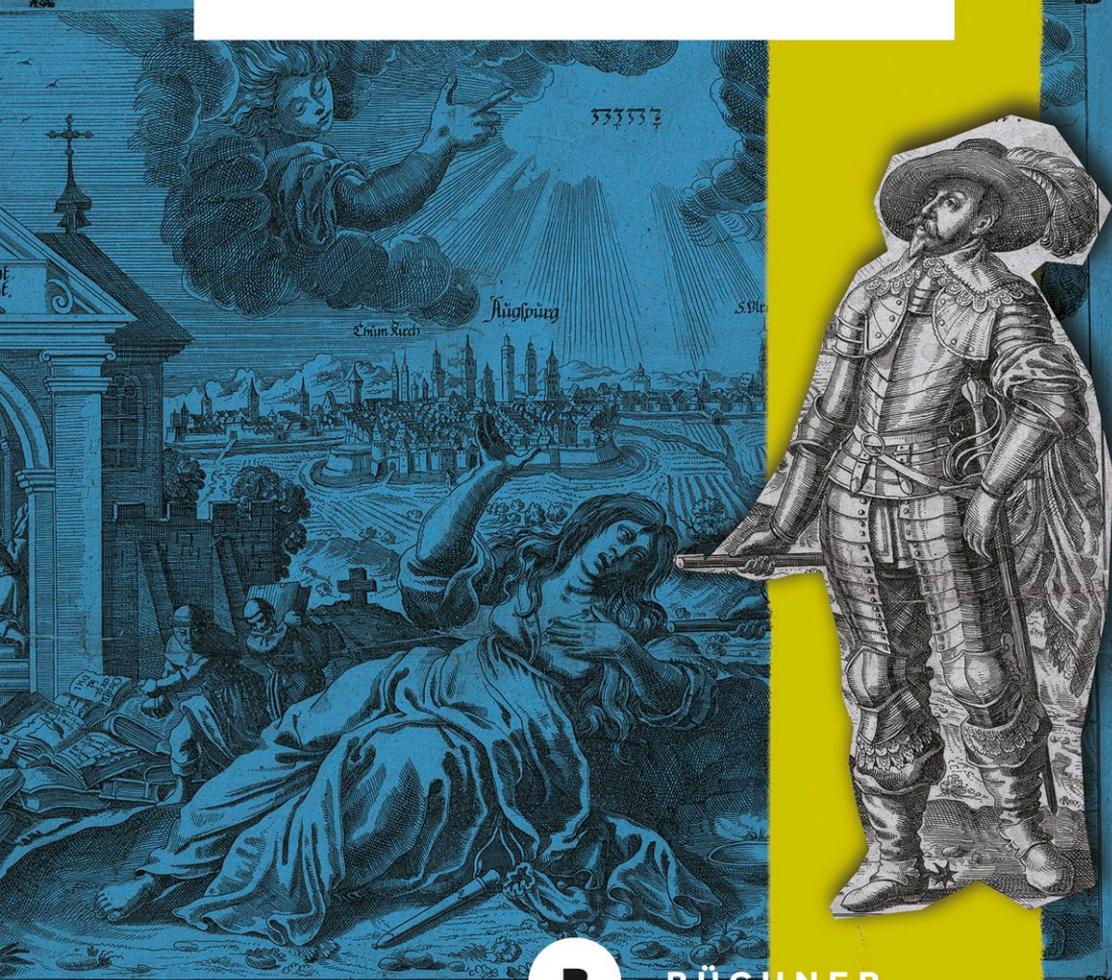


TOBIAS E. HÄMMERLE

FLUGBLATT-PROPAGANDA ZU GUSTAV ADOLF VON SCHWEDEN

Eine Auswertung zeitgenössischer
Flugblätter der Königlichen Bibliothek
zu Stockholm



BUCHNER

FLUGBLATT-PROPAGANDA ZU
GUSTAV ADOLF VON SCHWEDEN

Tobias E. Hämmerle, geb. 1990 in Wien, studierte Skandinavistik, Geschichte und Kunstgeschichte an der Universität Wien. Derzeit ist er am niederösterreichischen Institut für Landeskunde (NÖIL) beschäftigt und arbeitet zugleich – im Zuge seiner Dissertation – zum Schwedenbild im Heiligen Römischen Reich während der schwedischen Großmachtzeit (1611–1721). Seine Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich der frühneuzeitlichen Medienforschung. Er nutzt seinen bilingualen Hintergrund, indem er den Fokus seiner wissenschaftlichen Arbeit zumeist auf die frühneuzeitliche Geschichte Schwedens legt.



Foto: Luiza Puiu – luizapuiu.com

Tobias E. Hämmerle

FLUGBLATT-PROPAGANDA ZU GUSTAV ADOLF VON SCHWEDEN

Eine Auswertung zeitgenössischer Flugblätter
der Königlichen Bibliothek zu Stockholm



BÜCHNER-VERLAG

Wissenschaft und Kultur

Tobias E. Hämmerle

Flugblatt-Propaganda zu Gustav Adolf von Schweden

Eine Auswertung zeitgenössischer Flugblätter der Königlichen Bibliothek zu Stockholm

ISBN (Print) 978-3-96317-164-2

ISBN (ePDF) 978-3-96317-683-8

Copyright © 2019 Buechner-Verlag eG, Marburg

Layout und Satz: DeinSatz Marburg | lf

Bildnachweis Umschlag: Lisa Vietze – www.vietzelisa.org, Collage aus dem illustrierten Flugblatt AUGUSTA ANGUSTIATA, A DEO PER DEUM LIBERATA: Teutsch: Geängstigt ward Augspurg die Stadt: Gott durch Gott ihr geholffen hat, KB: KoB HP. G.II A. B.92.

Lektorat: Hanna Vietze

Das Werk, einschließlich all seiner Teile, ist urheberrechtlich durch den Verlag geschützt. Jede Verwertung ist ohne die Zustimmung des Verlags unzulässig. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Bibliografische Informationen der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie, detaillierte bibliografische Angaben sind im Internet über <http://dnb.de> abrufbar.

www.buechner-verlag.de

Danksagung

Dieses Buch, bei dem es sich um eine vollständig überarbeitete und erweiterte Fassung meiner 2016 eingereichten Masterarbeit handelt, wurde allen voran durch die Unterstützung zweier Personen ermöglicht. Zum einen durch meinen Betreuer Herrn ao. Univ.-Prof. Mag. Dr. Martin Scheutz, der mir während des gesamten Arbeitsprozesses mit seiner Expertise zur Seite stand und stets ein offenes Ohr für meine Fragen hatte. Zum anderen unterstützte mich Frau Solveig von Essen, die als Bibliothekarin an der Königlichen Bibliothek zu Stockholm tätig ist und mir die Quellenarbeit vor Ort durch ihr großes Engagement und Interesse bedeutend erleichterte.

