche weitere nannten jedoch Städte und Länder im fremdsprachigen europäischen Ausland, in Nord- und Südamerika, vereinzelt sogar Afrika, Asien und Australien. Jedoch waren nicht alle Abonnierenden des Deutschen mächtig, daher beantwortete die Redaktion gelegentlich Leserbriefe in Englisch, Französisch oder auch Italienisch. Im Allgemeinen ist jedoch anzunehmen, dass der Großteil des ausländischen Publikums ursprünglich dem deutschsprachigen Kulturbereich angehörte und über die Lektüre des *Bazar* an den gesellschaftlichen Diskursen der alten Heimat teilnehmen konnte.

Aus den Inhalten der Zeitschrift sowie aus den Leserbriefen und dem Abonnementpreis von anfänglich zwanzig, später fünfundzwanzig Silbergroschen im Vierteljahr, seit 1875 2,5 Mark,<sup>150</sup> lässt sich schließen, dass der Verlag auf eine

149 Diese sind durchweg bürgerliche, beispielsweise „Dampfschiffcapitän“, „Bezirksbaumeister“, „Amtsrichter“, „Pastor“, „Bezirksassessor“, „junger Nationalökonom“, „cand. Med.“, „Prem. Lieutenant“, „Beamter in der Schweiz“ oder „Regierungsrath“. An weiblichen Berufen erscheint nur die Lehrerin.

150 Es ist schwierig, den entsprechenden Kaufwert zu ermitteln, die preußischen statistischen Jahrbücher nennen beispielsweise einen Tageslohn von zwanzig bis dreißig Silbergroschen (dreißig Silbergroschen entsprechen einem Thaler) für einfache Fabrikarbeiter, dreißig bis sechzig für qualifizierte. Vgl. Preußische Statistik, Heft 8, 227.

eher wohlhabendere, größtenteils bürgerliche Leserschaft zielte.<sup>151</sup> Der Inhalt der Belletristikausgabe bot ebenso Stoff für einen breiten Leserkreis, das Bürgertum im Allgemeinen sowie den (niederen) Adel. Einkommensschwache Bevölkerungsgruppen hatten sicherlich weder Zeit noch Geld noch Gebrauch für die Zeitschrift und ihre Angebote. Der Inhalt der Arbeitsausgabe war vermutlich für die männlichen Leser von geringerem Interesse. Sie beschäftigten sich jedoch rege mit der belletristischen Ausgabe, wie den Leserbriefen zu entnehmen ist. Die Leserschaft bestand damit zwar wohl größtenteils aus Frauen, jedoch sollte man den Anteil der männlichen Leser nicht unterschätzen. *Der Bazar* war somit eine Zeitschrift für Frauen, jedoch keine reine Frauenzeitschrift in dem Sinne, dass er tatsächlich nur von diesen gelesen worden wäre.

## 4.7 Einordnung ins Pressespektrum 1855-1900

Im Verlauf des 19. Jahrhunderts verbreiterte sich das Angebot an Presseerzeugnissen erheblich. Grund dafür waren zum einen technische Neuerungen, wie beispielsweise die Einführung der Schnellpresse, die durch Automatisierungsprozesse eine höhere Produktionsrate ermöglichte.<sup>152</sup> Diese wurde zunächst durch Mangel an dem damals aus Lumpen hergestellten Papier limitiert. Der Umstieg auf Holz als Rohstoff in der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts löste das Materialproblem, so dass der gesamte Verlagshandel expandieren konnte.<sup>153</sup>

Veränderungen ergaben sich jedoch nicht nur in der Technik. Seit dem 18. Jahrhundert waren zahlreiche neue Pressegattungen entstanden, indem sich nach und nach immer speziellere Themen herausbildeten. Derartige Verfeinerungen in der Themenwahl konnten dadurch eintreten, dass sich die Zahl der potentiellen Leser und Leserinnen stets vermehrte. Der Zeitungsleser war nicht mehr nur der Gelehrte, der sich über politische Ereignisse informieren wollte. Stattdessen erfasste das Zeitungslesen immer weitere soziale Kreise. Dies lag daran, dass die Alphabetisierung der Bevölkerung fortschritt.<sup>154</sup> Zudem kam es zu einer Änderung

<sup>151</sup> *Die Gartenlaube* war günstiger und daher auch in Arbeiterkreisen verbreitet.

