

# Inhalt

Vorwort.....	VII
I. Einleitung.....	1
1. Forschungsstand und Forschungsinteresse .....	1
2. Quellen.....	10
3. Methoden und begriffliche Ausgangspunkte .....	11
3.1 Verlagsbuchhandel .....	12
3.2 Rassismus und Antisemitismus .....	13
3.3 Absatz.....	16
II. Wie deutsch war der deutsche Buchmarkt der Weimarer Republik?	20
1. Von nationaler Marktorganisation zu flexiblen Segmentierungen .....	20
2. Von kulturellen Codierungen zu fluktuierenden Codierungen – Antisemitismus und Rassismus auf dem Buchmarkt der Weimarer Republik .....	33
III. Der Georg Westermann Verlag.....	56
1. Unternehmensstruktur: Expansion und Professionalisierung ...	56
2. Verlagsproduktion: Heimat und Welt .....	63
2.1 Geographie: Weltbilder im Wandel .....	66
2.2 Pädagogik: Das Tor zur Welt.....	70
2.3 Belletristik: Welt in Dorf und Nation.....	77
3. Antisemitische Literaturgeschichte.....	84
3.1 Adolf Bartels, Geschichte der deutschen Literatur .....	84
3.2 Absatzsegment: Nationalbewusste Literaturgeschichte – obligater Antisemitismus .....	91
4. Rassenkunde.....	100
4.1 Otto Hausers Rasse-Reihe.....	100
4.2 Absatzsegment: Rassenkunde im Taschenbuchformat ....	103
5. Ewald Banse: Der Geograph als Künstler .....	106
5.1 Rassismus der Anschauung: Abendland und Morgenland ..	112
5.2 Absatzsegment: Der Untergang des Abendlandes?.....	114
5.3 Enzyklopädischer Rassismus: Neue illustrierte Länderkunde .....	118
5.4 Absatzsegment: Naturalisierung von Nation – geographische Länderkunden .....	119
6. Antisemitische Belletristik .....	124
6.1 Werner Jansen, Die Kinder Israel.....	124
6.2 Absatzsegment: Antisemitische Romane.....	128

IV. Der Gustav Fischer Verlag .....	132
1. Unternehmensstruktur: Weltfirma in der Provinz .....	132
2. Verlagsproduktion: Natur und Staat .....	139
2.1 Wirtschaft und Gesellschaft: Soziale Utopien und soziale Planungen. ....	141
2.2 Medizin und Naturwissenschaften: Von sozialer Hygiene und Rassenhygiene .....	153
3. Herman Lundborg: Die Internationale der Rassisten .....	171
3.1 Rassenbiologische Übersichten und Perspektiven .....	175
3.2 Absatzsegment: Wissenschaftliche Einführungen in die Rassenkunde .....	177
3.3 Nation der nordischen Rasse: Rassenkunde des schwedischen Volkes. ....	181
3.4 Absatzsegment: Internationale der Rassenkunden? .....	188
V. Der Verlag Vandenhoeck & Ruprecht .....	195
1. Unternehmensstruktur: Zusammenwirken familialer und unternehmerischer Strategien. ....	195
2. Verlagsproduktion: Wissenschaft und Glaube .....	216
2.1 Backlist: Liberale Theologie – antisemitische Diskriminierung durch Historisierung .....	220
2.2 Theologische Unbedingtheit: Weimarer Theologie .....	228
2.3 Weimarer Absatzsegmente: Fragmente auf dem Weg in die Republik. ....	241
3. Arteigene Religion: Max Maurenbrecher, Der Heiland der Deutschen .....	247
3.1 Eine verlegerische Schweregeburt .....	249
3.2 Absatzsegment: Das Wesen der deutschen Kirche .....	257
VI. Schlussbetrachtungen .....	264
1. Peripherie und Zentrum? Anbieter rassistischer und antisemitischer Publikationen. ....	264
2. Fluktuationen .....	266
2.1 Zeitliche Fluktuationen .....	267
2.2 Relationale Fluktuationen .....	271
3. Epilog. ....	274
Quellen- und Literaturverzeichnis .....	279
Personen- und Firmenregister .....	321