Danken möchte ich außerdem meiner Lebenspartnerin Lisa Vietze, meinen Eltern Thora Britt-Marie und Martin Hämmerle sowie auch meinen Geschwistern Johanna und Daniel Hämmerle, die stets an meiner Seite standen und aus deren unterstützenden Ratschlägen ich wiederholt neue Kraft und Energie schöpfen konnte, sodass ich dieses Buch schließlich fertigstellen konnte. Auch Hanna Vietze trug durch ihr gewissenhaftes Lektorat und ihre interessanten Impulse maßgeblich zur Entstehung dieser Monographie bei.

Dieses Buch möchte ich meinen bereits verstorbenen Großeltern Karl Thorvald Eriksson (1920–2008) und Evy Gunborg Matilda Eriksson (1914–2015) widmen, die mich als Menschen maßgeblich prägten und deren Liebe ich – ebenso wie die gemeinsamen Erinnerungen, insbesondere die vielen wunderbaren Sommeraufenthalte in Malmö – stets in meinem Herzen mittragen werden.

Tack så mycket – Tack för allt!

Wien, April 2019

Tobias E. Hämmerle

Inhalt

Danksagung	5
1 Vorwort	11
2 Begriffsdiskussionen	19
2.1 Definition des Flugblatt-Begriffes	20
2.2 Definition des Propaganda-Begriffes	34
3 Das Zusammenspiel von Bild und Text im illustrierten Flugblatt	41
4 Historischer Kontext und biographische Daten Gustav Adolfs	45
4.1 Biographische Daten Gustav Adolfs und ein kurzer Überblick über die geographischen und gesellschaftlichen Vorraussetzungen im Schweden des 17. Jahrhunderts	46
4.2 Gustav Adolfs Eingreifen im Reich und die machtpolitische Entwicklung in dieser Zeit	48
5 Gustav Adolf im Wandel der zeitgenössischen Flugblatt-Propaganda	71
5.1 Darstellung Gustav Adolfs in der protestantischen Flugblatt-Propaganda	73
5.1.1 Die (pro)schwedische Flugblatt-Propaganda bis zur Landung Gustav Adolfs am 6. Juli 1630	73

5.1.2	Die Inszenierung Gustav Adolfs in illustrierten Flugblättern ab der Landung auf der Insel Usedom am 6. Juli 1630 bis zum Beginn des Leipziger Konventes am 26. Februar 1631 (FGA1–FGA4)	76
5.1.3	Das publizistische Bild Gustav Adolfs rund um den Leipziger Konvent bis zur Zerstörung der Stadt Magdeburg am 20. Mai 1631 (FGA5–FGA8)	93
5.1.4	Gustav Adolf in den illustrierten Flugblättern nach der Zerstörung der Stadt Magdeburg am 20. Mai 1631 bis zur Schlacht bei Breitenfeld am 17. September 1631 (FGA9–FGA13)	97
5.1.5	Die Darstellung Gustav Adolfs in den illustrierten Flugblättern nach der Schlacht bei Breitenfeld am 17. September 1631 bis zum <i>Lauff durch die Pfaffengasse</i> Ende 1631 (FGA14–FGA26)	105
5.1.6	Das publizistische Bild Gustav Adolfs während des <i>Lauffes durch die Pfaffengasse</i> bis zur »Befreiung« Nürnbergs am 21. März 1632 (FGA27–FGA47)	137
5.1.7	Die ikonographische Darstellung Gustav Adolfs in den illustrierten Flugblättern nach der »Befreiung« Nürnbergs am 21. März 1632 bis zur Einnahme Münchens am 17. Mai 1632 (FGA48a–FGA59)	165
5.1.8	Gustav Adolf in den illustrierten Flugblättern nach der Einnahme der Stadt München am 17. Mai 1632 bis zu seinem Tod im Zuge der Schlacht bei Lützen am 16. November 1632 (FGA60–FGA62)	181
5.1.9	Die Darstellung Gustav Adolfs in der (pro)schwedischen Publizistik nach seinem Tod am 16. November 1632 bis zur Überführung des königlichen Leichnams am 16. Juli 1633 von Wolgast nach Schweden (FGA63–FGA72)	187
5.1.10	Das publizistische Bild Gustav Adolfs nach der schwedischen Niederlage in der Schlacht bei Nördlingen am 6. September 1634 bis zum Prager Frieden am 30. Mai 1635 (FGA73–FGA74)	196
5.1.11	Das fortbestehende <i>memoria</i> -Bild Gustav Adolfs nach dem Prager Frieden am 30. Mai 1635 bis zur Herausgabe der illustrierten Gedenkflugblätter anlässlich des im Jahre 1648 geschlossenen Westfälischen Friedens (FGA75–FGA77) . . .	198

5.2	Darstellung Gustav Adolfs in der katholischen Flugblatt-Propaganda	203
6	Die Flugschrift – ein vernachlässigtes Medium der Flugblatt-Forschung	213
7	Zusammenfassung	215
8	Katalog des ausgewählten Flugblatt-Bestandes ...	223
8.1	Die Flugblatt-Sammlung der Königlichen Bibliothek zu Stockholm	225
8.1.1	Geschichte über den Bestand der Königlichen Bibliothek zu Stockholm	225
8.1.2	Carl Snoilsky und der Snoilsky-Katalog	229
8.2	Methodisches zur Transkription der illustrierten Flugblätter und der Erstellung des Kataloges	230
8.2.1	Orthographische Merkmale	232
8.2.1.1	Die Lesung mancher Buchstaben	232
8.2.1.2	Capitalis im Text	232
8.2.2	Formale Merkmale	233
8.2.2.1	Bezüglich der Nachempfindung der Layoutgestaltung ...	233
8.2.2.2	Bezüglich der Beibehaltung des Leseflusses	233
8.2.2.3	Bezüglich Fehlern, vergessenen Satzzeichen und Lücken im Text	235
9	Bibliographie	569
9.1	Primärquellen	569
9.2	Sekundärliteratur	570

1 Vorwort

In diesem Buch wird anhand der Flugblatt-Sammlung der Königlichen Bibliothek zu Stockholm das zeitgenössische publizistische Bild des schwedischen Königs Gustav II. Adolf (1594–1632) dargestellt werden. Auf Grund der Tatsache, dass der schwedische König in den zeitgenössischen Flugblättern und Flugschriften stets nur als Gustav Adolf bezeichnet wird, soll dieser Name auch hier so verwendet werden.

