

ARCHIV-VERSION

Dokserver des Zentrums für Zeithistorische Forschung
Potsdam e.V.

<http://zeitgeschichte-digital.de/Doks>



Gerhard Paul

Rezension: „Bilder als Botschaft“. Konrad Dussels Studie zu den Bildstrukturen deutscher Illustrierter zwischen 1905 und 1945

<https://doi.org/10.14765/zzf.dok-1711>

Archiv-Version des ursprünglich auf dem Portal *Visual-History* am 02.12.2019 mit der URL:
<https://www.visual-history.de/2019/12/02/rezension-dussel-bilder-als-botschaft/>
erschiedenen Textes

Copyright © 2019 Clio-online – Historisches Fachinformationssystem e.V. und Autor/in, alle Rechte vorbehalten. Dieses Werk ist zum Download und zur Vervielfältigung für nicht-kommerzielle Zwecke freigegeben. Es darf jedoch nur erneut veröffentlicht werden, sofern die Einwilligung der o.g. Rechteinhaber vorliegt. Dies betrifft auch die Übersetzungsrechte. Bitte kontaktieren Sie: <redaktion@zeitgeschichte-digital.de> Für die Neuveröffentlichung von Bild-, Ton- und Filmmaterial, das in den Beiträgen enthalten ist, sind die dort jeweils genannten Lizenzbedingungen bzw. Rechteinhaber zu beachten.



2. Dezember 2019

Gerhard Paul

Thema: Pressefotografie

Rubrik: Rezensionen

REZENSION: „BILDER ALS BOTSCHAFT“

Konrad Dussels Studie zu den Bildstrukturen deutscher Illustrierter zwischen 1905 und 1945

Folgende Beiträge könnten Sie auch interessieren:

Zeithistorische

Forschung: Arnulf

Siebenecker: »Ich fixiere, was ist«

Robert Lebecks

Fotoreportagen für den stern

Zeithistorische

Forschung: Harriet

Scharnberg: Das A und P der

Propaganda.

Associated Press und die

nationalsozialistische

Bildpublizistik

Visual-History: Rolf

Sachsse: Vom

Nationalsozialismus

in die Bundesrepublik

Der Bildredakteur

Willy Stiewe

Visual-History:

Annette Vowinkel:

Pressefotografie

Visual-History:

Wilbert Ubbens:

Rezension: Filmfieber

– Deutsche

Kinopublizistik

1917-1937

In seiner Erzählung *Blumfeld, ein älterer Junggeselle* lässt Franz Kafka 1915 seinen Protagonisten eine französische Zeitschrift aufschlagen: „Er schlägt das Heft, entgegen seiner sonstigen Gewohnheit, Blatt für Blatt sorgfältig zu wenden, an einer beliebigen Stelle auf und findet dort ein großes Bild. Er zwängt sich, es genauer anzusehen. Es stellt die Begegnung zwischen dem Kaiser von Rußland und dem Präsidenten von Frankreich dar. Sie findet auf einem Schiff statt. [...] Blumfeld betrachtet allmählich das Bild mit mehr Teilnahme, hält es dann ein wenig entfernt und sieht es so mit blinzelnden Augen an. Er hat immer viel Sinn für solche großartige Szenen gehabt. Daß die Hauptpersonen so unbefangen, herzlich und leichtsinnig einander die Hände drücken, findet er sehr wahrheitsgetreu.“

Vor dem Aufstieg des Fernsehens in den 1960er Jahren waren illustrierte Zeitungen fast 100 Jahre lang das wichtigste Bildmedium, mit denen Zeitgenossen wie „Blumfeld“ an Ereignissen außerhalb ihres unmittelbaren Lebenszusammenhangs teilgenommen haben. Via **Pressefotos** war die große Welt in den privaten vier Wänden präsent. Eine neue visuelle Welt mit eigenen Regeln tat sich auf, durch die aus Leser*innen zunehmend Betrachter und Teilhaber wurden.

