

# Hochwertige Tabake in vollendeter Mischung

## Von Anfang und Ende der Zigarettenwerbung – Sammelalben aus Baden-Baden

Julia Hiller von Gaertringen

*Seit ihrer Erfindung im Jahr 1870 haben Sammelbilder über ein Jahrhundert hinweg eine nicht zu überschätzende Bedeutung als Medium der Werbung gehabt. Bildinhalte, Herstellungstechniken und Vertriebswege haben sich gewandelt. Immer gleich blieb das Erfolgskonzept, die Zielgruppe durch Sammeln, Tauschen, Ordnen, Kleben an eine Marke zu binden. Auch regionale Firmen in Baden haben sich diese Marketingstrategie zu Eigen gemacht. August Batschari Cigaretten in Baden-Baden stieg 1930 ins Zigarettenbildergeschäft ein. Die Badische Landesbibliothek stellt auch solche Massenmedien als Quellen bereit und bittet um Mithilfe beim Ausbau ihrer Sammlung.*

Mit Jahresbeginn 2021 wurde die Tabakwerbung in Deutschland weiter eingeschränkt. Auch Kinowerbung ist jetzt verboten, wenn der gezeigte Film für noch nicht volljähriges Publikum zugelassen ist. Ab 2022 gilt ein Werbeverbot auf Außenflächen wie Plakatwänden und Leuchtreklametafeln, zunächst für herkömmliche Zigaretten, ab 2024 auch für E-Zigaretten. Gänzlich verboten ist die Zigarettenwerbung aber immer noch nicht und in begrenztem Rahmen ist vieles anderswo längst Verbotene noch immer erlaubt: das Sponsoring von Veranstaltungen, das Verteilen von Gratis-Zigaretten oder das Betreiben von Flagship-Stores. Und natürlich bleiben der Zigarettenindustrie auch weiterhin alle Möglichkeiten der Produktplatzierung in Tankstellen und Supermärkten, des Gewinnspiel-Marketings und des Merchandising.

### Zigarettenbideralben

Vor hundert Jahren sah das alles noch ganz anders aus. Die Zigarette war ein neues Pro-



Werbung für die Mercedes-Zigarette im Batschari-Sammelalbum »Filmkünstler aus aller Welt«, 1930. Badische Landesbibliothek, Sign. 121 F 158,R,1.

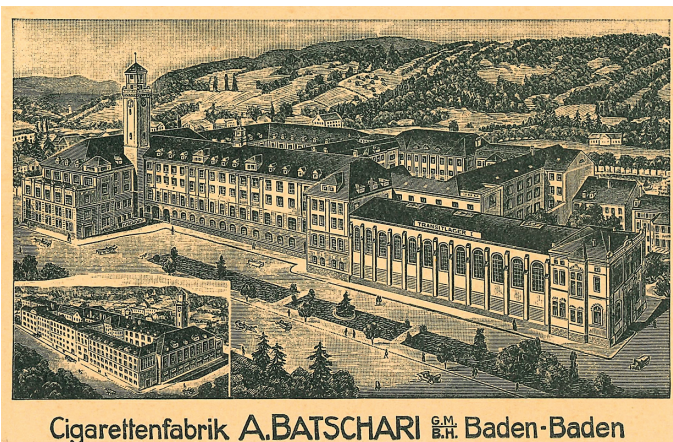
dukt mit immensen Zuwachsraten. Niemand interessierte sich für die mit ihr verbundene Gesundheitsgefährdung oder ihr Suchtpotenzial. Wer Zigaretten rauchte, lebte am Puls der Zeit und durfte sich mit zur Avantgarde zählen. Die Zigarettenindustrie orientierte sich an den ambitioniertesten Tendenzen der Rek-

