Das Magic History Magazin

39

Geschichte und Geschichten



Künstler, Apparate, Erfinder, Periodika und mehr

Zauberkünstler – Pavel

Ein Seil wird zerschnitten, die Enden werden zusammengeknotet. Dann geschieht etwas Unmögliches: Der Knoten wandert am Seil entlang. Wo eben noch eine Schnittstelle war, scheint das Material wieder unversehrt zu sein. Mit seinem „Super Walking Knot“ schuf PAVEL ein Kunststück, das seine besondere Begabung anschaulich macht: Aus vertrauten Gegenständen entwickelte er überraschende, unmittelbar verständliche Wunder. 1982 erhielt er dafür beim FISM-Weltkongress in Lausanne den ersten Preis in der Kategorie Erfindungen.

Hinter dem Künstlernamen stand Pavel Lubomir Pomezny, geboren 1945 in Prag. Schon als Kind beschäftigte er sich mit der Zauberkunst. 1959 wurde er als jüngstes Mitglied in den Zauberclub Nova Scena Kouzel aufgenommen. Früh begann er, eigene Ideen zu entwickeln. Diese schöpferische Arbeit sollte zum Mittelpunkt seines Berufslebens werden.

Seine Kunst war ausgesprochen visuell. Seile, bunte Tücher und Schallplatten gehörten zu den Materialien, mit denen sein Name verbunden wurde. Bei solchen Gegenständen lässt sich eine Veränderung ohne lange Erklärung erkennen: Eine Farbe wechselt, eine Verbindung entsteht, ein Knoten befindet sich plötzlich an einer anderen Stelle. Bereits 1968 präsentierte PAVEL seine farbwechselnden Schallplatten in der amerikanischen „Ed Sullivan Show“. Damit erreichten seine Ideen ein Publikum weit über die Zauberszene hinaus. 1969 übersiedelte PAVEL in die Schweiz und machte die Zauberkunst zu seinem Beruf. In Genf eröffnete er 1976



Pavel (1945–2011)

„Pavel's Top Magic“, später „Pavel Magic“. Das Geschäft wurde zur Vertriebsstelle seiner Erfindungen. Darüber hinaus veranstaltete er über viele Jahre eintägige Zauberkongresse und stellte seine Arbeit auf internationalen Fachveranstaltungen vor. Als er das Ladengeschäft 2007 schloss, führte er den Versand seiner Veröffentlichungen und Zauberkunststücke weiter.

Pavels Bedeutung erschließt sich besonders aus dem Zusammenspiel von Erfinden, Vorführen und Vermitteln. Ein Einfall musste auch vor Publikum bestehen und sich anderen Künstlern





verständlich erklären lassen. Sein Kollege Ian Adair würdigte ihn in seinem Nachruf ausdrücklich als hervorragenden Erfinder, guten Vorführenden und überzeugenden Demonstrator seiner Produkte. Adair hatte gemeinsam mit Edwin Hooper das Buch „The Magic of Pavel“ bei Supreme Magic herausgebracht und veröffentlichte auch Beiträge Pavels in Zauberzeitschriften. Dabei interessierte PAVEL ebenso die Frage, wie neue Kunststücke überhaupt entstehen. In „Magical Creation“, auf Deutsch als „Kreative Magie“ erhältlich, behandelte er Grundlagen der Zaubertheorie, die Geschichte magischer Erfindungen und seinen eigenen Zugang zur Entwicklung neuer Effekte. Die Veröffentlichung zeigt, wie bewusst er sich mit seinem schöpferischen Handwerk auseinandersetzte. Für Kollegen bot sie Anregungen, selbst nach neuen Lösungen zu suchen. Auch persönlich hinterließ er Eindruck. Roberto Giobbi erinnerte sich daran, dass ihn Pavels farbenreiche Buchkunst zunächst wenig angesprochen hatte. Als er ihn später persönlich kennenlernte und bei dessen „Pavel's Magic Day“ auftrat, beeindruckten ihn seine Freundlichkeit und sein Wissen. Solche Erinnerungen ergänzen das Bild des erfolgreichen Erfinders um das eines aufmerksamen Kollegen und Gastgebers. Pavel starb im Februar 2011. Sein Werk führt vor Augen, welche Möglichkeiten in scheinbar einfachen Requisiten liegen. Ein Stück Seil genügt, wenn eine starke Idee darin steckt. Der wandernde Knoten bleibt dafür ein treffendes Bild: Pavel brachte Bewegung in etwas, das fest und unveränderlich schien.