1929 dürfte die Gesamtauflage aller deutschen **Illustrierten** über fünf Millionen Exemplare betragen haben. Marktführer mit 1,8 Millionen Exemplaren war die im Ullstein Verlag erscheinende „Berliner Illustrierte Zeitung“ (BIZ). Selbst die kommunistische „Arbeiter-Illustrierte-Zeitung“ (AIZ) schaffte es noch auf 450.000 Exemplare; 1933 musste sie allerdings ihren Betrieb einstellen. Da eine Zeitung im Durchschnitt von vier bis sechs Personen gelesen wurde, lag die Gesamtleserschaft dieser Blätter zwischen 20 und 30 Millionen Menschen – bei einer Gesamtbevölkerung von damals etwas mehr als 62 Millionen.



Cover: Konrad Dussel, *Bilder als Botschaft*. Bildstruktur deutscher Illustrierter 1905-1945 im Spannungsfeld von Politik, Wirtschaft und Publikum. Unter Mitwirkung von Patrick Rössler, Herbert von Halem Verlag, Köln 2019



Cover „Arbeiter-Illustrierte-Zeitung“ (AIZ) 26. Februar 1933

Man wird daher davon ausgehen dürfen, dass rund die Hälfte der deutschen Bevölkerung vor Beginn der Weltwirtschaftskrise von den Illustrierten erreicht wurde. Nach dem Einbruch der Verkaufszahlen infolge der Krise nahmen die Auflagenzahlen der deutschen Illustrierten zur NS-Zeit wieder zu, um im März 1944 bei über zehn Millionen Exemplare anzugelangen. In dieser Zahl ist die Auflage der vom Oberkommando der Wehrmacht seit 1938 herausgegebenen Zeitschrift „Die Wehrmacht“ noch gar nicht eingerechnet. Diese allein lag während des Krieges bei etwa zwei Millionen Exemplaren.

Angesichts der schon allein quantitativen Bedeutung des Mediums überrascht es, dass außer dem Avantgarde-Blatt „Arbeiter-Illustrierte-Zeitung“ und der NS-Propagandazeitschrift für das Ausland „Signal“ die Publizistikgeschichte wie die Zeitgeschichte jahrzehntelang einen großen Bogen um diese Massenblätter gemacht haben – sieht man einmal von Bodo von Dewitz' und Robert Lebecks unter dem Titel „Kiosk“ erschienener „Geschichte der Fotoreportage“ von 1839 bis 1973 aus dem Jahr 2001 ab,^[2] die indes eher eine kommentierte Dokumentensammlung als eine analytische Studie ist und ihren Hauptakzent auf die Fotoreportage als auf die illustrierte Presse legt.

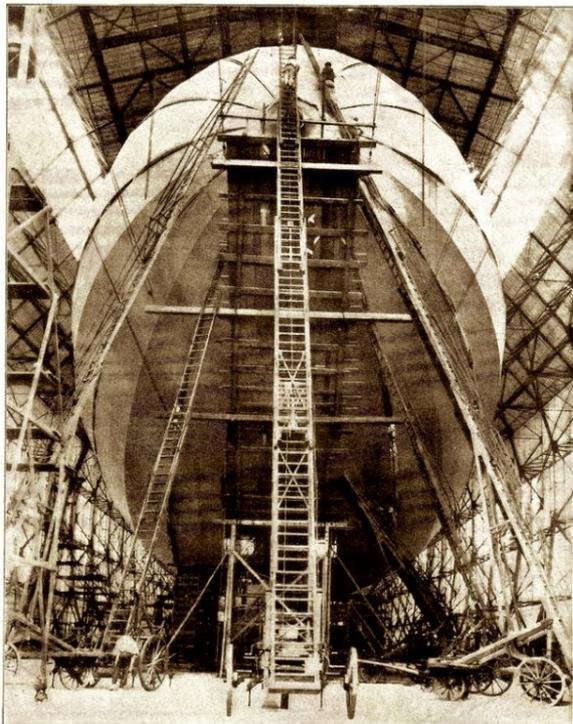
21. Oktober
1 9 2 3
Nr. 42
32. Jahrgang

Berliner

Preis
des Heftes
100 Millionen

Illustrierte Zeitung

Verlag Ullstein, Berlin SW 68



Erste Aufnahme des Zeppelins, der von Deutschland nach Amerika fliegen wird.
Das Bild ist im Foto auf der Welt in Zeitschriften.
Foto, W. W. W. Verlag, Verlag Post-Press-Zeit., Jena.