<sup>152</sup> Vgl. Roger Münch: Technische Herstellung von Zeitungen und Zeitschriften bis ins 20. Jahrhundert, in: Leonhard u. a. (Hrsg.): Medienwissenschaft, 825–830.

<sup>153</sup> Vgl. Peter Neumann: Industrielle Buchproduktion, in: Jäger (Hrsg.): Geschichte des Deutschen Buchhandels Teil 1, 170–181.

<sup>154</sup> Vgl. Monika Estermann/Georg Jäger: Geschichtliche Grundlagen und Entwicklung des Buchhandels im Deutschen Reich bis 1871, in: Jäger (Hrsg.): Geschichte des Deutschen Buchhandels Teil 1, 17–41, hier 21; Hans-Ulrich Wehler: Deutsche Gesellschaftsgeschichte. Bd. 3. Von der „Deutschen Doppelrevolution“ bis zum Beginn des Ersten Weltkrieges 1849–1914, München 1995, 399f.

des Leseverhaltens. Anstatt nur ein Werk wiederholt intensiv zu lesen, gewöhnten sich viele Menschen schnell daran, Texte nur ein einziges Mal zu lesen und sich danach einem anderen zuzuwenden, da neues Lesematerial nun wesentlich einfacher und billiger zu erhalten war.<sup>155</sup>

Zuerst werden wir der Frage nachgehen, wo genau *Der Bazar* im Pressewesen der Jahre 1855 bis 1900 zu verorten ist. Das Blatt erschien wöchentlich. Diese recht kurze Erscheinungsfolge spricht zunächst eher für die Einordnung als Zeitung. Auch die Mitarbeiter des *Bazar* selbst bezeichneten ihr Produkt stets als Zeitung. Wie bereits gezeigt wurde, bestand *Der Bazar* aus zwei Teilen, die sich im Inhalt unterschieden. Im wöchentlichen Wechsel erschienen die sogenannte Arbeitsausgabe, in der Moden und Handarbeiten gezeigt wurden, und die belletristische Ausgabe mit literarischen Inhalten. Da die beiden Schwerpunkte – Mode und Literatur – nur alle zwei Wochen veröffentlicht wurden, wird *Der Bazar* hier als Zeitschrift behandelt. Nicht nur der zeitliche Aspekt spricht für diese Einordnung, auch der inhaltliche. Kirchner beschreibt den Zeitschriftentyp folgendermaßen: Die Zeitschrift

gewährleistet kontinuierliches Erscheinen, wenn auch nicht in pünktlicher Regelmäßigkeit; es werden mannigfaltige Themen behandelt, wobei eine gewisse Spezialisierung auf einen beschränkten Leserkreis eintreten kann. Ihre Thematik ist zeitbezogen, jedoch selten tagesaktuell. Eine unbegrenzte Dauer ist gewöhnlich beabsichtigt. Normalerweise stammen die Beiträge von mehreren Autoren.<sup>156</sup>

Die Inhalte einer Zeitschrift sind thematisch auf eine bestimmte Lesergruppe zugeschnitten und halten diese diesbezüglich auf dem neuesten Stand; sie ist an aktuelle Ereignisse gebunden, ohne aber die direkte Aktualität der täglichen Nachrichten zu besitzen. Zeitschriften eignen sich daher vorzüglich dazu, den Zeitgeist einer Epoche zu erfahren, da sie ein Forum für Autoren, Autorinnen und die Leserschaft darstellen, zeittypische Sachverhalte diskutieren und Weltbilder vermitteln.<sup>157</sup>

*Der Bazar* vereint verschiedene Zeitschriftentypen in sich. Zwei derartige Typen gehen bereits aus der Selbstbezeichnung des Blattes in seinem Untertitel

<sup>155</sup> Vgl. Rolf Engelsing: Zur Sozialgeschichte deutscher Mittel- und Unterschichten, 2., erw. Aufl., Göttingen 1978, 133ff.