Martin Michalski

Wer als Kind einen Zauberkasten öffnet, entdeckt zunächst eine Sammlung merkwürdiger Gegenstände. Kleine Becher, bunte Tücher, Karten und Schnüre versprechen erstaunliche Möglichkeiten. Doch erst eine gute Anleitung macht daraus ein brauchbares Instrument zum Erlernen der Zauberkunst. Genau darin lag eine besondere Stärke der Zauberkästen von Martin Michalski. Mit seinen Zusammenstellungen für Ravensburger führte er über Jahrzehnte Kinder und Jugendliche an die Kunst des unterhaltsamen Täuschens heran.

Ein Praktiker mit technischem Verständnis

Martin Michalski wurde 1927 geboren und beschäftigte sich bereits als Kind mit der Zauberei. Beruflich arbeitete er als Ingenieur für Turbinen bei der Firma Escher Wyss. Seine technische Ausbildung und seine Erfahrung als Zauberkünstler kamen ihm bei der Entwicklung von Zaubergeräten und beim Schreiben verständlicher Anleitungen zugute. Für den Otto Maier Verlag in Ravensburg entwickelte Michalski zahlreiche Zauberkästen und verfasste Zauberbücher. Die Zusammenarbeit brachte ein umfangreiches Angebot hervor, das sich an unterschiedliche Altersgruppen und Erfahrungsstufen richtete. Sein Name wurde dadurch für viele Einsteiger zu einem vertrauten Begleiter bei den ersten eigenen Vorführungen.

Ebenso erfolgreich war Michalski als Buchautor. Zu seinen bekannten Veröffentlichungen gehören „Der perfekte Magier“, „Das neue Zauberbuch“ und „Das große Ravensburger Zauberbuch“. Seine Erklärungen, Zeichnungen und Bauanleitungen eröffneten interessierten Lesern vielfältige Möglichkeiten, selbst zauberisch tätig zu werden. Für seine schriftstellerische Arbeit zeichnete ihn der Magische Zirkel von Deutschland als „Schriftsteller des Jahres 1988“ aus. 2005 erhielt er den Ludwig-Döbler-Award für sein Lebenswerk.