Cover: „Berliner Illustrierte Zeitung“ (BIZ) 21. Oktober 1923

Erst in jüngerer Zeit scheint sich ein Wandel abzuzeichnen. 2014 erschien im Eigenverlag Karl Knöferles Eichstätter Dissertationsschrift „Die Fotoreportage in Deutschland von 1925 bis 1935: Eine empirische Studie zur Geschichte der illustrierten Presse in der Periode der Durchsetzung des Fotojournalismus“.[3] Ihr folgte 2017 die Flensburger Dissertationsschrift von João Arthur Cicillato Franzolin mit dem Titel „Die Wehrmacht – Die offizielle illustrierte Propagandazeitschrift der Deutschen Wehrmacht für das In- und Ausland 1936-1944“.[4]

Auch die Museen scheinen die illustrierten Blätter entdeckt zu haben. So war im Deutschen Museum in Berlin 2017 die Ausstellung „Die Erfindung der Pressefotografie. Aus der Sammlung Ullstein 1894-1945“ zu sehen, zu der auch ein Katalog erschien.[5] Größeres Interesse als die illustrierten Zeitschriften selbst konnten einzelne herausragende Pressefotografen wie Heinrich Hoffmann, Willy Römer und Martin Muncácsi für sich beanspruchen, so wie insgesamt die „Agenten der Bilder“[6] bislang stärker im Fokus standen als die Träger der Bilder: die Zeitschriften selbst.

Umso mehr ist zu begrüßen, dass mit dem Band „Bilder als Botschaft. Bildstrukturen deutscher Illustrierter 1905-1945 im Spannungsfeld von Politik, Wirtschaft und Publikum“ des Mannheimer Medienhistorikers Konrad Dussel – ergänzt um einen Text des Erfurter Kommunikationswissenschaftlers Patrick Rössler – nun erstmals eine empirische Großstudie zu den drei großen illustrierten Zeitungen „Berliner Illustrierte Zeitung“, deren Konkurrenzblatt aus dem Scherl-Verlag „Die Woche“ (WO) sowie dem NS-Parteiblatt „Illustrierter Beobachter“ (IB) vorliegt. Für seine Studie hat Dussel eine begründete Auswahl von 30.000 Bildern getroffen, die er auf zentrale inhaltliche und formale Strukturen hin untersucht hat. Bilder sind für ihn primär Fotografien, aber auch Schaubilder, Gemälde, Imitationen, Zeichnungen und gezeichnete Witze. Damit ist Dussels Studie die bislang am breitesten angelegte Untersuchung von Massenbilddaten im deutschsprachigen Raum.

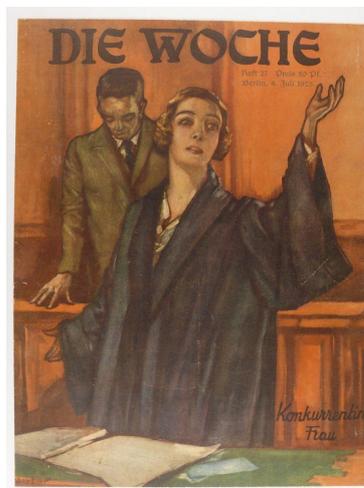
Der Titel des Buches „Bilder als Botschaft“ greift eine vielzitierte Formel auf, die Marshall McLuhan bereits vor mehr als 50 Jahren geprägt hat.[7] Danach ist das Medium die eigentliche Botschaft und nicht unbedingt deren Inhalt. Angewandt auf die Illustrierten bedeutet dies, dass sie vor allem via Bilder Botschaften transportieren. Im Unterschied zur Praxis der Visual History, die bislang vor allem die Bildikonen im Blick hatte, geht es Dussel demgegenüber um das Durchschnittliche und Alltägliche des Massenmediums Bild. Er geht von der Annahme aus, dass es nicht unbedingt das einzelne Bild ist, das die Leserschaft interessiert, sondern „das Bildangebot insgesamt in seiner ganzen Vielfalt“. Diese Annahme ist nicht unproblematisch, da es vielfach ja gerade das Titelbild und/oder die Titelgeschichte waren, die eine Person zum Kauf einer Zeitschrift animierten.