lamekunst. Sie nutzte auch die Markenbindung durch Sammelbilder, einen bewährten Trend der Produktwerbung, der neu kontextualisiert und aufgewertet wurde. Als die Zeit der chromolithografisch hergestellten Liebig-, Palmin-, Erdal- oder Stollwerck-Bilder gerade vorbei war, begann mit der sich ausdifferenzierenden Markenproduktion in der Zigarettenindustrie das Zeitalter der Zigarettenbilder, die in den 1930er Jahren in Millionenaufgaben produziert und gesammelt wurden. Im Vordergrund stand nicht mehr der »Hausschatz« einer über Sammelbilder erworbenen enzyklopädischen Allgemeinbildung, sondern die Kennerschaft zu den Themen Film, Sport oder Nation. Die Zigarettenbilderalben widmeten sich Phänomenen der Breitenkultur und Unterhaltungsindustrie, an der Menschen aus allen Gesellschaftsschichten und Altersgruppen teilhatten, und sie verstärkten sie noch, indem sie massenhaft zur weiteren Popularisierung beitrugen.

Die Badische Landesbibliothek hat jüngst ihre regionalen Sammlungen um mehrere Zigarettenbilderalben der Firma Batschari ergänzt. Dergleichen Sammelalben von badischen Firmen als Dokumente der Mediengeschichte, als Zeugnisse der Werbeindustrie, der Markenetablierung und der Konsumgeschichte wie als millionenfach distribierte Quellen der populären Bildkultur sind nie gezielt bei ihr gesammelt worden. Das ändert sich gerade. Und selbstverständlich sind die Alben auch bereits online zu benutzen in der Graphik-Abteilung der Digitalen Sammlungen unter <https://digital.blb-karlsruhe.de>.

## August Batschari Cigaretten

Anfang 1897 eröffnete August Batschari in Baden-Baden eine Zigarettenfabrik als Ausgründung aus der Tabakwarenmanufaktur seines Schwiegervaters Heinrich Rheinboldt. Die erste eigenständige Zigarettenfabrik in Deutschland war 1862 in Dresden etabliert worden. Seither entwickelte sich eine steigende Nachfrage nach Zigaretten – auch im deutschen Südwesten und hier zu allererst in Baden-Baden, wo ein an Zigarettenkonsum schon länger gewöhntes russisches Publikum bevorzugt Urlaub machte. Aber erst zu Beginn der 20. Jahrhunderts begann die Zigarette ihren Siegeszug über andere Tabakprodukte. In den Jahren 1906/07 errichtete Batschari mitten in der Kurstadt einen großräumigen Fabrikkomplex. Zum Ende des Kaiserreichs, in der Blütezeit des Unternehmens, wurden dort täglich ca. 1,5 Mio. Zigaretten hergestellt, die Fabrik beschäftigte etwa 700 Arbeiter und expandierte u. a. nach Bingen, Mainz und Worms. Unter dem Markennamen ABC für die »August Batschari Cigaretten« wurden Produkte wie Mercedes, Sleierner,



Postkarte der A. Batschari Cigarettenfabrik G.m.b.H. mit Abbildung des Fabrikgebäudes in Baden-Baden. Hannover: Leunis Et Chapman, 1913/14. Badische Landesbibliothek, Sign. 120 H 3051 R.

Tufuma oder Sultan weit über den südwestdeutschen Raum hinaus vertrieben. Verkaufsstellen gab es überall in Europa; auch an der Ecke Madison Avenue / 46th Street in New York unterhielt Batschari eine Filiale.

In den 1920er Jahren bedrohten vor allem die ständig steigenden Tabaksteuern und daraus folgende Steuerschulden die Existenz des einst glänzenden Unternehmens und brachten es an den Rand der Insolvenz. 1923 wurde die Firma in eine Aktiengesellschaft umgewandelt und 1926 an eine Berliner Bankengruppe verkauft. Im Frühjahr 1929 erwarb schließlich das schnell gewachsene Hamburger Unternehmen Reemtsma die überschuldete Firma und setzte nach Erlass der Steuerschuld die Produktion am Standort Baden-Baden fort. Dieser Schuldenerlass führte zum sogenannten Reemtsma-Skandal: Um die Arbeitsplätze vor Ort zu erhalten, subventionierte der badische Staat einen aufstrebenden Hamburger Tabakkonzern mit öffentlichen Mitteln, die er dem badischen Fabrikanten nicht gewährt hatte. Und er ermöglichte ihm aktiv, einen hochproduktiven, schon viel länger erfolgreich am Markt etablierten süddeutschen Konkurrenten auszuschalten.