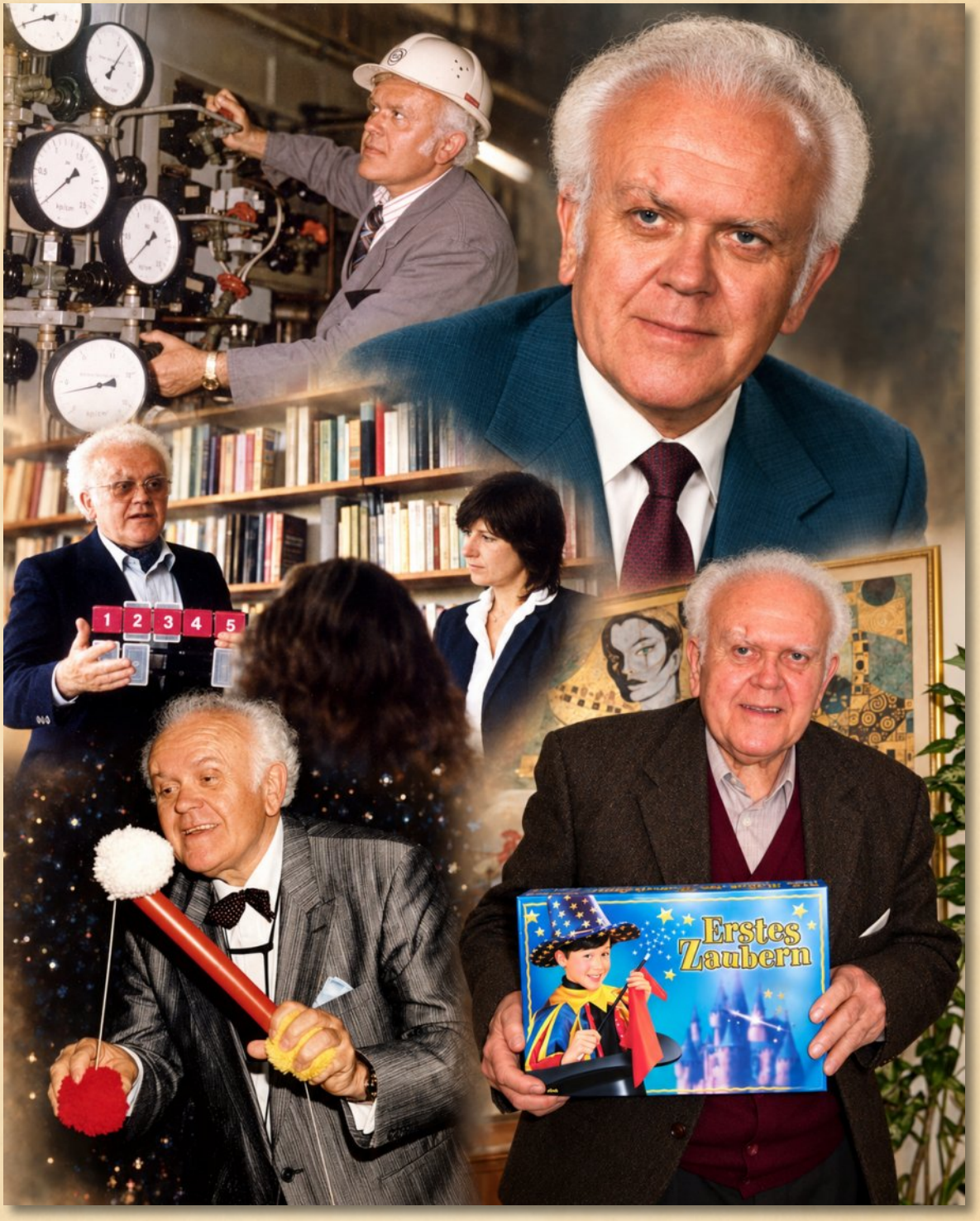
Ein Klassiker entsteht

1958 erschien ein von Michalski konzipierter Ravensburger Zauberkasten, der den Beginn einer langjährigen Erfolgsgeschichte markierte. Bei der Zusammenstellung kam es darauf an, bewährte Kunststücke für Anfänger zugänglich zu machen. Die Requisiten mussten sich von Kinderhänden bedienen lassen, die Abläufe verständlich sein und die Effekte auch im kleinen Kreis überzeugen. Im Laufe der Jahre entstanden unterschiedlich umfangreiche Kästen. Bereits 1963 erschien „Der Meisterzauberer“, dessen Untertitel „Ein Zauberkasten für Anspruchsvolle“ eine weiterführende Beschäftigung mit dem Hobby versprach. Später kamen Angebote für jüngere Kinder sowie größere Zusammenstellungen hinzu. Zu Michalskis bekannten Ausgaben gehören „Meine erste Zaubershow“, „Die große Zaubershow“ und „Magic Tricks XXL“.

Bewährte Zauberkunst in kleinen Requisiten

Das Repertoire schöpfte aus klassischen Bereichen der Zauberkunst. Karten wurden gefunden oder verwandelt, Gegenstände erschienen und verschwanden, Ringe lösten sich aus scheinbar sicheren Verbindungen. Mit Tüchern, Bällen, Würfeln und Bechern ließen sich weitere Überraschungen gestalten. Zahlen-


Der große Zauber-künstler
Mit 111 Tricks
von Zaubermeister Martin Michalski
Ravensburger
30 Teile
Zauberprogramm
DER GROSSE ZAUBERKÜNSTLER
mit 111 Tricks von Zaubermeister Martin Michalski.
Für alle angehenden Zauberkünstler ab 12 Jahren.
Wer hat sich nicht schon einmal gewünscht, beinahe Unmögliches wahrzumachen?
Der große Zauberkünstler
Der Wunderteppich
Trick 55
Ein Seidentuch erscheint
Zubehör:
Wunderteppich,
ein kleines Seidentuch