Dussels Forschungsinteresse gilt den „Strukturen des Bildangebots der Illustrierten“ in ihren inhaltlichen und formalen Aspekten (S. 26). Diese begreift er zu Recht „als geronnene Ergebnisse der Aushandlungsprozesse zwischen den Vorstellungen der Illustrierten-Gestalter zur inhaltlichen und formalen Heftgestaltung einerseits und den entsprechenden Erwartungen ihrer Leserschaft andererseits“. Dussel verknüpft zwei Methoden miteinander: die quantitative Analyse, die ermittelt, was überhaupt das Gängige, weit Verbreitete war, sowie die qualitative Untersuchung daraus ausgewählter Beispiele.

Was folgt, ist zunächst eine Geschichte der illustrierten Zeitungen in Deutschland von ihren Anfängen im 19. Jahrhundert bis 1945. Auf fast 250 Seiten erfährt man interessante Details, so etwa, dass die Zeitschrift „Die Woche“ 1936 überhaupt nur wenig mehr als ein Prozent der ihr angebotenen Bilder veröffentlichte. Vor allem aber sind es Informationen zu Form und Aufbau der Zeitungen, zum Layout, zur Titelgestaltung, zu den Präsentationsformen der Bilder, zu den Bild-Text-Relationen der drei Illustrierten.



Cover: „Die Woche“ (WO) 7. Juni 1939



Cover: „Die Woche“ (WO) 4. Juli 1925

Dussel stellt uns darüber hinaus die wichtigsten Bild-Produzenten der drei Zeitungen vor: Fotografen wie John Graudenz, Wolfgang Weber und Hanns Hubmann, Grafiker wie Fritz Koch-Gotha, Theo Matejko, Hans Lischka und Erich Ohser. Über den nach 1945 zum Widerstandskämpfer stilisierten Lithografen A. Paul Weber erfahren wir, dass seine Zeichnungen und Bildfolgen zur „jüdisch-bolschewistischen Unterwelt“ 1943 auch im „Illustrierten Beobachter“ erschienen sind.

Wir erfahren mehr über den Siegeszug der „Moment-“ bzw. „Schnappschuss-Fotografie“ in der Illustrierten-Welt und vom Wandel von der Retusche zur Bildfälschung. Erstmals werden durch die Studie auf diese Weise die Profile und Arbeitsweisen der drei untersuchten Zeitungen deutlich. Dies ist umso höher einzuschätzen, als über Hitlers Parteillustrierte „Illustrierter Beobachter“ bislang nur spekuliert als seriös geforscht wurde. Leider bleibt es vielfach bei der Ansammlung von Detailinformationen. Die Art und Weise etwa, wie die Fotografen und Zeichner mit ihren Bildern die jeweiligen Zeitschriften prägten und über diese die Leserschaft erreichten, gerät kaum einmal in den Blick. Dazu hätte es ergänzender qualitativer Analysen bedurft, die allerdings die Ausnahme bleiben.

