

May – Heyse – Fontane

*Autorschaft als medialer Effekt vor 1900**

I. Der Medienkaiser

Im Oktober 1908 veröffentlicht die Londoner Tageszeitung ›Daily Telegraph‹ ein Interview mit dem deutschen Kaiser Wilhelm II. Nicht zuletzt angesichts der deutschen Flottenpolitik haben sich die Beziehungen zwischen beiden Staaten, deren Monarchen eng verwandt sind, verschlechtert.¹ Irritationen gehen vor allem von Wilhelms Selbststilisierung zum unverstandenen Freund Großbritanniens aus, seine ausschließlich friedlichen und freundschaftlichen Gefühle zu den Briten würden von diesen nicht gebührend wahrgenommen. Der Text ist voller Fauxpas, darunter auch die Anmerkung des Kaisers, mit seiner Anglophilie befinde er sich im Gegensatz zur Mehrheit seines Volkes. Die Briten, die einen deutschen Angriff allen Ernstes fürchteten, machten »den Eindruck of a set of raving lunatics«, also eines Haufens völlig durchgeknallter Irrer.²

Tatsächlich wurde die Mitschrift eines britischen Gesprächspartners des Kaisers in die Form eines Interviews gebracht – launige Bemerkungen erscheinen nun als Antworten auf konkrete Fragen – und in der Tageszeitung ›Daily Telegraph‹ publiziert, freilich nicht ohne dass Wilhelm II. den Text autorisiert hatte.³ Nun wird aus den offenen, privatim ausgesprochenen Worten ein weltweit rezipiertes Politikum.⁴

Als der Text im ›Daily Telegraph‹ erschienen ist, wird er sogleich ins Deutsche übersetzt und in deutschen Zeitungen abgedruckt – ehe sich Beamte des Auswärtigen Amtes noch für oder gegen eine Freigabe für die deutsche Presse entschieden haben. Die Verbreitung massenmedialer Texte folgt einer Eigenlogik, für die die deutsche Staatsbürokratie offenbar zu langsam ist.

Die nun in England wie in Deutschland entstehende Dynamik des Skandals »wirkte für die Presse zukunftsweisend«.⁵ Eine ausgespro

chen kritische öffentliche Meinung konnte nicht mehr überhört werden. Daraus folgten u. a. eine Reichstagsdebatte und eine Regierungskrise mit einer noch abgewendeten Rücktrittsdrohung des Reichskanzlers Bernhard von Bülow. Die Erosion des kaiserlichen Ansehens setzte sich fort; dies galt auch für das Reich insgesamt. Der Journalist Maximilian Harden fragte in seiner Artikelserie ›Gegen den Kaiser‹: »Will der Kaiser und König der Krone entsagen?« und entging knapp einer Verurteilung.⁶ Deutschland hatte eine nationale Affäre, die die so wichtigen Beziehungen zu England nun, sechs Jahre vor Ausbruch des Ersten Weltkrieges, weiter gefährdeten. Das System der ›Persönlichen Monarchie‹ brach zusammen.⁷

Die ›Daily-Telegraph‹-Affäre ist nur eines von mehreren ›Kommunikationsereignissen‹ um die Jahrhundertwende, die Politikgeschichte schrieben – die Entlassung Bismarcks und der Eulenburg-Skandal wären hier zu nennen – und die damit gleich unter zwei Aspekten bemerkenswert sind: Sie zeugen generell von einer neuen Macht der Massenmedien und sie zeigen, wie die ›große‹ Politik zum Medienereignis wird. International betrachtet tritt man in eine Ära ein, in der Diplomatie und öffentliche, publizistische Auseinandersetzung in eine Wechselwirkung treten, was dazu berechtigt, von ›Pressekriegen‹ in den deutsch-britischen Beziehungen am Vorabend des Ersten Weltkrieges zu sprechen.⁸ Interviews in britischen Zeitungen zu lancieren war Teil einer Medienstrategie der deutschen Reichsleitung gewesen, doch Wilhelms II. Medienmonarchie scheiterte nun im Zeichen des Skandals, indem also an Stelle kalkulierter PR-Arbeit Monarchie und Monarch zum Objekt der Massenmedien wurden, welche auch damals schon aus ökonomischen Gründen am Skandal sehr interessiert waren. Wir haben es mit politischen Verwerfungen als Medieneffekt zu tun. Das Bild des deutschen Kaisers wurde wesentlich beherrscht durch das unglückliche Interview und andere, über die Massenmedien an die Öffentlichkeit gelangende und dort auszutragende Konflikte und Skandale.

Die Wende zum 20. Jahrhundert scheint eine Schwelle zu bezeichnen, von der an das öffentliche Leben durch die Massenmedien – und das heißt damals ja vor allem noch ganz konventionell durch die Zeitungen – sehr stark mitbestimmt wird. Von dieser Schwelle an reißt die Kette der medientechnischen Innovationen bis heute nicht ab.

Ein Wechsel vom Feld der Politik auf das der Literatur kann auch im Zeichen des Begriffs ›Pressekrieg‹ stehen, ist doch das erste Jahrzehnt des 20. Jahrhunderts nicht nur die Zeit des Niederganges des deutschen Monarchen, sondern auch eine Phase der Auseinandersetzung

zung um Person und Werk Karl Mays, die nicht nur vor Gericht und brieflich stattfand, sondern mittels Zeitungsberichten, aber auch der Veröffentlichung rasch und aus der Situation heraus geschriebener Broschüren ihre Höhe- oder besser Tiefpunkte erreichte. In diesem Schlagabtausch hatte das Interview den Charakter einer medialen Entlarvungsstrategie. Ein Beispiel: Am 9. Mai 1910, nicht lange nach dem besagten Skandal, kommt der ›Rasende Reporter‹ Egon Erwin Kisch nach Radebeul, um mit Karl May ein Interview zu führen. Der sogleich in der Prager ›Bohemia‹ erscheinende Text führt den Reporter als Skeptiker ein, dessen Befragung quasi-gerichtlichen Charakter annimmt. Über die exotische Dekoration von Mays Villa heißt es: »alles ausgebreitet, wie die corpora delicti auf dem Tische eines Gerichtspräsidenten«.⁹ Mays Physiognomie, die er selbst zahllosen Lesern auf Photographien bekannt gemacht hatte, steht ebenfalls auf dem Prüfstand: »Nichts in seinem Aeußern«, so Kisch, »deutet auf seine Heldenfahrten ins romantische Land«.¹⁰ Zwar beteuert May im Gespräch, er sei schon in seiner Jugend gereist – doch die bereitwillig gezeigten Photos mit orientalischem oder amerikanischem Lokalkolorit zeigen, was Kisch sehr wohl wahrnimmt: einen alten Mann.¹¹ Schließlich lässt May sich von Kischs Frage- oder Verhörpraxis dazu hinreißen, ganz offen einzugestehen, dass das Ich seiner Texte nicht mit seiner Person identisch sei.¹² Damit räumt er ein, dass der in der Literatur seit dem 18. Jahrhundert übliche Fiktionsvertrag zwischen Autor und Leser auch für ihn gelte, d. h. dass auch seine Texte fiktional seien. Die Gemeinsamkeit mit dem Kaiser-Interview besteht in der unfreiwilligen Entlarvung, die offenbar Folge einer Eigenlogik der modernen Massenmedien ist: Man lädt einen Pressevertreter zu Gast, gibt ein Interview zur eigenen Entlastung, zwecks günstiger Selbstdarstellung vor den Augen der Öffentlichkeit, doch lässt sich das Medium nicht steuern. Im Fall des Kisch-Interviews spielt ein weiteres technisches Medium eine Rolle, nämlich die Photographie, die doch Karl May seit langem am Herzen lag, die nun aber die Skepsis des Interviewers eher vergrößert als zerstreut und die Wahrheit ans Licht zu befördern scheint. Der an Karl Mays Gesundheit, aber auch an seinem sozialen und ökonomischen Kapital zehrende letzte Lebensabschnitt könnte als Pressekrieg etikettiert werden, insbesondere dann, wenn man über Personalisierungen hinaus weitere Kontexte heranzieht, etwa den der Auseinandersetzungen und Rückzugsgefechte eines noch im Kulturkampf steckenden literarischen Teilsystems, nämlich der Literatur des katholischen Milieus, an der May lange partizipiert hatte.