<sup>156</sup> Hans-Martin Kirchner: Die Zeitschrift, in: Alfred Clemens Baumgärtner (Hrsg.): Lesen. Ein Handbuch. Lesestoff, Leser und Leseverhalten, Lesewirkung, Leseerziehung, Lesekultur, Hamburg 1973, 48–71, hier 48.

<sup>157</sup> Vgl. Rudolf Stöber: Historische Zeitschriftenforschung heute, in: Publizistik. Vierteljahreshefte für Kommunikationsforschung, 47.3 (2002), Sonderheft: Zeitschriften und Zeitschriftenforschung, hrsg. von Andreas Vogel und Christina Holz-Bacha, 42–59; Erich Straßner: Kommunikative Aufgaben und Leistungen der Zeitschrift, in: Leonhard u. a. (Hrsg.): Medienwissenschaft, 852–864.

hervor: *Illustrierte Damen-Zeitung*. Demzufolge richtete sich *Der Bazar* an ein weibliches Publikum, spezieller: an ein bürgerliches, weibliches Publikum, denn nur Angehörige bürgerlicher und adeliger Kreise konnten im zeitgenössischen Verständnis als Damen gelten.

Bereits seit dem frühen 18. Jahrhundert erschienen Blätter, die sich gezielt an ein weibliches Publikum richteten. Diese waren gewöhnlich als sittliche und moralische Wegweiser gedacht und standen meist unter der redaktionellen Verantwortung von Männern.<sup>158</sup> Erst gegen Ende des Jahrhunderts wagten einige Frauen als Herausgeberinnen den Schritt an die Öffentlichkeit.<sup>159</sup> Seit dem 19. Jahrhundert wurde die Herausgeberschaft, aber auch die journalistische Arbeit generell für Frauen wieder ungewöhnlicher, da sich die Ansicht durchsetzte, Frauen hätten sich jeglicher öffentlicher Meinungsäußerung zu enthalten. Aus diesem Grund sahen viele von schriftstellerischen oder journalistischen Betätigungen ab oder veröffentlichten unter männlichem Pseudonym.<sup>160</sup> Während der Revolutionsjahre 1848/49 erschienen einige von Frauen redigierte Zeitungen, die sich durchaus auch politischen und frauenrechtlerischen Themen widmeten. Jedoch war ihnen kein langes Erscheinen vergönnt, spätestens die reaktionären Gesetze ab 1850, die Frauen Redaktionsarbeit sowie Teilnahme in politischen Vereinigungen untersagten, bereiteten ihnen ein frühes Ende.<sup>161</sup> Journalistinnen und Schriftstellerinnen traten aufgrund dieser Entwicklung für etwa fünfzehn Jahre in den Hintergrund. Solche Zeitschriften, die ausschließlich zur Belehrung und Unterhaltung eines weiblichen Publikums gedacht waren, erschienen selbstverständlich nach wie vor, doch enthielten sie sich jeder potentiell revolutionären Äußerung.

Erst mit dem Aufleben der Frauenbewegung ab 1865 äußerten sich Frauen wieder häufiger in der Öffentlichkeit, da Gesetzeslockerungen dies ermöglichten und ein allmählicher Mentalitätswandel stattfand. So erschienen seit dieser Zeit spezielle Presseerzeugnisse für Frauen, wie etwa die *Frauen-Zeitung*, die *Neuen*

<sup>158</sup> Vgl. Helga Neumann: Zwischen Emanzipation und Anpassung. Protagonistinnen des deutschen Zeitschriftenwesens im ausgehenden 18. Jahrhundert (1779-1795), Würzburg 1999, 21; York-Gothart Mix: Medien für Frauen, in: Fischer/Haefs/ders. (Hrsg.): Von Almanach bis Zeitung, 45–61; Christa Bittermann-Wille/Helga Hofmann-Weinberger: Historische Frauenzeitschriften, in: frida - Verein zur Förderung und Vernetzung frauenspezifischer Informations- und Dokumentationseinrichtungen in Österreich (Hrsg.): kolloquiA. Frauenbezogene/feministische Dokumentation und Informationsarbeit in Österreich. Lehr- und Forschungsmaterialien, Wien 2001 (Materialien zur Förderung von Frauen in der Wissenschaft. Bd. 11), 355–385.