Durch die Fokussierung der Auswahl auf einzelne Zeitabschnitte (Mitte Februar bis

Anfang März; Mitte September bis Anfang Oktober) entziehen sich dem Blick qualitativ bedeutsame Reportagen wie die von Albert Cusian und Erhard Josef Knobloch – der vielleicht zynischsten Reportage, die jemals in der NS-Bildpresse erschienen ist. Unter der Überschrift „Juden unter sich“ berichtete die „Berliner Illustrierte Zeitung“ mit den Fotografien der beiden Propagandafotografen am 24. Juli 1941 über das Warschauer Getto als „Seuchenheimat“. Ebenso ergoht es Hilmar Pabels antisemitischer Bildreportage über das Getto von Lublin in der BIZ vom 5. Dezember 1940, bei der es sich vornehmlich um inszenierte Arrangements und Aktionen für die Kamera handelte.



Hilmar Pabel, Im Ghetto von Lublin, in: „Berliner Illustrierte Zeitung“ (BIZ) Nr. 49, 5. Dezember 1940

Hinter der aufwändigen quantitativen Analyse von Massendaten bleiben auch andere qualitative Aspekte im Dunkeln. Über die Form der Bilder und ihre Perspektiven, letztlich also über die besondere „Triebkraft der Form“ (Horst Bredekamp), die oft das Faszinosum von Bildern ausmacht, erfahren wir so gut wie nichts. Das gilt auch für den Einzug der Farbe in die Illustriertenwelt und das damit verbundene zusätzliche Authentizitätsversprechen.

In welcher Weise die Bilder den Betrachtenden neue Perspektiven etwa der Nähe oder der Aufsicht lieferten und sie gegenüber diesen in neuer Weise als Teilhaber am Geschehen positionierten, rückt kaum einmal in den Blick. Was es etwa bedeutete, wenn ein Fotograf wie Arthur Grimm exklusiv für die BIZ vom 2. Januar 1941 den Angriff auf feindliche Linien aus der Bugkanzel eines Sturzkampfflugzeuges aufnahm und die Zeitung seine Reportage durch die Art ihrer Berichterstattung selbst zum Medienereignis stilisierte, wäre einer Frage wert gewesen. Ähnliches gilt für die spektakulären Aufnahmen von Willi Ruge,^[8] der NS-Massenkundgebungen auf völlig neue Weise aus der Luft fotografierte, oder für die collagierten Panoramafotos des „Illustrierten Beobachters“, aus denen einzig Hitler herausragt. Auch solche Perspektiven transportierten Botschaften.



Cover: „Berliner Illustrierte Zeitung“ (BIZ) 2. Januar 1941

Schließlich berücksichtigt der Autor zu wenig, dass durch den Ausbau des Bildfunks – die Übermittlung von Bildern durch Funk – und der damit möglichen zeitnahen Veröffentlichung von Fotografien die Betrachter*innen in völlig neuer Weise zu Ereignissen in Beziehung gesetzt wurden – ein Prozess, der in der „Echtzeit“-Berichterstattung der Gegenwart seinen Abschluss findet.

Die empirische Analyse von Dussel bestätigt und differenziert auf weite Strecken die Befunde anderer qualitativer Studien etwa zur antisemitischen Propaganda, zum Hitler-Bild sowie zum Bild des Krieges. Es ist nicht überraschend – allerdings noch immer kaum im kollektiven Bewusstsein präsent –, dass in den vordergründig unpolitischen Zeitungen wie der BIZ und „Die Woche“ rassistische und speziell **antisemitische Bilder** und Bildreportagen weder vor noch nach 1933 eine nennenswerte Rolle spielten. Selbst im „Illustrierten Beobachter“ rangierte das Thema Antisemitismus auf der Bildebene vor 1933 erst auf Platz vier. Das bedeutet, „dass der Großteil der antisemitischen Agitation über Texte verlief und nur ausnahmsweise Bilder unterstützend zur Rate gezogen wurden“ (S. 378/79). In fünf von sechs Vorkriegsjahren fand Dussel in seiner Stichprobe im „Illustrierten Beobachter“ keinerlei Bilder mit antisemitisch wertenden Kontexten. Nicht Abgrenzung, so Dussel, stand im Vordergrund, sondern Integration von „Volksgenossen“.