## Die Flaggen Europas

Mit der Übernahme durch Reemtsma startete auch Batschari mit Sammelalben. Flaggen und Wappen waren ein beliebtes Genre der Zigarettenbilder. »Den Freunden unserer Cigarette Sleiþner« widmete ABC 1931 »eine Sammlung der interessantesten Flaggen der Welt, und zwar zunächst in 200 Bildern: Die Flaggen Europas«. Sleiþner gehörte seit 1903 zum Sortiment der Firma Batschari. Sie trug den Namen des achtbeinigen Pferdes des Gottes Odin, nach dem auch das zur Beför-



Batschari-Fahnenbilder. Die Flaggen Europas, 1931. Badische Landesbibliothek, Sign. 121 F 149 R.

derung von Staatsgästen bestimmte, 1921 abgewrackte Depeschenboot Kaiser Wilhelms II. benannt gewesen war.

Die farbig gedruckten, goldgerahmten Flaggen im Passbildformat zu insgesamt 32 europäischen Staaten waren auf 27 Tafeln einzukleben – nicht nur die Nationalflaggen, sondern auch Handels- und Kriegsflaggen,



Flagge des Irischen Freistaats. In: Batschari-Fahnenbilder. Die Flaggen Europas, 1931. Badische Landesbibliothek, Sign. 121 F 149 R.

Königsstandarten, Präsidenten- und Admiralsflaggen, Zoll- und Lotsenflaggen etc. pp. Natürlich ist das eine hochinteressante Momentaufnahme des europäischen Kontinents nach dem Versailler Vertrag: Unter dem Namen Rußland findet man etliche Flaggen der UdSSR mit Hammer und Sichel – auf dem Balkan dagegen gibt es noch lauter Königreiche – ein unabhängiges Irland gibt es nicht, dafür aber die Landesflagge des jungen Irischen Freistaats als letzte der britischen Reihe – die Genfer Konvention hat eine eigene Reihe mit den Flaggen des roten Kreuzes, des roten Halbmondes und des roten Löwen – und wie selbstverständlich nehmen die Flaggen der Türkei die letzte Seite des Albums ein.

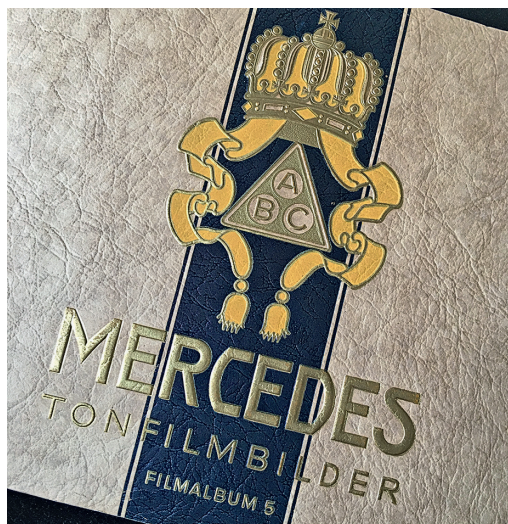
Annotiert ist die Serie nicht: Wie es – erst ein Jahrzehnt zuvor – zu der sehr weitgehenden Umbildung der europäischen Staatenwelt gekommen war, bleibt ungesagt. Staatszerfall, Gebietsverluste, Grenzkonflikte bleiben unsichtbar. Alle Flaggen stehen gleichberechtigt nebeneinander, und allenfalls aus der Anordnung der Staaten oder aus der Anzahl der einem einzelnen Staat zugebilligten Flaggentypen lässt sich rückschließen auf seine Stellung im Gesamtgefüge der Nationen. Dabei steht das Deutsche Reich natürlich am Anfang und hat mit seinen Einzelstaaten das größte Flaggenkontinent für sich. Zwischen die Seiten geheftet sind acht randkolorierte geographische Karten. So bietet das Album über das heute sicherlich kaum noch präsente Fachwissen der Vexillologie hinaus auch noch einen historischen Atlas von Europa 1930.

