

# Inhalt

<b>Vorbemerkung</b> .....	9
<b>Das Projekt</b> .....	11
<b>Interdisziplinärer Ansatz: Propagandawirkung retrospektiv</b> .....	11
Propagandawirkung als Medienwirkung .....	13
Wissenschaftlicher Diskurs .....	15
Historische Medienwirkungsforschung als Grundlage .....	16
<b>Schwierige Quellenlage: Vom Umgang mit Lücke und Tücke</b> .....	17
Mediennutzung nicht gleich Medienwirkung .....	18
Herangezogene Bestände .....	19
Ausgeprägte Quellenvielfalt .....	20
<b>Unzureichender Forschungsstand:</b>	
<b>Viel Eindeutigkeit, wenig Details</b> .....	22
Zum „Stürmer“ .....	23
Zu Julius Streicher .....	25
Zur vorliegenden Arbeit .....	26
<b>Die Zeitung</b> .....	28
<b>I Gründer und Herausgeber: Ohne Streicher kein „Stürmer“</b> .....	28
I.1 1909–1933: Vom Beruf zur „Berufung“ .....	29
Politische und publizistische Anfänge: Unruhige Nachkriegsjahre .....	32
Der Hitler-Ludendorff-Putsch: Zur „rechten“ Zeit am „rechten“ Ort .....	41
I.2 1933–1939: Protegé des Reichskanzlers .....	51
„Allmacht“ in Franken: Ruhm und Reichtum .....	53
Gezielte Demontage Streichers: Ein langer Weg .....	66
I.3 1939–1946: Ende in Etappen .....	70
Amtsenthebung: Nicht als „Stürmer“-Herausgeber .....	71
Nachlass Streicher: „Entnazifizierung“ posthum .....	78
<b>II Schriftleitung, Verlag und Druckerei: Kein „Ein-Mann-Unternehmen“</b> ...	81
II.1 Schriftleitung: Im Auftrag oder aus Überzeugung? .....	84

Hauptschriftleiter: „Nur papiermässig Hauptschriftleiter“ .....	86
Philipp Rupprecht alias „Fips“: „Lediglich auf Bestellung gearbeitet“ .....	94
(Freie) Mitarbeit und Zweigstellen: Gut organisiertes „Stürmer“-Netzwerk ...	98
<b>II.2 Verlag und Druckerei: Auf Befehl oder für den Profit?</b> .....	105
Verlagsleiter: „Mit der politischen Gestaltung [...] nichts zu tun“ .....	106
Belegschaft des Stürmer-Verlags: Im dreistelligen Bereich .....	110
Druckereibesitzer: „Ohne jede Verantwortlichkeit für den Inhalt“ .....	113
<b>III Inhalt und Aufmachung: „Antisemitischer Boulevard“</b> .....	118
<b>III.1 Propagandamethoden, Sprache, Ausrichtung: Der „Stürmer“-Stil</b> .....	121
Antisemitische Propaganda im „Stürmer“: Mehr als „Mainstream“ .....	121
Eingängige Sprache: Der „Stürmer“-Ton .....	127
Monothematische Ausrichtung: Judenhetze in Endlosschleife .....	132
<b>III.2 Gestaltung und Illustration: Bildgewaltiger Judenhass</b> .....	143
Hauptattraktion Titelseite: Höchster Wiedererkennungswert .....	144
Antisemitische Bildstereotype mit Markencharakter: Die „Stürmer-Juden“ ...	148
Fotografien im „Stürmer“: Affirmation und Agitation .....	157
<b>IV Vermarktung und (Verkaufs-)Förderung:</b>	
<b>Vom „Kampfblatt“ zur „Staatsdoktrin“</b> .....	161
<b>IV.1 Streichers „Marketing-Mix“: Mit allen Mitteln und Wegen</b> .....	162
Konkurrenzkampf, Prozesse und Erpressung: Penetrant bis perfide .....	164
Neue Leserkreise, neue Absatzmärkte: Der „Stürmer“ ist nicht genug .....	170
Antisemitische Bilder-, Hand- und Fachbücher:	
„Stürmer“-Inhalte zwischen Buchdeckeln .....	175
<b>IV.2 Parteipolitische Unterstützung: Mit der Macht zum Massenmedium</b> .....	183
Inoffizielle Auflagenhöhe: „Über eine Million [...] in seiner besten Zeit“ .....	184
Strukturelle Sonderstellung: Streichers persönliche „Pressefreiheit“ .....	188
Funktionaler Nutzen: Instanz in der „Judenfrage“ .....	195
<b>Die Reaktionen</b> .....	201
<b>I Einsendungen: Besondere „Leser-Blatt-Bindung“</b> .....	201
<b>I.1 Leserschaft als „Stürmerkampfgemeinschaft“: Hoher Identifikationsgrad</b> .....	204
Familiärer Umgang: „Stürmergardisten“ und „Treue Stürmerleser“ .....	205
Fankult und Fanatismus:	
„Stürmer-Klub“, „Stürmerfahrrad“, „Stürmer-Marsch“ .....	209
Kinder und Jugendliche: Erziehung zum Hass .....	213
<b>I.2 Leserschaft als Content Provider: Überwältigende Mitmachbereitschaft</b> .....	220
„Denunziationsfabrik“: Mehr Resonanz als Ressourcen .....	220

