

Inhalt

	Einleitung (Georg Jäger und Monika Estermann)	5
5	Programmbereiche	
5.11	Der Musikalienverlag (Georg Jäger)	7
	<i>Der Musikalienbuchhandel als Sonderform des Buchhandels 7 – (Über-)Produktion 7 – Musikalienverlag und -sortiment 11 – Die Nebenzweige des Musikalienhandels 15 – Händler- und Kundenrabatt 17 – Der Zwischenbuchhandel, Import und Export von Musikalien 20 – Notenstich und Musikaliendruck 21 – Das Abschreiben von Noten und das Ausschreiben von Partituren 26 – Leipzig als Zentrum der Herstellung 29 – Programmpolitik für die private und öffentliche Musikpflege 31 – Ausgewählte Programmbereiche: »Musikalische Nationaldenkmäler« bei Breitkopf & Härtel 35 – Ausgewählte Programmbereiche: Kritische Gesamtausgaben bei Breitkopf & Härtel 37 – Ausgewählte Programmbereiche: Historische »Denkmäler-Ausgaben« bei Breitkopf & Härtel 40 – Ausgewählte Programmbereiche: Katholische Kirchenmusik 41 – Ausgewählte Programmbereiche: »Billige Ausgaben« und »Bibliotheken für den Theater-, Konzert-, Schul- und Hausgebrauch« 43 – Ausgewählte Programmbereiche: Die leichte Muse 47 – Aufführungsrecht und Verwertungsgesellschaften 49</i>	
5.12	Der Schulbuchverlag (Georg Jäger)	62
	<i>Zulassungsverfahren, Schulbuchpolitik und Buchempfehlungen 62 – Der Schulbuchhandel 70 – Schulbuchverleger und Schulbuchprogramme 76 – Das Ende des Schulbuchmonopols in Bayern 78 – Zum Programmkontext 83 – Neue Märkte und Marktchancen 84 – Der Aufbau eines Schulbuchprogramms 85 – Die Verbindung des Schulbuchverlags mit herstellenden Betrieben 89 – Verlagsprofil B. G. Teubner 91 – Der philologisch-historische Verlagszweig 93 – Der mathematisch-naturwissenschaftliche Verlagszweig 94 – Der pädagogische Verlagszweig 97</i>	
5.13	Kinder- und Jugendbuchverlag (Ute Dettmar, Hans-Heino Ewers, Ute Liebert und Hans Ries)	103
	<i>Definition und Situation des Kinder- und Jugendbuchverlags 103 – Zeitgenössische Terminologie: Der Literaturbereich »Jugendschriften« 103 – Jugendschriften im Spartenbetrieb – Verlagsgeschichte(n) – Verlagsprogramme 106 – Velhagen & Klasing, Bielefeld und Leipzig 106 – Literarische Anstalt Rütten & Loening, Frankfurt am Main 109 – Jüdische Kinder- und Jugendbuchverlage 110 – Der Verlag I. Kauffmann, Frankfurt am Main 110 – Der Verlag Jakob B. Brandeis, Prag und Breslau 111 – Spezifische Kinder- und Jugendbuchverlage 111 – K. Thienemanns Verlag, Stuttgart 112 – Der Verlag von W. Effenberger/F. Loewes Verlag, Stuttgart 113 – Verleger oder Fabrikanten? 114 – Druckerei-Verleger 115 – August Bagel, Wesel; Felix Bagel, Düsseldorf; Julius Bagel, Mülheim/Ruhr 115 – Wilhelm Düms, Wesel 116 – J. F. Schreiber, Esslingen 116 – Kinder- und Jugendbücher im Großunternehmen: Die Union Deutsche Verlagsgesellschaft 118 – Kinder- und Jugendliteratur um die Jahrhundertwende 122 – Gattungen 123 – Bestseller: Abenteuerliteratur, historische Erzählungen, »Backfischromane« 124 – Prototypen 126 – Verlegerliteratur 127 – Verlag Levy & Müller, Stuttgart 128 – Otto Spamer – Verlag für Volksbildung 129 – Besonderheiten des Kinder- und Jugendbuchhandels – Kauf- und Schenkanlässe 132 – Werbung 132 – Vertrieb 133 – Publikationsformen: Reihen 134 – Zeitschriften 135 – Jahrbücher 135 – »Das Töchter-Album« und »Herzblättchens Zeitvertreib« 135 – Kinder- und Jugendbuchkritik 138 – Jugendschriftenkritik 138 – Tendenzstreit 139 – Der Verlag Alfred Janßen – Reformpädagogik und Kunsterziehung 143 – Der Kinder- und Jugendbuchverlag in illustriationskünstlerischer Sicht 145 – Rechte und Konditionen 153</i>	