Politik als medialer Effekt – dem würde für die Gegenwart kaum jemand widersprechen. Doch ist Autorschaft vor 1900 als medialer Effekt denkbar?

Schon im 19. Jahrhundert resultierte Prominenz aus dem Bekanntwerden von Physiognomien, von Bildern bedeutender Persönlichkeiten. Nur wenige Enthusiasten konnten sich den Abguss einer Goethe-Büste ins Haus holen, nur Begüterte konnten ersatzweise Handschriften großer Männer ersteigern, nur langsam setzte sich die Wachsfigur als bis heute populäres Bildmedium der Verklärung und zugleich der scheinbaren körperlichen Nähe durch.¹³ Immer geht es darum, die Wahrheit über die große Persönlichkeit in Erfahrung zu bringen, immer muss man befürchten, eben doch nur das Gesicht, nur die Handschrift, nur eine Maske zu sehen. Die Statur der Persönlichkeit wird nicht wirklich sichtbar. Zugleich verstärken die Bildmedien und bis heute die audiovisuellen Medien bis hin zum Internet das Interesse an intimen Einblicken hinter die Masken einer berühmten Person.

Doch welchen Anteil haben die kurz vor 1900 verfügbaren technischen Medien an der Statur, an der Konstruktion von Autorschaft? Sind Autoren, sind deren Werke damals schon unter anderem auch als massenmedialer Effekt aufzufassen?

Es kann bei der Antwort auf diese Frage nicht nur um Bilder, nämlich Photographien, gehen, sondern zunächst um das, was die Gutenberg-Galaxis zu bieten hat, allerdings in zwei für die zweite Hälfte des 19. Jahrhunderts spezifischen Ausprägungen: erstens die Presse, also Zeitungen und Zeitschriften, sowie zweitens, nicht ganz so alt und traditionell, wie man vermuten mag, die Werkausgabe, eine verlegerisch kalkulierte Buchserie also, die vorgibt, das Werk im emphatischen Sinn, also etwas Ganzes und Vollständiges, zu sammeln.

II. Drei Erfolgsautoren

Theodor Fontane (1819–1898) – Paul Heyse (1830–1914) – Karl May (1842–1912): das sind zu Lebzeiten drei viel gelesene, von hohen Auflagenzahlen verwöhnte Autoren der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts; bei May und Fontane stellte sich der Erfolg erst gegen Ende des Jahrhunderts ein, als der Heyses schon nachgelassen hatte. Es sind drei macht- und honorarbewusste Autoren, die vom Schreiben leben wollten oder mussten. Alle drei verbindet das Schreiben für Zeitschriften und damit ein nicht immer freimütiges Bekenntnis zum durchaus Vergänglichen literarischer Texte, denn Zeitungen und

Zeitschriften haben als technisch avancierte Speichermedien geringen Haltbarkeitswert, sprich: man wirft sie rasch weg. Wie modern war der Umgang dieser drei mit den Medien und welche Auswirkungen hatte er auf das ›Werk‹?

Karl May wurde als Autor für Familienzeitschriften bekannt, Fontane betrieb über Jahrzehnte, in seiner Zeit in England und dann in Berlin, Journalismus als Haupt- und Brotberuf. Paul Heyse, Freund und Briefpartner Fontanes, in allen Genres tätig – neben 60 Dramen und 8 Romanen sind vor allem 150 Novellen zu nennen –, ist eine Übergangsfigur. Schon als junger Mann wurde er zum Goethe-Nachfolger und Dichterrfürsten hochstilisiert, früh schon durch den bayerischen König Maximilian II. mäzenatisch gefördert, in der Gründerzeit und bis an die Schwelle des Naturalismus war er die literarische Institution in München. In seinen ästhetischen Prämissen noch der Idee verhaftet, passte sich Heyse doch den Erfordernissen eines nach ökonomischen Gesichtspunkten funktionierenden literarischen Marktes an, was ihn für die hier zusammengerufene Trias prädestiniert. Die Naturalisten beschimpften ihn sogar als »Literaturfabrikanten«.¹⁴ Heyse hatte Ende der 1860er-Jahre, als er vom Schreiben leben konnte, die Pension des bayerischen Königs zurückgewiesen und setzte sich hinfort immer wieder für die Belange der rechtlich und finanziell darbedenden Schriftsteller ein.

Die Abwertung ex post, die Heyse auch von der Germanistik erfuhr, beruht insbesondere auf einer Schreibpraxis, die dem Ideal des finanziell unabhängigen, nicht ein Publikum, sondern die Autonomie der Kunst bedienenden Autors widersprach. Heyse lieferte Konfektionsware. So schreibt der Literaturwissenschaftler Norbert Miller noch 1981 mit unverkennbar abwertendem Unterton: »(E)r hat sechzig Jahre mit der Gewissenhaftigkeit des geschulten Handwerkers geschrieben, er hat sich Dramen, Versepen, lyrische Gedichte, erzählende Prosa und Übersetzungen in schillernder und fast schwereloser Formenvielfalt abgefordert, nur um seine zu früh errungene Ausnahmestellung vor der Geschichte wie vor der Dichtung zu rechtfertigen«.¹⁵ Für den noch ziemlich jungen Wahl-Münchner Thomas Mann war Heyse nur noch der »sonnige und fast unanständig fruchtbare Epigone«,¹⁶ auch Freund Fontane benennt, schon in einem Brief von 1866, offen die Schwächen: »Glätte«, »nirgends ein starker Ausdruck«.¹⁷ Heyse nahm nicht wahr, dass der literarische Geschmack sich wandelte, monierte seinerseits an einem heute noch gelesenen Roman wie Fontanes ›Irrungen, Wirrungen‹ die Alltäglichkeit der Handlung, das Fehlen der Idee.¹⁸

III. Literatur und Mediengeschichte; »Mediale Effekte« vor der Moderne

In den 1850er- und 60er-Jahren verlagerte sich das Leserinteresse in beträchtlichem Maß auf die neuen Familienzeitschriften, allen voran »Die Gartenlaube«, ein durchaus liberales, Poesie und Wissen vermittelndes Blatt mit einer Auflage von bis zu knapp 400.000 Exemplaren wöchentlich, der damals höchsten Zeitschriftenauflage der Welt.¹⁹ Der Buchabsatz ging zurück²⁰ – auch einem Fontane blieben zeitlebens Bucherfolge verwehrt. Schriftsteller sein, wofür sich ja auch Karl May in seiner Jugend bewusst entschied,²¹ bedeutete für die meisten der etwa 4.000 Hauptberufler²² »mehr oder weniger ehrenvolle Armut und Abhängigkeit«. ²³ Fontane, der ständig Verleger und Zeitschriften wechselte, äußerte immer wieder Kritik an den Zwängen seines Daseins als freier Schriftsteller, wurde er doch zu mühseliger Fahnenkorrektur getrieben und beklagte er diese Abhängigkeit vom technischen Apparat als Kehrseite seiner Medienpräsenz.²⁴