Das Flaggen-Album war keine spezielle Idee von Batschari, es wurde gemeinschaftlich von der Zigarettenindustrie herausgegeben und auch von anderen bis zur Weltwirtschaftskrise 1929 vom Reemtsma-Konzern aufgekauften Firmen vertrieben. Dabei unterschieden sich die Alben nur durch den jeweils

spezifischen Umschlag und die firmen- bzw. markenspezifischen Text- und Werbeseiten. Die Wertigkeit des Batschari-Flaggenalbums wird durch den silberfarbenen Einband mit schwarzem Prägedruck unterstrichen.

## Mercedes Filmbilder

Der Zigarettenmarke »Mercedes« widmete Batschari in den Jahren 1930/31 fünf Alben mit 800 Fotos von Filmstars. Sie wurden identisch auch von der Dresdener Zigarettenfabrik Jasmatzi unter dem Titel »Hänsom Filmbilder« und von der Berliner Zigarettenfabrik Manoli unter dem Titel »Gold und Film« herausgegeben. Ein Impressum haben alle diese Alben nicht, ihre Datierung lässt sich aber mühelos aus den genannten Filmen erschließen. Dass alle fünf Filmbilderalben vor 1933 entstanden sein müssen, ergibt sich daraus, dass viele Stars enthalten sind, die sofort nach der Machtergreifung durch die Nationalsozialisten Deutschland verließen oder ihre Ufa-Ver-



Mercedes Filmbilder Bd. 5: Tonfilmbilder, 1932.  
Badische Landesbibliothek, Sign. 121 F 158,R,5.

träge verloren, z. B. Elisabeth Bergner, Grete Mosheim, Trude Berliner, Albert Bassermann, Peter Lorre, Max Pallenberg und viele andere.

Die Fotos im Bromsilberdruck sind alle als Produkte des Ross-Verlages gekennzeichnet, des seit den 1920er Jahren europaweit führenden Verlages für Filmpostkarten. Sie wurden nicht speziell für die Sammelalben hergestellt, sondern auch für Autogrammkarten und für die Pressearbeit der Filmgesellschaften verwendet und für die Sammelalben in kleinerem Maßstab reproduziert. Jeder Packung der Zigarettenmarke Mercedes lag eines der nummerierten Bilder bei, das sich auf der Rückseite selbst rühmte, es sei »ein vollendetes Original-Photo von hohem Sammelwert«. Das zugehörige Sammelalbum erhielt der Kunde gegen Voreinsendung von 1,- RM pro Stück; es galt im rechtlichen Sinn als Zugabe und durfte nicht kostenlos abgegeben werden.

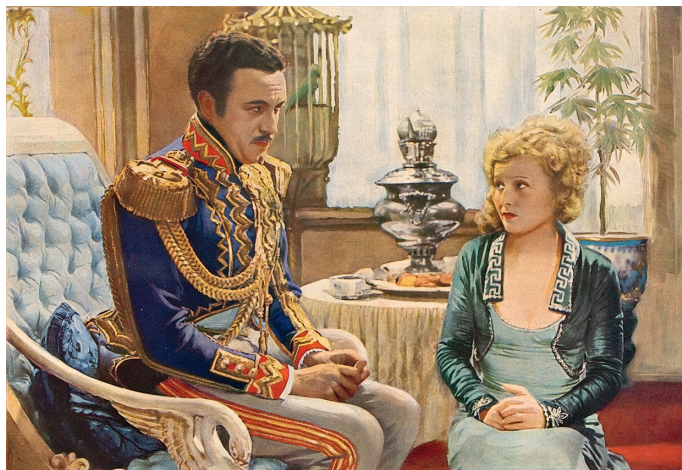
### Filmkünstler aus aller Welt ■

Das erste Album »Filmkünstler aus aller Welt« stellt 168 internationale Stars der Stummfilm-Ära vor und erklärt zur Einführung den engen Zusammenhang zwischen Tabakgenuss und Filmkunst:

