

Der Bilderhändler und seine Kunden im Mitteleuropa des 19. Jahrhunderts

Rudolf Schenda

Schenda, Rudolf 1984: Der Bilderhändler und seine Kunden im Mitteleuropa des 19. Jahrhunderts. – *Ethnologia Europaea* XIV: 163–175.

Der Handel mit Kupferstichen dehnt sich seit dem späten 18. Jahrhundert aus. Die neue Reproduktionstechnik der Lithographie, verbesserte Druckerpressen und raschere Transportmittel erlauben seit dem Beginn des 19. Jahrhunderts die Diffusion von preiswerten populären Bilderbogen bis in die fernsten Winkel Europas. Ausgehend von Druckerzentren (wie Remondini in Bassano, Wentzel in Weissenburg) und von Depositären dieser Verlage in den Grossstädten, tragen Hunderte von Hausierern jährlich viele Millionen Bilder zu einem anwachsenden Publikum in Stadt und Land. Im Umkreis des Bilderhandels sind starke wirtschaftliche Polarisierungen und soziale Spannungen spürbar; Kolportage für das Landvolk und städtischer Galeriehandel für das Bürgertum sind weit voneinander entfernt. Über den Gebrauch und Verbrauch von Bildern im Bürgerhaus oder Bauernhaus ist noch zu wenig geforscht worden.

Prof. Dr. Rudolf Schenda, *Volkskundliches Seminar, Abteilung Europäische Volksliteratur, Zeltweg 67, CH-8032 Zürich.*

Johann Peter Hebel, der grosse deutsche Volkserzieher, bringt in seinem Kalender, dem *Rheinischen Hausfreund* von 1808 eine Geschichte unter dem Titel *Pieve*; sie beginnt: »Jedermann kennt die Bilder- und Landkartenhändler, die im Land herum ihre Waren, Bildnisse von Heiligen, Bildnisse von Kaisern und Königen und Kriegsschauplätzen feiltragen. Aber für manchen kommen sie wie die Storken ins Land, das heisst, er weiss nicht, woher sie kommen.«¹ Johann Peter Hebel unternimmt es dann, den Lesern seines Kalenders die Lebensbedingungen dieser Händler zu erklären: Pieve sei ein armes Dorf »im Kanton Tessino, in welsch Tirol« die Bewohner hätten zunächst mit Feuersteinen gehandelt, dann habe ihnen »der Besitzer der berühmten Buch- und Kupferstichhandlung, Remondini in Bassano«, Kupferstiche und Helgen zum Handeln anvertraut. So seien diese Männer zunächst durch Süddeutschland gezogen und durch ihren Fleiss und ihre Ausdauer zu den angesehensten Kupferstichhändlern Europas geworden; sie gelangten mit ihrer Bilderware nach Preussen, Polen, Schweden und Russland, ja

bis nach »Tobolsk in Asien« und hätten »stehende Handelsgesellschaften« in Augsburg, Amsterdam, Lübeck, Kopenhagen, Stockholm und Warschau. Er, Hebel, der Rheinische Hausfreund, kenne sie und ziehe vor ihnen den Hut.

Hebels bisher von der Bilderforschung unbeachteter Text erlaubt mir, eine Brücke von den Alpen zum Baltischen Meer zu schlagen. Aber ich muss ihn doch auch gleich korrigieren: Das Dorf Pieve Tesino liegt nicht im schweizerischen Kanton Tessin, sondern im Tesino-Tal nördlich der Bilderbogenstadt Bassano, und Pieve gehörte damals zu Tirol.² Georg von Martens hat in seiner Reise nach Venedig von 1824 auf diese Händler und ihre Kupferstiche aus Bassano, Venezia, Brixen, Paris, Augsburg und Nürnberg hingewiesen³, ebenso Ludwig von Hörmann in seinen Tiroler Volkstypen von 1877⁴. In neuerer Zeit hat dann Achille Bertarelli die »Tesini« näher beschrieben; sie seien in kleinen Gruppen unter der Leitung eines »capo« drei oder vier Jahre lang unterwegs gewesen und bis nach Sibirien und Astrakan gelangt; aus einem Gerichtsprotokoll von 1781



Radierung von Jean Duplessis-Bertaux aus der «Suite des cris de Marchands ambulants de Paris», Paris 1807 (S. Taubert, 1966, p. 259).

seien 130 Unterschriften von solchen »capos« bekannt⁵ – die Aktivität dieser Bilderhändler muss also zwischen 1750 und 1810, nach all dem Gesagten, europaweit und ungewöhnlich intensiv gewesen sein⁶; sie passt ganz zu der expansiven Produktions- und Diffusionspolitik der Firma Remondini in Bassano del Grappa, welche wir durch die Studien von Gino Barioli gut kennen⁷.

Mit solchen generellen Angaben über ein Händlerdorf können wir uns allerdings nicht zufrieden geben. Wie haben denn die Bilderhändler gearbeitet, wer war ihr Publikum, wie ihr Verhältnis zu den Behörden und zu der einheimischen Konkurrenz? Solche Fragen lassen sich nur anhand von Archivalien beantworten, und es nimmt eigentlich wunder, dass die volkskundliche Bilderbogenforschung trotz meiner Anstösse, die ich vor mehr als zehn Jahren gab⁸, nicht mehr als bisher geschehen, solchen sozialhistorischen Materialien nachgegangen ist⁹. Ich möchte daher an dieser Stelle

ein paar neue Informationen ins Spiel bringen und abermals für eine auch kommunikationswissenschaftliche Betrachtung von populärer Druckgraphik plädieren.