Collage originaler Fotos, mit Dank an © Thomas Vité

tricks ergänzten die Kunststücke, bei denen vor allem geschickte Handhabung gefragt war. Dabei konnten dieselben Requisiten häufig für mehrere Vorführungen verwendet werden. Ein überschaubarer Bestand eröffnete so verschiedene Möglichkeiten. Wer sich eingehender mit dem Kasten beschäftigte, lernte, wie unterschiedlich sich verwandte Prinzipien präsentieren lassen. Die Auswahl erlaubte außerdem einen schrittweisen Einstieg. Einfachere Kunststücke vermittelten erste Erfolgserlebnisse, während schwierigere Aufgaben zu ausdauerndem Üben anregten. So konnte der Kasten über das erste neugierige Ausprobieren hinaus interessant bleiben.

Die Anleitung als eigentliche Zauberschule

Michalskis Arbeit bestand wesentlich darin, Abläufe nachvollziehbar zu erklären. Texte und Zeichnungen zeigten die Vorbereitung und die einzelnen Handgriffe. Bei späteren Ausgaben erleichterten Angaben zum Schwierigkeitsgrad die Auswahl geeigneter Kunststücke. Ebenso wichtig waren die Hinweise zur Vorführung. Anfänger erfuhren, weshalb sie einen Trick gründlich einstudieren sollten, wie sie die Aufmerksamkeit ihres Publikums lenken konnten und welche Bedeutung eine passende Geschichte hatte. Auch der Standort der Zuschauer, die Bereitstellung der Requisiten und der Aufbau eines Programms wurden berücksichtigt. Gerade vorbereitete Programmfolgen waren eine wertvolle Hilfe. Ein Kind konnte einzelne Tricks möglicherweise schon sicher ausführen, ohne zu wissen, wie daraus eine zusammenhängende Vorstellung werden sollte. Hier boten die Anleitungen Orientierung für den ersten Auftritt vor Eltern, Geschwistern oder Freunden.

Die Schachtel wird zur Bühne

Bei manchen späteren Ausgaben bezog das Konzept sogar die Verpackung ein. Die Schachtel ließ sich zu einer kleinen Zauberbühne umbauen. Sie bot eine Ablage für die Requisiten und einen geschützten Bereich für die Vorbereitung. Die 2009 erschienene „Große Zaubershow“ umfasste 70 Tricks. Ergänzend wurden damals Erklärfilme und Musik zum Herunterladen angeboten. Damit wurde die gedruckte Anleitung um weitere Lernhilfen erweitert. Michalski war bereits 2008 gestorben; seine Arbeit blieb durch solche Veröffentlichungen weiterhin präsent.

Vom Spielzeug zum dauerhaften Hobby

Ein Zauberkasten kann die Neugier auf Geheimnisse wecken. Seine nachhaltige Wirkung entfaltet er, wenn daraus Freude am Üben und Vorführen entsteht. Michalskis Zusammenstellungen boten dafür einen durchdachten Rahmen: Requisiten, Erklärungen und Anregungen für den eigenen Auftritt griffen ineinander. Für viele blieb der Kasten eine schöne Kindheitserinnerung. Für andere wurde er zum Ausgangspunkt einer dauerhaften Beschäftigung mit der Zauberkunst. Martin Michalskis Beitrag bestand darin, diesen Anfang möglich zu machen – mit kleinen Geräten, verständlichen Worten und der Aussicht auf den ersten selbst verdienten Applaus.

Die klassische Tuchfärbung

Ein Seidentuch wird in die geschlossene Faust gestopft. Während es oben verschwindet, erscheint am unteren Ende bereits eine andersfarbige Spitze. Der Zauberkünstler zieht daran, schiebt gleichzeitig den verbliebenen Stoff nach und hält schließlich ein vollständig verwandeltes Tuch in den Händen. Die scheinbare Färbung geschieht unmittelbar vor den Augen des Publikums, ohne sichtbares Gefäß und ohne erkennbare Farbe. Gerade diese Einfachheit macht den Effekt so überzeugend.