Cover: „Illustriertes Beobachter“ (IB) 29. Oktober 1932



Cover: „Illustriertes Beobachter“ (IB) 12. April 1945

Auch zur Darstellung Hitlers in den illustrierten Zeitungen kann der Autor nur ältere Befunde etwa von Rudolf Herz^[9] bestätigen bzw. differenzieren. Dass Hitler als Staatsoberhaupt auf den Bildern in den deutschen Illustrierten um ein Vielfaches

präsenter war als seine Vorgänger, überrascht nicht, wohl aber, dass er selbst im parteieigenen IB erst 1931/32 auch bildlich mehr in den Vordergrund trat, gewissermaßen zum „Cover-Star“ wurde. In drei Grafiken (S. 335f. u. 342) vermag Dussel mit empirischen Daten den Aufstieg und den allmählichen Zerfall des Hitler-Mythos für die drei untersuchten Illustrierten detailliert belegen. Und schließlich gelingt es ihm auch, die vorhandenen Studien – auch die des Rezensenten^[10] – zur Darstellung des Ersten wie des Zweiten Weltkrieges im Bild zu differenzieren und mit Daten zu belegen, ohne aber auch hier zu qualitativ neuen Ergebnissen zu gelangen.

Viele der Befunde von Dussels Untersuchung waren letztlich zu erwarten. Dass in beiden Weltkriegen trotz Materialknappheit nicht daran gedacht wurde, die Produktion der Illustrierten einzustellen, überrascht nicht. Zu sehr waren auch die Krieg führenden Regime daran interessiert, die Bevölkerung mit diesem Medium zu versorgen. Und dass Illustrierten-Angebote nicht als bloßes passives Sprachrohr zu betrachten sind, sondern als Produkte komplexer Aushandlungsprozesse zwischen politischen Vorgaben, journalistischen Überlegungen, ökonomischen und publizistischen Möglichkeiten sowie Leserinteressen liegt ebenfalls auf der Hand.

Zwar ist es einmal mehr wichtig, darauf hinzuweisen, dass Intentionen und Wirklichkeit auch im Bereich der illustrierten Presse nicht einfach gleichgesetzt werden dürfen. Wirklich neu ist aber auch dieses Erkenntnis nicht. Selbst der Befund, dass der NS-Staat innerhalb der von ihm vorgegebenen Rahmenbedingungen durchaus auf eine gewisse Angebotsvielfalt achtete, ist von Dussels Kollegen Patrick Rössler bereits ausführlich am Beispiel der Lifestyle-Illustrierten „die neue Linie“ als „Vielfalt in der Gleichschaltung“ beschrieben worden.^[11] Konrad Dussel konstatiert selbst, dass all dies „mehr oder minder bekannt“ sei und durch die vorliegende Untersuchung nur besser untermauert werde.

Neu hingegen sind die Erkenntnisse zur Vielfalt im Bereich der Illustrierten, die selbst in Kriegszeiten und während der NS-Diktatur aufrechterhalten werden konnte. So kam es höchst selten vor, dass ein identisches Bild in der „Berliner Illustrierte Zeitung“ und der „Woche“ erschien. Ob all dies den enormen organisatorischen und finanziellen Aufwand rechtfertigt, der mit einer solchen Untersuchung verbunden ist, sei dahingestellt. Relevant bleibt Dussels Hinweis auf die zentrale Rolle der Illustrierten innerhalb der neuen Massenkultur – ein Hinweis, der gerade Historiker*innen ins Stammbuch geschrieben werden sollte.

Es bleibt zu hoffen, dass der Studie „Bilder als Botschaft“ weitere Untersuchungen folgen werden, die sowohl die Begrenzung auf die Zeit bis 1945 als auch die Begrenzung auf den deutschen Raum überwinden. Nur durch internationale Vergleiche wird deutlich werden, was spezifisch deutsch an der Geschichte der illustrierten Presse war oder ob diese nur nachholte bzw. kopierte, was andernorts längst Standard war.