Zurück zu den Tesini: ich gehe einem Händler aus Pieve namens Jacob Gicelle nach. Die württembergische Polizei-Direktion vermerkt ihn am 30. Juni 1818 in ihren Akten. Er war damals schon neun Monate im Lande tätig gewesen und bat um die Verlängerung seines Passes um sechs Monate. Der Antrag wurde genehmigt. Gicelle stellte seine Kupferstiche weiterhin in Stuttgart »unter der Mauer« aus, aber die einheimischen Bilderhändler, nämlich Kaufmann, Maiderle, Ebner und Aichele erhoben beim Polizeidirektor Protest, weil sie ihr Geschäft mehr und mehr beeinträchtigt sahen. Der Polizeidirektor verbot daher am 14. Juli 1812 dem Jacob Gicelle die Fortführung seines Handels. Der Italiener aus dem französischen Departement Etsch¹⁰ legte Beschwerde beim Polizeiministerium ein und erhielt schon neun Tage später eine neue Handelserlaubnis und zwar aufgrund der damals im Lande garantierten Handelsfreiheit¹¹ (welche insbesondere französischen Untertanen gegenüber zu respektieren war).

Fünf Jahre später, erfahren wir aus den Polizeiakten, hatte Gicelle schon die Erlaubnis bekommen, sich für immer in Stuttgart aufzuhalten; er war also ein sesshafter Gastarbeiter geworden. Dass er dabei keineswegs zu Reichtümern gelangt war, zeigen die folgenden Umstände: 1817 war er an Wassersucht schwer erkrankt. Die Brüder Battista und Giuseppe Nervo aus Trient baten daher den König, den Handel des Gicelle übernehmen zu dürfen. Doch der kranke Mann hatte beim Steueramt noch 25 fl. Schulden. Die Geschäftsnachfolger erklärten sich bereit, die Steuern nachzuzahlen, ja sogar die Sozialkosten für den Landsmann zu tragen, wenn sie dessen Verkaufsplatz einnehmen dürften. Drei Tage nach Abfassen dieses Schreibens (31.5.1817) war Gicelle schon tot, und sogleich fand sich ein neuer Anwärter auf des Verstorbenen Arbeitsplatz. Der Mann hiess Stefano De Vettori, er stammte ebenfalls aus dem italienischen Tirol, hatte in Stuttgart der Tochter des Quartiermeisters Basler die Ehe versprochen und bat

Kupferstich von
Ambrosius Gabler aus
den »Ausruffenden
Personen in
Nürnberg«, Hrsg. v.
A. Gabler, Nürnberg
1789. (S. Taubert,
1966, p. 193).

Der Bilder Händler



*Kooft schöne Bilder Kupferstick
wer kooft?*

um die Erlaubnis, Gicelles Geschäft übernehmen zu dürfen, selbstverständlich nach Zahlen der Steuerschulden. Zwei Wochen später hatte er seine Aufenthaltsgenehmigung und brauchte nur noch sein »Accis-Patent«. Aber auch Battista Nervo bekam seine Handelserlaubnis, zumal seine Voreltern schon seit mehr als 50 Jahren unter der Mauer mit Kupferstichen gehandelt hatten (19.6.1817). So blühte

denn das Geschäft auf den Ständen unter der Mauer, und Nervo wagte es sogar, auch um die Erlaubnis zu bitten, Flugschriften, und zwar in einer festen Bude, zu verkaufen. Doch die Stuttgarter Buchhändler intervenierten, und Nervos Antrag wurde abgelehnt.

Ein dritter italienischer Bilderhändler löst dann 1822 neue Diskussionen aus: Die Stuttgarter Konkurrenz hatte es offenbar verstan-

den, den Battista Nervo aus der Stadt zu drängen. Die Brüder Rippo treten nun auf den Plan, aber die Stadtdirektion weist sie ab: höchstens in der Messezeit dürfen sie sich in Stuttgart mit Bildern sehen lassen.¹² Und 1828 wird sogar der einheimische Hof-Kupferdrucker Baumann daran gehindert, unter der Mauer in der Stiftsstrasse eine feste Verkaufsbude zu errichten.¹³

Dieses kleine Aktenbündel aus dem Staatsarchiv Ludwigsburg macht folgendes deutlich: Zwischen dem ambulanten und dem stationären Bilderhandel gibt es, in einem Prozess vertikaler sozialer Mobilität, fließende Uebergänge. Ein Verkaufstisch ist die erste Station auf dem Wege zu einer Holzbude¹⁴, und diese ein Schritt weiter auf der Strasse von der ärmlichen Stadtmauer weg ins Geschäftszentrum einer Stadt und damit zu einem Erfolg, der letztlich nur wenigen in Form eines festen Ladens mit Schaufenstern vergönnt ist. Der Konkurrenzkampf ist enorm, nicht nur von Seiten der Einheimischen – das Heer der arbeits-

chenden Landsleute aus dem Etschgebiet stösst beständig nach, wartet auf den Tod oder das Weiterwandern der älteren Vorgänger. Und dann sind da die fortwährenden Auseinandersetzungen mit den Behörden – auf dieser Ebene liefern Bilder keine Lust, sondern eher Last.

Von dieser mittleren Ebene des halbstationären Bilderhandels auf Holztischen können wir nun zu den extremen Polen des Bilderhandels vorstossen: den eleganten Bilderläden einerseits und den zerlumpten Kolporteurs andererseits. Während man für den Tisch-Bilderhandel ein gemischtes Publikum von Kleinbürgern aller Art voraussetzen kann, teilt sich das Publikum der städtischen Bilderläden und der dörflichen Hausierer eindeutig in zwei Klassen: das besitzende Bürgertum und die teils Haus und Land besitzende, teils tagelöhnernde Landbevölkerung.