Unter den Bezeichnungen „Tuchfärbung", „Color-Changing Silk" oder „Color-Changing Handkerchief" gehört das Kunststück seit Generationen zum Repertoire der Zauberkunst. Hinter dem einheitlichen Erscheinungsbild verbergen sich jedoch unterschiedliche technische Lösungen. Die wichtigste ist die Färberöhre, im englischen Sprachraum als „Dye Tube" bekannt. Daneben existieren kugelförmige Hilfsmittel, Modelle mit beweglichen Einsätzen und präparierte Tücher, die ihre Farbe durch Umstülpen oder Wenden wechseln.

Das Grundprinzip der Färberöhre

Bei der klassischen Färberöhre findet keine tatsächliche Färbung statt. Zwei verschiedenfarbige Tücher werden unbemerkt gegeneinander ausgetauscht. Eines davon befindet sich bereits vor Beginn in einem kleinen Hohlkörper, der während der Vorführung von der Faust verdeckt wird. Das sichtbare Tuch wird an einem Ende hineingestopft, während das vorbereitete Tuch am anderen Ende herausgezogen wird. Nach dem Austausch steckt das ursprüngliche Tuch im Hilfsmittel. Dieses muss anschließend heimlich aus der Faust entfernt werden, damit die Hände leer erscheinen können. Der Farbwechsel selbst ist damit nur ein Teil der Aufgabe. Ebenso wichtig sind das unauffällige Aufnehmen des geladenen Gimmicks, seine sichere Lage in der Hand und seine Entfernung am Schluss. Die verschiedenen Bauarten unterscheiden sich deshalb nicht allein durch ihr Fassungsvermögen. Ihre Form bestimmt auch, wie sie verborgen, zwischen den Händen übertragen oder mit einem Finger aufgenommen werden können.

Von der Papierröhre zur bloßen Hand

Die Geschichte der Tuchfärbung reicht weit zurück. Bereits zu Beginn des 20. Jahrhunderts beschrieb Professor Hoffmann verschiedene Verfahren und Apparate. Namen wie Conradi, Roterberg, Marcellin und Willmann stehen für frühe Entwicklungen dieser Trickfamilie. David Devant wird insbesondere mit der klassischen Färbung von Tüchern innerhalb einer Papierröhre verbunden. Dabei verdeckte ein zusammengerolltes Blatt Papier den eigentlichen Apparat. Die späteren kleinen Handmodelle verlegten den Vorgang unmittelbar in die Faust und machten die äußere Hülle entbehrlich. Eine einzige Erfinderzuschreibung würde dieser Entwicklung kaum gerecht. Das heutige Kunststück entstand aus zahlreichen Veränderungen an Röhren, Trenneinsätzen, Ladetechniken und Griffen. Auch die scheinbar nebensächliche Frage, wie das Hilfsmittel am Ende verschwindet, führte zu eigenen Lösungen und ausgearbeiteten Vorführfassungen.



Zur Veranschaulichung des Themas: Abbildung mit KI erstellt.

Die klassische Färberöhre mit Trennband
Die klassische Färberöhre besitzt zwei offene Enden und im Inneren ein bewegliches Stoffband. Dieses Band hilft, die beiden Tücher während des Austauschs voneinander getrennt zu halten. Es bildet keine starre Wand, sondern kann seine Lage innerhalb der Röhre verändern. Dadurch wird Platz für das hineingestopfte Tuch frei, während das andere herausgezogen wird. Solche Modelle werden als Färberöhren mit Trennband oder als „Ribbon Dye Tubes" bezeichnet. Zu den historischen Handmodellen gehört die „Ideal Color Change Tube", deren Verbreitung mit L. L. Ireland verbunden ist. Sie steht für die Verkleinerung älterer Apparate auf ein Format, das vollständig in der Hand verborgen werden kann. Bei alten Katalogen und Sammlerstücken ist die Bezeichnung hilfreich, weil unter dem allgemeinen Namen „Färberöhre" sehr unterschiedliche Größen und Konstruktionen angeboten wurden.