<sup>159</sup> Vgl. Ulrike Weckel: Zwischen Häuslichkeit und Öffentlichkeit. Die ersten deutschen Frauenzeitschriften im späten 18. Jahrhundert und ihr Publikum, Tübingen 1998, 305ff.

<sup>160</sup> Vgl. zu weiblicher Autorschaft allgemein auch Susanne Kord: Sich einen Namen machen. Anonymität und weibliche Autorschaft 1700–1900, Stuttgart 1996.

<sup>161</sup> Vgl. Wischermann: Frauenpublizistik und Journalismus (wie Anm. 18, 19), 120f.

Bahnen und der *Frauen-Anwalt*, die mit verschiedenen Frauenvereinen in Beziehung standen. Bis zu diesem Zeitraum erschienen kaum Zeitschriften die man im eigentlichen Sinn als Frauenzeitschriften bezeichnen könnte, indem sie von Frauen geschrieben wurden. Erst gegen Ende des Jahrhunderts stieg die Zahl der Zeitschriften, die in weiblicher Hand waren, stark an, und diese umfassten nun auch die verschiedenen Flügel der Frauenbewegung, von bürgerlich gemäßigt bis progressiv oder zur Arbeiterschaft gehörig.<sup>162</sup> Derartige Blätter befassten sich speziell mit Fragen der Frauenrechte; sie klammerten gewöhnlich ‚typische‘ Frauenthemen wie Mode, Unterhaltung und Haushaltsfragen aus.

Bei den *Frauenzeitschriften*, also Zeitschriften mit speziell auf weibliche Leserschaft zugeschnittenen Themen, ist eine Spezialform gesondert zu betrachten: die *Modezeitschrift*, zu der zweifellos auch *Der Bazar* zu zählen ist. Die Geschichte der Modejournale kann hier nur kurz und nicht im Detail erörtert werden; gegen Ende des 18. Jahrhunderts begannen sie ihren Aufschwung.<sup>163</sup>

Die frühen Modejournale zeigten nur wenige Modebilder. Technisch war es nur möglich, Kupferstiche herzustellen; diese verfügten über eine gute Druckqualität, waren aber verhältnismäßig teuer und ließen sich nicht in den Text einfügen. Zudem war es noch nicht üblich, mehr als eine generelle Beschreibung der abgebildeten Kleider zu geben, so dass Personen, die diese nacharbeiten wollten, auf ihr eigenes Können angewiesen waren. Mit dem Aufkommen des Holzdrucks um 1850 wurde es möglich, Bilder und Texte auf einer Seite zu drucken.<sup>164</sup> Seit etwa der gleichen Zeit wurden zudem Schnittmuster in Originalgröße den Modeheften beigegeben. Viele verblieben jedoch auch bei der älteren Gewohnheit, verkleinerte Schnittmuster zu drucken, die um einen angegebenen

162 Vgl. dies.: Die Presse der deutschen Frauenbewegung (wie Anm. 18, 19); *Zelfel*: Erziehen (wie Anm. 19, 19), 73–101.

163 Vgl. dazu *Lore Krempel*: Die deutsche Modezeitschrift. Ihre Geschichte und Entwicklung nebst einer Bibliographie der deutschen, englischen und französischen Modezeitschriften, Coburg 1935; *Dora Lühr*: Die erste deutsche Modezeitung, in: Zeitschrift für deutsche Philologie 71.3/4 (1953), 329–342; *Abadas*: Spielball der Mode (wie Anm. 2, 17); *Bertschik*: Mode und Moderne (wie Anm. 3, 17); *Anika Völkel*: Die Modezeitschrift. Vom „Journal des Luxus und der Moden“ zu „Brigitte“ und „Elle“, Hamburg 2006; *Zika*: Ist alles eitel (wie Anm. 2, 17); *Astrid Ackermann*: Die Dame des Hauses. Oder: Die Frage nach der Weiblichkeit um 1800 und 1900, in: Bea Lundt/Bärbel Völkel (Hrsg.): Outfit und Coming-Out. Geschlechterwelten zwischen Mode, Labor und Strich, Hamburg 2007, 75–126. Das wohl bekannteste und beliebteste deutsche Modejournal um 1800 war das Weimarer *Journal des Luxus und der Moden*, herausgegeben von Friedrich Justin Bertuch. Es setzte seinerzeit Maßstäbe, an denen sich Nachfolger orientierten. Vgl. *Walter Steiner/Uta Kühn-Stillmark*: Friedrich Justin Bertuch. Ein Leben im klassischen Weimar zwischen Kultur und Kommerz, Köln u. a. 2001, 93–99.