Mit dem grossstädtischen Bilderhandel für ein bürgerliches Publikum brauche ich mich hier nur insofern auseinanderzusetzen als er einen eindeutigen Kontrast zum Kolportagehandel darstellt. Der bürgerliche Bilderhandel ist standortgebunden, an einen festen Laden nämlich mit Ladenschild und Schaufenstern. Wenn Giorgio Lise in seinem Katalog lombardischer populärer Drucke allein für die Stadt Milano im Laufe des 19. Jahrhunderts einhundert Lithographen, Drucker und Händler von Bildern angibt¹⁵, so haben höchstens fünf von diesen einen so ansehnlichen Laden besessen. Zu nennen ist da insbesondere die Firma Ronchi in der Contrada dei Rastrelli, welche dreisprachige Hausinschriften trug, wobei mit dem deutschen »Wegweiser« Reiseführer (guides) und mit den »Aussichten« Ansichten (vues) gemeint waren¹⁶. Solche respektablen Läden, welche dann auch die Ehre hatten, in Kupferstichen und Lithographien abgebildet zu werden¹⁷ finden sich in den grossen Städten, so etwa Humphrey in London¹⁸ oder Aubert in Paris¹⁹. Die Italiener sind übrigens immer dabei; Schulzens Adressbuch von 1839 nennt Marco Berra in Prag, die Witwe Ganganelli in Hamburg, Vincenzo Zanna in Augsburg, Pietro del Vecchio in Leipzig und die Firma Rocca in Berlin und Göttingen.²⁰ Die Weihnachtskataloge des Buchhandels zeigen



Holzschnitt nach Ludwig Richter von I. G. Flegel. Leipzig, 1845 (S. Taubert, 1966, p. 377).

Joh. Battista Fratellie Duffa.

mit einem guten Sortiment Englischer, Französischer und Italienischer Kupferstiche und Landkarten und Romanische Saite; sie machen die billigsten Preise, und versichern die beste Bedingung, sie logieren

Visitenkarte eines Bilderhändlers, Ende 18. Jh. (Römische Saite = Römische Ansichten). Fürstliche Bibliothek Schloss Harburg/Donauwörth.

uns, was in solchen Läden zu haben war, in Eduard Hölzels Kunstverlag in Wien etwa die »Neuesten Wiener Oeldruckbilder« mit Titeln wie »Morgen am Traunsee«, »Abend am Bodensee«, »Venedig mit der Kirche Santa Maria della Salute bei Mondbeleuchtung«, »Nach der Messe am Marcusplatze in Venedig«.²¹

Weder die Kunsthistoriker²² noch die Volkskundler haben bisher solche Quellen ausgeschöpft.²³ Sie fliessen jedoch seit der Mitte des 18. Jahrhunderts reichlich; ich nenne hier nur das in Mannheim erschienene *Journal des Journaux*²⁴, das Weimarer *Journal des Luxus und der Moden*, das dem Bürger regelmässig die neuesten englischen Kupferstiche vorführt²⁵, aber auch die kleineren Wochenblätter, in denen die lokalen Buchhändler immer wieder Bilder und Bildserien zum Verkauf anbieten.²⁶ Wir sehen aus solchen Quellen, wie und mit welchen Angeboten und zu welchen Preisen die Bilderhändler arbeiteten, und wir können aus solchen Daten Rückschlüsse auf die Konsumenten der Bildwerke ziehen. Bei den genannten Händlern lassen allein die intellektuellen Themen der Bilder und ihre Preise auf ein grossbürgerlich-städtisches Publikum schliessen; doch sind gerade in den Provinzstädten, wo die Buchdrucker und Buchhändler *auch* Bildwerke führen, Tendenzen feststellbar, die weniger wohlhabenden Schichten der Bevölkerung zu erreichen.²⁷

Der eine Pol des Bilderhandels wird von den städtischen Kunstfirmen, der andere vom Kol-

porteur, dem ewig wandernden Hausierer, gebildet. Damit ist nicht gesagt, dass der Kolporteur unabhängig von der städtischen Bilderproduktion arbeitet, im Gegenteil: erst eine entwickelte Vertriebsorganisation beim städtischen Drucker und Verleger²⁸ macht den Einsatz und die Existenz zahlreicher Kolporteurs möglich. Die von der Firma Remondini abhängigen Händler aus Pieve Tesino wurden schon genannt, über die für Pellerin in Epinal arbeitenden Kolporteurs habe ich verschiedentlich berichtet²⁹; neuerdings erhalten wir reiches Belegmaterial zum Thema aus der Studie von Dominique Lerch über die Firma Wentzel in Weissenburg/Elsass³⁰. Die Archiv-Akten liefern uns präzise Informationen über die Männer, wir kennen Hunderte von Namen³¹, ihre niedrige soziale Herkunft und ihre Berufe wie Handlanger, Kriegsveteran, Weber, Lumpensammler, Strumpfwirker; die wenigen in dem Geschäft tätigen Frauen waren Eisenbahnergattinnen oder unversorgte Witwen³². Die Behörden duldeten diesen Handel, weil er die Zahl der Arbeitslosen und die kommunalen Soziallasten senkte, aber sie übten eine strenge Kontrolle aus. Jedes einzelne Bild, das in den Handel gelangen sollte, musste deklariert und genehmigt werden, so erhielt der arbeitslose Lithograph Joseph Liehrmann aus der Krutenau in Strassburg nach ausführlichem brieflichen Antrag vom 14. Juli 1851 fünf Tage später die Erlaubnis, die Farblithographie »Die zehn Gebote« ein Jahr lang zu kolportieren³³. Andere Kolporteurs wie Christian Koler aus Jungingen (Fürstentum Hohenzollern) oder Leonhard Kassner aus Saarunion erfreuten sich des Patronats der grossen Firma Wentzel und durften deren Produktion verkaufen³⁴. So zum Beispiel Georg Walter von Pirmasens³⁵, der 1857 folgende Bilder Wentzels feilbieten konnte:

Heilige Bilter	435
Sinnetig (Besinne dich?)	12
Jäger Stük (aus der Jagd-Serie)	8
Sanftmut	4
Daugnis (Taugenichts)	2
Grosfaters lieblich	2
Iberschwemmun	2
Alteliebe	14

