

Einleitung

Es gibt gute Gründe, den Beginn der Neuzeit mit Gutenbergs Erfindung des Buchdrucks mit beweglichen Lettern einsetzen zu lassen. Die grundlegenden Umwälzungen und Entwicklungen der Gesellschaft, Episteme, Ökonomie oder Mentalität im 16. Jahrhundert wurden vom Buchdruck wenn nicht bewirkt, so doch ermöglicht und befördert. Nimmt man zwei andere Ereignisse, die mit dem Angang der Neuzeit konnotiert werden, also die Entdeckung der Neuen Welt und die Reformation, wäre Amerika ohne Vespuccis europaweit verbreitete Reiseberichte sehr viel später auf den Landkarten erschienen, und ob der Protest der Protestanten sich ohne das mediale Echo ausreichend Gehör hätte verschaffen können, mag man bezweifeln. Weniger spektakulär und ohne mit heroischen Namen wie Gutenberg, Kolumbus oder Luther aufwarten zu können, aber kaum weniger folgenlos verliefen Prozesse wie die Etablierung größerer Öffentlichkeiten und eines Buchmarkts, der sich durch die wachsende Distanz zwischen Autor/Drucker und Leser/Käufer vor erhebliche Herausforderungen gestellt sah, die zu gravierenden Veränderungen im kulturellen Haushalt der frühneuzeitlichen Gesellschaft führten.

Einige Aspekte dieser Entwicklungen untersuchen die folgenden Studien, wobei die jungen Medien und insbesondere die Bildpublizistik im Zentrum stehen, weil das Kleinschrifttum schneller und stärker auf die Anforderungen des anonymen Marktes reagierte und Flugblätter durch ihre Aufmachung, Kürze und den publikumsnahen Vertrieb der Kolportage die damals breiteste Öffentlichkeit erreichten. Die folgenden knappen Bemerkungen mögen die latenten Zusammenhänge andeuten, in denen die zu unterschiedlichen Zeiten und Anlässen entstandenen Aufsätze des Bandes untereinander stehen.

1 Konfessionelle Öffentlichkeiten

Die erste Großstadt im Reich, die zur Reformation übertrat, war Magdeburg. Beim Aufkommen, der Durchsetzung, Konsolidierung und Institutionalisierung der reformatorischen Bewegung kamen jeweils spezifische Medien zum Einsatz, die von der Mündlichkeit der ‚*gemin sag*‘, des ausgesungenen Liedes und der Predigt unter freiem Himmel bis zum Schultheater, zu gedruckten Lehrbüchern oder einem Gesetz-und-

Gnade-Bild in der Ratsstube reichten. Die Entwicklung kulminierte in dem immensen Ausstoß propagandistischer Flugpublizistik, mit der ‚Unsers Herrgotts Kanzlei‘ während der Belagerung von 1550/51 ihre Position ideologisch zu festigen suchte.

Die publizistische Fehde um die sogenannte Straßburger Tierprozession hat in den letzten Jahren einige Aufmerksamkeit der Forschung auf sich gezogen. Ähnliche Argumentationsmuster wie bei der Tierprozession finden sich in einer Kontroverse, die sich um einen Ketzer-Katzen-Vergleich aus einer Predigt Bertholds von Regensburg entspann. In beiden Kontroversen beanspruchten bzw. bestritten die konfessionellen Parteien eine ununterbrochene Existenz der protestantischen Kirche von Christus an, die der katholischen Argumentation mit der kontinuierlichen Sukzession auf Petri Stuhl entgegengehalten wurde. Beide Kontroversen sind einzuordnen in die Auseinandersetzung um den *Catalogus testium veritatis* des Matthias Flacius Illyricus.

Der Neufund eines Flugblatts aus dem Umkreis von Jakob Böhme belegt, dass sich auch die Vertreter einer innerlichen Frömmigkeit mit Hilfe publizistischer Medien an die Öffentlichkeit wandten, um für ihre Position zu werben und sich von orthodoxen Glaubensprinzipien abzusetzen. Geht es in den beiden ersten Studien um die Entstehung der reformatorischen Öffentlichkeit und um die Besetzung von Argumentationslinien im Kampf um die öffentliche Meinung zwischen Anhängern der protestantischen und katholischen Kirche, könnte man im Fall des Amsterdamer *Metamorphosis*-Flugblatts vielleicht von einer *contradictio in adiecto* einer spiritualistischen Öffentlichkeit sprechen.