164 Vgl. *Edith Rosenbrock*: Die Anfänge des Modebildes in der deutschen Zeitschrift, Berlin 1942, 130f.; *Birgit Wildmeister*: Die Bilderwelt der „Gartenlaube“. Ein Beitrag zur Kulturgeschichte des bürgerlichen Lebens in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts, Würzburg 1998, 44–54.

Maßstab vergrößert werden mussten.<sup>165</sup> Außerdem entstanden allmählich rein ‚technische‘ Fachzeitschriften für ausgebildete, hauptberufliche (Herren-)Schnieder.<sup>166</sup> Während sich die Modejournale des späten 18. und frühen 19. Jahrhunderts hauptsächlich an eine kleine Gruppe, an eine vornehme, wohlbetuchte Leserschaft wandten, waren die späteren Journale an ein breiteres Publikum adressiert.<sup>167</sup>

Der Untertitel des *Bazar* bezeichnet ihn ebenso als *illustrierte Zeitschrift*. Auch dieser Typ verdankte seine Existenz der verbesserten Drucktechnik, die es ermöglichte, Graphiken direkt in den Text einzufügen. Die ersten sogenannten illustrierten Zeitungen erschienen gegen 1840 in England. Eine der in Deutschland am weitesten verbreiteten war die *Illustrierte Zeitung*, die seit 1843 in Leipzig erschien.<sup>168</sup> Illustrierte zeichneten sich dadurch aus, dass sie ihrer Leserschaft mit detaillierten Beschreibungen und zahlreichen dazugehörigen Abbildungen möglichst aktuelle Ereignisse aus Wissenschaft, Politik, Gesellschaft usw. vermittelten.<sup>169</sup> Diese Aktualität, verbunden mit Bildern, die dem Lesenden das Geschehen im wahrsten Wortsinn vor Augen führten, war neu und machte diese Zeitschriftengattung so erfolgreich. Auch im *Bazar* wurden viele Artikel mit eigens angefertigten Illustrationen versehen, nicht nur die Handarbeitsanleitungen.

Seit dem 18. Jahrhundert war die Sorge vor der sogenannten Lesesucht weit verbreitet. Diese basierte auf der Befürchtung, dass junge, beeinflussbare Personen – und speziell weibliche – völlig in den Phantasiewelten der von ihnen verschlungenen Romane versinken könnten, mit verschiedenen negativen Folgen.<sup>170</sup> Als eine Lösung für das Problem, den Lesehunger der Jugend zu stillen und sie gleichzeitig vor potentiell gefährlicher Lektüre zu schützen, erschienen in den 1850er Jahren die ersten sogenannten *Familienblätter*, eine Zeitschriftengattung, die sich bis etwa 1880 großer Beliebtheit erfreute.<sup>171</sup> Kennzeichnend war die Vielfalt ihrer

<sup>165</sup> Vgl. Kevin L. Seligman: *Cutting for All! The Sartorial Arts, Related Crafts, and the Commercial Paper Pattern. A Bibliographic Reference Guide for Designers, Technicians, and Historians*, Carbondale 1996, 24ff.

<sup>166</sup> Vgl. Krempl: *Die Deutsche Modezeitschrift* (wie Anm. 163, 59), 90.

<sup>167</sup> Vgl. Annemarie Kleinert: *Die frühen Modejournale in Frankreich. Studien zur Literatur der Mode von den Anfängen bis 1848*, Berlin 1980, 226ff.

<sup>168</sup> Vgl. Wolfgang Weber: Johann Jakob Weber. Der Begründer der illustrierten Presse in Deutschland, 2., kompl. überarb. Ausg., Leipzig 2003, 48ff.