Jägers leigt (Leichenzug)	23	Gebräten (Gebete?)	10
Baum der libe	16	Der dreie (treue) Wächter	4
Stufejare	6	Waltlige (weltliche Bilder) zusammen	155 ³⁶
Die verschidene Stenten (Stände)	12		
Kattarina	5	Neben zahlreichen Genehmigungen für solche	
Adam und Efa	7	armseligen Händler liegt uns freilich auch eine	
Schäfer und Schäferin	2	Reihe von Zurückweisungen vor, die einmal	
Barbara und Lisabet	4	mit moralischen Bedenken, oft aber auch mit	
Theres und Machtalen	4	politischen Vorsichtsmassregeln zu tun haben.	
Genofefa Geschicht	19	Der Bilderhändler Johann Becker von Burgal-	
Mari und Machtalena	2	ben bat am 16. Mai 1860 das Badische Innen-	
Metzgeleicht (Leichenzug)	2	ministerium um ein Hausierpatent, und ob-	
Wenters Alte Kint (Wenn das Alte könnt')	3	wohl er beteuert, »immer sehr anständige Bil-	
neie Jar	2	der« und »keine verbotenen Bilder« verkaufen	
Goltbilte	162	zu wollen, schrieb der Beamte an den Rand	



Lithographie von Lapan, Paris, 1833. (S. Taubert, 1966, p. 327).

von Beckers Brief »abschlagen«. Ähnlich ging es dem Trio Stephan Schaaf, Philipp Eckardt und Peter Meyer von Stein im Bezirksamt Bergzabern; sie wollten am 19.8.1862 »mit religiösen und moralischen Bildern und entsprechenden Abbildungen ausserordentlicher Zeitereignisse, sowie den Porträts durchlauchtigster Monarchen Europas« handeln, das heisst, mit Lithographien, die aus Frankfurt und Berlin stammten. Der Antrag wurde, wahrscheinlich wegen der politisch zeitbezogenen Bilder, abgelehnt³⁷. Zu diesen Behinderungen des Kolportagehandels kommen die zahlreichen Fälle von Zensur und Beschlagnahmen³⁸ von einerseits obszönen³⁹, häufiger noch politischen Bildern, in Frankreich etwa sämtlicher Napoleonardarstellungen in der Zeit der Restauration⁴⁰. Ich habe dieses traurige Kapitel des Bilderhandels mehrfach dargestellt⁴¹, brauche hier also nicht näher darauf einzugehen. Es scheint mir jedoch wichtig festzuhalten, dass wir von der Existenz mancher sowohl erotischer als auch politischer Bilder nur aus den Zensurakten wissen. Anders gesagt: der in den öffentlichen Sammlungen vorhandene Bestand liefert uns ein unvollständiges Bild der Imagerie des 19. Jahrhunderts, die durchaus auch ihre aggressiven, protestierenden und sexuell eindeutigen Aspekte hatte.

Das Heer der Kolporteure diffundierte jährlich eine ungeheure Menge von Bilderbogen. Wenn im Jahre 1854 allein im Département Vosges 2,7 Millionen Bogen von den Druckern deklariert wurden⁴² und wenn man bedenkt, dass Epinal in der französischen Gesamtproduktion nur einen sehr geringen Teil ausmachte⁴³, dann ist es nicht übertrieben zu behaupten, die Kolporteure hätten jährlich *einen* Bilderbogen an jeden zweiten lebenden Franzosen verkauft.⁴⁴ Es wäre gut zu wissen, ob ähnliche Schätzungen für Italien, Deutschland oder Skandinavien möglich sind. Eine solche Diffusionsgeschichte setzt nicht nur eine grosse Menge von Kolporteuren voraus, sondern ein differenziertes Vertriebssystem, zu welchem zum Beispiel zahlreiche Verlags-Niederlagen (*dépositaires*)⁴⁵ und die mit der Post zu versendenden gedruckten Bestell-Listen⁴⁶ gehören. Diese Diffusionsfrequenz zwingt uns aber auch zu Ueberlegungen, wie stark der Im-

pact der Bildinhalte auf Kulturwissen und Kulturverhalten der Konsumenten, also auf Meinungen, Einstellungen und Sinngebungen der Bevölkerung war. Wir brauchen daher nicht nur entsprechende Inhaltsanalysen solcher Bildbestände⁴⁷, sondern auch weitere Informationen über den Gebrauch der vom Kolporteur in alle Winkel des Landes getragene Bilder.

Aus der volkscundlichen Literatur, insbesondere aus der Wohnraumforschung wissen wir, wie und wo gerahmte oder ungerahmte Bilder in Stube oder Schlafzimmer⁴⁸, in Truhen und Schränken⁴⁹ (»Kistebrev«) oder an den Wänden gebraucht wurden. Der mentale Modus des Gebrauchs ist weniger bekannt: Wie weit ging der Glaube an die Schutzfunktion von Heiligenbildern,⁵⁰ auf welche Weise las der Analphabet den Diskurs eines Bildes?⁵¹ Es scheint mir dringend notwendig, für das 19. Jahrhundert auch für den Bilderbereich das zu sammeln, was die Buchforscher »Lese-Erinnerungen«, »Lese-Erfahrungen« oder »Leser-Biographien«⁵² nennen. Wie steht es mit den »Bild-Erfahrungen« unserer Vorväter? Nähere Untersuchungen werden auch hier ein differenziertes Bild vom Bildgebrauch zeichnen. Karl Gutzkow berichtet zum Beispiel von biblischen Bildern im Schulalltag, aber auch von den »Helden des Tages, deren Abbildungen, grell mit Wasserfarben getuscht, neben Ludwig Sands Enthauptung an allen Buchbinderläden hingen«⁵³. Theodor Fontane beschreibt die Bilder in seinem bürgerlichen Elternhaus in Svinemünde, »Landschaften und Genrestücke, dann aber auch Portraits englischer Staatsmänner samt Kriegs- und Seehelden«, auf der anderen Seite aber auch die Bilder eines Guckkasten-Mannes in einer Jahrmarktsschaubude, Bilder vom griechischen Kriegsschauplatz aus der Gustav Kühnschen Druckerei⁵⁴. Der schwäbische Arzt Michael Buck erzählt in seinen Erinnerungen von einem Bildermann, der ihm für Fensterblei einen Napoleon und eine Eisenbahn gab⁵⁵. Eine ganz ähnliche Szene hatte zuvor schon Berthold Auerbach in den *Schwarzwälder Dorfgeschichten* geschildert⁵⁶. Zu autobiographischen und anderen literarischen Quellen müssen wir auch noch die Reiseliteratur beziehen. In der

Holzstich von Karl
(Charles) Girardet
aus dem »Magasin
Pittoresque«, T. XIX,
Paris 1851. (S.
Taubert, 1966,
p. 405).



