

# Inhalt

<b>Einleitung</b>	7
Karl Robert Langewiesches Biographie	12
Geschichte des Verlages	20
Forschungsgrundlage	28
<b>Zeitgeschichtlicher Kontext</b>	35
Bildreproduktion und Bildrezeption	36
Die Kulturverleger	39
<b>Der Freundeskreis</b>	46
Der Geschäftsmann. Karl Robert Langewiesche	53
Die Ethiker. Paul Rohrbach und Friedrich Naumann	58
Der Erfolgsautor. Wilhelm Pinder	70
<b>Generierung der Blauen Bücher</b>	81
Grenzen deutscher Baukunst	82
Wahl der Titel. Einblicke 1911–15	89
Wahl des Bildmaterials	98
Produktion und Vertrieb	109
<b>Identität als Schöpfung</b>	121
Dominante Bildtypen in den Blauen Büchern	123
Dominante Bildaussagen	138
Dominante Textaussagen	171
Bildfolge und Gegenüberstellung	193
Nationale Identität	200
<b>Ausblick und Entwicklung</b>	214
Verlagsentwicklung in den 1920er Jahren	214
Schlagschatten	217
<b>Zusammenfassung</b>	224
Dank	232
Literatur	234