»Film und Zigarette, zwei in ihren Zielen und Auswirkungen verwandte Elemente, haben sich in wenigen Jahrzehnten in unserer Gesellschaft und unserem Sein eine erste Position erobert. Und noch ist ihr Siegeszug nicht beendet. Sie entsprechen beide so sehr dem, was der hastende Mensch unserer Tage zu seiner Entspannung und Erholung, zu seiner

Ablenkung braucht, dass der Freundeskreis von Film u. Zigaretten sich gewissermaßen täglich weitet. Daneben ist die Zigarette auch Ausdrucksmittel im Film geworden, in einem Maße sogar, wie wenig andere Dinge. So ist es also keineswegs verwunderlich, [...] wenn wir versuchen, den Freunden unserer Zigaretten die Lieblinge des Films nahezubringen oder wenn wir umgekehrt über unsere Filmbilder die Verehrer der Filmkunst für unsere »Mercedes«, die Batschari-Marke großer Klasse, zu gewinnen suchen.«

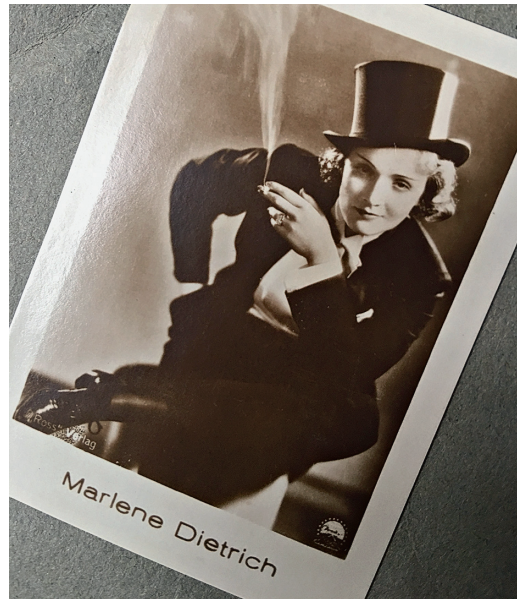
Hier wie auch in den Alben 3, 4 und 5 mit Tonfilm-Stars werden die Filmkünstler-Einzelportraits oder -Paarungen symmetrisch angeordnet und nach ästhetischen Gesichtspunkten arrangiert. Zu sehen sind amerikanische Filmschauspieler von Charles Chaplin und Douglas Fairbanks bis zu Rudolph Valentino, Buster Keaton und Joan Crawford. Auch viele deutsche Filmstars kommen vor, etwa Heinrich George, Emil Jannings, Otto Gebühr oder Anny Ondra. Manche Stars haben eigene Seiten mit mehreren Bildern, vor allem Lilian Harvey und Willy Fritsch als das Traumpaar des deutschen Kinos dieser



Lilian Harvey und Willy Fritsch im Ufa-Film »Der Kongreß tanzt«. In: Mercedes Filmbilder Bd. 4: Aus tönenden Filmen, 1931. Badische Landesbibliothek, Sign. 121 F 158,R,4.



Greta Garbo. In: Mercedes Filmbilder Bd. 3: Tonfilmserie, 1930. Badische Landesbibliothek, Sign. 121 F 158,R,3.



Marlene Dietrich. In: Mercedes Filmbilder Bd. 3: Tonfilmserie, 1930. Badische Landesbibliothek, Sign. 121 F 158,R,3.

Zeit, aber auch Hans Albers, Brigitte Helm, auf internationalem Parkett Greta Garbo und das ganz neue, noch in seinen Anfängen stekende Leinwand-Idol Marlene Dietrich. Bei den größten Publikumslieblingen kommen mit jedem neuen Album weitere Bilderserien hinzu. Zwischen die Fotos sind jeweils drei Bildtafeln im Rasterdruck von Filmszenen aus brandaktuellen Ufa- oder MGM-Filmen eingestreut. Das zweite Filmbilder-Album mit den Nummern 169 bis 336 übrigens war antiquarisch nicht mehr zu ermitteln – wir würden uns freuen, wenn es sich noch irgendwo fände und uns zur Verfügung gestellt werden könnte.