Tat hat August von Kotzebue in Kurgan in Sibirien Nürnberger Bilderbogen gefunden, und es fragt sich, ob ein Südtiroler Bildermann aus Pieve sie dorthin getragen hatte⁵⁷. Der bayerische Gebirgs-Wanderer Ludwig Steub fand in den heimatlichen Alpen immer wieder Wentzel-Bilder und war zornig, dass dort keine Münchner Stiche hingen⁵⁸. Man käme, wenn man Dutzende solcher Zeugnisse gesammelt hätte, nicht nur zu einer Unterscheidung von bürgerlichem und plebejischem Bildergebrauch, sondern auch zu sozialpsychologischen Kategorien der Bildfunktionen.

Ich fasse zusammen: Über die Diffusion von Bilderbogen im 19. Jahrhundert ist bisher wenig bekannt. Aus den Materialien, die uns zur Verfügung stehen, geht jedoch hervor, dass der Bilderhandel insgesamt einen bedeuten-

den Wirtschaftsfaktor darstellte, der nicht nur hohe Umsätze erzielte, sondern auch Tausenden von Menschen Arbeit und Brot verschaffte. Als extreme Pole dieses Handels treten der wandernde Kolporteur und der stationäre Ladenhandel klar hervor; der eine versorgt hauptsächlich ein Publikum in den Dörfern, der andere eine städtische Abnehmerschaft. Doch die Übergänge sind fließend; insbesondere dringt der Kolporteur auch in die Städte vor und versucht sesshaft zu werden, zuerst als Mauerhändler, dann mit einem Tisch, später vielleicht mit einer Bude, in Ausnahmefällen mit einem Laden. Die vertikale Mobilität ist jedoch gering, von tausend Kolporteurs wird vielleicht einer ein städtischer Galeriebesitzer. Um so grösser und bedeutender ist die horizontale Mobilität: Wir können



Bilderhandel an der Stadtmauer von Krakau, Florianstor (1983). Foto: R. Schenda.

einen starken Immigrationsdruck aus den italienischen Alpentälern feststellen, in den Rheingegenden eine stetige Pendlerbewegung von Ost nach West und zurück. Die Diffusion der Bilder erstaunt durch die Quantität des abgesetzten Materials, aber auch durch die überbrückten Distanzen: mitteleuropäische Bilder sind, mit mehrsprachigen Unterschriften versehen, im fernsten Osten und im fernsten Westen zu finden, Depositäre sorgen in aller Welt für zentrale Vorräte, Kolporteurs tragen die Waren dann weiter. Gewiss fehlen uns für solche Vorgänge noch mancherlei Detailstudien, doch sehen wir zumindest die groben Linien dieser Handelsgeschichte vor uns.

Weitgehend im Dunkeln tapen wir dagegen noch in bezug auf den Gebrauch und Verbrauch dieser Ware und zwar einmal hinsichtlich der schichtspezifischen Konsumtion als auch im Hinblick auf die kulturellen Auswirkungen dieses Bildergebrauchs. Die Geschichte der Ausbildung und der Veränderung

von populärem Bilder-Geschmack, also die Frage der Akzeptation oder Zurückweisung von Bildangeboten ist ebenfalls weitgehend unerforscht⁶⁰. Es fehlt nicht an Quellen aus dem Bereich der Autobiographien, der realistischen literarischen Beschreibungen und der Reiseberichte, doch sind solche Quellen weitgehend unbeachtet geblieben – ich erinnere nur an Hebels Beschreibung der Händler von Pieve. Und mit dieser Rückkoppelung möchte ich hier dafür plädieren, dass die Bilderforschung sich mehr als bisher auch den ausserbildlichen Quellen zuwenden möge, bilderlosen Büchern und staubtrockenen Archivalien. Der Bildgenuss, die Freude am populären Bilderbogen werden durch solche Studien nicht geringer werden.

Anmerkungen

1. Hebel, Johann Peter: Schatzkästlein des rheinischen Hausfreundes. Kritische Gesamtausgabe,



Poster-Shop in Kopenhagen, Fussgängerzone (1984). Foto: R. Schenda.