Als am lukrativsten erwies sich in dieser Zeit die Publikation kurzer Erzähltexte, meist unter der Rubrik Novelle, in Familienzeitschriften. Sie erschienen zwecks Leserbindung in Fortsetzungen, teils illustriert. Nun kann man in diesem Vorabdruckwesen neue Zwänge, aber auch neue Chancen für die Literatur und die Autoren erkennen. Literatur kann, wie der späte Fontane zeigt, Alltägliches verhandeln und gerade in Zeitung und Zeitschrift deren Bindung an die Aktualität ummünzen in neue ästhetische Konzepte, die sich vom Idealismus der Goethezeit und von einem auratischen Begriff autonomer Kunst endgültig verabschieden.²⁵ Teils schon Heyse, vor allem aber Fontane und May stehen einer Praxis der Gebrauchsliteratur näher als den »Klassikern«. Spätestens mit der Photographie kommt auch im Literaturbetrieb ein technisches Medium an, das von der jahrhundertelangen Fixierung auf das Buch und die Schrift langsam wegführt, damit, so der Literatur- und Medienwissenschaftler Jochen Hörisch, auch weg von einer Orientierung auf den letzten Sinn und hin zu kommunikativen Netzwerken, in denen das Subjekt mehr und mehr verschwindet.²⁶

In dieser mediengeschichtlichen Situation werden unsere drei Autoren erfolgreich. Gemeinsamkeiten und Unterschiede sollen anhand zweier Schriftmedien und eines Bildmediums dargestellt werden, anhand von Werkausgabe und Zeitschriftenpublikation sowie anhand der Photographie. Mit welchen Effekten hatte eine Literatur zu rechnen, die in die Abhängigkeit von medientechnischen Neue

rungen geriet? Niklas Luhmann benannte ein »schnelles Erinnern und Vergessen«,²⁷ aus literaturkritischer Sicht bedeutet dies oft auch: rasche Aburteilung oder endgültiges Ignorieren; weiterhin gelten: Inklusivität (im Gegensatz zur traditionellen Exklusivität noch der klassisch-romantischen Literatur), der Wert von Neuigkeit und die Reproduktion gesellschaftlich anerkannter Moral (manchmal auch Kritik daran) – diese Literatur ist nicht mehr autonom, nicht mehr nur auf einen klassischen Begriff des Schönen, der Poesie festgelegt.²⁸ Die Genres Novelle und Roman in diesem medialen Kontext rufen einen »Realitätseffekt« (Roland Barthes²⁹) hervor – Literatur und Wirklichkeit nähern sich an, nicht zuletzt, weil fiktionale und nichtfiktionale Texte nebeneinander, in ein und demselben Medium stehen, aber auch weil die Sujets der Novellen, historische oder in der Gesellschaft der Gegenwart zu verortende Ereignisse oder auch vorgebliche Reiseerlebnisse, dies suggerieren.³⁰ Fontane berichtet von einer Leserin, die »Irrungen, Wirrungen« als Schilderung eines realen Falles gelesen hatte.³¹ Wollte man von literarischer Hochstapelei sprechen, müsste man sich nicht bei Karl May aufhalten, sondern könnte auch den ehrenwerten Fontane heranziehen. Er verfasste für die »Neue Preußische Zeitung« (allgemein als »Kreuzzeitung« bezeichnet) sogenannte »Unechte Korrespondenzen«, schützte also vor, Zeitungskorrespondent im Ausland zu sein, saß aber tatsächlich in Berlin und schrieb Berichte ausländischer Zeitungen ab und um, eine unter den damaligen Medienarbeitern gängige Praxis – was ist hier authentisch, wo beginnt die Fiktion, auch die der Autorschaft?³²

Die Unterschiede zwischen Dichter und Schriftsteller und die zwischen Dichter und Journalist verschwimmen³³ – das ist ein medialer Effekt, nicht einer der Gesinnung oder der besseren oder schlechteren, trivialeren Schreibtechnik, und er trifft alle drei Autoren, insofern sie viel für Zeitschriften publizieren.

IV. Positionierungen

1. Vergänglichkeiten: Zeitungen und Zeitschriften

Als Verfasser echter und unechter Korrespondenzen zu Themen des Literaturbetriebs, namentlich auch von Theaterkritiken, bewegt sich Theodor Fontane souverän im massenmedialen Kommunikationsraum und betreibt auch brieflichen »Interessenaustausch« mit Verlegern, Redakteuren und Rezensenten;³⁴ er lässt sich auf den Verkauf

von Kunst als Ware ein. Man hat sogar gesagt, er habe 40 Jahre »Vorbereitungszeit«³⁵ auf seine Zeit als Romancier in seinem Beruf als Journalist hinter sich gebracht. Mit insgesamt 15 Verlegern hat Fontane zusammengearbeitet, mit mindestens 19 Zeitungen und 40 Zeitschriften hat er geschäftliche Beziehungen aufgebaut. »Der Lyriker Fontane suchte Hand in Hand mit dem Journalisten Fontane, der Feuilletons und politische Artikel schrieb, einen Publikationsraum, der finanzielle Sicherheit und soziale Gebundenheit garantierte.«³⁶ Er fand diesen Raum mithilfe seiner Romane, die in der »Gartenlaube«, in der »Deutschen Rundschau« oder »Nord und Süd« erfolgreich abgedruckt wurden.³⁷ Die höhere Wertigkeit des Romans im Vergleich zum journalistischen Format verband sich mit der Teilbarkeit in mehrere Fortsetzungen, inhaltlich aber mit großer Nähe zur Lebenswelt der Leser. Hatte sich erst nach 1848 das Berufsbild des Journalisten in Abgrenzung zu dem des Schriftstellers verfestigt (während im Vormärz journalistisches und literarisches Schreiben Hand in Hand gingen, man denke an Heine) – so überlagern sich in den journalistischen Massenmedien in der Praxis das Journalistische und das »Poetische« wiederum. Zwar verklärt Fontane die Poesie, bewertet sein literarisches Schreiben höher als seine journalistische Tagesprosa, kann aber weder vermeiden, dass Romane ebendort erfolgreich sind, wo tagesaktuelle Themen ausgehandelt werden, also in Zeitung und Zeitschrift, noch dass Autoren, etwa aufgrund periodischen Erscheinens, einem termingenaugen Schreibdiktat unterliegen.³⁸ Ist Fontane in seinen Briefen um soziale Distinktion, also um Abstand zum bloßen journalistischen Schreiberling, bemüht, und gibt er sich als verkannter Dichter, so deshalb, um sich selbst aufzuwerten. Das Zeitschriftenpublikum stand im Ruf, nur auf Unterhaltung erpicht zu sein, Fontane jedoch verlangte es nach Anerkennung als seriöser Autor. Wer nur oder vordringlich in Zeitschriften publiziert (egal was er publiziert), muss aber um diese Anerkennung bangen.

Heyse schrieb allein 35 Novellen für »Westermanns Monatshefte«,³⁹ vieles erschien in der »Deutschen Rundschau« oder der »Gartenlaube«. ⁴⁰ Seine Vorabdrucke in mehr als 50 Zeitungen und Zeitschriften⁴¹ bereiteten ihm anscheinend weniger Schmerzen als Fontane, doch verfügte er zugleich über zahlreiche Publikationsmöglichkeiten im Medium Buch. Heyses Erfolge lagen früher als die Fontanes und Mays. Zwar schrieb er bis weit ins 20. Jahrhundert hinein, doch ein »Medienereignis« wie die Verleihung des Nobelpreises 1910 zeigt, dass er keine Publicity hatte, dass er zumindest aus der Perspektive der Medien geradezu schon tot, also von ihnen unbeachtet, war.