Fotoeinsendungen: Denunziation in neuer Dimension .....	226
Viele Dementis, vereinzelt Resilienz: Auf der anderen Seite .....	230
<b>II Öffentliche Leseplätze alias „Stürmerkästen“:</b>	
<b>Selbstermächtigung der Leserschaft .....</b>	<b>232</b>
II.1 Phänomen „Stürmerkästen“: Manifest der Ausgrenzung .....	234
Verzeichnis der „Stürmerkästen“:	
Ungeahnte Auswertungsmöglichkeiten .....	242
Massenmultiplikator: „Quasi natürliche Gelegenheit zur Lektüre“ .....	247
Lokaler Pranger: „Hexenjagd“ im 20. Jahrhundert .....	251
(Un-)Heimliche Attraktion für Kinder: Auf allen Schulwegen .....	256
II.2 Genese der „Stürmerkästen“:	
Öffentliches Ärgernis, NS-Statussymbol, sozialer Indikator .....	259
Bewusste Provokation vor 1933: Beschädigungen und Beschwerden .....	261
Staatliche Legitimation nach 1933: Bedrohung und Einschüchterung .....	264
Massenhafte Initiative von 1935 bis 1939:	
Veröffentlichung und Einweihung .....	270
Offizielle Aneignung ab 1936:	
Instrumentalisierung und „Professionalisierung“ .....	279
Schleichender Bedeutungsverlust ab 1939:	
Verlagerung und Vernachlässigung .....	284
<b>III (Inter-)Nationale Öffentlichkeit, offizielle Vorgänge und Egodokumente:</b>	
<b>Breite Beachtung und Bedeutungszuschreibung .....</b>	<b>287</b>
III.1 Presse und Ausland: Schlaglichter mit Potenzial .....	288
Gegenveröffentlichungen und Nachahmer:	
Im Wesentlichen unwesentlich .....	289
Der „Stürmer“ und das Ausland: Starke Symbolkraft .....	293
III.2 (Partei-)Amtliche und private Quellen: Lange Liste .....	297
Gegenwehr und Beschwerden: Immer Ärger mit dem „Stürmer“ .....	297
Tagebucheinträge: Persönliche Aufzeichnungen und Perspektiven .....	313
<b>IV Juristische und gesellschaftliche „Nachwirkungen“:</b>	
<b>Kein Ende nach '45 .....</b>	<b>316</b>
IV.1 Propagandawirkung vor Gericht: „Ein revolutionärer Schritt“ .....	317
Beweismittel „Stürmer“: „Propaganda für die Vernichtung der Juden“ oder „unbedeutende Wochenschrift“? .....	318
Konträre Urteile: Todesstrafe versus Freispruch .....	322
IV.2 Individuelle Erinnerung, kollektives Gedächtnis: Eine Spurensuche .....	325
Unvergessene Erfahrungen und historische Prägung: Was bleibt? .....	325
Der „Stürmer“ als Synonym für NS-Propaganda: Bis heute präsent .....	332

<b>Die Ergebnisse</b> .....	337
<b>Populäres Massenmedium:</b>	
<b>Unterschätzte parteipolitische Unterstützung</b> .....	337
Gründer und Herausgeber .....	338
Schriftleitung, Verlag und Druckerei .....	339
Inhalt und Aufmachung .....	339
Vermarktung und (Verkaufs-)Förderung .....	340
<b>Breites Reaktionsspektrum:</b>	
<b>Heftige Ablehnung, fanatische Zustimmung</b> .....	341
Einsendungen .....	342
Öffentliche Leseplätze alias „Stürmerkästen“ .....	343
(Inter-)Nationale Öffentlichkeit, offizielle Vorgänge und Egodokumente .....	345
Juristische und gesellschaftliche „Nachwirkungen“ .....	346
<b>Differenziertes Wirkungsgeschehen:</b>	
<b>Mehr Interaktion als Indoktrination</b> .....	346
Kommunikationswissenschaftlicher Hintergrund .....	347
Soziale, mediale und politische Rahmenbedingungen .....	348
„Stürmer“-spezifisches Wirkungsgeschehen .....	352
1923 bis 1933: Überregional beachtetes Lokalblatt .....	352
1933 bis 1945: Analoges antisemitisches Netzwerk .....	354
Hate Speech offline und „off limits“ .....	357
<b>Dank</b> .....	361
<b>Verzeichnis der „Stürmerkästen“</b> .....	362
<b>Quellen- und Literaturverzeichnis</b> .....	495
<b>Abbildungsverzeichnis</b> .....	525
<b>Personenregister</b> .....	533