5.14	Belletristische Verlage (Monika Estermann und Stephan Füssel)	164
	<i>Gründerjahre 164 – Die führenden belletristischen Verlage 167 – Der Klassikermarkt und das »Klassikerjahr« von 1867 172 – Reclam 175 – Exkurs: Bernhard Tauchnitz 179 – Cotta 182 – Gustav Hempel 186 – Ein gemischter Verlag mit belletristischem Segment: Wilhelm Hertz 189 – Verlagsautoren: Paul Heyse 191 – Theodor Fontane 192 – Gottfried Keller und die Schweizer Autoren 193 – Neue Verwertungsformen 197 – Zeitungs- und Zeitschriftenvorabdruck 197 – Otto Janke und die »Deutsche Roman-Zeitung« 200 – Marketing 204 – Wilhelm Raabes Verleger und der literarische Markt 206 – Jahrhundertende und Jahrhundertwende 208 – Verlage für Gegenwartsliteratur 209 – Wilhelm Friedrich 211 – »Das Magazin für die Literatur des In- und Auslands« – »Die Gesellschaft« 212 – Verlagsentwicklung 213 – S. Fischer 215 – »Freie Bühne für modernes Leben« – »Die neue Rundschau« 215 – Verlagsprogramm 218 – Friedrich Fontane 223 – »Pan« – »Das literarische Echo« 225 – Albert Langen 226 – »Simplicissimus« 229 – Weitere Entwicklung 231 – L. Staackmann 233 – Exkurs: Heimatkunst 234 – Von Hartleben zu Staackmann 237 – Staackmanns Programm 238 – Verlage für Weltliteratur 242 – Eugen Diederichs: Der Kulturverleger 242 – Der Insel-Verlag 249 – Georg Müller-Verlag 256 – Verlage für moderne Literatur des Auslands 259 – J. C. C. Bruns 259 – Reinhard Piper 262 – Neue Verlage 266 – Ernst Rowohlt Verlag/Kurt Wolff Verlag 266 – Kurt Wolff Verlag 268 – Verlage der Avantgarde 272 – Exkurs: Lektoren als Mittler 273 – Die »Demokratisierung des Buches«: Billige Reihen 275 – Exkurs: Druckkostenzuschüsse 283 – Verlage im Ersten Weltkrieg 286</i>	
6	Statistik und Topographie des Verlagswesens (Barbara Kastner)	300
	<i>Titelpansion 300 – Entwicklung in den Fachgebieten 302 – Exkurs: Entwicklung der Fächersystematik 302 – Titelproduktion in einzelnen Fachgebieten 303 – Zusammenschau 322 – Hinrichs' Buchhandelsbibliographie – Quellenkritische Reflexionen 328 – Ergänzende statistische Erhebungen – Datengrundlage und Zielsetzung 331 – Ergänzende Erhebungen zu den Fachgebieten 332 – Überblick über alle Fachgebiete 333 – Tabellen zur Entwicklung des Umfangs- und Preisniveaus in einzelnen Fachgebieten 337 – Topographie des Verlagswesens im Spiegel der Hinrichs'schen Bibliographien 347 – Ausblick 362</i>	
7	Zeitschriften	
7.1	Das Zeitschriftenwesen (Georg Jäger)	368
	<i>Statistische Grundlegung, Entwicklungslinien 368 – Zeitschriften und Zeitungen, das Anzeigenwesen 380 – Das Haus Mosse: von der Annoncenexpedition zur Weltfirma 386</i>	
7.2	Wissenschaftliche und technische Zeitschriften (Georg Jäger)	390
	<i>Statistik, Typologie, Trends 390 – Die »Zeitschrift für Physikalische Chemie« – eine beispielhafte Zeitschriftengründung 400 – Fachbibliographische Nachweisinstrumente 402</i>	
7.3	Familien- und Unterhaltungszeitschriften (Andreas Graf und Susanne Pellatz) ..	409
	<i>Entwicklungsbedingungen des Zeitschriftenmarktes 409 – Sozial-ökonomische Voraussetzungen 409 – Differenzierung 412 – Konzernbildung 413 – Autoren 415 – Gesetzliche Voraussetzungen 416 – Preßgesetze 416 – Zeitungstempel 416 – Postzwang 417 – Vertriebsweisen 418 – Postvertrieb 418 – Abonnement 418 – Kolportage 420 – Einzel- und Straßenverkauf 422 – Familienzeitschriften 423 – Typische Formen 427 – »Die Gartenlaube« 427 – »Der Hausfreund« 429 – »Ueber Land und Meer«/ »Das Buch für Alle« 430 – »Westermanns Monatshefte«/»Vom Fels zum Meer« 433 – »Daheim« 435 – Religiöse Familienzeitschriften 437 – Romane und Erzählungen 440 – Familienblattmoral 444 – Kinder- und Jugendzeitschriften 447 – Marktstrukturen 448 – Publikationsformen 452 – Verlagspublikationen 452 – Vereinspublikationen 453 – Beilagen 455 – Marktstrategien 456 – Traditionelles Zeitschriften-</i>	