Ganze siebzehn Zeitungen berichteten über die Preisverleihung, zwei davon satirisch.⁴²

Karl May kannte und praktizierte ein marktorientiertes, auf tagesaktuelle, ›vergängliche‹ Medien hin gemünztes und terminfixiertes Schreiben seit seinen Anfängen, am extremsten wohl in den Jahren der Entstehung seiner fünf großen Kolportageromane. Die Loslösung von der noch viel ephemeren Kolportage, sein Einstieg in die Knabenzeitschrift ›Der Gute Kamerad‹ eines renommierten Verlages und die Intensivierung seine Arbeit für die Familienzeitschrift ›Deutscher Hausschatz‹ waren für ihn bereits mit einem Gewinn an symbolischem Kapital verbunden, obgleich Münchmeyers Honorare ihm viel mehr einbrachten als die der anderen Periodika.⁴³ Er begann sich einen Namen zu erschreiben, was im stets schwankenden, insgesamt um 1890 herum zurückgehenden Kolportagegeschäft unmöglich war. Es ist ein Sprung von einem auf Arbeiter und Dienstboten begrenzten Publikum⁴⁴ zu einem sozial bunt gemischten, wie ein Blick in Mays Leseralbum⁴⁵ verrät. Seinen Durchbruch als Autor hatte May, wie man weiß, katholischen Verlagen wie Pustet in Regensburg und den Lesern ihrer Familienzeitschriften zu verdanken. Mays Texte gelangten also, anders als die der heute noch bekannten Realisten wie Storm, Fontane oder Keller, nicht in die protestantischen Zeitschriften, sondern in die in höherem Maß ein eigenes kulturelles Segment beliefernden katholischen, den ›Deutschen Hausschatz‹ oder auch Marienkalender. Doch auch diese Medien leisteten einer authentizitätsfixierten Lektüre Vorschub, stützten Mays Legende von der ›Wahrheit‹ des Geschilderten.⁴⁶ May gelang es, diesen Binnenmarkt innerhalb weniger Jahre geradezu zu beherrschen.

Modern ist May, indem er den Kontakt zu seinen Lesern eifrig pflegt. Das Medium bietet nun erstmals über Leserbriefe die Gelegenheit zur Rückkopplung literarischer Kommunikation an.⁴⁷ Schon als junger Redakteur der Zeitschrift ›Schacht und Hütte‹ 1875 hatte May eine Sonder- und Zusatzkommunikationsschiene in der speziellen Spalte ›Briefkasten‹ entwickelt.⁴⁸ Dies konnte sich in den Familienzeitschriften, durch die er bekannt wurde, fortsetzen.

2. In der Gutenberg-Galaxis: Werk und Werkausgabe

Für Zeitung, Zeitschrift und Buchdruck im 19. Jahrhundert gilt, dass das technische Medium immer leichter, immer schneller Raum für immer mehr Texte bereitstellt – man könnte sagen, das Medium und

die sich daraus ergebenden ökonomischen Chancen erzeugen Vielschreiber von Balzac bis Dumas; unsere drei Autoren dürften ebenfalls zu dieser Spezies zu zählen sein. Zahlreiche neue technische Verfahren, allen voran die Schnellpresse, sorgten im Laufe des 19. Jahrhunderts für immer höhere Auflagen oder für die wohlfeile Illustrierung von Büchern und Zeitschriften.⁴⁹ Zwar war der Buchdruck seit Gutenberg auf Massenproduktion angelegt, doch galt es erst jetzt, ein Massenpublikum zu bedienen.

Das Beharren auf einer Werkausgabe möchte die egalisierenden, modernisierenden Effekte der Zeitschriften zurücknehmen, und doch ist auch die Herstellung einer vielbändigen und doch bezahlbaren Werkedition erst aufgrund medientechnischer Beschleunigung denkbar. Effekt einer erfolgreichen Werkausgabe ist der Distinktionsgewinn des Autors nach »unten«, er unterscheidet sich von den vielen, die nur für die schnelllebige Presse schreiben. Eine Werkausgabe deutet auf Klassizität, auf künstlerische (und nicht nur unterhaltsame) Literatur. Werkausgaben gibt es seit Wieland, Lessing und Goethe – hieran schließen Bemühungen aller drei Autoren an.

Heyse markiert einen »klassischen« Fall. 1855, als er 25 ist, erscheint sein erster Sammelband mit Novellen, seit 1864 publiziert er in einer Reihe mit insgesamt 39 Bänden sein dramatisches Werk, 1872, als er 42 ist, kommen Gesammelte Werke in insgesamt 38 Bänden dazu, der erste Band mit Gedichten erreicht 8 Auflagen.⁵⁰

Fontanes Editionsgeschichte zu Lebzeiten wird gern als Desaster bezeichnet und reflektiert nur seine schon genannten Schwierigkeiten mit dem Medium Buch. Zwar erscheint ab 1890, als Fontane 71 Jahre zählt, eine Ausgabe seiner Gesammelten Romane und Erzählungen, doch sind die Texte nicht autorisiert und fehlerhaft, sind die Romane in mehrere Bände zerrissen.⁵¹

Bei keinem anderen Autor drängt sich so sehr wie bei May die Einsicht auf, dass der Sprung von der Zeitschriftenpublikation zur Buch- und dann zur erfolgreichen Werkausgabe zugleich den Wechsel vom unterhaltenden ins hochliterarische Segment einleiten sollte. Der seriöse Autor wäre ein Effekt des Medienwechsels, der sich für May mit einem strikten Verlegerwechsel radikaler als bei den beiden anderen vollzog, und als weitere Neuerfindung dieses Autors zu bezeichnen ist. Die zu Lebzeiten auf gut 30 Bände anwachsende, in gediegener Ausstattung Klassizität atmende Fehsenfeld-Ausgabe (1892ff.) machte Karl May zu einer festen Größe. Zumindest optisch standen seine Bände im Regal den Klassikerausgaben in nichts nach. Dieser Akt einer materialen Selbstkanonisierung ist vielleicht als die erste

hochkulturelle Komponente seiner Selbstvermarktungsstrategie zu benennen.

Die Konzentriertheit von Mays Medienstrategien spiegelt sich nirgendwo so deutlich wie in dem mittlerweile edierten Briefwechsel mit seinem Verleger Fehsenfeld. Reflektiert wird über die Einheitlichkeit der Gestalt dieser Werkausgabe⁵² – nur so kann aus den verstreut erschienenen, für Geld geschriebenen Texten ein Ganzes werden –, geplant werden begleitende Werbemedien wie Prospekte in Millionenaufgabe, die auf die Angriffe gegen May reagieren und das ›Werk‹ als Ort von Mays »Läuterung« deuten und verkaufen möchten,⁵³ weitere PR-Aktionen wie das Ansprechen von Bischöfen und Erzbischöfen,⁵⁴ immer wieder der Plan, sich gleich direkt an die Leser zu wenden – eine aus alten Zeitschriftentagen überkommene Kommunikationstechnik –, diesen alles zu erklären und auf ihr Wohlwollen zu hoffen, es sich zurückzukaufen.⁵⁵ Als beliebt und zugleich seriös gilt gerade der Professorenroman à la Felix Dahn, der sich aus buchhändlerischen Gründen durch seine Dreibändigkeit auszeichnet – ›Winnetou‹ und ›Old Surehand‹ müssen möglicherweise im Hinblick darauf dreibändig erscheinen.⁵⁶ Zeitgleich zu illustrierten Klassikereditionen nutzen auch May und Fehsenfeld die besser gewordenen Reproduktionsmöglichkeiten von Bildern im Buchdruck und schieben eine illustrierte Ausgabe nach.⁵⁷