2 Öffentlichkeiten und mediale Anpassung

An den in der Forschung wenig beachteten Flugblättern Melanchthons lässt sich zeigen, wie ihre Aufmachung auf die jeweils avisierte Öffentlichkeit abgestimmt wurde: Einfache Textabdrucke ohne Zierelemente oder Illustration waren für die *res publica litteraria* bestimmt, wahrscheinlich primär sogar nur für die engere *sodalitas* der Freunde und Bekannten des Wittenberger Gelehrten. Bildbeigaben, ein geschlossenes Layout und die Volkssprache kamen hingegen ins Spiel, wenn eine größere Öffentlichkeit adressiert wurde.

Auf thematisch-funktionaler Ebene ergibt sich ein vergleichbares Bild bei einer Reihe von Flugblättern, welche die Personifikation der *Amicitia* zum Gegenstand haben. Dienten die betreffenden lateinischen Blätter des 16. Jahrhunderts der Selbstvergewisserung und Konsolidierung einer humanistischen Elite, erweiterte sich mit dem Wechsel zur Volkssprache nicht nur die angesprochene Öffentlichkeit, sondern auch die thematische Ausrichtung des humanistischen Freundschaftsideals, das jetzt auch religiöse oder moralistische Komponenten aufnahm.

Zum literarischen Wissen der Frühen Neuzeit gehörten Fabel und Tierepos, die als Schullesestoff zumindest bei den Lesekundigen, über das Vorlesen oder Erzählen

aber auch bei Analphabeten bekannt waren. An dieses Wissen konnten die Publizisten anknüpfen, wenn sie das Tierpersonal mit den entsprechenden Konnotationen und Konstellationen heranzogen, um politische Situationen satirisch zu glossieren oder gegen den politisch-konfessionellen Gegner zu polemisieren.

Mit der von Leopold I. autorisierten Wiedergabe und lateinischen Erläuterung der *Gemma Augustea* aus der Sammlung der kaiserlichen Schatzkammer zu Wien bekundete man vordergründig die historisch-antiquarischen Interessen des Herrschers. Das Blatt war in erster Linie für die gebildete Öffentlichkeit der europäischen Höfe bestimmt, der man durch den Rückbezug auf das römische Imperium unter Augustus unausgesprochen, aber unmissverständlich den gegen Frankreich gerichteten Anspruch des Kaisers auf die Vorherrschaft in Europa vermittelte.

3 Marktstrategien

Flugblätter waren in der Regel eine Handelsware. Da ihre Produzenten sich einem weitgehend anonymen Markt gegenüber sahen, waren sie genötigt, ihre Blätter für möglichst viele potenzielle Abnehmer möglichst attraktiv zu machen. Die wichtigsten Momente der Eigenwerbung waren zweifelsohne die Aufmachung mit schlagkräftigem Titel und eingängiger Illustration, der Anspruch auf Glaubwürdigkeit und Aktualität, auf Informativität und Sensationalität, der Unterhaltungswert etwa satirischer Darstellungen oder das Versprechen, etwas für ein gelingendes Leben beizusteuern. Daneben gab es aber auch subtilere Methoden, sich einen Marktanteil an der Bildpublizistik zu sichern. Einige davon kommen in den vier abschließenden Studien zur Sprache.

Das Pariser Flugblatt *Le Combat General Des Anges Et Des Diables* versucht, zwei Käufergruppen gleichzeitig anzusprechen. Der als *trompe l'œil* gestaltete Kupferstich gibt vor, ein von Hieronymus Bosch gemaltes Triptychon abzubilden. Damit sprach das Blatt im Sog der Bosch-Konjunktur des 16. Jahrhunderts den Kunstliebhaber und -sammler an. Dagegen hob der von der Forschung übersehene Text ausschließlich auf das Heilsbedürfnis seiner Leser ab und führte das als Kunstwerk präsentierte Altarbild wieder seiner ursprünglichen Bestimmung als Sündenspiegel und Ort der täglichen Andacht zu.

Von dem als Schwankautor bekannten, als Verfasser von Flugblättern hingegen weithin unbekannten Michael Lindener haben sich sechs Einblattdrucke erhalten, die mit seinem Namen oder seinen Initialen unterzeichnet sind. Sie fallen zeitlich in die Jahre seiner Tätigkeit als Schullehrer in Augsburg und müssen als Versuch gelten, das kärgliche städtische Salär aufzubessern. Er gab sich ohne eine entsprechende Faktenslage als *Poeta Laureatus* oder *Chronicus* aus, um seinen Texten eine höhere Autorität beizulegen und den Absatz der Blätter zu fördern. Auf derselben Linie liegen die thematische Indifferenz und funktionale Diversität seiner Drucke, die somit für unterschiedliche Interessen unterschiedlicher Käufergruppen offen gehalten wurden.