Die Simplex-Färberöhre
Einen anderen Weg verfolgt die Simplex-Färberöhre. Sie verzichtet auf das übliche Trennband und arbeitet mit einem offenen Innenraum. Die Kontrolle der beiden Tücher hängt dadurch stärker von ihrer Vorbereitung und der Handhabung ab. Harold Rice beschrieb seine Simplex-Ausführung als vergleichsweise schmale Röhre, die auf einem Fingerende aufgenommen werden kann. Diese Eigenschaft erleichtert bestimmte heimliche Übertragungen und Entfernungen. Moderne Ausführungen besitzen teilweise eingerollte Ränder. Bei geeigneten Stahlmodellen lässt sich zusätzlich ein magnetischer Halter verwenden, um das Hilfsmittel bereitzuhalten, oder nach Gebrauch aufzunehmen.

Das Palmo-Gimmick und die Tuchbälle
Besonders charakteristisch ist das Palmo-Gimmick. Sein Körper ist bauchig, oval oder tonnenförmig und besitzt gegenüberliegende Öffnungen. Die verbreiterte Mitte schafft Raum für die Seide, während die schmaleren Enden die Handhabung unterstützen. Rice entwickelte mit seinem Palmo eine Alternative zu den älteren runden Tuchbällen. Die Form sollte unter anderem das Aufnehmen mit einem Finger erleichtern.

Das Palmo eignet sich für Routinen mit größeren Tüchern und mehreren Verwandlungsphasen. Duane Laflins Lehrmaterial behandelt beispielsweise ein Modell, das zwei Tücher von jeweils etwa 45 Zentimetern Kantenlänge aufnehmen kann. Damit lassen sich Farbwechsel, Rückverwandlungen sowie Erscheinungs-und Verschwindeeffekte miteinander verbinden. Die bauchige Form verlangt allerdings ausreichend Platz in der Hand.

Verwandt damit sind die historischen Tuchbälle, die unter Bezeichnungen wie „Handkerchief Ball" oder „Hank Ball" bekannt sind. John Hamleys von Hoffmann beschriebenes Modell besaß zwei gegenüberliegende Öffnungen und eine innere Unterteilung. Allerdings ist „Hank Ball" kein eindeutiger Name für eine bestimmte Konstruktion. Manche Tuchbälle sind vor allem für Produktionen oder Verschwindeeffekte gedacht. Ob ein konkretes Modell für eine fortlaufende Färbung geeignet ist, hängt von seinen Öffnungen und seinem inneren Aufbau ab.

Färberöhren mit beweglichem Becher
Eine weitere wichtige Familie bilden Färbe-

röhren mit einem beweglichen Becher. Statt eines Stoffbands übernimmt ein verschiebbarer Einsatz die Trennung der Ladungen. Diese Konstruktion ist historisch mit Willmann verbunden; eine bekannte Weiterentwicklung trägt den Namen Al Baker. Im Handel erscheinen solche Apparate auch als „Sliding Cup", „Plunger" oder „Utility Dye Tube". Je nach Größe dienen sie kleinen Handkunststücken oder umfangreicheren Tuchverwandlungen innerhalb einer äußeren Röhre. Die Außenform allein erlaubt dabei keinen sicheren Rückschluss auf das Funktionsprinzip. Ein erhaltenes Gimmick aus Dai Vernons berühmtem Harlequin Act zeigt eine bauchige Aluminiumröhre nach Art des Paul-Fox-Modells, die im Inneren ein Stofftrennband besitzt. Eine tonnenförmige Färberöhre muss daher keineswegs nach demselben Prinzip wie ein offenes Palmo arbeiten.

Moderne Ausführungen

Auch moderne Hersteller haben die Färberöhre weitergeführt. Vernet bietet ein Modell ausdrücklich für den sichtbaren Farbwechsel in der Faust an. Jim Riser fertigte eine größere Aluminiumversion, die mit Pop Haydns Vorführfassung verbunden ist. Eine besondere Schulter im Inneren sollte verhindern, dass die komprimierte Seide ungewollt aus der Öffnung hervortritt. Solche Details zeigen, wie stark die Brauchbarkeit eines Gimmicks von seiner konkreten Ausführung abhängt. Neben Größe und Form beeinflussen die Beschaffenheit der Innenflächen und die Gestaltung der Öffnungen, wie zuverlässig sich die Seide einbringen und herausziehen lässt.