konzept 457 – *Moderne, ästhetisch-literarische Bildungszeitschrift* 458 – *Hausfrauen- und Modezeitschriften* 460 – *Modezeitschriften* 461 – *Hausfrauenzeitschriften* 465 – *Illustrierte Unterhaltungspresse* 468 – *Illustrierte* 468 – *Illustrationen* 476 – *Techniken* 476 – *Bilderhandel* 478 – *Witz- und Satireblätter* 480 – »*Kladderadatsch*« 481 – »*Fliegende Blätter*« 483 – »*Meggendorfer Blätter*« 488 – »*Simplicissimus*« 489 – »*Ulk*« 491 – »*Jugend*« 493 – *Erotik und Satire* 493 – *Romanzeitschriften* 496 – »*Deutsche Roman-Zeitung*« 497 – »*Bibliothek der Unterhaltung und des Wissens*« 500 – *Sonderformen* 505 – *Versicherungszeitschriften und Großverlage* 505 – *Beilagen-Blätter* 509 – *Feuilleton-Korrespondenzen* 514

8 Neue Vertriebsformen

8.1 Kolportage-, Reise- und Versandbuchhandel (Mirjam Störin) 523

Einleitung 523 – *Wachstumsraten der Gewerbezeige 1870-1914* 527 – *Vertriebsobjekte und Aufteilung der Leserkreise* 529 – *Kolportagebuchhandel* 529 – *Exkurs: Der Verlag Bernhard Meyer und die Zeitschrift mit Abonnenten-Versicherung* 536 – *Reisebuchhandel (Reise- und Versandbuchhandel)* 540 – *Geschäftszusammen und Werbestrategien* 543 – *Bezugsform und Rabatt von Verlag und Grossist* 543 – *Zahlungsverkehr, Kundenrabatt und Ratenschleuderei* 547 – *Provisionen und Arbeitsbedingungen der Kolporteure und Reisenden* 549 – *Werbestrategien der Verleger und Händler* 553 – *Fachvereine und Fachzeitschriften* 557 – *Regionale Fachvereine* 557 – *Der Central-Verein Deutscher Colportage-Buchhändler 1886* 559 – *Der Verein der Reisebuchhändler 1901* 562 – *Der Verband der Buchhandlungs-Reisenden 1906* 563 – *Fachzeitschriften* 564 – *Kolportagebuchhandel, Volksromane und die Unterhaltungsindustrie* 565 – *Konzeption, Inhalt und Aufbau der Volksromane* 567 – *Kolportageliteratur als »Schundliteratur«: Kritik und Verteidigung* 576 – *Der Fall Karl May. Autoren in der Unterhaltungsindustrie* 580 – *Der Kolportageverlag August Weichert (Berlin)* 583