<sup>169</sup> Vgl. Hartwig Gebhardt: *Illustrierte Zeitschriften in Deutschland am Ende des 19. Jahrhunderts. Zur Geschichte einer wenig erforschten Pressegattung*, in: Buchhandelsgeschichte 2 (1983), 41–65, hier 42; Hans-Jürgen Bucher: *Mehr als Text mit Bild. Zur Multimodalität der Illustrierten Zeitungen und Zeitschriften im 19. Jahrhundert*, in: Natalia Igl/Julia Menzel (Hrsg.): *Illustrierte Zeitschriften um 1900. Mediale Eigenlogik, Multimodalität und Metaisierung*, Bielefeld 2016, 25–74.

<sup>170</sup> Vgl. Alfred Messerli: *Lesen und Schreiben 1700 bis 1900. Untersuchung zur Durchsetzung der Literalität in der Schweiz*, Tübingen 2002, 130–157.

<sup>171</sup> Vgl. Roth: *Die außereuropäische Welt* (wie Anm. 120, 49), 43–50; Graf/Pellatz: *Familien- und*

rer Themen. Jedes Familienmitglied sollte auf seine Kosten kommen. Der Schwerpunkt dieser Zeitungen und Zeitschriften, für die *Die Gartenlaube* ein bekanntes und oft untersuchtes Beispiel darstellt, lag in der Unterhaltung der Lesenden, die jedoch auch mit Belehrung einhergehen sollte.<sup>173</sup> Derartige Zeitschriften boten neben unterhaltenden Beiträgen stets auch solche mit moralischen Botschaften oder wissenschaftlichen Informationen. Eine Einschränkung bezüglich des familiären Adressatenkreises ist jedoch bei allen Familienzeitschriften zu machen: Kinder wurden in der Themenauswahl als Leser nicht berücksichtigt.<sup>174</sup> Auch im *Bazar* wurden keine speziell für Kinder gedachten Beiträge veröffentlicht; am meisten wurde über sie geschrieben, wenn es um Erziehungsfragen ging. Zwar war die Leserschaft des *Bazar* teilweise recht jung, wie an einigen Leserbriefen zu erkennen ist, dennoch waren die meisten Artikel wohl fruestens für Jugendliche ab etwa vierzehn Jahren interessant.

Ohne der inhaltlichen Untersuchung vorzugreifen, lässt sich bereits hier festhalten, dass *Der Bazar* alle genannten Zeitschriftentypen in sich vereinte: die Frauen- und Modezeitschrift, die Illustrierte und das Familienblatt. Die Arbeitsausgabe entsprach der Modezeitschrift, die belletristische Ausgabe orientierte sich in ihren Themen an der Familie, sprach dabei aber auch besonders Frauen an und illustrierte die Beiträge großzügig. Man muss also der älteren Auffassung Kirschsteins widersprechen, die in ihrer Untersuchung der Familienzeitschrift meinte, Modezeitungen:

waren ihren Bestrebungen nach den Familienblättern geradezu entgegengesetzt, sie predigten zur Zeit ihrer Entstehung einen familienfeindlichen Geist des Luxus und der Eleganz und waren die typische Lektüre der „Gesellschaft“, deren Einfluß mancher gute Hausvater geradezu als das Unglück für sein Haus verdammte. [...] Sie hatten im 19. Jahrhundert nur das Ziel zu „unterhalten“ gemeinsam, es fehlte ihnen aber das Ethos des Familienhaften.<sup>175</sup>

*Der Bazar* bemühte sich nach Kräften, Mode und Familienfreundlichkeit zu vereinen. Sein Erfolg beim Publikum deutet darauf hin, dass ihm dies über Jahrzehnte hinweg gelungen ist. Gleichzeitig beschäftigte er sich von Anfang an da-

Unterhaltungszeitschriften (wie Anm.10, 18); *Nina Reusch*: Populäre Geschichte im Kaiserreich. Familienzeitschriften als Akteure der deutschen Geschichtskultur 1890-1913, Bielefeld 2015, 55ff.

172 Vgl. *Ulrich Püschel*: Präsentationsformen, Texttypen und kommunikative Leistungen der Sprache in Zeitungen und Zeitschriften, in: Leonhard u. a. (Hrsg.): Medienwissenschaft, 864–880, hier 876; *Claudia Stockinger*: An den Ursprüngen populärer Serialität. Das Familienblatt *Die Gartenlaube*, Göttingen 2018, 35–41.

