

INHALT

Geleitwort von G. Häntzschel	1
I. Einleitung	4
1. Untersuchungsgegenstand der Arbeit	4
2. Aufbau und methodischer Ansatz	6
3. Quellen und Material	8
II. Die Entstehung des Klassikermarkts im Jahre 1867	12
III. Voraussetzungen und Charakteristika des Klassikermarkts der Jahrhundertwende	15
1. Entwicklungen auf dem Buchmarkt und ihr Einfluß auf die Klassikerausgaben	15
Wandlungen in der Buchproduktion: das Buch wird zur Ware	15
Wandlungen in der Buchdistribution: juristische Grundlagen	18
2. Bildung von Spezialverlagen: Entwicklung von Ausgabentypen	19
3. Konkurrenzsituation auf dem Klassikermarkt: Verlagsneugründungen um 1900	22
IV. Die Ausstattung der Klassikerausgaben	27
1. Klassiker-Reihen: Uniformität als Preispolitik	27
2. Prachtausgaben: Bücher als Statussymbole	28
3. Illustrierte Ausgaben: Imitation der Vergangenheit	31
4. Wissenschaftliche Ausgaben: Nüchternheit auch in der Form	34
5. „Schöne“ Ausgaben: der Einfluß der Buchkunst- Bewegung	36
V. Die Editionstechnik der Klassikerausgaben	42
1. Entstehung einer wissenschaftlichen Editionstechnik: das Vorbild der klassischen Philologie	42
2. Goedekes Schillerausgabe: die „Ausgabe aller Ausgaben“	47
3. Kanonisierung bestimmter Editionsmethoden: die Weimarer Goetheausgabe	52
4. Populärwissenschaftliche Editionstechnik: die „halbkritischen“ Ausgaben	57
5. Gegenbewegung zur wissenschaftlichen Editionstechnik: Hinwendung zu Leseausgaben	60
6. Wegbereiter der modernen Editionstechnik: Bernhard Seuffert	62

VI.	Intendiertes Zielpublikum der Klassikerausgaben	66
1.	Die verlegerischen Überlegungen bei der Edition einer Klassikerausgabe	66
2.	Klassikerkonsumption als Mittel zur Repräsentation: illustrierte Klassikerausgaben und Prachtausgaben	68
3.	Die Rezeption der Klassikerausgaben als Nachweis von „Bildung“: wissenschaftliche und halbkritische Ausgaben	73
4.	Klassikerkonsumption im Zeichen der Bibliophilie: „schöne“ Ausgaben	79
VII.	Vergleich der Schillerausgaben des Jahres 1905	82
1.	Die Schillerrezeption am Beispiel der Schillerfeiern des Jahres 1905	83
2.	Die Säkularausgabe der J.G. Cottaschen Verlags- buchhandlung	88
	Kurzcharakteristik von Ausgabe, Verlag und Herausgeber	88
	Die Ausstattung der Säkularausgabe	89
	Vollständigkeit und Anordnung der Werke	91
	Untersuchung ausgewählter Werke	94
	Intendiertes Zielpublikum der Säkularausgabe	104
3.	Die Großherzog-Wilhelm-Ernst-Ausgabe des Insel-Verlags	105
	Kurzcharakteristik von Ausgabe, Verlag und Herausgeber	105
	Die Ausstattung der Großherzog-Wilhelm- Ernst-Ausgabe	106
	Vollständigkeit und Anordnung der Werke	109
	Untersuchung ausgewählter Werke	112
	Intendiertes Zielpublikum der Großherzog- Wilhelm-Ernst-Ausgabe	116
4.	Die illustrierte Volks-Ausgabe der Deutschen Verlags-Anstalt	118
	Kurzcharakteristik von Ausgabe, Verlag und Herausgeber	118
	Die Ausstattung der illustrierten Volks-Ausgabe	120
	Auswahl und Anordnung der Werke	123
	Untersuchung ausgewählter Werke	126
	Intendiertes Zielpublikum der illustrierten Volks-Ausgabe	134
5.	Die Ausgabe „Schillers Werke für Schule und Haus“ der Herderschen Verlagsbuchhandlung	136
	Kurzcharakteristik von Ausgabe, Verlag und Herausgeber	136

Die Ausstattung der Ausgabe „Schillers Werke für Schule und Haus“	138
Auswahl und Anordnung der Werke	139
Untersuchung ausgewählter Werke	145
Intendiertes Zielpublikum der Ausgabe „Schillers Werke für Schule und Haus“	152
VIII. Schlußbetrachtung	154
IX. Anmerkungen	156
X. Literaturverzeichnis	200
Register	211
Über die Autorin	215