8.2 Der Bahnhofs- und Verkehrsbuchhandel (Christine Haug) 594

Literatur für die Eisenbahn 595 – *Die Entstehung der ersten Bahnbuchhandlungen* 599 – *Organisations- und Vertriebsstrukturen und die Gründung von Berufsorganisationen* 601 – *Streitpunkt: Pachtgebühren* 603 – *Streitpunkt: Ladenöffnungszeiten* 604 – *Streitpunkt: Verlegerrabatte* 606 – *Die »Schmutz- und Schunddebatte« und der Bahnbuchhandel* 606 – *Profile führender Bahnbuchhandlungen* 609 – *Die Bahnbuchhandlung Bangel & Schmitt in Heidelberg* 609 – *Die Bahnbuchhandlung August Vaternahm* 610 – *Der Berliner Buch- und Pressekonzern Georg Stilke* 611 – *Die Entstehung und Ausbreitung des Schiffsbuchhandels* 612 – *Die Entstehung und Ausbreitung des Hotelbuchhandels* 614 – *Kioske und Trinkhallen als Buch- und Zeitschriftenverkaufsstellen* 614 – *Alternative Formen der Literaturbeschaffung: Reiselektüre aus dem Automaten* 615 – *Leiheinrichtungen für Reiselektüre* 616 – *Der Ausbruch des Ersten Weltkriegs – Die Umwandlung von Reisebibliotheken und Bahnbuchhandlungen in Feldebuchereien* 618

8.3 Kaufhausbuchhandel (Georg Jäger) 621

Die Warenhausbuchhandlung 621 – *Betriebswirtschaftliche und werbepsychologische Erfolgsfaktoren* 625 – *Die Mittelstandsbewegung gegen Warenhäuser* 626 – *Die Warenhäuser als Buchhändler und Verleger in Auseinandersetzung mit dem Börsenverein* 628 – *Gerichtliche Auseinandersetzungen um die »Warenhaus-schleuderei«* 631 – *Die Anerkennung des Warenhausbuchhandels* 636

9 Zwischenbuchhandel

9.1 Der Kommissionsbuchhandel (Georg Jäger und Thomas Keiderling) 641

Begriff, Funktionen, Leistungen 641 – *Die Zentralisation des Kommissionsgeschäfts in Leipzig* 649 – *Streikbewegung im Zwischenbuchhandel* 656 – »*Leipzig oder Reichspost?*« 660 – *Das Kommissionsgeschäft außerhalb Leipzigs* 661

9.2	Der Grossbuchhandel (Georg Jäger)	668
	<i>Begriff, Funktionen, Leistungen 668 – Grosso- und Kommissionshaus deutscher Buch- und Zeitschriftenhändler 675</i>	
9.3	Das Barsortiment (Georg Jäger)	679
	<i>Entwicklung und Eigenart des Geschäftsbetriebs 679 – Die Stellung des Verlags zum Barsortiment 683 – Vereinsortimente 685 – Das Leipziger Lager des Verbandes Hannover-Braunschweig und die Gründung des Barsortiments von K. F. Koehler 690 – Konkurrenz, Kooperation und Fusion von Koehler und Volckmar 694</i>	
	Die Autoren des Bandes	700
	Liste der Sponsoren	703