Hans Sachs war im 16. Jahrhundert der mit Abstand erfolgreichste Autor von Flugblättern. Sein Einfluss ist auch in der Bildpublizistik des 17. Jahrhunderts noch beträchtlich. Auf die Frage, ob sein Name wie zu seinen Lebzeiten auch noch auf den späteren Blättern als Markenzeichen und Autorisationsgestus eingesetzt wurde, ergeben sich widersprüchliche Antworten. Einerseits verschweigt die Mehrzahl der Neudrucke, Bearbeitungen und Neufassungen von Texten des Nürnbergers ihren Urheber. Auf der anderen Seite behielt der erfolgreichste und bis 1730 immer wieder auf Flugblättern nachgedruckte Text die Namensnennung in Form der typischen Sphragis selbst dann noch bei, als der altertümliche Knittelvers in moderne Alexandriner umgegossen und die Handlung bukolisiert wurde.

Eine der Neuerungen, die Hans Sachs und seine Verleger im Bereich der Bildpublizistik vorgenommen hatten, war die Serienbildung. Blattfolgen konnten in zweifacher Weise rezipiert werden: sukzessiv, indem man die zugehörigen Einblattdrucke nacheinander umblätterte, oder synoptisch, indem man die einzelnen Blätter nebeneinander legte. Damit standen die Serien als Publikationsform eigenen Rechts zwischen dem Buch und dem Flugblatt. Als diversifizierende Ergänzung der singulären Blätter erschlossen sie ein neues Marktsegment. Ihre Verbreitung und Attraktivität, aber auch ihr hoher Verschleiß können an ihren Rezeptionsspuren im außerliterarischen Bereich abgelesen werden.

Zehn der hier vorgelegten Aufsätze sind unpubliziert. Davon wurden acht eigens für diesen Band geschrieben. Einer bietet eine erheblich erweiterte Neufassung eines bereits gedruckten Artikels.

Ein Buch entsteht nicht ohne die Hilfe vieler Personen und Institutionen, denen an Ort und Stelle in den vorliegenden Studien gedankt wurde. Namentlich möchte ich hier meinen Söhnen Erik und Thorsten für ihre Bereitschaft danken, den Vater mit Literaturbeschaffung, manpower und ihrer IT-Expertise zu unterstützen. Christiane Kuckhoff danke ich für die bereitwillig übernommene Korrektur des Bandes. Der größte Dank gebührt aber meiner Frau Ewa Pietrzak, die mit ihrer fachlichen Kompetenz als Germanistin und Übersetzerin manche stilistische und grammatische Unebenheit geglättet hat.

Während der Planung des vorliegenden Buches starb mein akademischer Lehrer und Freund Wolfgang Harms, der mit seinen Initiativen, Publikationen, Editionsprojekten und von ihm angeregten Dissertationen das illustrierte Flugblatt der Frühen Neuzeit wesentlich ins Bewusstsein der Forschung gehoben hat. Seinem Andenken ist der Band gewidmet.

1.

Konfessionelle Öffentlichkeiten

Kleine Mediengeschichte der Magdeburger Reformation*

Vorbemerkungen

Es gehört schon zu den Gemeinplätzen der jüngeren Reformationsforschung festzustellen, dass die Reformation erst durch den Buchdruck und die neuen Medien der Flugpublizistik ihre Durchschlagskraft und auch Nachhaltigkeit gewann.¹ Und umgekehrt konnte sich vielerorts auch das Druckwesen erst durch die Reformation dauerhaft etablieren. Dabei wird vorzugsweise auf die Auflagenhöhen, die Verbreitung und die Geschwindigkeit des Vordringens der lutherischen Kernschriften verwiesen. Ein genauerer Blick auf den Zusammenhang von Reformation und Medialität in einzelnen Städten und Territorien wurde hingegen nur selten unternommen.² Ein solcher Blick sei im Folgenden für Magdeburg versucht, das als erste Großstadt im Reich zur Reformation übergetreten ist.³

* Der Beitrag basiert auf einem Vortrag, der am 2. März 2017 im Kulturhistorischen Museum Magdeburg gehalten wurde. Die Schriftfassung behält den Vortragsduktus bei und ist um die Nachweise in den Fußnoten ergänzt.