Basierend auf einem ausgewählten Bestand von zeitgenössischen illustrierten Flugblättern, die zwischen 1630 und 1635 herausgebracht wurden und allesamt in der Königlichen Bibliothek zu Stockholm zu finden sind, soll die zweiteilige Arbeit sich anfänglich mit den vorhandenen Darstellungen des schwedischen Königs auseinandersetzen. Hierbei soll der publizistische Wandel, der zwischen der Landung Gustav Adolfs auf der norddeutschen Insel Usedom am 6. Juli 1630 bis zu dessen Tod im Zuge der Schlacht bei Lützen am 16. November 1632 – und auch darüber hinaus – stattfand, dargestellt und analysiert werden.

In einem Introduktionskapitel sollen die beiden zentralen Begrifflichkeiten dieser Arbeit – Flugblatt und Propaganda – unter dem Blickwinkel des aktuellen Forschungsstandes mit Fokus auf die Frühe Neuzeit besprochen werden.

Ein weiteres Kapitel behandelt die Frage, in welcher Relation die Bild- und Textebene des illustrierten Flugblattes zueinanderstehen. In der Flugblatt-Forschung wurde das illustrierte Flugblatt lange Zeit auf seine visuelle Ebene reduziert, wohingegen die jüngere Flugblatt-Forschung der Textebene eine größere Rolle zugesteht. In diesem Kapitel soll besprochen werden, ob zwischen diesen beiden Ebenen eine Hierarchie besteht oder ob sie vielmehr als gleichrangig zu bezeichnen sind.

Anschließend ist es notwendig, den groben historischen Kontext wiederzugeben, um die Analyse der illustrierten Flugblätter besser nachvollziehen zu können.

Die zu analysierenden illustrierten Flugblätter sollen in einer möglichst genauen Chronologie angeordnet werden, was sich jedoch als Schwierigkeit erweist, da in vielen Fällen keine auf den Zeitpunkt der Veröffentlichung hinweisende Jahreszahl – geschweige denn ein Monat – angeführt wird. Im Zuge der Analyse der illustrierten Flugblätter soll sowohl die textuelle als auch die visuelle Ebene miteinbezogen werden.

Es fällt auf, dass in der zu untersuchenden Zeitspanne (1630–1635) vor allem die protestantische Publizistik tätig war, weshalb zuerst die illustrierten Flugblätter protestantischen Ursprungs analysiert werden. Im Anschluss werden die vergleichsweise wenigen katholischen Exemplare behandelt. Anhand dieser Gegenüberstellung soll auch die Frage beantwortet werden, ob die protestantische bzw. proschwedische und schwedische Publizistik¹ im Heiligen Römischen Reich in Hinblick auf die dauerhafte Inszenierung und Manifestation des schwedischen Königs als Beschützer und Retter der protestantischen Konfession erfolgreich war.

1 Die textlichen sowie auch bildlichen Inhalte der illustrierten Flugblätter, die vor allem zwischen 1630 und 1633 im Heiligen Römischen Reich herausgebracht wurden und die sich auf »Schweden« – darunter ist primär der schwedische König, das schwedische Königreich sowie auch die schwedische Armee zu verstehen – bezogen, wurden zum einen von proschwedischen Publizisten und zum anderen von schwedischen Publizisten gesteuert. Die schwedische Publizistik, welche im Auftrag der schwedischen Reichskanzlei agierte, hatte – modern ausgedrückt – den Auftrag, ein möglichst positives Image »Schwedens« herzustellen und die Stimmung im Reich zu beeinflussen, damit die protestantische Bevölkerung einerseits mit der schwedisch-militärischen Operation sympathisierte und andererseits die eigene Politik legitimiert wurde. Die proschwedische Publizistik hingegen unterstand nicht per se der schwedischen Reichskanzlei (nur ein gewisser Teil wurde von der schwedischen Reichskanzlei selbst finanziert), sondern betrieb aus eigenem Interesse eine schweidenfreundliche Flugblatt-Propaganda. Anhand der bestehenden Netzwerke, Druckwerkstätten und publizistischen Zentren, die sich seit dem 16. Jahrhundert in den wichtigsten Reichsstädten gebildet hatten – dazu zählen u. a. Augsburg, Nürnberg, Straßburg oder Frankfurt am Main –, war es für diese leichter, die protestantischen Fürsten zu erreichen. Folglich versuchten diese proschwedischen Publizisten anhand möglichst starker Schwedenbilder, die protestantischen Fürsten dazu zu bewegen, mit dem schwedischen König machtpolitische Bündnisse gegen den Kaiser einzugehen. Die proschwedischen und schwedischen Publizisten hatten somit von Anfang an ähnliche publizistische Intentionen und Ambitionen, weshalb es aus heutiger Sicht – vor allem wenn kein Druckort angeführt wird – äußerst schwierig festzustellen ist, ob ein illustriertes Flugblatt der proschwedischen oder der schwedischen Publizistik zuzuschreiben ist. In diesem Buch soll daher nicht zwischen proschwedischen und schwedischen Publizisten unterschieden werden, sondern als pragmatische Mischform von den (pro)schwedischen Publizisten gesprochen werden.

Der zweite Teil dieses Buches setzt sich mit der Erstellung eines Bestandskataloges der im vorangegangenen Teil der Arbeit besprochenen illustrierten Flugblätter auseinander. Hierbei wird der Bestand von 85 illustrierten Flugblatt-Exemplaren, die allesamt Gustav Adolf abbilden, chronologisch eingeordnet und mit einer wortgetreuen Transkription versehen. Bevor die einzelnen illustrierten Flugblätter jedoch abgedruckt werden, wird kurz auf die Bestandsgeschichte der Königlichen Bibliothek zu Stockholm sowie auch auf den ehemaligen Hauptbibliothekar Carl Snoilsky (1841–1903) eingegangen. Dieser legte im Jahr 1893 den noch heute aktuellen Flugblatt-Katalog an, in welchem alle vorhandenen illustrierten Flugblätter katalogisiert und mit den wichtigsten Eckdaten versehen sind. Als Einstieg zum eigentlichen Katalog wird die methodische Vorgehensweise bei der Erstellung des Kataloges erläutert.