Konrad Dussel: *Bilder als Botschaft. Bildstruktur deutscher Illustrierter 1905-1945 im Spannungsfeld von Politik, Wirtschaft und Publikum*. Unter Mitwirkung von Patrick Rössler, Herbert von Halem Verlag, Köln 2019, 200 sw Abbildungen, 44 Euro / eBook 37,99

[1] Franz Kafka, Blumfeld, ein älterer Junggeselle (1915), in: ders.: Sämtliche Erzählungen, Frankfurt a.M. 1973, S. 309f.

[2] Robert Lebeck/Bodo von Dewitz, Kiosk. Eine Geschichte der Fotoreportage 1839-1973 (Ausst.-Kat.), Göttingen 2001.

[3] Karl Knöferle, Die Fotoreportage in Deutschland von 1925 bis 1935: Eine empirische Studie zur Geschichte der illustrierten Presse in der Periode der Durchsetzung des Fotojournalismus, Diss. Eichstätt-Ingolstadt 2013, erschienen im Eigenverlag 2014, online unter <https://opus4.kobv.de/opus4-ku-eichstaett/frontdoor/index/index/docId/155>, siehe auch eine Selbstdarstellung des Autors in der „Fotogeschichte“, online unter <http://www.fotogeschichte.info/bisher-erschienen/hefte-ab-126/132/knoeferle-fotoreportage/>.

[4] João Arthur Ciciliato Franzolin, „Die Wehrmacht“. Die offizielle illustrierte Propagandazeitschrift der deutschen Wehrmacht für das In- und Ausland, Diss. Flensburg 2017, online unter <https://www.zhb-flensburg.de/fileadmin/content/spezial-einrichtungen/zhb/dokumente/dissertationen/ciciliato-franzolin/ciciliato-franzolin->

[joao-2018.pdf](#); siehe eine Selbstdarstellung des Autors auf „Visual History“ unter <https://www.visual-history.de/project/die-propagandazeitschrift-die-wehrmacht-1936-1944/>.

[5] Die Erfindung der Pressefotografie. Aus der Sammlung Ullstein 1894-1945 (Ausst.-Kat.), Berlin 2017.

[6] Annette Vowinkel, Agenten der Bilder. Fotografisches Handeln im 20. Jahrhundert, Göttingen 2016.

[7] Marshall McLuhan, Understanding Media. The Extensions of Man, New York 1964.

[8] Willi Ruge. Fotografien 1919-1953 (Ausst.-Kat.), Göttingen 2017.

[9] Rudolf Herz, Hoffmann & Hitler. Fotografie als Medium des Führer-Mythos (Ausst.-Kat.), München 1994.

[10] Gerhard Paul, Bilder des Krieges / Krieg der Bilder. Die Visualisierung des modernen Krieges, Paderborn 2004.

[11] Patrick Rössler, Vielfalt in der Gleichschaltung – die „domestizierte Moderne“ am Kiosk. Eine Lifestyle-Illustrierte zwischen Bauhaus-Avantgarde und NS-Propaganda: „die neue Linie“ 1929-1943, in: Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte Bd. 9 (2007), S. 150-195, online unter http://www.steiner-verlag.de/uploads/media/JBKG_2007_9_150-195_Roessler.pdf.

Zitation

Gerhard Paul, Rezension: „Bilder als Botschaft“. Konrad Dussels Studie zu den Bildstrukturen deutscher Illustrierter zwischen 1905 und 1945, in: Visual History, 02.12.2019, <https://www.visual-history.de/2019/12/02/rezension-dussel-bilder-als-botschaft/>

DOI: <https://doi.org/10.14765/zzf.dok-1711>

Link zur [PDF-Datei](#)

Nutzungsbedingungen für diesen Artikel

Copyright (c) 2019 Clio-online e.V. und Autor*in, alle Rechte vorbehalten. Dieses Werk entstand im Rahmen des Clio-online Projekts „Visual-History“ und darf vervielfältigt und veröffentlicht werden, sofern die Einwilligung der Rechteinhaber*in vorliegt.

Bitte kontaktieren Sie: <bartlitz@zzf-potsdam.de>