Der Farbwechsel mit präparierten Tüchern

Neben den losen Hohlkörpern gibt es Farbwechseltücher, deren Geheimnis vollständig im Stoff steckt. Zwei verschiedenfarbige Tücher können so zusammengenäht sein, dass beim Durchziehen die andere Seite nach außen gelangt. Andere Konstruktionen arbeiten mit ineinandergestülpten Stoffteilen und kleinen Führungsringen. Dabei nimmt die sichtbar werdende Farbe die zuvor gezeigte Farbe in sich auf. Auch der gemeinsame Farbwechsel zweier scheinbar zusammengeknoteter Tücher lässt sich auf diese Weise erreichen. Diese präparierten Tücher ermöglichen einen ähnlichen Effekt, besitzen aber andere Eigenschaften als eine Färberöhre mit getrennten Tüchern. Die verborgene Verbindung bleibt Bestandteil des Requisits. Ein Produkt mit der Bezeichnung „Color-Changing Silk" kann daher ein vorbereitetes Stoffgebilde oder ein Set mit einer separaten Färberöhre enthalten.

Das heimliche Entfernen des Gimmicks

Zusätzliche Hilfsmittel betreffen häufig die Entsorgung. Magnetische Halter können eine geeignete Metallröhre aufnehmen; ein Topit, also eine verborgene Auffangvorrichtung in der Kleidung, kann das Gimmick verschwinden lassen. Solche Einrichtungen bewirken nicht unbedingt den Farbwechsel selbst. Sie ermöglichen vor allem einen überzeugenden Abschluss mit scheinbar leeren Händen. Auch ohne zusätzliche Vorrichtungen lässt sich das Hilfsmittel durch geeignete Griffe aus der Faust entfernen und vorübergehend verborgen halten. Welche Lösung sich anbietet, hängt von der jeweiligen Routine, der Kleidung und den anschließenden Handlungen ab.

Bekannte Vorführfassungen

Wie viel Gestaltungsspielraum in dem einfachen Grundeffekt steckt, zeigen die bekannten Vorführfassungen. Billy McComb machte das halb gefärbte Tuch zu einem wirkungsvollen komischen Motiv. Ein nur teilweise verwandeltes Tuch scheint zu beweisen, dass der Vorgang auf halbem Weg unterbrochen wurde. Levent entwickelte eine eigene Fassung mit einer speziellen Färberöhre und behandelte zugleich die historischen Methoden. Pop Haydn baute den Farbwechsel zu einer ausführlichen Sprechvorführung aus, bei der die scheinbare Erklärung neue Täuschungen erzeugt. Duane Laflin widmete sich besonders den Möglichkeiten des Palmo und seiner Einbindung in zusammenhängende Tuchroutinen. Das halb gefärbte Tuch bildet dabei einen zusätzlichen Effektbestandteil. Seine zweifarbige Gestaltung unterstützt die Handlung, stellt aber keine eigene grundlegende Bauart der Färberöhre dar.

Die passende Bauart

Für die Auswahl eines Gimmicks sind Handgröße, Stoffvolumen und Vorführweise entscheidend. Zwei gleich große Tücher können sich wegen unterschiedlicher Stoffstärke und Säume sehr verschieden zusammenpressen lassen. Auch die Bauform muss zu den vorgesehenen Griffen passen. Eine große Röhre bietet mehr Fassungsvermögen, stellt aber höhere Anforderungen an ihre Verdeckung. Die Wirkung der Tuchfärbung entsteht letztlich aus dem Zusammenspiel von Apparat und Bewegung. Das Nachstopfen oben und das Herausziehen unten müssen wie ein einziger zusammenhängender Vorgang erscheinen. Das Publikum sieht keinen Austausch von Tüchern. Es sieht eine Tuchfärbung.