Im Rahmen dieses Buches werden die schwedischen Begrifflichkeiten kursiv gesetzt, während die deutschen Übersetzungen anschließend in Klammern beigefügt werden. Schwedische Zitate werden zur Aufrechterhaltung des Leseflusses in deutscher Übersetzung in den Text integriert und mittels Fußnote in der Ausgangssprache angegeben.

*Gustav Adolf im polnischen Rock. Gemälde, um 1632,
von Matthäus Merian d.Ä. (?) (1593–1650),
Öl auf Leinwand, 108 × 74 cm.
Foto: Samuel Uhrdin, Skokloster Schloss.*



I

Historischer Kontext und
zentrale Begrifflichkeiten

2 Begriffsdiskussionen

Der Historiker Johannes Burkhardt bezeichnet den Dreißigjährigen Krieg als einen Flugblatt-Krieg, welcher nicht nur auf den Schlachtfeldern, sondern ebenso auf Seiten der Publizistik geführt wurde.² Dieser Aussage kann durchaus zugestimmt werden, denn die Anführer und Herrscher des Dreißigjährigen Krieges waren sich der Macht des Flugblattes durchaus im Klaren und verwendeten dieses bewusst als meinungsbildendes Medium. Dabei wurden unter anderem siegreiche Schlachten bejubelt und Niederlagen im Gegenzug verharmlost. Auch die restlichen machtpolitischen Entwicklungen versuchte man auf eine Art und Weise zu inszenieren, wie es für das eigene Bild und die eigene Politik von Vorteil war.

Für die »durchschnittlichen« RezipientInnen³ des Flugblattes in der ersten Hälfte des 17. Jahrhunderts waren der Krieg und das machtpolitische Geschehen von Beginn an derart unübersichtlich und komplex, weshalb die Informationsmedien den Krieg zur besseren Verständlichkeit auf die zentralen Akteure und Herrscher reduzieren mussten.

Auf diese Weise wurde es den frühneuzeitlichen RezipientInnen ansatzweise ermöglicht, den Verlauf, die agierenden Parteien und die Thematik des Krieges zu erkennen und nachzuvollziehen. Die zentralen Akteure des Krieges wurden dabei – abhängig davon, ob der Herausge-

2 BURKHARDT, Reichskriege in der frühneuzeitlichen Bildpublizistik, 58 f.

3 Im Zuge dieses Buches wird fortan konsequent die Binnen-I-Variante »RezipientInnen« gewählt werden. Bekanntermaßen war die Lese- und Schreibfähigkeit in der frühneuzeitlichen Gesellschaft bei Männern deutlich höher als bei Frauen. Nichtsdestotrotz soll an dieser Stelle dezidiert auf die potenzielle weibliche Rezipientin von frühneuzeitlichen Medien hingewiesen werden. Schließlich bot das illustrierte Flugblatt als massentaugliches Informationsmedium, unter anderem durch das Prinzip des Vorlesens oder Aussingens, die Möglichkeit, einen besonders großen KäuferInnenkreis zu erreichen; BANGERTER-SCHMID, Erbauliche illustrierte Flugblätter, 139–143.

ber proprotestantisch oder prokatholisch gesinnt war – entweder panegyrisch oder satirisch als Helden bzw. Antihelden dargestellt. Zu Beginn des Dreißigjährigen Krieges waren dies vor allem Friedrich V. von der Pfalz, Kaiser Ferdinand II., Maximilian von Bayern, aber auch der sächsische Kurfürst Johann Georg I., die abgebildet wurden. Hinzu kamen im Verlaufe des Krieges noch die Heerführer Johann T'Serclaes von Tilly und Wallenstein, ab 1630 war es jedoch vor allem der schwedische König Gustav Adolf, der in die Flugblätter Eingang fand.

Bevor jedoch auf jene Flugblätter, die den schwedischen König Gustav Adolf abbilden, eingegangen werden kann, muss der Flugblatt-Begriff definiert werden und in weiterer Folge darauf eingegangen werden, inwieweit der zeitgeschichtlich konnotierte Propaganda-Begriff im frühneuzeitlichen Kontext anwendbar ist.

2.1 Definition des Flugblatt-Begriffes

Die Frühe Neuzeit ist unter anderem durch das allmähliche Entstehen einer Medienlandschaft geprägt, welche zuerst bloß eine sehr eingeschränkte Anzahl von Menschen erreichte, aber ab dem frühen 16. Jahrhundert – auch durch das Erstarken des Bürgertums in den Städten – eine größere Öffentlichkeit⁴ entstehen ließ. Die lesefähige Öffentlichkeit nutzte verschiedene Mediengattungen, um an Informationen zu gelan-

4 Der Öffentlichkeitsbegriff der Frühen Neuzeit kann auf einer dualistischen Ebene definiert werden. So zeichnete sich der Öffentlichkeitsbegriff zum einen durch die Wechselwirkung zwischen Verleger und Obrigkeit und zum anderen durch das Verhältnis zwischen Verleger und RezipientIn aus. Auf diese Weise trugen Zeitungen, Flugschriften und Flugblätter dazu bei, die öffentliche Meinung zu prägen. Schon bald standen diese Medien unter der Zensur der Obrigkeit, was für ein paar ausgewählte Verleger dadurch die positive Entwicklung annahm, dass diese mit Privilegien versehen wurden, die ihnen die alleinige Distribution von Informationen und Nachrichten erlaubten. Gleichzeitig erkannten die Obrigkeiten schon früh die Macht der Medien, da zum einen überhaupt eine öffentliche Meinung entstand und es zum anderen auch möglich wurde, diese bewusst zu steuern und machtpolitische Entscheidungen sowie Kriegserklärungen und anderes monarchisches Handeln zu legitimieren. Während es der Regelfall war, dass die Zeitung aufgrund ihrer angestrebten Regelmäßigkeit unter die Zensur geriet, erwies es sich für die Obrigkeiten als schwierig, die unregelmäßiger erscheinenden Flugschriften und Flugblätter zu

gen, wobei dem Flugblatt als Informationsmedium eine besonders bedeutende Rolle zukam.