### Tonfilmserien ■

Als wie umwälzend die Erfindung des Tonfilms angesehen wurde, machen die voran-

gestellten Einleitungen klar, die die erst zwei Jahre alte technische Errungenschaft in den Varianten Nadelton- und Lichttonverfahren erklären, die immense Wirtschaftskraft der Filmindustrie beziffern und keinen Zweifel lassen an der gesellschaftlichen Reichweite der Filmkunst, die bei einer Bevölkerung von 65 Mio. Deutschen jährlich 312 Mio. Kinobesuche generierte:

»Von Hans Sachs bis Gerhart Hauptmann, von Jan van Eyck bis Max Liebermann, von J. S. Bach bis Richard Strauß – im ganzen Verlauf des europäischen Kunstschaffens«, so erläutert das Vorwort zum vierten Filmalbum »Aus tönenden Filmen«, sei von jeher der Wunsch lebendig gewesen, »die höchsten Offenbarungen menschlicher Seele der Allgemeinheit zugänglich zu machen. Dieser Wunsch war lebendig – aber unerfüllbar. Gerade die durchgängige Exklusivität der Kunst verhinderte, daß eine starke, die allgemeine

Kultur fördernde Wirkung von ihr ausgehen konnte. Hier schlägt der Tonfilm zum ersten Male eine Brücke. [...] Wir finden hier das ganze Gebiet des menschlichen Schauspiels in einer alle Kreise interessierenden Art vor uns aufgerollt. Von der schweren, pathetischen Tragödie bis zum burlesken Kabarettstück spannt sich der Bogen seiner Ausdrucksmöglichkeit. Die unbegrenzte Reproduktionsmöglichkeit des Tonfilmstreifens versetzt uns in die Lage, erstklassige Musik auch in den kleinsten Ortschaften dem Publikum zu Ohren zu bringen. Was an hervorragendster Schauspielkunst geleistet wird, kann auch der weit von den Kulturzentren entfernt Wohnende genießen und sich daran bilden. Ein einziges Kulturereignis nur kann nach dem Maße seiner Allgemeinwirkung mit dem Tonfilm und neben diesem mit dem Radio verglichen werden – die Erfindung der Buchdruckerkunst. Die unendliche Reproduktionsmöglichkeit eines einmal festgehaltenen geistigen Inhalts veränderte hier wie dort sehr wesentlich das Kulturniveau der menschlichen Gesellschaft.«

### Das ganze Welttheater ■

Der Tonfilm kann seinem Publikum nun nicht nur die entlegensten Weltgegenden zeigen, sondern auch aktuelle Ereignisse andernorts zu anderer Zeit wiederholen: »kurzum das ganze Welttheater ist überall und zu jeder Zeit jedem zugänglich. Die Ereignisse rücken sich näher und mit ihnen die Völker. Der Ge-



Greta Garbo und Ramon Novarro im MGM-Film »Mata Hari«. In: Mercedes Filmbilder Bd. 5: Tonfilmbilder, 1932. Badische Landesbibliothek, Sign. 121 F 158,R,5.

meinschaftsgedanke aller Kulturmenschen findet so durch den Tonfilm eine starke Förderung.« Folglich ist das vierte Album auch inhaltlich breiter aufgestellt. Es bietet nicht nur Portraits der Filmstars und Filmpaare, sondern auch Fotos aus den Genres Exotenfilme, Bergfilme, Expeditionsfilme, Kriegsfilm, Kriminalfilme und Russenfilme, die die »Horizontenerweiterung« des deutschen Filmpublicums belegen sollten, aber natürlich zugleich dessen speziellen Blick auf das Fremde manipulierten.