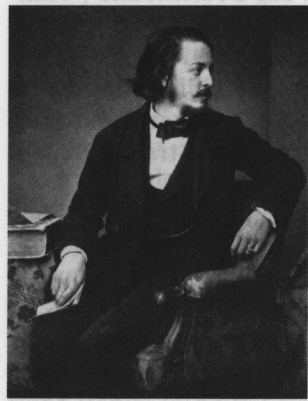
Ein weiterer und letzter Schritt, der dann allerdings am Rande der Werkausgabe stattfindet, ist Mays Versuch, sich in die hohe literarische Gattungsnorm einzuüben und so vorübergehend, aber dezidiert die Fronten zu wechseln. Hierzu zählen der Plan einer Winnetou-Oper,⁵⁸ ein Drama (›Babel und Bibel‹) und ein Gedichtband (›Himmelsgedanken‹). Was das ›Werk‹ angeht – ein Begriff, der ab 1892 zur Debatte steht –, so füllt ein 1899 begonnenes, geradezu als Widerstandsleistung gegen die Angriffe seiner Gegner etabliertes, abschließendes Alterswerk auch die letzten Bände der Werkausgabe. Hier begibt sich der Medienavantgardist May zurück in traditionellere Gefilde.

Vielleicht nur konsequent ist es, dass er mit seinen Lesern auch persönlich intensiv kommuniziert. Lesereisen scheinen etwas vom Starkult des 20. Jahrhunderts vorwegzunehmen,⁵⁹ gleichwohl lassen sie auch Züge des vormodernen Dichturfürsten à la Heyse erkennen. In Briefen an seinen Verleger erzählt May immer wieder von Audienzen bei Hofe, Besuchen bei Adeligen, er hält Vorträge zu Themen wie ›Winnetou, der Adelsmensch‹. Mit dem späten Edelmenschen-Ideal geht eine neue, quasi-aristokratische Selbstinszenierung einher, zu

der die an Goethes Symbolbegriff wohl zu Unrecht angelehnte Selbstdeutung der späten Romane gehört. Die Massenmedien allein bewirken nicht alles – diese Einsicht dürfte dem gebeutelten May nicht erst gekommen sein, als Fehsenfeld 1907 beteuert, durch Reklame sei die gegenwärtige (schlechte) Stimmung des Publikums nicht umzukehren.⁶⁰

3. Ein neues Medium der Präsenz: Photographie

Die Photographie als Bildmedium der Präsenz,⁶¹ der Stillstellung der Zeit, tritt sogleich in Konkurrenz zur Literatur – viele Autoren des 19. Jahrhunderts fürchten das neue Medium, allen voran Honoré de Balzac, der glaubt, der fotografierte menschliche Körper würde nach und nach »in seiner körperlichen Existenz Schicht für Schicht abgetragen und ins Photo einwandern.«⁶² Bis heute gibt es Autoren, die sich der Photographie verweigern, Thomas Pynchon dürfte der berühmteste sein, Walter Moers ist sein deutsches Pendant. Häufig reflektiert das Schriftsteller-Porträt das ambivalente Verhältnis der Schriftsteller gegenüber diesem Medium.⁶³ Bereits in der Mitte des 19. Jahrhunderts entstehen Porträts als Sammelbilder, ein Sammelalbum ergänzt das Bücherregal um die Physiognomie und damit, so hofft man, die wahre Persönlichkeit des verehrten Dichters. Zugleich aber erkennt man bereits, dass die Photographie weit davon entfernt ist, ein Abbild der ersehnten Wirklichkeit zu bieten, dass sie ein eigenes, ihren technischen Voraussetzungen entsprechendes Bild der Wirklichkeit konstruiert.⁶⁴ Naiv also war der Glaube, mit einem Blick auf Dichter-Photos auch hinter die Maske zu sehen, mit denen sich Dichter in ihren Werken unkenntlich machen.



1860 veröffentlicht der Münchner Photograph Franz Hanfstaengl ein »Album der Zeitgenossen«, in dem auch ein Bild Paul Heyses enthalten ist, im Fauteuil sitzend, ein Blatt Papier in der Hand, vom Betrachter abgewandt (siehe Abb. 1). Das ist nicht gerade ein Reklamefoto; dieser Dichter schwebt in seinen eigenen, in höheren Regionen und möchte nicht mit dem Betrachter kommunizieren.

Abb. 1: Paul Heyse (1830–1914) um 1859

ren. Heyse war wie viele dem Idealen verpflichtete Künstler ein Gegner der Photographie. 1881 schreibt er an Gottfried Keller: »Ich habe längst erwartet, daß einer der modernen Experimental-Ästhetiker eine Abhandlung schreiben würde über den Einfluß der Photographie auf unsere Kunst und Literatur, da ich in derselben die Erzeugerin und Amme unseres heutigen Realismus erblicke«⁶⁵ – womit durchaus das bis heute so hochgeschätzte Romanwerk Fontanes gemeint sein könnte, das zu dieser Zeit allerdings erst zu entstehen beginnt.

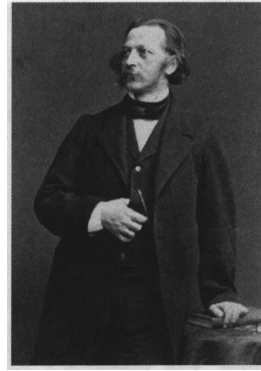


Abb. 2: Theodor Fontane (1819–1898) in den 1860er Jahren

Spätestens von 1869 datiert das erste Photo Fontanes, er wirkt darauf ähnlich distanziert wie Heyse, die Linke umschließt ein Buch (siehe Abb. 2). Ein spätes, aber berühmt gewordenes Photo erst zeigt Fontane am Schreibtisch mit der Feder in der Hand, doch sieht er wiederum nicht den Betrachter an, sondern blickt versonnen ins Weite (siehe Abb. 3). Auf einem Photo von 1898



Abb. 3: Theodor Fontane um 1895



Abb. 4: Karl May (1842–1912) im Jahre 1896

erst ist Fontane, wiederum mit Schreibfeder, dem Betrachter endlich einmal zugewandt. Allerdings finden sich Fontane-Photos zusammen mit Vorabdrucken seiner Romane in Zeitschriften bereits spätestens seit 1882.

Im Fall Karl Mays ist das Autorenphoto von besonderer Signifikanz. Er hat sich, als Old Shatterhand, als Kara Ben Nemsi und als Dr. Carl May, in seinem Arbeitszimmer in Radebeul viele Male ablichten lassen und diese Photos in hohen Auflagen unter seine Leser gebracht (siehe Abb. 4). Verleger Fehsenfeld spricht von Postkarten in einer 100000er-

Auflage, wobei er allerdings die Postkarten mit Werkillustrationen, die den Hauptanteil bilden, mit einbezieht.⁶⁶ Zuvor schon hat er einen Band seiner Werkausgabe (»Von Bagdad nach Stambul«) mit einer »Zivilphotographie« versehen, die ihn zunächst als Gelehrten und Schriftsteller zeigt.⁶⁷ Fehsenfeld hatte »Autogrammkarten« in seinem Verlagsprogramm.⁶⁸ May weiß, was die Leser sehen wollen: *meine Züge*.⁶⁹ Zweifellos steckte darin eine besondere Beglaubigungsstrategie, die mit dem Erzählen spannungsreicher, zur Identifikation besonders einladender Handlungen in »schnellen« und zugleich vergänglichen Medien zusammenhängt. Was von einem solchen Autor bleibt, könnten weniger die Texte als die Bilder sein. Und wer wollte diesem Ich-Erzähler, der vorgab, die ganze Welt durchreist zu haben, und der sich so viele staunenswerte Fähigkeiten zuschrieb, nicht hinter die Maske sehen? Indem er auf Bilder, auf Porträts seiner selbst setzte, antwortete er wohl auf die Neugier seiner Leser.