1 Vgl. BERND MOELLER: Stadt und Buch. Bemerkungen zur Struktur der reformatorischen Bewegung in Deutschland. In: DERS.: Die Reformation und das Mittelalter. Hg. von JOHANNES SCHILLING. Göttingen 1991, 111–124 [zuerst 1979]; ROBERT W. SCRIBNER: For the Sake of the Simple Folk. Popular Propaganda for the German Reformation. Cambridge u. a. 1981; MARK U. EDWARDS: Printing, Propaganda and Martin Luther. Berkeley 1994; BERNDT HAMM: Die Reformation als Medienereignis. In: Jahrbuch für Biblische Theologie 11 (1996), 137–166; ANDREW PETTEGREE: Brand Luther. 1517, Printing, and the Making of the Reformation. New York 2015; THOMAS KAUFMANN, ELMAR MITTLER (Hgg.): Reformation und Buch. Akteure und Strategien frühreformatorischer Druckerzeugnisse. Wiesbaden 2017.

2 Z. B. OEHMIG: Buchdruck und Buchkultur; VIVIEN STAWITZKE: Reformation und Buchdruck. Erfurt als frühes Medienzentrum (1499–1547). Jena 2017.

3 Zu den Vorgängen und zur Politik des Rates beim Übergang Magdeburgs zur Reformation vgl. FRIEDRICH HÜLSSE: Die Einführung der Reformation in der Stadt Magdeburg. In: Geschichtsblätter für Stadt und Land Magdeburg 18 (1883), 209–369; HELMUT ASMUS: 1200 Jahre Magdeburg. Die Jahre 805 bis 1631. Magdeburg 1999, 428–470; LUTZ MIEHE: Magdeburg im Zeitalter der Reformation (1517–1551). In: MATTHIAS PUHLE, PETER PETSCH (Hgg.): Magdeburg. Die Geschichte der Stadt 805–2005. Dössel 2005, 313–342.

Will man die wichtigsten Medien der Reformation nennen, fallen einem zuerst die Flugschriften ein, also Broschüren von 8 bis 16 Seiten Umfang, die in Auflagen von 1.000 bis 2.000 Stück vertrieben wurden.⁴ Und als zweites erinnert man sich an Flugblätter, also großformatige Einblattdrucke, die in der Regel mit einem mehr oder minder attraktiven Holzschnitt als Illustration um die Aufmerksamkeit eines breiten Publikums warben.⁵ In Hinblick auf die Bedeutung, die dem Buchdruck bei der Durchsetzung der Reformation beigemessen wird, muss man allerdings darauf hinweisen, dass zwischen 1513 und 1524 in Magdeburg keine Druckerei existierte: 1512 war der einzige Drucker der Stadt Jakob Winter ohne Nachfolger gestorben, und erst im Laufe des Jahres 1524 nahm der Wittenberger Drucker Hans Knappe d.J. in der Domstadt seine Tätigkeit auf. Und Briefmaler, also jene Berufsgruppe, die in erster Linie für die Herstellung von Flugblättern verantwortlich zeichnete, sind in Magdeburg sogar erst seit der zweiten Hälfte der 1540er Jahre nachweisbar.

1 Mündlichkeit: Predigt, Lied, ‚gemain sag‘

Wenn aber die Flugpublizistik in der Inkubationsphase bis zum Ausbruch der reformatorischen Unruhen in Magdeburg mangels vorhandener Druckerpressen nur eine untergeordnete Rolle spielte, stellt sich die Frage nach anderen medialen Motoren der Reformation in der Domstadt. Frei nach dem Johannesevangelium könnte man als Antwort auf diese Frage formulieren: Am Anfang der Magdeburger Reformation war das Wort, und zwar weder das gedruckte noch das geschriebene, sondern das gesprochene Wort. Die mündliche Kommunikation in ihren verschiedenen Erscheinungsformen wird in der Reformationsforschung gemeinhin in ihrer Bedeutung vermutlich deswegen unterschätzt, weil sie nicht überliefert ist und folglich als historische Quelle nicht ausgewertet werden kann.⁶ Dennoch gibt es genügend Zeugnisse, aus denen zwar nicht der genaue Inhalt und Wortlaut, wohl aber die Wirkung des gesprochenen Worts bei der Durchsetzung der Reformation in Magdeburg hervorgeht.