173 Vgl. *Roth*: Die außereuropäische Welt (wie Anm. 120, 49), 28.

174 *Eva-Annemarie Kirschstein*: Die Familienzeitschrift. Ihre Entwicklung und Bedeutung für die deutsche Presse, Berlin 1936, 103.

mit, die Position der Frau in Familie und Gesellschaft zu befragen und – in einem gutbürgerlichen Sinn – zu verbessern. Diese Eigenschaften unterscheiden ihn von zahlreichen anderen, zeitgleich erschienenen Zeitschriften, die ähnliche Themenfelder abdeckten. In Stichproben ergaben sich beispielsweise keine auf die Frauenbewegung oder Frauenbildung bezogenen Artikel in Modezeitschriften wie der *Modenwelt* oder *Victoria. Illustrirte Muster- und Moden-Zeitung*. Spezielle Zeitschriften wie beispielsweise der *Frauen-Anwalt* beinhalteten derartige Themen selbstverständlich, doch kann man annehmen, dass derartige Presseerzeugnisse hauptsächlich in die Hände bereits interessierter Leserinnen und Leser gerieten, während *Der Bazar*, als allgemein an Familien gerichtete Zeitschrift, seine Themen einem breiter gefächterten Publikum bekannt machen konnte und daher einen Sonderplatz unter den Frauen- und Familienzeitschriften einnahm.

## 4.8 Fazit

Es lässt sich zusammenfassen, dass *Der Bazar* als Zeitschrift und Unternehmen in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts eine Bedeutung hatte, die heute kaum mehr bekannt ist. Schaeffer-Voits Modenblatt wuchs innerhalb weniger Jahre zu einem Unternehmen heran, das bis zu 300 Personen in Preußen und Sachsen beschäftigte, eine für damalige Verhältnisse überaus große Anzahl an Angestellten. Die Redaktionen befanden sich in Berlin und Paris, die Druckerei in Leipzig. Die Zeitschrift verfügte über bis zu 150.000 Abonnenten, verbreitet über die ganze Welt, was weit über eine halbe Million Leser bedeutet haben dürfte. Zusammen mit den fremdsprachigen Ausgaben, die zwar wohl über eine große redaktionelle Selbständigkeit verfügten, aber dennoch dem Unternehmen hinzugezählt werden müssen, vergrößerte sich diese Leserschaft um weitere Hunderttausende. Mit seinem erfolgreichen Verlag gelang es Schaeffer-Voit, einer der wohlhabendsten Männer Berlins und Preußens zu werden.

Er arbeitete sich als Buchhändler und Verleger aus bescheidenen Verhältnissen hoch und bemühte sich sein Leben lang, die idealen bürgerlichen Tugenden, wie Fleiß und Königstreue, zu befolgen. Dabei bewies er enormes kaufmännisches Geschick und Selbstbewusstsein in Bezug auf seine Errungenschaften. Jedoch zeigten ihm die preußische Gesellschaft und Verwaltung die Grenzen der Aufstiegsmöglichkeiten in die höhere Gesellschaft auf. Ihnen galt seine Branche als nicht respektabel und sie verhinderten bzw. verzögerten auf vielfältige Weise seine Nobilitierung. Seine Vita kann sowohl als Beispiel für den möglichen finanziellen und sozialen Aufstieg eines Kaufmanns in der preußischen Gesellschaft gelten als auch für deren massive Ressentiments gegenüber ‚Emporkömmlingen‘.

Die Umwandlung des Verlags von einem Privatunternehmen in eine Aktiengesellschaft im Jahr 1871 stellte ebenfalls eine typische Entwicklung dieser Zeit

dar. Die AG überstand den Gründerkrach und konnte sogar gegen Ende des Jahrhunderts andere Zeitschriften und Zeitungen übernehmen. Nach 1900 verband sie sich geschäftlich immer mehr mit dem Ullstein-Verlag, bevor sie 1938 aufgelöst wurde. Die letzte Ausgabe des *Bazar* erschien 1937, nach 82 Jahrgängen. Der einzige heute noch existierende direkte Ableger ist die Modezeitschrift *Harper's Bazaar* in den USA, die wiederum mit verschiedenen Länderausgaben den internationalen Erfolg ihrer Vorgängerin wiederholt.