- ed. Winfried Theiss. Stuttgart: Reclam 1981 (= RUB, 142) 145–146. Dass die Geschichte auch in die Lesebücher übergang, zeigt der gleiche Text in: Deutsches Lesebuch für die unteren Klassen höherer Unterrichtsanstalten [...] von J. W. Straub. Aarau und Thun: J. J. Christen 1847, 162 sq.: »Pieve im Kanton Tessin« [!].
2. Zentner, Wilhelm: Johann Peter Hebel. Karlsruhe 1965, 654. – Der für Hebel entschuldbare, aber heute nicht mehr annehmbare Irrtum wird fortgepflanzt bei Hilscher, Elke: Die Bilderbogen im 19. Jahrhundert. München: Verlag Dokumentation 1977 (= Studien zur Publizistik, 22) 81; *ibid.* 82 hält die Verfasserin das Dorf Chamagne für eine Landschaft!
 3. Martens, Georg von: Reise nach Venedig. 2. Teil. Ulm 1824, 342 sq.
 4. Hörmann, Ludwig von: Tiroler Volkstypen. Wien 1877, 230–235. – cf. Wildhaber, Robert: Drei innerschweizerische Musterbücher für Andachtsbilder. In: Volkskunde. Fakten und Analysen. Festgabe für Leopold Schmidt. Wien 1972, 443–453, bes. 443.
 5. Bertarelli, Achille: Le stampe popolari italiane, ed. Clelia Alberici. Milano: Rizzoli 1974, 69. – Nicht einsehen konnte ich Novati, Francesco: Intorno all'origine e alla diffusione delle stampe popolari. In: Atti del primo congresso di Etnografia Italiana. Perugia 1912.
 6. Nicht zugänglich war mir der Ausstellungskatalog von Passamani, Bruno / Fietta, E.: Stampe per via. L'incisione dei secoli XVII–XIX nel commercio ambulante dei Tesini. Pieve Tesino / Trento / Bassano del Grappa 1972.
 7. Barioli, Gino, ed.: Mostra dei Remondini, calcografi stampatori bassanesi. Bassano: Stamperia Vicenzi 1958. (Katalog: 640 Nummern).
 8. Schenda, R.: Ein französischer Bilderbogenkatalog aus dem Jahre 1860. In: Schweizerisches Archiv für Volkskunde 62 (1966) 49–61. – Schenda, R.: Volk ohne Buch. Studien zur Sozialgeschichte der populären Lesestoffe, 1770–1910. (Frankfurt/M. 1970). München 1977 (= dtv, WR 4282), cf. Index unter »Bilderhändler« etc. – Schenda, R.: Saintes en buste, têtes de fantaisie. Materialien zu einer Geschichte des Bilderhandels am Oberrhein. In: Festschrift für Robert Wildhaber zum 70. Geburtstag. Basel 1973, 597–612; auch in Schenda, R.: Die Lesestoffe der Kleinen Leute. München 1976 (= Beck'sche Schwarze Reihe, 146) 42–54, 146–152. – Höchst anregend und aufschlussreich (auch für Mitteleuropa) ist nach wie vor das Buch von Shepard, Leslie: The History of Street Literature. Newton Abbot: David & Charles 1973.
 9. Die deutschen Kunsthistoriker gehen mit schlechtem Beispiel voran: In der grossen deutschen Kunst-Bibliographie *Schrifttum zur deut-*

- schen Kunst*, herausgegeben vom Deutschen Verein für Kunstwissenschaft, zusammengestellt von der Bibliothek des Germanischen Nationalmuseums; letzter Band: 43 (1979), Berlin: Deutscher Verlag für Kunstwissenschaft 1982 ist eine Kategorie »Kunstsoziologie«, »Kunsthandel« oder »Kunst-Kommunikation« oder gar »Kunst-Rezeption« nicht zu finden. Dagegen enthält das französische *Répertoire d'Art et d'Archéologie*, das in Paris beim C.N.R.S. erscheint, eine ganze Reihe von solchen Kategorien und insbesondere die Untergruppe 01.F.04: Commerce et ventes, die allerdings kaum einen Titel zur Geschichte des Bilderhandels bringt (cf. dort auch den Jahres-Index unter »Commerce«).
10. Zur Volkskunde der französischen Départements in Italien cf. Tassoni, Giovanni: *Art e tradizioni popolari. Le inchieste napoleoniche sui costumi e le tradizioni nel Regno Italico*. Bellinzona 1973 (das »Dipartimento dell'Adige«: p. 200–214).
 11. Staatsarchiv Ludwigsburg, D 52 / 818.
 12. Alle Akten *ibid.* D 52 / 818.
 13. Staatsarchiv Ludwigsburg F 201 / 725, 10. 11. 1828. Dort auch unter dem Jahr 1827: Der einheimische Kupferstecher Kristian Etzel verdrängt den Italiener Ribba.
 14. Zur Bedeutung der Bude als Wohn- und Handelsort cf. *Lexikon des Mittelalters*, 2. München/Zürich 1983, col. 902 sq.
 15. Lise, Giorgio: *Stampe popolari lombarde del '800*. Milano: Civica raccolta delle stampe A. Bertarelli 1977, 14–34.
 16. *ibid.* 49, num. 10 und Abb. p. 51.
 17. Taubert, Siegfried: *Bibliopola. Bilder und Texte aus der Welt des Buchhandels*, II. Hamburg: Hauswedell 1966.
 18. Laver, James: *Populäre Druckgraphik Europas: England*. München: Callwey 1972, fig. 117 (James Gillray).
 19. Taubert (wie not. 17) 321, 325.
 20. Schulz, Otto August: *Adressbuch für den deutschen Buchhandel und verwandte Geschäftszweige*. Leipzig 1839, *Kunsthandel-Katalog*. Zum italienischen Bilderhandel in Mannheim cf. Tenner, Helmut: *Mannheimer Kunstsammler und Kunsthändler bis zur Mitte des neunzehnten Jahrhunderts*. Heidelberg 1966, vor allem 126–129 zur Firma Artaria und 206–210: *Gravüren-Katalog* dieser Firma.
 21. *Illustrierter Weihnachts-Catalog für den deutschen Buchhandel*, VIII. Leipzig 1878, 161. Die Bilder kosteten, auf Leinwand gespannt, 20 Mark, der elegante Barockrahmen dazu 18 Mark – keine Ware für das Volk!
 22. Zur Geschichte des Kunsthandels cf. Denucé, J.: *Kunstaufuhr Antwerpens im 17. Jahrhundert: Die Firma Forchoudt*. Antwerpen: »De Sikkel« 1931 (= Quellen zur Geschichte der Flämischen Kunst, 1). – Reitlinger, Gerald: *The Economics of Taste. The Rise and Fall of the Picture Market 1760–1960*. New York / Chicago / San Francisco 1964. – Moulin, Raymonde: *Le Marché de la peinture en France*. Thèse de l'Université de Paris, Faculté des Lettres et Sciences Humaines, 1967.
 23. Schenda: *Volk ohne Buch* (wie not. 8) 271–273; die Forschungssituation hat sich seitdem kaum verbessert.
 24. *Journal des Journaux ou Précis des principaux Ouvrages Périodiques de l'Europe*, I. Mannheim 1760, janvier, 343–345: Gravures.
 25. [Bertuch und Kraus, ed.:] *Journal des Luxus und der Moden*, VII. Weimar 1792, 357–361, 384–402 (mit einem Bericht über die Bremersehe Kunsthandlung in Braunschweig), 522–533 und so fort.
 26. Beispiele: Oettingisches Wochenblatt vom 10. März 1819: *Bildnisse der Fürsten von Oettingen zum Preise von 1 fl.* – Ebenda 19. April 1820 (und am 17. März 1820 im *Intelligenzblatt der Stadt Nördlingen*): *Die Becksche Buchhandlung* (heute C. H. Beck, München) bietet den *Deutschen Ehrentempel*, eine Kupferstichserie mit Porträts der berühmtesten Deutschen, zur Subskription an. – Die Lauppische Buchhandlung in Tübingen offeriert am 13.12. und am 27.12.1839 »Neue Bilderbogen für Kinder« zum Preise von 2–4 kr.; *Intelligenz-Blatt für die Oberamts-Bezirke Tübingen, Rottenburg*, 535 und 539.
 27. Beispiel aus den Archives Départementales Haut-Rhin, Colmar, 1.T.462: Im September 1837 erhielt der Buchhändler Boehler aus Altkirch die Erlaubnis, ein Paket mit 263 Bilderbogen über die Firma Pfyffer in Luzern einzuführen. Die meisten von ihnen waren aber bei Dopfer in Paris verlegt. Von der Erlaubnis ausgeschlossen waren vier Porträts aus der königlichen Familien (des Bürgerkönigs Louis Philippe). Von den genehmigten Bildern beschäftigten sich 50 verschiedene mit dem Leben Napoleons (der in der Julimonarchie wieder zugelassen war), 20 hatten amurösen Inhalt und trugen Titel wie »Viens donc près de moi«, »Avec plaisir, Monsieur«, »Il n'est pas mal« (Er sieht nicht schlecht aus), »Qu'il est bien«, »L'enlèvement«, »La réconciliation«, »Pas encore, Monsieur«. Vier Bilder zeigten »Costumes«, 64 (also die Mehrzahl) »femmes«, das heisst Bilder aus dem Leben schöner Frauen, Allegorien und Porträts mit Titeln wie »Première toilette«, »Repos à l'ombre«, »Les baigneuses«, »La coquetterie«, »La modestie«, »Adèle«, »Alexandrine«, »Bathilde«, »Caroline« und so fort. 33 Porträts zeigten historische Persönlichkeiten wie Lamartine, Chateaubriand, Napoleons Generäle. Schliesslich folgten noch ein paar Kinderporträts.
 28. cf. Hilscher (wie not. 2) 75 sq.
 29. cf. not. 8.