Den Anfang der reformatorischen Unruhen machte ein alter Tuchmacher. Er habe auf dem Markt „bey Keyser Otten“, also zu Füßen des Magdeburger Reiters, Lutherlieder verkauft. Er

4 HANS-JOACHIM KÖHLER (Hg.): Flugschriften als Massenmedium der Reformationszeit. Stuttgart 1981; SILVIA SERENA TSCHOPP: Flugschriften als Leitmedien reformatorischer Öffentlichkeit. In: HELGA SCHNABEL-SCHÜLE (Hg.): Reformation. Historisch-kulturwissenschaftliches Handbuch. Stuttgart 2017, 311–330.

5 OELKE: Konfessionsbildung; BEYER: Eigenart.

6 Vgl. JAN-FRIEDRICH MISSFELDER: Mündlichkeit und Schriftlichkeit. In: SCHNABEL-SCHÜLE: Reformation (wie Anm. 4), 298–311.

sang die öffentlich hin und wieder, wo er kam, und leret Mann und Weib, auch Jungfrauen und Gesellen, so viele, das die deutschen Lieder und Psalmen so gemeine worden, daß die von gemeinem Volcke dieselbigen dornach teglich in allen Kirchen, ehe man die Predigten angefangen, öffentlich gesungen und noch singet.⁷

Aus anderer Quelle erfahren wir sogar zwei Titel der gesungenen Lieder, nämlich *Aus tieffer noht schrey ich zu dir* und *Es wolt uns Gott genedig sein*.⁸ Nachdem die Stadtknechte auf Befehl des Bürgermeisters Hans Rubin den Tuchmacher im Keller des Rathauses gefangengesetzt hatten, so der altgläubige Möllenvogt Sebastian Langhans, habe es einen Auflauf von 600–800 Bürgern gegeben, die „mit gewalt“ die Freilassung des „losen Bettlers“ erzwangen. Langhans schließt seinen Bericht über das Ereignis mit der Feststellung: „Dies war der erste Aufruhr“.

Dieser Bericht ist in mehrfacher Hinsicht aufschlussreich: Zum einen zeigt er, dass ortsansässige Druckereien keine unabdingbare Voraussetzung waren, um in den Besitz reformatorischer Drucke zu gelangen; das Kleinschrifttum zeichnete sich ja u. a. durch seine Transportabilität aus, die eine schnelle regionale und überregionale Verbreitung gewährleistete. Zum andern zeigt der Bericht die enge Verbindung von schriftlicher und mündlicher Kommunikation bei der Flugpublizistik; die Texte der Flugblätter und Flugschriften wurden von den Kolporteurs ausgerufen oder, wie im vorliegenden Fall, ausgesungen. Dadurch wurden nicht nur potenzielle Käufer angelockt, sondern auch nicht lesekundige Zuhörer mit den Inhalten der Drucke bekannt gemacht. Zugleich und drittens wird die Rolle der Kolporteurs als kommunikative Multiplikatoren sichtbar; Melodie, Reim und Volkssprachigkeit erhöhten die Merkbarkeit der Lieder und förderten somit ihre Verbreitung, so dass sie in kurzer Zeit – und wenn man es genau nimmt, bis heute – gemeinschaftsstiftende und gemeindebildende Funktionen für die Luther-Anhänger übernehmen konnten. Und nicht zuletzt wird die Macht der mündlichen Verbreitung von Nachrichten in dem Zusammenlauf der Menschenmenge sichtbar, die den Tuchmacher aus seiner Haft befreite; hier haben wir es mit der sog. ‚*gemain sag*‘ zu tun, d. h. mit einer Öffentlichkeit, die im sublitterären Bereich, also durch mündliche Kommunikation entstand und seit dem 15. Jahrhundert vermehrt zu einem Faktor politischer Auseinandersetzungen zwischen Herrschaft und Volk geworden war.⁹

7 Sebastian Langhans: *Historia Was im Anfang der Lehre des Heiligen Evangelij [...] zu Magdeburgk sich begeben*. In: Historische Kommission bei der Bayerischen Akademie der Wissenschaften (Hg.): *Die Chroniken der niedersächsischen Städte*. Magdeburg. Bd. 2. Göttingen 1962, 143.

8 Georg Butze: *Magdeburgische Chronik 1467–1551*. In: *Chroniken* (wie Anm. 7), 107.

9 ERNST SCHUBERT: „bauerngeschrey“. Zum Problem der öffentlichen Meinung im spätmittelalterlichen Franken. In: *Jahrbuch für fränkische Landesforschung* 34/35 (1975), 883–907; MARTIN BAUER: *Die „Gemain Sag“ im späteren Mittelalter*. Studien zu einem Faktor mittelalterlicher Öffentlichkeit und seinem historischen Auskunftswert. Diss. Erlangen 1981.