Der Erfolg des Blattes lag sicherlich in der seinerzeit singulären Mischung aus Moden, belletristischem Inhalt und Belehrung. Kaum eine Frau aus bürgerlichen Kreisen konnte sich der Frage nach angemessener Bekleidung entziehen. An einem auf die sozialen und finanziellen Verhältnisse abgestimmten, den modischen Vorgaben folgenden, aber nicht zu extravaganten Kleidungsstil las die Gesellschaft die Sittlichkeit und Seriosität von Frauen ab – und die ihrer Familie. Diese Vorgaben zu ignorieren konnte soziale Nachteile nach sich ziehen. Damit erklärt sich die Notwendigkeit für zahllose bürgerliche Frauen, ein Modeblatt zu abonnieren, um stets über neue Entwicklungen informiert und gesellschaftsfähig zu sein. Im Gegensatz zu anderen Blättern zeichnete sich *Der Bazar* bereits in seinen Anfangstagen dadurch aus, dass er über Abbildungen von großer Klarheit und präzise Angaben zur Herstellung von Kleidung und Handarbeiten verfügte, was einen bedeutenden Teil seines Erfolgs ausmachte. Mit seinen qualitätvollen Inhalten setzte *Der Bazar* neue Maßstäbe für Mode- und Damenzeitschriften. Vielfach gelobt wurde von den Zeitgenossen das Bestreben des *Bazar*, Paris als Modezentrum die Absolutheit abzusprechen und stattdessen Moden aus Deutschland zu fördern, wovon man sich wirtschaftlichen Aufschwung und mehr kulturelle Eigenständigkeit erhoffte. Durch seine zahlreichen fremdsprachigen Ausgaben trug die Zeitschrift über Jahrzehnte zur Verbreitung internationaler Modetrends bedeutend bei.

Gleichzeitig verfügte *Der Bazar* über einen belletristischen Teil, der sich ebenfalls durch hohe Qualität auszeichnete. Nicht nur wurden Fortsetzungsromane, historische Erzählungen, Rätsel und Gedichte bekannter Autoren und Autorinnen veröffentlicht, sondern auch lehrhafte Artikel zu verschiedenen Lebensbereichen. Diese bezogen sich zu einem Großteil auf Themen, die besonders Frauen interessierten. Dennoch wurde *Der Bazar*, wie Leserbriefe zeigen, von beiden Geschlechtern gerne gelesen. Die Leser und Leserinnen waren meist über sechzehn Jahre alt und kaum ausnahmslos aus dem Bürgertum oder dem Adel. Durch Redakteurinnen wie Jenny Hirsch verfügte *Der Bazar* auch über gute Verbindungen zur deutschen Frauenbewegung, die, wie im Weiteren gezeigt wird, eine bedeutsame Rolle in der Zeitschrift spielte. Das Niveau des Belletristikteils war lange Jahre tüchtigen Redakteuren und Redakteurinnen, wie Julius Rodenberg und Jenny Hirsch, zu verdanken, die in ihrer journalistischen und schriftstellerischen Tätigkeit hohe Ansprüche an die Beiträge des *Bazar* stellten. Nach der

Umwandlung in die Aktiengesellschaft verringerte sich die Zahl der namentlich bekannten Redakteure jedoch allmählich. Die Redaktion veröffentlichte immer wieder ihre Ansicht zu bestimmten Themen und Entwicklungen und vermittelte gelegentlich zwischen Vertretern unterschiedlicher Meinungen. Auf diese Weise verlieh sie dem *Bazar* eine eigene Stimme. Welche Positionen sie vertrat, speziell in Bezug auf die Rolle der Frau in der bürgerlichen Gesellschaft, soll die im vierten Teil dieser Arbeit folgende Quellenuntersuchung zeigen. Zuvor soll jedoch ein Überblick über die politischen, gesellschaftlichen und sozialen Zustände der Zeit geliefert werden.