30. Lerch, Dominique: *Imagerie et société. L'Imagerie Wentzel de Wissembourg au XIX^e siècle.* Strasbourg: Istra 1982.
31. So etwa in den Archives Départementales Bas-Rhin, Strasbourg, T.212, T.213, T.214 und T.217 aus den fünfziger und sechziger Jahren des 19. Jahrhunderts. – Archives Départementales Haut-Rhin, Colmar, 27.907 (1860).
32. Archives Bas-Rhin, Strasbourg, T.217 (1866); Archives Haut-Rhin, Colmar, 27.907 (1862).
33. Ibid. T.44. – cf. auch Badisches Generallandesarchiv Karlsruhe 236, Nr. 5748.
34. Archives Bas-Rhin, Strasbourg, T.44.
35. zu Walter cf. Lerch (wie not. 30) 189, 190, 191.
36. Archives Bas-Rhin, Strasbourg, T.215 (1857). Eine andere Verkaufsliste von Friedrich Hartmann aus dem Jahre 1857 bei Schenda: Die Lesestoffe (wie not. 8) 49.
37. Beide Belege im Badischen Generallandesarchiv Karlsruhe 236, Nr. 5748.
38. cf. zum Beispiel Bayerisches Hauptstaatsarchiv München, M. Inn. 25 114.b.I.: Zensierte und beschlagnahmte Darstellungen, darunter, im Original, eine Sand/Kotzebue-Serie.
39. Pearsall, Ronald: *The Worm in the Bud. The World of Victorian Sexuality* (1969). Harmondsworth: Penguin Books 1971, 1983, 463 sq., 489.
40. zum Beispiel Archives Départementales Bas-Rhin, Strasbourg, T.20: zwischen 1822 und 1827 verbotene Bilder von Napoléon, dem Maréchal Ney, dem Prinzen Eugène de Beauharnais, dem Duc de Reichstadt und des Hussein Pacha (wegen seiner Ähnlichkeit mit Napoleon).
41. Schenda: *Volk ohne Buch* (wie not. 8) 116, 123, 235, 239, 242, 254, 340 sq. – Die Lesestoffe (wie not. 8) 50–52, 64 sq.
42. Archives Départementales Vosges, Epinal, 7.T.10; das Tief lag im Januar dieses Jahres 1854 mit 79.975 Bogen, die Produktionsspitze im August mit 478.425 Bogen; auch im November und Dezember lag die Produktion über 200.000 Stück. In der Statistik spiegelt sich die saisonbedingte Tätigkeit der Kolporteurinnen ebenso wie das Weihnachtsgeschäft der Buchhandlungen.
43. cf. Schenda: *Ein französischer Bilderbogenkatalog* (wie not. 8).
44. Bei einer geschätzten Produktion von 20 Millionen Bildern auf eine rund gerechnete Bevölkerungszahl von 40 Millionen Personen.
45. Hilscher (wie not. 2) 75: Letourmy / Orléans hatte mehr als 100 dépositaires in rund 60 Orten (nach Auguste Martin, 1928).
46. zum Beispiel »A Messieurs Dembour et Gangel, Imprimeurs et Lithographes, à Metz (Moselle)«, 1 fol. im Format DIN A3, mit einem »Catalogue d'Estampes«, der rund 800 Bildertitel aufführt. Der Kolporteur konnte das Gewünschte ankreuzen, das Blatt dreimal falten und als Brief nach Metz senden.
47. cf. Lerch (wie not. 30) 111–143: *L'Image, le texte et leur discours.*
48. *Civiltà rurale di una valle veneta: La Val Leogra.* Vicenza: Accademia Olimpica 1976, 724: Le Stampe.
49. (Katalog) *Bilderwelt der kleinen Leute.* Bilderbogen des 18. und 19. Jahrhunderts. Münster: Westfälisches Landesmuseum für Kunst und Kulturgeschichte 1976, num. 171–174. – Clausen, V. E.: *Det folkelige danske træsnit i et-bladstryk 1650–1870.* Munksgaard 1961, 9, fig. 1.
50. Mistler, Jean / Blaudez, François / Jacquemin, André: *Epinal et l'imagerie populaire.* Paris: Hachette 1961, 16.
51. Zur Bild-Interpretation von Analphabeten cf. Schenda, Rudolf und Susanne: *Eine sizilianische Strasse. Volkskundliche Beobachtungen aus Monreale.* Tübingen 1965, 87–92: *Legenden des Giovanni Mazzola.* – Korff, Gottfried: *Heiligenverehrung in der Gegenwart.* Tübingen 1970, 169: »So isch's ja au auf dem Bild in onserem Oissekappele gmält.«
52. cf. zum Beispiel Pleticha, Heinrich, ed.: *Begegnungen mit dem Buch in der Jugend, I–II.* Reutlingen 1957–1963. – Pleticha, H., ed.: *Lese-Erlebnisse 2.* Frankfurt/M.: Suhrkamp 1978. – Unseld, Siegfried: *Erste Lese-Erlebnisse.* Ibid. 1975.
53. Gutzkow, Karl: *Aus der Knabenzeit.* In: *Gutzkows Werke*, ed. P. Müller. 3. Band. Leipzig/Wien o.J., 313 und 413. – Über die Beliebtheit des Revolutionshelden Friedrich Hecker im Sommer 1848 (von Pfälzer Bilderhändlern kolportiert) schreibt der Schwarzwälder Volkschriftsteller Heinrich Hansjakob: *Aus meiner Jugendzeit.* Heidelberg ²1890, 233.
54. Fontane, Theodor: *Meine Kinderjahre.* Autobiographischer Roman. In: *Fontane, Th.: Sämtliche Werke*, Band 14. München 1961, 47, 76, 113. – Fontane stammte bekanntlich aus Neuruppin. cf. den Katalog: *Neuruppiner Bilderbogen*, ed. Theodor Kohlmann. Berlin: Museum für Deutsche Volkskunde 1981, Vorwort von Peter-Lutz Kindermann.
55. Buck, Michael: *Erinnerungen aus meiner Kindheit*, ed. A. König. Ulm 1922 (hier zitiert nach Bucks Manuskript in der Württembergischen Landesstelle für Volkskunde Stuttgart). cf. Schenda: *Volk ohne Buch* (wie not. 8) 261, not. 140.
56. Auerbach, Berthold: *Sämtliche Dorfgeschichten.* Band 1. Stuttgart/Berlin: Cotta o.J., 128 (Ivo der Hajrle).
57. Kotzebue, August von: *Das merkwürdigste Jahr meines Lebens.* München 1965, 183.
58. Steub, Ludwig: *Wanderungen im bayerischen Gebirge.* München 1862, 140, 169–171.
59. cf. auch Schenda, R.: »Populärer« Wanderschmuck und Kommunikationsprozess. In: *Zeitschrift für Volkskunde* 66 (1970) 99–109.