Eine Abgrenzung des Flugblattes zu den anderen frühneuzeitlichen Informationsmedien – u.a. Flugschrift, Zeitung – ist nicht immer leicht, da diese untereinander sowohl durch formale, thematische und inhaltliche Gemeinsamkeiten als auch durch Unterschiede geprägt sind. Erscheint die Trennung zwischen dem einseitigen Flugblatt und der mehrseitigen Flugschrift auf den ersten Blick zwar einleuchtend,⁵ wird bei näherer Betrachtung deutlich, dass selbst eine klare Abgrenzung zwischen diesen beiden Gelegenheitsschriften schwer zu tätigen ist. Diese oft angeführte traditionelle Trennung⁶ erweist sich jedoch als unzureichend und ist nicht immer möglich, da ebenso Flugblätter im Umlauf waren, die als Serie zusammengehörten, zusammengeklappt wurden oder sogar nur aneinandergeheftet zum Verkauf gebracht wurden.⁷

Auch auf inhaltlicher Ebene gibt es viele Gemeinsamkeiten, jedoch zeichnet sich das Flugblatt – im Unterschied zur Flugschrift – durch seine besonders kompakte inhaltliche Reduktion aus. Zusätzlich muss bei der Flugblatt-Terminologie auch zwischen Flugblättern ohne Bildmaterial (= Einblattdrucke) und solchen mit Bildern unterschieden werden. Illustrationen sind in manchen Fällen aber auch bei Flugschriften zu finden, wodurch selbst ein illustriertes Flugblatt nicht eindeutig von einer Flugschrift zu unterscheiden ist.⁸

Diese Flugblätter mit Bildmaterial – auf die wir uns im Folgenden konzentrieren werden – werden zumeist als illustrierte Flugblätter bezeichnet. Vor allem das illustrierte Flugblatt, das zusätzlich mit einem Holzschnitt oder einem Kupferstich versehen war, genoss bei den zeitgenössischen RezipientInnen einen hohen Stellenwert.⁹

beobachten; SCHULTHEISS-HEINZ, Krieg, Publizistik und Propaganda in der Frühen Neuzeit, 351.

5 BRÜCKNER, Flugblatt, 1026 f.

6 WÄSCHER, Das deutsche illustrierte Flugblatt, 7.

7 SCHILLING, Bildpublizistik der frühen Neuzeit, 105–109.

8 Während die Illustrationen für das illustrierte Flugblatt selbstredend und unumgänglich waren, kamen bei Flugschriften nur selten Illustrationen vor und beschränkten sich allenfalls auf kleinere Kupferstiche oder Holzschnitte, die bloß den Text der Flugschrift schmücken oder unterstützen sollten; SCHILLING, Bildpublizistik der frühen Neuzeit, 105–109.

9 BRÜCKNER, Flugblatt, 1026 f.

Der Vorteil des illustrierten Flugblattes lag hierin, dass die Propaganda¹⁰ und die Verbreitung von Informationen auf textueller sowie auch bildlicher Ebene fungierte und so dem Erwartungshorizont der breiten Masse entsprach. Während die Flugschrift, welche vielfach ohne Illustrationen auskam, eher das Medium der Bildungsschicht und der geistlichen Gelehrten wurde, entwickelte sich das Flugblatt schnell zu einem sehr beliebten Text- und Informationsmedium, das eine größere Anzahl von Menschen ansprach.¹¹ Flugschriften scheinen stärker vom religiös-politischen Diskurs geprägt worden zu sein, während das Flugblatt-Medium dazu diente, ein Ereignis kurz zu kommentieren und auf dieses zu reagieren.¹²

Das illustrierte Flugblatt zählt daher eindeutig zu den zentralen Informationsmedien, welche den frühneuzeitlichen Menschen im Alltag prägten. Zum einen wurde es von der zeitgenössischen Publizistik benutzt, um Informationen und Texte verschiedener Art – darunter literarische Formen wie Lieder, Satiren, aber auch polemische und allegorische Darstellungen und Schilderungen – einem breiten Publikum zugänglich zu machen. Zum anderen wurde das illustrierte Flugblatt von Seiten der Obrigkeit verwendet, um machtpolitische Beschlüsse, Informationen und Texte verschiedenster Art zu verbreiten.

Beim Flugblatt ist vor allem die literarische Vielseitigkeit auffallend, die offenbar kaum Grenzen kannte, sondern vielmehr das gesamte literarische Spektrum der barocken Publizistik abdeckte. So stößt der/die HistorikerIn im Zuge der Analyse von Flugblättern unter anderem auf Textgattungen wie Predigten, Briefe, Biographien, prognostische und apokalyptische Texte, Gebete, Dialoge, Parodien, Satiren, Lehr- und Mahnbilder, Heiligenviten, Lieder¹³, Lob- und Trauergedichte etc.¹⁴ Dabei wurde im illustrierten Flugblatt eine mannigfache Anzahl von verschiedenen Gattungen behandelt: beispielsweise Mandate, politische Verkündigungen und Schilderungen von Hinrichtungen, Mordfällen,

10 Zur Begriffsdiskussion der Propaganda siehe Kapitel 2.2.

11 ERICSON WOLKE-LARSSON-VILLSTRAND, *Trettioåriga Kriget*, 310.

12 OGGOLDER, *Diskurs der Neugierde*, 57.

13 Hierbei wurden oft bekannte Melodien mit politisch-satirischen Texten versehen; ERICSON WOLKE-LARSSON-VILLSTRAND, *Trettioåriga Kriget*, 316.

14 TSCHOPP, *Heilsgeschichtliche Deutungsmuster*, 71.

Katastrophen, Wundern und Himmelszeichen.¹⁵ In dieser Arbeit wird die Anwendung des illustrierten Flugblattes im Zuge politischer Propaganda im Vordergrund stehen.