Das letzte Album »Tonfilmbilder« präsentiert ausschließlich Stars der Filmgesellschaft Metro Goldwyn Mayer. Hier dominiert die Filmgöttin Greta Garbo. Einleitend wird erörtert, dass der Film als Kunstgattung letztlich ganz und gar auf dem Bild beruht. Deswegen halten sich auch vornehmlich seine Bilder und weniger seine Handlungsstränge im Gedächtnis der Zuschauer. Fazit: »Wer diese Bilder sammelt, verwandelt den flüchtigen Eindruck des schnell ablaufenden Filmes in einen bleibenden Genuß, der ihm das

einmal Geschaute immer wieder lebendig werden läßt.«

## Genussreich wie einst

Die Zugabeverordnung vom März 1932 reglementierte die Produktzugabe als Mittel der Verkaufsförderung erheblich, als »geringwertige Reklamegegenstände« überlebten jedoch die Sammelbilder die rigorose Beschränkung der Wettbewerbsverzerrung. Ab 1933 wurde die Zigarettenbilderproduktion für nationalsozialistische Propaganda benutzt, 1942 wurde sie im Rahmen der Kriegswirtschaft vorerst eingestellt.

Die Firma Batschari in Baden-Baden nahm nach der Währungsreform 1949 die Marke Mercedes wieder ins Sortiment, »genußreich wie einst«. Zigarettenbilderalben brachte sie allerdings nicht mehr in Umlauf. Diese Tradition setzten in Baden-Baden die Eilebrecht Zigaretten- und Rauchtobakfabriken fort, die zwischen 1952 und 1955 zwei Alben mit Fotos zum Zweiten Weltkrieg, zwei Alben mit Bildern zu Karl May und ein Album zu den Abenteuern von Baron Münchhausen und Don Quichote herausbrachten. Sie sind neugierig? Auch diese Alben finden Sie in den Digitalen Sammlungen der Badischen Landesbibliothek.

1955 schließlich wurde im Tabaksteuergesetz der Bundesrepublik die Beigabe von Sammelbildern zu Tabakprodukten und damit der sekundäre Kaufanreiz explizit verboten. Da hatte sich das Sammelbild schon wieder neue Wirkungsfelder gesucht und sich auf Margarine-Produkte, dann auf Kaugummi-Automaten und Tankstellen verlagert – bis es sich schließlich von der Ware selbst völlig emanzipierte und in den 1960-er Jahren im Tütenbild eine selbständige Existenz gewann.

## Sammeln, Tauschen, Ordnen, Kleben

Seit ihrer Erfindung im Jahr 1870 haben Sammelbilder über ein Jahrhundert hinweg eine nicht zu überschätzende Rolle als Medium der Werbung und der Markenbindung gehabt. Dabei war es keineswegs beliebig, welche Themen sich eine Firma für ihr Marketing auswählte, welche Motive diesen Themen zugeordnet wurden und welche Weltanschauung sich durch sie vermittelte. Durch das Sammeln, Tauschen, Ordnen, Kleben hatte man diese Bilder immer wieder in der Hand, vertieften sich mühelos die Ideologeme, die sie verbreiteten. Und wenn man das Album voll hatte, dann hatte man viel Zeit und Geduld investiert und hütete es jedenfalls für einige Zeit noch als einen kostbaren Schatz.

Die gratis verteilten Reklamebilder sind eine herausragende Quelle für das Bildwissen ihrer Zeit. An den Kindern der uns nachfolgenden Generationen können wir sehen,



Hochwertige Tabake in vollendeter Mischung.  
Werbung für die Mercedes-Zigarette im  
Batschari-Sammelalbum »Filmkünstler aus  
aller Welt«, 1930. Badische Landesbibliothek,  
Sign. 121 F 158,R,1.

Bildnachweis für alle Bilder dieses Beitrags:  
Badische Landesbibliothek



wie sich aus Sammelbildern Allgemein- oder Spezialwissen formt, das als relevant erachtet, mit Enthusiasmus freiwillig gelernt wird und ihre Vorstellungen von frühen Jahren an prägt. Bibliotheken, die das Wissen der Welt aufbewahren, sollten auch solche Massenmedien als Quellen sammeln und bereitstellen. Leider ist das nicht so. Aber das lässt sich ja noch korrigieren.