60. cf. den aufschlussreichen Artikel: Von den Ursachen des geringen Einflusses der schönen Künste auf die Denkungsart und Sitten des Volkes. In: *Baierische Beyträge zur schönen und nützlichen Literatur*, 1. München 1779, 389–406. – Kühner, K.: Ein Wegweiser für unsere Arbeit auf dem Gebiete religiöser Kunst. In: *Evangelische Freiheit* 8 (1908) 470–472 (betrifft das Christliche Kunstblatt des Pfarrers David Koch, das seit 1908 im Kunstwart-Verlag erschien). Aber dergleichen Literatur müsste systematisch aufgearbeitet werden. Wichtig für den ganzen Komplex der Bild-Psychologie: Benjamin, Walter: *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*. Drei Studien zur Kunstsoziologie. Frankfurt/M. 1963, ²1968 (= edition suhrkamp, 28).

Summary

The late 18th century saw the expansion of the urban trade in copperplate prints, often reproductions of oil paintings. The invention of lithography and faster printing presses, coupled with the rapid development of postal and railway services made possible from the beginning of the 19th century an expansion in the production and diffusion of moderately priced picture-sheets, so that in particular coloured broadsheets (mostly with religious subject matter) reached the remotest corners of Europe. This trade in pictures originated first and foremost in important printing centres such as Remondini in Bassano (Northern Italy) or

Wentzel in Wissembourg (Alsace), and to an increasing degree also in Paris. In the big cities these publishers had agents. The distribution of the sheets themselves was handled by hawkers who often came from trading villages (Pieve Tesino in Southern Tyrol, Chamagne in the Vosges district) and worked within family organizations. By means of this hawking process several million picture-sheets reached buyers in town and country every year. Archives show that the itinerant tradesmen tried to build up a settled sales pattern: a regular pitch by a town wall or in a market place, perhaps even with a wooden stall. In rare cases they might build a shop. In economic terms, the European picture trade was highly polarized and characterized by social tensions; censorship authorities in particular were constantly obstructing the hawkers' trade and preventing them from rising socially above their proletarian daily lives. On the basis of archives we are relatively well informed about the economic conditions and activities of the picture traders. However, the reception of the broadsheets in the home of the citizen or the farmer is still to a great extent unresearched. Sources apart from the pictures themselves (autobiographies, travel accounts) could be of help in finding out more about the actual use or even the effects of this type of popular picture-sheet.