Autoren, die Photos von sich lancieren und vielleicht sogar systematisch unters Volk bringen, kommunizieren mit ihren Lesern. Keiner dürfte das vor 1900 schon so intensiv getan haben wie Karl May. Es ist bekannt, dass es Autogrammjäger gab, dass es zu Kontakten mit emotional aufgepeitschten jugendlichen Lesern kam, wir lesen von Karl-May-Clubs, die beinahe zeitgleich mit der ehrwürdigen Goethe-

Gesellschaft gegründet wurden. Doch steht auch fest, dass die May-Photos wiederum Kostümphotos sind, dass er auch im Porträt nicht ›echt‹ ist, wie das seinerzeit Egon Erwin Kisch bereits mutmaßte, dass ausgerechnet die ›Beweisstücke‹, Zeichen einer vermeintlichen Lebenswelt des Schriftstellers, inszeniert und gefälscht sind.

Doch May drehte den Spieß des beginnenden voyeuristischen Starkults um und bat seine Leser, ihm ihre Photos zu senden, und er sammelte sie in seinem einzigartigen, mittlerweile edierten Leseralbum. Nun stellten sich umgekehrt die Leser in ihren lebensweltlichen Kontexten ihrem Autor vor und waren in Mays Album gleichsam dauerhaft zu Gast. Im Medium der Photographie verfügt der Autor über seine Leser, die nicht selten ihre Photos mit freundlichen Grüßen und, in den späteren Jahren, ermutigenden Worten versehen. Eine Leserin bekennt, dass ihr während ihrer May-Lektüre der Autor als Porträtphoto gegenwärtig sei:

Sehr geehrter Herr Dr. May!

Jedermann hat seine frohen Stunden. Die meinigen sind die Sonntag Nachmittage, wenn ich an meinem Arbeitstisch sitze, ein Buch von Ihnen in der Hand, vor mir die Bilder »Kara ben Nemsis & Old Shatterhands etc.« für diesen hohen Genuß drängt es mich Ihnen herzlichsten Dank zu sagen. Sie haben gewiß schon viel Gutes gestiftet mit Ihren Büchern, auch bei uns merkt man davon denn seit Papa & mein Bruder Ihre Sachen lesen hört man sie viel weniger fluchen, welch häßliche Gewohnheit beide hatten. Weil Sie sich gern ein Bild machen von Ihren Verehrern deshalb lege ich Ihnen eine kl. Photo. bei, meinen Namen wollen Sie dann ja nicht wissen.

Hochachtungsvoll

Ida.⁷⁰

Nicht nur Knaben und Mädchen im Wildwest-Gewand und mit Spielzeuggewehr haben sich versammelt, sondern auch Damen mittleren Alters aus dem Bürgertum, Offiziere und andere gestandene Monokelträger, ganze Ehepaare, zahlreiche Priester und Kapläne. Nicht nur Autorschaft, sondern auch Leserschaft wird hier zum medialen Effekt: »Leser wurden für May eine gänzlich neue Wirklichkeitserfahrung«.⁷¹

Die in Wildwestmanier verkleideten unter ihnen haben an dem üblichen Fiktionsvertrag zwischen Autor und Leser Anteil; ihr Rollenspiel ist temporär, es ist natürlich nicht echt. May hingegen mit seiner photographischen PR-Kampagne versucht die Differenz zwischen Fiktionalität und Authentizität aufzuheben, konstruiert photographi

sche Settings, die die Reiseerzählungen verdoppeln und beglaubigen sollen. Diese gestellten Settings waren eine Zeitlang offenbar glaubhaft.

V. Schluss

Es galt eher Gemeinsamkeiten als Unterschiede zwischen drei fast gleichzeitig operierenden, bislang wohl kaum je zusammen genannten Autoren nachzuweisen, die freilich jeweils recht unterschiedliches Renommee genossen und genießen. Mit unterschiedlichem Erfolg widmen sich alle drei Autoren selbst zu Lebzeiten noch dem Zustandekommen einer Werkausgabe, einem im 19. Jahrhundert und bis heute wichtigen Instrument der Kanonbildung. Dies steht in Konkurrenz zu den vergänglichen Schriftmedien, die allerdings oftmals mehr Geld eintragen und denen sich alle drei öffnen. Ausgerechnet Fontane kommt über erfolgreiche Zeitschriftenvorabdrucke kaum hinaus, May gelingt der Sprung von der Kolportage über die Familienzeitschrift bis hin zur repräsentativen und doch verkäuflichen Werkausgabe am besten. Wiederum vor allem May nutzt die Möglichkeiten der Photographie zur Beglaubigung seiner Autorschaft. Auch wenn sich herausstellte, dass Mays Autorenphotos, entgegen einem gängigen Klischee, nicht die Wahrheit zeigten, dürfte doch seine Autorschaft lange Zeit sehr stark auch Effekt der schnelllebigen technischen Medien, Zeitschrift und Photographie, gewesen sein. Nur mittels Zeitschriftenpublikation konnte man nach 1850 zum erfolgreichen Schriftsteller aufsteigen, Bedürfnisse nach Aktualität des Lesestoffes und zugleich, mit Hilfe von Autorenporträts, das Interesse an der Person des Autors selbst befriedigen. Mays Konstrukt einer in Text und Bild nachgewiesenen biographischen Wahrheit des Erzählten konnte auf diese Weise über lange Zeit glaubwürdig erscheinen: Was in der Zeitung steht, was nach gerade erst Erlebtem aussieht, was mit entsprechenden Photos des Autors beglaubigt ist – das ist Wahrheit und regt zugleich zur Identifikation an. Dass es dann auch die Medien sind, die in sich offenbar auch demaskierenden Impetus besitzen, wurde zu Beginn gezeigt. Sie changieren zwischen Manipulierbarkeit und entlarvendem Eigensinn. Die Goldschnittbände eines Heyse ließen sie bald schon alt aussehen, aber auch Karl Mays Maskeraden legten sie unerbittlich bloß.

Kaum war der Nationalschriftsteller, war die Nationalliteratur erfunden, galt es nicht zuletzt aufgrund der Flüchtigkeit moderner Pu

blikationsformen die Frage nach der Dauerhaftigkeit eines Werks zu stellen, schob sich aber bald auch die Frage nach Anerkennung und Prominenz des Autors in den Vordergrund. Jene Autorschaft, die auf medialen Effekten wie denen der Massenpresse oder der Photographie beruhte, durfte prekärer, ja vergänglicher erscheinen als die auf großangelegten und oft teuren Werkausgaben gründende, wengleich nun mehr und bisher unerschlossene Leserschichten angesprochen wurden. Bei allen Unterschieden darf man doch festhalten, dass May ebenso wie Fontane und Heyse die Massenmedien bediente und sich ihrer bediente.⁷² Das Interesse oder die Notwendigkeit, vom Schreiben zu leben und sich der Macht der Medien zu stellen, trägt alle drei an die Medienavantgarde des späten 19. Jahrhunderts heran.