Die Flugblätter weisen eine Vielfalt an verschiedenen Versmaßen, Strophenformen und generell Metrik auf. Dabei sind bevorzugt der Alexandriner (der 12- bzw. 13-silbige jambische Sechsheber) und der Knittelvers (der paarweise gereimte Vierheber) in Verwendung, während Prosa im 16. und 17. Jahrhundert äußerst selten in Gebrauch gewesen zu sein scheint.¹⁶ Vor allem der Knittelvers zeichnet sich bis Anfang des 17. Jahrhunderts durch eine äußerst hohe Frequenz in denjenigen illustrierten Flugblättern aus, die sich an ein breiteres Publikum wendeten. Der Alexandriner hingegen, welcher sich im deutschsprachigen Raum allen voran durch die Dichtkunst von Martin Opitz etabliert hatte, war wohl das bevorzugte Versmaß der Flugblatt-Texte, welche sich an ein gelehrtes und gebildetes Publikum wendeten. Ab der Mitte des 17. Jahrhunderts fand der Alexandriner auch Eingang in die illustrierten Flugblätter, welche sich inhaltlich und thematisch an ein breiteres Publikum wendeten. Hier war vor allem der heroische Alexandriner, der durch eine paarweise gereimte Strophenform gekennzeichnet ist, das bevorzugte Versmaß, im Gegensatz zum elegischen Alexandriner, für dessen Strophenform Kreuzreime charakteristisch sind.¹⁷

Kennzeichnend für das Flugblatt im 17. Jahrhundert ist, dass der Großteil der angeführten Texte auf Deutsch abgedruckt und bloß in seltenen Fällen auf Latein verfasst wurde. Im Falle, dass die abgedruckten Texte, Lieder oder Gedichte auf den illustrierten Flugblättern in Latein angefertigt wurden, führten die Herausgeber zumeist aber eine deutsche Übersetzung an.¹⁸ Diese Tatsache unterstreicht die Annahme, dass das intendierte Zielpublikum des illustrierten Flugblattes zumindest auf inhaltlicher Ebene eine breite Masse und nicht eine Art Bildungsober-schicht sein sollte.

Grundsätzlich war das illustrierte Flugblatt so konzipiert, dass es vom Großteil der Bevölkerung verstanden und gedeutet werden konnte. Je-

15 BRÜCKNER, Einblattdruck, 119.

16 Ebd.

17 BANGERTER-SCHMID, Erbauliche illustrierte Flugblätter, 139–143.

18 SCHILLING, Bildpublizistik der frühen Neuzeit, 42 f.

doch stellt sich hier die Frage, inwieweit die textuelle Ebene des illustrierten Flugblattes dem Bild untergeordnet war.¹⁹

Seit Mitte des 16. Jahrhunderts hatte sich formal eine optische Layout-Darstellung bei Flugblättern durchgesetzt, die auch während des Dreißigjährigen Krieges immer wieder zur Anwendung kam. Betrachtet man die in dieser Arbeit analysierten Flugblätter, ist zu erkennen, dass sich beim Großteil unter der Überschrift, die in vielen Fällen über mehrere Zeilen reicht und zumeist Typendruck (Frakturschrift) verwendet, eine Illustration – welche als Kupferstich, Holzschnitt oder Radierung produziert wurde – befindet. Darunter wiederum ist im Regelfall ein mehrspaltig gesetzter Text zu finden, worunter in manchen Fällen zusätzlich das Impressum oder das Druckjahr zu finden ist. Die Texte selbst sind zumeist zentriert und werden in vielen Fällen von mehreren Bordüren (Zierleisten) begleitet. Diese Bordüren können den Text hierbei mit dem Bild in eine formale Einheit bringen oder gegebenenfalls voneinander trennen. Auf dem Großteil der zu behandelnden Flugblätter stellt die Bordüre zumeist ein Bindeglied dar, wodurch eine Einheit zwischen Bild und Text auch formal suggeriert wird. Michael Schilling weist hierbei darauf hin, dass der für das Textfeld vorgesehene Platz oft in etwa so groß ist wie die zusätzlich angeführte Graphik. Diese Feststellung führt zu der Annahme, dass sowohl die Bild- als auch die Textebene einen gleichrangigen Stellenwert einnahmen.²⁰

Für HistorikerInnen, GermanistInnen und KunsthistorikerInnen ist es oftmals ein schweres Unterfangen, die Bilder sowie auch die Texte der illustrierten Flugblätter »richtig« zu deuten. Vor allem die Kupferstiche enthalten oft viele unterschiedliche Bildebenen und Subtexte, die nur schwer und unter Zuhilfenahme von Sekundärliteratur gedeutet werden können. Erstaunlich scheint es, dass die Botschaft der Bilder für die zeitgenössischen RezipientInnen der illustrierten Flugblätter scheinbar mit Leichtigkeit nachzuvollziehen war.²¹ So galt es neben der Hauptaussage des Bildes auch Anspielungen zu verstehen und zu deuten bzw. diese mit dem neuesten Flugblatt in Relation zu setzen. Zudem musste der/die zeitgenössische RezipientIn die verschiedenen Bildformeln aus der spirituellen Bibelexegese, die Metaphorik der Antike und des Frühmittel-

19 Auf diese Fragestellung wird in Kapitel 3 näher eingegangen.

20 SCHILLING, Bildpublizistik der frühen Neuzeit, 57.

21 OGGOLDER-VOCELKA, Flugblätter, Flugschriften und periodische Zeitungen, 864.

alters, weltliche Fabeldeutung, Heiligenattribute sowie auch Herrscherheraldik mit der derzeitigen machtpolitischen Situation in Verbindung bringen können. Kurz gesagt: Die Lesefähigkeit des frühneuzeitlichen Menschen muss extrem hoch und die Fähigkeit, versteckte Bildformeln aus Bildern herauslesen zu können, sehr stark ausgeprägt gewesen sein. Dennoch muss hier auf ein Bildungsgefälle innerhalb der Leserschaft hingewiesen werden. Es kann nicht davon ausgegangen werden, dass für den Menschen der sozial schwächeren Bildungsschicht die Metaphorik und Bildformeln der Antike ebenso geläufig waren, wie die Motive und Geschichten des Neuen Testaments.²²

Dies ist auch der Grund, weshalb die frühneuzeitlichen Publizisten und Propagandisten oftmals auf bekannte Bildformeln, auf ähnlichen Bildaufbau, auf bestimmte Themen und Szenen zurückgriffen, obwohl sie die Möglichkeit besaßen, sich auf einen reichen Fundus an antiken, mittelalterlichen sowie auch zeitgenössischen Bildern und Themen zu berufen.²³ Bedingt dadurch, dass die Inhalte und Bilder der illustrierten Flugblätter zur Zeit des Dreißigjährigen Krieges häufig religiös motiviert waren und entweder direkt biblische Darstellungen boten oder indirekt auf alttestamentarische Thematiken anspielten, kann davon ausgegangen werden, dass die Aussage oder der Inhalt eines illustrierten Flugblattes von einem relativ großen Teil der Bevölkerungsschicht gedeutet werden konnte. Diese religiöse Selbsterklärlichkeit war somit Teil des zeitgenössisch-frühneuzeitlichen Erwartungshorizontes, nichtsdestotrotz dürfte wohl die Verbindung zwischen Text und Bild für das Verständnis der illustrierten Flugblätter essenziell gewesen sein. Folglich wird ein/e potenzielle/r analphabetische/r RezipientIn nicht den vollen Informationsgehalt eines illustrierten Flugblattes allein durch das Bild verstanden haben, sondern abhängig von einer zusätzlichen Erklärung und Kommentierung des gesamten Textes gewesen sein.²⁴