Auch die BLB hat Reklamebilder nie gewürdigt, wenngleich manches Album den Weg in ihren Bestand gefunden hat. Das änderte sich, als wir 2016 die Nibelungenlied-Serie des Palmin-Herstellers Schlinck in Mannheim für unsere Kochbuch-Ausstellung erwarben. Unser besonderer Ehrgeiz richtet sich nun darauf, die Sammelbideralben badischer Firmen für die Forschung bereitzustellen. Außer den Zigarettenbideralben von Batschari und Eilebrecht in Baden-Baden besitzen wir Alben der Seifensiederei Sunlicht in Mannheim, der Nahrungsmittelfabrik Hildebrand in Mannheim und der Importwarenfirma Ruef in Freiburg. Aber vieles andere fehlt uns: die Alben von Kaloderma Kosmetik, Eto Nahrungsmittel und Hawo Kaugummi in Karlsruhe, von der Drei Glocken-Nudelfabrik in Weinheim, der Suchard-Schokoladenfabrik in Lahr, der Heida-Kaffeerösterei in Riegel, der Greulich-Waffelfabrik in Singen, der Gütermann-Nähgarnfabrik in Gutach ... Haben Sie so was? Und würden Sie es uns überlassen? Wir wären Ihnen sehr dankbar!

#### Literatur in Auswahl

- Judith Blume: Wissen und Konsum. Eine Geschichte des Sammelbildalbums 1860–1952. Göttingen 2019.
- Evamaria und Erhard Ciolina: Garantirt aecht. Das Reklame-Sammelbild als Spiegel der Zeit. München [1987].

- Dies.: Das Reklamesammelbild. Sammlerträume. Ein Bewertungskatalog: Von Schokolade bis Schuhcreme – kleine Kunstwerke in der Werbung. 2., komplett überarb. und erw. Aufl. Regensburg 2007.
- Reiner Haehling von Lanzener: Batschari, August Karl, Tabakindustrieller. In: Badische Biographien N.F. 5. 2005, S. 4 f.
- Annika Klein: Korruption und Korruptionsskandale in der Weimarer Republik. Göttingen 2014, S. 421–450: Der Fall Reemtsma.
- Hartmut L. Köberich: Köberich's Reklame- und Sammelbilder-Katalog 1872–1945. 4., überarb. Neuaufl. Rabenau 1992.
- Ders.: Köberich's Sammelbilder-Katalog 1946–1990. 2., überarb. Neuaufl. Rabenau 1991.
- Hiram Kümper: Bevor Panini kam: Zigarettensammelbilder und das kollektive Bildgedächtnis des 20. Jahrhunderts. In: Tabak und Gesellschaft. Vom »braunen Gold« zum sozialen Stigma. Baden-Baden 2015, S. 347–374.
- Detlef Lorenz: Reklamekunst um 1900. Künstlerlexikon für Sammelbilder. Berlin 2000.
- Mielke, Heinz-Peter: Vom Bilderbuch des kleinen Mannes. Über Sammelmarken, Sammelbilder und Sammelalben. Köln 1982.
- Erich Wasem: Das Serienbild. Medium der Werbung und Alltagskultur. Dortmund 1987.
- Michael Weisser: Cigaretten-Reclame. Über die Kunst blauen Dunst zu verkaufen. Die Geschichte der Zigarette, ihrer Industrie und ihrer Werbung, von 1860 bis 1930. Bassum 2002.
- Dorle Weyers und Christoph Köck: Die Eroberung der Welt. Sammelbilder vermitteln Zeitbilder. Detmold 1992.

Anschrift der Autorin:  
Dr. Julia Freifrau Hiller von Gaertringen  
Badische Landesbibliothek  
Erprinzenstraße 15  
76133 Karlsruhe  
direktion@blb-karlsruhe.de