- 1 Vgl. Dominik Geppert: Wilhelm II., der erste deutsche Medienkaiser. In: FAZ, 28. 10. 2008, S. 40; ders.: Pressekriege. Öffentlichkeit und Diplomatie in den deutsch-britischen Beziehungen (1896-1912). München 2007 (Veröffentlichungen des Deutschen Historischen Instituts London. 64).
- 2 Zit. nach John Charles Gerald Röhl: Wilhelm II. Band 3: Der Weg in den Abgrund 1900-1941. München 2008, S. 712.
- 3 Vgl. ebd., S. 712f.
- 4 Vgl. ebd., S. 706-739.
- 5 Martin Kohlrausch: Der Monarch im Skandal. Die Logik der Massenmedien und die Transformation der wilhelminischen Monarchie. Berlin 2005, S. 249 (Elitenwandel in der Moderne. Bd. 7).
- 6 Maximilian Harden: Gegen den Kaiser. In: Die Zukunft. Jg. 16, 7. 11. 1908, S. 207-215; zit. bei Kohlrausch, wie Anm. 5, S. 262.
- 7 Vgl. Röhl, wie Anm. 2, S. 706.
- 8 Vgl. Geppert: Wilhelm II., wie Anm. 1.
- 9 Egon Erwin Kisch: In der Villa »Shatterhand«. In: Bohemia, 15. 5. 1910, S. 49-51. Wieder in: Manfred Hecker: Kisch interviewt May. In: Mitteilungen der Karl-May-Gesellschaft 14/1972, S. 18-22 (19-22); Neudruck in: Dieter Sudhoff/Hans-Dieter Steinmetz: Karl-May-Chronik. Bd. V 1910-1912. Bamberg/Radebeul 2006, S. 130-143 (131).
- 10 Ebd., S. 132.
- 11 Vgl. ebd., S. 139.
- 12 Vgl. ebd., S. 140.
- 13 Vgl. Kate Berridge: Madame Tussaud. Biografie. Berlin 2009.
- 14 Eva D. Becker: Literaturverbreitung. In: Bürgerlicher Realismus und Gründerzeit 1848-1890. Hrsg. von Edward McInnes/Gerhard Plumpe. München/Wien 1996, S. 108-143 (139) (Hansers Sozialgeschichte der deutschen Literatur vom 16. Jahrhundert bis zur Gegenwart. 6). – Anmerkung der Redaktion: Das Wort vom »Fabrikanten Heyse« erscheint zum ersten Mal bei Conrad Alberti: Paul Heyse als Novellist. In: Die Gesellschaft. Jg. 1889, S. 984: »Heyse ist im besten Fall ein geschickter Kunstdrechsler, aber kein Künstler. Er ist ein spekulativer Fabrikant.«
- 15 Norbert Miller: Im Schatten Goethes. Zu Paul Heyses Stellung in der Literatur des 19. Jahrhunderts. In: Paul Heyse. Münchner Dichterst im bürgerlichen Zeitalter. Ausstellung in der Bayerischen Staatsbibliothek, 23. Januar-11. April 1981 [Ausstel

- lung und Katalog: Sigrid von Moisy. Mitarb. Karl Heinz Keller]. München 1981, S. 11-16 (13).
- 16 So Thomas Mann an Maximilian Harden, 30. 8. 1910 (Thomas Mann: Briefe. Bd. I. 1889-1913. Frankfurt a. M. 2002, S. 459).
 - 17 Theodor Fontane an Paul Heyse am 6. 5. 1866. In: Der Briefwechsel zwischen Theodor Fontane und Paul Heyse. Hrsg. von Gottfried Erler. Berlin/Weimar 1972, S. 118-120 (119).
 - 18 Vgl. Paul Heyse: Jugenderinnerungen und Bekenntnisse. Stuttgart/Berlin ⁵1912, S. 94ff.; zit. in: Paul Heyse Dichterst, wie Anm. 15, S. 161 und 163.
 - 19 Vgl. Becker, wie Anm. 14, S. 119.
 - 20 Vgl. ebd., S. 108f.
 - 21 Schon 1869 hatte sich der noch kriminelle May als Schriftsteller ausgegeben – nach seiner Haftentlassung 1874 gelang es ihm, systematisch eine Karriere als freier Schriftsteller anzusteuern. (Vgl. Dieter Sudhoff/Hans-Dieter Steinmetz: Karl-May-Chronik. Bd. I 1842-1896. Bamberg/Radebeul 2005, S. 167 und 184-187.)
 - 22 Vgl. Stephan Füssel: Das Autor-Verleger-Verhältnis in der Kaiserzeit. In: Naturalismus, Fin de siècle, Expressionismus. 1890-1918. Hrsg. von York-Gothart Mix. München/Wien 2000, S. 137-154 (139) (Hansers Sozialgeschichte der deutschen Literatur vom 16. Jahrhundert bis zur Gegenwart. 7): Um 1895 gab es im Deutschen Reich knapp 6000 haupt- und nebenberuflich tätige freie Schriftsteller, 1907 bereits 7000.
 - 23 Becker, wie Anm. 14, S. 140.
 - 24 Vgl. ebd., S. 140.
 - 25 Hierzu und weiter: Manuela Günter: Im Vorhof der Kunst. Mediengeschichten der Literatur im 19. Jahrhundert. Bielefeld 2008, S. 12.
 - 26 Vgl. generell: Jochen Hörisch: Eine Geschichte der Medien. Von der Oblate zum Internet. Frankfurt a. M. 2004.
 - 27 Niklas Luhmann: Die Realität der Massenmedien. Opladen ²1996, S. 35.
 - 28 Vgl. Günter, wie Anm. 25, S. 31-37.
 - 29 Vgl. Roland Barthes: L'effet du réel. In: Communications 11 (1968), S. 84-89.
 - 30 Vgl. Günter, wie Anm. 25, S. 33ff., 150ff., 166.
 - 31 Vgl. Theodor Fontane: Werke, Schriften und Briefe. Abt. IV. Briefe. 3. Bd. München 1980, S. 566 (Brief vom 3. 10. 1887); siehe hierzu Günter, wie Anm. 25, S. 254.
 - 32 Vgl. ebd., S. 210, und Theodor Fontane: Unechte Korrespondenzen. Hrsg. von Heide Streiter-Buscher. Berlin/New York 1995 (Schriften der Theodor Fontane Gesellschaft. Bd. 1.1, 1.2) sowie dies.: Die politische Journalistik. In: Fontane-Handbuch. Hrsg. von Christian Grawe/Helmuth Nürnberger. Stuttgart 2000, S. 788-806 (803f.).
 - 33 Vgl. Günter, wie Anm. 25, S. 179.
 - 34 Manfred Jurgensen: Das Briefwerk. In: Fontane-Handbuch, wie Anm. 32, S. 772-787 (775).
 - 35 Charlotte Jolles: Theodor Fontane als Essayist und Journalist. In: Jahrbuch für Internationale Germanistik 7 (1975), H. 2, S. 98-119 (98); zit. nach: Roland Berbig unter Mitarbeit von Bettina Hartz: Theodor Fontane im literarischen Leben. Zeitungen und Zeitschriften, Verlage und Vereine. Berlin/New York 2000, S. 1 (Schriften der Theodor Fontane Gesellschaft. Bd. 3).
 - 36 Berbig/Hartz, wie Anm. 35, S. 2.
 - 37 Vgl. hierzu generell das materialreiche Repertorium von Berbig/Hartz, wie Anm. 35.
 - 38 Vgl. Dorothee Krings: Theodor Fontane als Journalist. Selbstverständnis und Werk. Köln 2008, S. 180-185.
 - 39 Vgl. Becker, wie Anm. 14, S. 126.
 - 40 Vgl. Paul Heyse Dichterst, wie Anm. 15, S. 165-169.
 - 41 Vgl. Rainer Hillenbrand: Heyses Novellen. Ein literarischer Führer. Frankfurt a. M. u. a. 1998.
 - 42 Vgl. Kristina Koebe: Die »höchste Ehrung, die einem Schriftsteller zuteil werden kann«? Der Nobelpreisträger Paul Heyse. In: Paul Heyse. Ein Schriftsteller zwischen