So war der Wiedererkennungsfaktor eines vertrauten und bekannten Motives oder Themas wohl eine der Hauptantriebskräfte, die die frühneuzeitlichen potenziellen KäuferInnen eines Flugblattes dazu anregten, das neue illustrierte Flugblatt käuflich zu erwerben. Ähnliches gilt hierbei auch für die textliche Ebene. Bekannte Überschriften und

22 OGGOLDER–VOCELKA, Flugblätter, Flugschriften und periodische Zeitungen, 864.

23 TSCHOPP, Heilsgeschichtliche Deutungsmuster, 91.

24 SCHILLING, Bildpublizistik der frühen Neuzeit, 42 f.

sprachliche bzw. rhetorische Stilmittel sollten die Aufmerksamkeit und Neugier der potenziellen KäuferInnen erregen. Auch gewisse sprachliche Paraphrasierungen und Formulierungen wie beispielsweise *wahrhaftig*, *wahr*, *trawrig*, *eygentlich* oder *herrlich* wurden bewusst gewählt, um den/ die KäuferIn neugierig zu machen.²⁵

Um der bildlichen Aussage des illustrierten Flugblattes mehr Gewicht zu verleihen, verwendete der frühneuzeitliche Propagandist zumeist die Heilige Schrift als Quelle oder als Legitimierung der eigenen Aussage. Durch den Verweis auf biblische und außerbiblische Quellen konnten sowohl publizistisches Vorgehen als auch publizistische Inhalte legitimiert werden.²⁶ So konnte der/die RezipientIn der illustrierten Flugblätter nicht einfach ignorieren, was durch Theologie, Wissenschaft, Geschichte bzw. der Bibel legitimiert wurde, da dies unweigerlich auch eine Kritik an einem System tradierter Werte bedeutet hätte, die grundsätzlich nicht zu hinterfragen waren.

Die potenziellen KäuferInnen konnten die illustrierten Flugblätter unter anderem im Buchhandel, auf Buchmessen oder im Zuge von Jahrmärkten kaufen. Ebenso waren illustrierte Flugblätter aber auch bei Buchführern und hausierenden Wanderhändlern käuflich zu erwerben.

Interessant ist jedoch, dass der Großteil der Flugblätter face-to-face verkauft wurden.²⁷ Dabei spielte vor allem der Kolportage- und Haushandel eine große Rolle, im Zuge dessen die zu verkaufenden Flugblätter zumeist vor Ort bei den Druckereien oder in den Buchläden gekauft wurden, bevor man anschließend in Dörfer, durchs Land oder in andere Städte weiterzog.²⁸ Hierbei kristallisierte sich vor allem der Wanderhändler als bedeutender Haushändler heraus, der neben u. a. Brillen, Rosenkränzen, Spielkarten, Blasinstrumenten, Bürsten, Kämmen oder Messern auch Flugblätter und Flugschriften anbot. Seine Ware trug dieser zumeist in einem Korb am Rücken oder in einem Bauchladen – auch Kramladen genannt –, und zog damit durch meist nahegelegene, vereinzelt aber auch entferntere Dörfer und Städte. Aufgrund der Tatsache, dass der Verkauf von Flugblättern davon abhängig war, wie gut man für sein Produkt Werbung tätigen konnte, gab es einen Großteil an Flugblatt-Produzenten,

25 SCHILLING, Bildpublizistik der frühen Neuzeit, 71–76.

26 TSCHOPP, Heilsgeschichtliche Deutungsmuster, 254.

27 SCHILLING, Bildpublizistik der frühen Neuzeit, 26–33.

28 OGGOLDER, Druck des Krieges, hier 413 f.

die versuchten, ihre Druckwerke zusätzlich in außerhalb gelegenen Städten zu verkaufen. Manche Flugblätter deckten dabei einen sehr weiten geographischen Raum ab und legten erstaunlich weite Wege zurück.²⁹

In den Städten selbst wurden die Flugblätter zumeist in den Zentren des städtischen Lebens verkauft. So konnten die Bürger der Stadt an Markt-, Rathaus- und Kirchplätzen, in Wirtshäusern sowie auch an Universitäten oder in der Nähe von Residenzen die neuesten Flugblätter erwerben.

Eine andere Möglichkeit der Expansion der Flugblätter bestand in der Verbreitung des Flugblattes via Postsendung, welche schon seit dem 16. Jahrhundert bestand. Hierbei wurden manchmal Flugblätter, genau wie Zeitungen – laut frühneuzeitlichem Verständnis meinte man damit lediglich aktuelle und zeitgenössische Informationen – in verschiedene Städte geschickt, wo interessierte LeserInnen diese empfangen. Im Regelfall wurden dabei ähnliche Informationsrouten gewählt, aber auf indirektem oder direktem Wege war es gut möglich, einen weiten Raum abzudecken, wodurch zu erkennen ist, dass man im Zuge der Produktion und Verbreitung von Flugblättern zu Beginn des Dreißigjährigen Krieges bereits auf ein sehr gut funktionierendes Informationsnetzwerk zurückgreifen konnte.³⁰

Es ist jedoch schwer zu eruieren, wie viel Geld die durchschnittlich-frühneuzeitlichen RezipientInnen und KäuferInnen für ein illustriertes Flugblatt ausgaben, da in keinem zeitgenössischen Fall der Verkaufspreis erhalten geblieben ist. Bloß durch zufällige Archivierungen, Zufallsfunde oder Protokolle aus Verhörsituationen, in denen Buchdrucker bzw. Kramer befragt wurden, kann man ansatzweise auf einen

29 Im Falle Augsburgs hat Michael Schilling die Vertriebswege von Flugblättern dargestellt und aufgezeigt, dass diese nach Norden hin bis Skandinavien reichten. Die Flugblätter gelangten hierbei jedoch nicht auf direktem Weg nach Skandinavien, was durch die Konkurrenz mit dem Druckort Nürnberg zu erklären ist; gleiches gilt für den Weg nach Osten, obwohl man im Falle Augsburgs belegen kann, dass manche Flugblätter auch auf direktem Weg bis nach Russland gelangten. Nach Westen und Süden waren im Falle Augsburgs die Informationsrouten sehr gut. Die südliche Informationsroute reichte bis nach Tirol, die südwestliche bis nach Zürich, die westliche bis nach Elsass und Kaisersberg und die nordwestliche bis nach Würzburg; SCHILLING, Bildpublizistik der frühen Neuzeit, 35f.