- Deutschland und Italien. Hrsg. von Roland Berbig/Walter Hettche. Frankfurt a. M. 2001, S. 243-254.
- 43 Vgl. Hans Wollschläger: Karl May: Grundriß eines gebrochenen Lebens. Göttingen 2004, S. 71, 77 (zuerst 1965); ferner Rolf-Bernhard Essig/Gudrun Schury: Alles über Karl May. Ein Sammelsurium von A bis Z. Berlin 2007, S. 38.
- 44 Vgl. Andreas Graf: Literarisierung und Kolportageroman. Überlegungen zu Publikum und Kommunikationsstrategie eines Massenmediums im 19. Jahrhundert. In: Jahrbuch der Karl-May-Gesellschaft 1999. Husum 1999, S. 191-203 (191).
- 45 Karl Mays Werke. Historisch-kritische Ausgabe. Abt. VIII Bd. 6.1 und 6.2: Leseralbum. Hrsg. von Hermann Wiedenroth/Hans Wollschläger unter Mitarbeit von Volker Griese/Hans Grunert. Bargfeld 1997f.
- 46 Vgl. Gerhard Klußmeier/Hainer Plaul: Karl May und seine Zeit. Bilder, Texte, Dokumente. Eine Bildbiografie. Bamberg/Radebeul 2007, S. 209-234.
- 47 Vgl. Günter, wie Anm. 25, S. 167.
- 48 Vgl. Schacht und Hütte. Blätter zur Unterhaltung und Belehrung für Berg- Hütten- und Maschinenarbeiter. 1. Jg. (1875/76), S. 32 und passim; Reprint: Schacht und Hütte. Hildesheim/New York 1979.
- 49 Vgl. Hörisch, wie Anm. 26, S. 155f.; sowie: Werner Faulstich: Medienwandel im Industrie- und Massenzeitalter (1830-1900). Göttingen 2004, S. 25 (Die Geschichte der Medien. 5).
- 50 Vgl. Deutsches Schriftsteller-Lexikon. 1830-1880. Goedekes Grundriss zur Geschichte der deutschen Dichtung. Fortführung. Hrsg. von der Berlin-Brandenburgischen Akademie der Wissenschaften durch Herbert Jacob. Band H. Berlin 2003, S. 504-556.
- 51 Vgl. Gotthard Erler: Druck- und Editionsgeschichte, Nachlaß, Forschungsstätten. In: Fontane-Handbuch, wie Anm. 32, S. 889-905 (894f.).
- 52 Vgl. Dieter Sudhoff: Vorwort. In: Karl May's Gesammelte Werke und Briefe Bd. 91: Briefwechsel mit Friedrich Ernst Fehsenfeld. 1. Band. 1891-1906. Hrsg. von Dieter Sudhoff unter Mitwirkung von Hans-Dieter Steinmetz. Bamberg/Radebeul 2007, S. 5-31 (14).
- 53 Ebd., S. 25; vgl. ebd. S. 23 sowie im Briefwechsel (May: Briefwechsel mit Fehsenfeld. 1. Bd., wie Anm. 52), S. 87 und 450f.
- 54 Vgl. ebd., S. 73.
- 55 Ein Beispiel: Als es beim Verkauf der Edition Startschwierigkeiten gibt, rät May am 29. 3. 1892 seinem Verleger: *Ich habe jetzt über 900 frühere Briefe von Lesern und Leserinnen hervorgesucht, denen ich den Kauf unserer Bände nahe legen will. Das wird wirken. Wir sind mit unsern Hoffnungen zu schnellblütig gewesen. Es sind schlechte Zeiten, und gut Ding will Weile haben. Wir werden unbedingt Geschäfte machen, wenn auch nicht in den ersten Minuten.* (Ebd., S. 74)
- 56 Vgl. ebd., S. 88 und 169, ferner S. 213.
- 57 Vgl. Karl May's Gesammelte Werke und Briefe Bd. 92: Briefwechsel mit Friedrich Ernst Fehsenfeld. 2. Band. 1907-1912. Hrsg. von Dieter Sudhoff/Hans-Dieter Steinmetz. Bamberg/Radebeul 2008, S. 126; siehe auch May: Briefwechsel mit Fehsenfeld. 1. Bd., wie Anm. 52, S., S. 214.
- 58 Vgl. ebd., S. 87.
- 59 Vgl. ebd., S. 229. Interessant ist hier eine Höfisierung oder Aristokratisierung, die zur späten Selbstinszenierung gehört: Vgl. S. 229, 243, 247 (Hinweis auf Mays Vortrag ›Winnetou, der ›Adelsmensch‹).
- 60 Vgl. May: Briefwechsel mit Fehsenfeld. 2. Bd., wie Anm. 57, S. 14f.
- 61 Vgl. Medien der Präsenz. Museum, Bildung und Wissenschaft im 19. Jahrhundert. Hrsg. von Jürgen Fohrmann. Köln 2001.
- 62 Hörisch, wie Anm. 26, S. 250; vgl. Bernd Stiegler: Doppelt belichtet. Schriftsteller und ihre Photographien. In: Jahrbuch der deutschen Schillergesellschaft 51 (2007), S. 587-610 (insbes. 591). Siehe auch: Matthias Bickenbach: Das Autorenfoto in der Medienevolution. Anachronie einer Norm. Paderborn/München 2010, S. 227f.

- 63 Vgl. Stiegler, wie Anm. 62, S. 590.
- 64 Vgl. Michael Neumann: Eine Literaturgeschichte der Photographie. Dresden 2006, S. 56f. (Kulturstudien. 4)
- 65 Brief vom 4. 1. 1881 (»Du hast alles, was mir fehlt ... « Gottfried Keller im Briefwechsel mit Paul Heyse. Hrsg. und erläutert von Fridolin Stählin. Stäfa 1990, S. 145). Vgl. auch Hörisch, wie Anm. 26, 233f.
- 66 Vgl. May: Briefwechsel mit Fehsenfeld. 1. Bd., wie Anm. 52, S. 250f., 254.
- 67 Das Photo wurde eingefügt zwischen die beiden Titelseiten von Karl May: Gesammelte Reiseromane Bd. III: Von Bagdad nach Stambul. Freiburg 1892; Reprint Bamberg 1982. Vgl. May: Briefwechsel mit Fehsenfeld. 1. Bd., wie Anm. 52, S. 85. – Auch in seinen Zeitschriftenpublikationen finden sich May-Porträts, so jeweils auf der ersten Seite von »Der Mahdi« und von »Freuden und Leiden eines Vielgelesenen« (Deutscher Hausschatz. XVIII. Jg. (1891/92), S. 12; Reprint der Karl-May-Gesellschaft. Hamburg/Regensburg 1979; bzw. Deutscher Hausschatz. XXIII. Jg. (1897), S. 1; Reprint in: Kleinere Hausschatz-Erzählungen. Hrsg. von Herbert Meier. Hamburg/Regensburg 1982). Vgl. die Wiedergaben bei Klußmeier/Plaul, wie Anm. 46, S. 215, 295. – In »Freuden und Leiden eines Vielgelesenen« sind noch weitere Photos eingefügt.
- 68 Essig/Schury, wie Anm. 43, S. 19f.
- 69 May: Briefwechsel mit Fehsenfeld. 1. Bd., wie Anm. 52, S. 266 (Brief Mays vom 2. 10. 1898).
- 70 Karl May: Leseralbum, wie Anm. 45, S. 514.
- 71 Hermann Wiedenroth u. a.: Editorischer Bericht. In: Ebd., S. 997-1018 (1000).
- 72 Zu Fontane vgl. Günter, wie Anm. 25, S. 228.

Abbildungsnachweis:

Archiv des Autors bzw. (Abb.4) Karl-May-Museum Radebeul