30 Ebd.

durchschnittlichen Preis kommen.³¹ Der Herstellungspreis eines illustrierten Flugblattes belief sich auf zwei Kreuzer³² – bei einem Großhandelspreis sogar auf nur einen Kreuzer. Der Verkaufspreis dürfte sich Anfang des 17. Jahrhunderts daher durchschnittlich auf etwa zwei bis vier Kreuzer für ein illustriertes Flugblatt belaufen haben, wobei jene, die mit Kupferstichen versehen waren, etwas teurer gewesen sein dürften als die mit Holzschnitten.³³

Es wurde bereits darauf hingewiesen, dass die Flugblätter wohl eine hohe räumlich-geographische Streuung aufweisen konnten; komplizierter ist aber herauszufinden, wie die soziale Käuferstreuung der illustrierten Flugblätter ausgesehen hat. Hierbei trennt man zumeist zwischen impliziten, expliziten und plausiblen AdressatInnen. Während die impliziten AdressatInnen jene beschreiben, die die notwendigen Voraussetzungen mitbrachten, um das illustrierte Flugblatt zu verstehen und zu erwerben, bezeichnen die expliziten AdressatInnen denjenigen Personenkreis, der auf Flugblättern angesprochen wurde (z. B. ProtestantInnen, Gustav Adolf, Kaiser Ferdinand II., Kurfürst Johann Georg I. von Sachsen, Tilly). Erst die plausiblen AdressatInnen zeichnen die tatsächlichen AbnehmerInnen aus, die das illustrierte Flugblatt kauften.³⁴

Da manche Texte der illustrierten Flugblätter auf Latein verfasst wurden – auch wenn dies selten der Fall war –, ist es naheliegend, dass das Flugblatt teilweise seine Leserschaft auch in der obersten Bildungsschicht fand. Hinzu kommt auch, dass gewisse Porträts von Fürsten, Königen, Heeresführern etc., die als illustrierte Flugblätter in Umlauf gebracht wurden, extra Auftragsarbeiten waren. Schwieriger ist es hingegen he-

31 Ein Großteil der erworbenen Flugblätter wurde in weiterer Folge auch von den RezipientInnen weiterverwendet oder andersartig gebraucht. Aufgrund dessen ist der Großteil der illustrierten Flugblätter, welche heutzutage noch vorhanden sind und so bloß einen winzigen Teil der ursprünglich gedruckten Flugblatt-Auflagen ausmachen, auf zeitgenössische Sammler zurückzuführen, die allesamt der gesellschaftlichen Oberschicht angehörten. Folglich sind die uns erhaltenen Flugblatt-Bestände leider nicht repräsentativ für die Streuung und Wirkungskraft des Flugblattes; OGGOLDER, *Druck des Krieges*, 415–417.

32 2 Taler = 3 Gulden, 1 Gulden = 15 Batzen = 60 Kreuzer = 240 Pfennige; SCHILLING, *Bildpublizistik der frühen Neuzeit*, 38.

33 Ebd. 38f.

34 Ebd. 40f.

rauszufinden, welche Personen aus den unteren sozialen Schichten das illustrierte Flugblatt tatsächlich erreichte.³⁵

Der oben angesprochene Durchschnittspreis von zwei bis vier Kreuzern pro Flugblatt ermöglicht eine ökonomische Eingrenzung der realen Käufergruppe. Der durchschnittliche Preis eines illustrierten Flugblattes Anfang der 1630er Jahre entsprach wohl etwa dem Stundenlohn eines gelernten Maurers (dieser verdiente in Nürnberg ebenso so wie in Augsburg etwa 20 Kreuzer pro Tag). An dieser Stelle ist jedoch zu bedenken, dass nicht alle Menschen, die einer geregelten Arbeit nachgingen, auch in der Lage waren, sich eine zusätzliche Ausgabe wie ein illustriertes Flugblatt zu leisten. Diejenigen, welche aus der unteren Schicht stammten bzw. am Existenzminimum lebten – zu dieser Schicht zählten bereits zu Friedenszeiten etwa 50 Prozent der Bevölkerung –, dürften daher eher nicht die wirtschaftliche Voraussetzung mitgebracht haben, um sich solch eine Anschaffung leisten zu können. Bloß die gewerbetreibende Mittelschicht und auch derjenige Teil der Unterschicht, der ein regelmäßiges Einkommen vorweisen konnte – etwa Handwerksgesellen oder Gesinde –, dürften daher als potenzielle und realistische KäuferInnen von Flugblättern anzusehen zu sein.³⁶

Obwohl sich dementsprechend wohl bloß eine sehr begrenzte Anzahl an Menschen als potenzielle KäuferInnen erwiesen, muss dies nicht heißen, dass illustrierte Flugblätter nicht von breiteren Bevölkerungsschichten rezipiert werden konnten. Es ist davon auszugehen, dass die Inhalte der Flugblätter für AnalphabetInnen zugänglich gemacht wurden, vor allem durch Vorlesen oder Vorsingen. So konnten die illustrierten Flugblätter, deren Texte oftmals in Lied- bzw. Versform textiert waren, durch Aussingen das Kaufinteresse auch bei einer leseunkundigen Schicht gesteigert haben. Dies ist mit ein Grund dafür, warum im 16. und 17. Jahrhundert das illustrierte Flugblatt so hohe Verkaufszahlen aufweisen konnte und weshalb das Informationsmedium auch bei der sozial schwächeren Bevölkerungsschicht sowie auch bei AnalphabetInnen auf Anklang stieß.³⁷

35 SCHILLING, Bildpublizistik der frühen Neuzeit, 40f.

36 Ebd.

37 BANGERTER-SCHMID, Erbauliche illustrierte Flugblätter aus den Jahren 1570–1670, 139–143.