Quellen

01) Carl Willmann, Das seine Farbe in freier Hand wechselnde Tuch, Die Zauberwelt, 10. Jahrgang, Heft Nr. 4 aus 1904, Seite 54.
02) Punx, Mein liebstes Tuchfärben, Magie, 23. Jahrgang, Heft Nr. 2 aus 1940, Seite 55.
03) Charly Eperny, Das Tuchfärben in einer durchsichtigen Röhre, Magische Feinheiten, 1942, Seite 15.
04) Dye Tube, Harold Rice, 1943.
05) Hanns Thielemann, Und wieder einmal Tücher färben, Zauberkunst, 4. Jahrgang, Heft Nr. 4 aus 1958, Seite 83.
06) Hans Cordshagen, Tachi - ein neues Hilfsmittel, Zauberkunst, 5. Jahrgang, Heft Nr. 4 aus 1959, Seite 61.
07) Siegfried Nitsche, „Tücherfärben in allen Arten und Möglichkeiten“, Zauberkunst, 16. Jahrgang, Heft Nr. 1 aus 1970, Seite 4.
08) Erich Hammann, The half coloured changing silk, Magie, 55. Jahrgang, Heft Nr. 8 aus 1975, Seite 200.
09) Al Baker, Dreifaches Tuchfärben, Intermagic, 10. Jahrgang, Heft Nr. 2 aus 1983, Seite 77.
10) Jochen Zmeck, Tuchfärben, Handbuch der Magie, Seite 249.
11) Jochen Zmeck, Das JZ-Tuchfärben, Trickkiste Nr. 7, Seite 11.
12) Jan Torell, Tuchfärbung in der Papierröhre, Zauberkunst, 37. Jahrgang, Heft Nr. 4 aus 1991, Seite 33.
13) Peter Kersten, Die Tuchfärbung, Zauberkunst, 42. Jahrgang, Heft Nr. 3 aus 2000, Seite 154.
14) Alfred Kellerhof, Metamorphose, Typisch Alfred!, Bonn 2003, Seite 62.

Die Niffin-Flasche



Zur Veranschaulichung des Themas: Abbildung mit KI erstellt.

Die „Niffen Tube“ ist ein vielseitiges Austauschgerät der Zauberkunst. Äußerlich erscheint sie als verschließbare Metalldose oder kleine Röhre; manche Ausführungen erinnern an einen normalen Cocktailshaker. Darin lassen sich Gegenstände scheinbar verwandeln, zum Verschwinden bringen oder hervorzaubern. Ein rotes Seidentuch wird beispielsweise hineingesteckt und nach dem erneuten Öffnen als blaues Tuch herausgezogen.

Das verborgene Prinzip

Das Geheimnis liegt in getrennten Ladebereichen und einer Konstruktion, die unbemerkt den Zugriff auf den Inhalt wechselt. Bei einer beschriebenen Ausführung lässt sich der innere Röhrenkörper gegenüber den Endkappen verschieben. Für das Publikum bleibt der Eindruck bestehen, der Künstler öffne stets dieselbe Seite. Tatsächlich erreicht er nun eine andere Kammer mit dem vorbereiteten Austauschgegenstand. Je nach Bauart sind auch Verwandlungen mit Flüssigkeiten möglich: Eingegossenes Wasser scheint sich etwa in trockene Seidentücher zu verwandeln. Gerade dieser Gegensatz macht den Effekt besonders anschaulich.

Unterschiedliche Ausführungen

Unter der Bezeichnung sind verschiedene Formen und Größen überliefert. Ein Sammlerangebot beschreibt eine vernickelte Dose mit unterschiedlich großen Ladekammern und datiert sie auf etwa 1900. Spätere Exemplare stammen unter anderem von Mago in Deutschland und Klingl in Wien. Die Niffen Tube bezeichnet damit eine über Jahrzehnte in unterschiedlichen Ausführungen angebotene Familie von Verwandlungsgeräten.

Die Bill Tube

Ein entliehener Geldschein verschwindet und wird in einer verschlossenen Metallröhre wiedergefunden. Der Besitzer erkennt ihn an seiner Kennzeichnung, während der Behälter den Eindruck vermittelt, ein heimliches Einbringen sei unmöglich gewesen. Auf dieser Verbindung von persönlicher Identifizierung und scheinbar unzugänglichem Fundort beruht die Wirkung der „Bill Tube". Mit Carl Brema und Walter B. Gibson sind zwei unterschiedliche Ausführungen dieses Kunststücks verbunden: die einzelne Banknotenröhre und die „Double Bill Tube" mit zwei ineinanderliegenden Behältern.

Carl Brema, ursprünglich Karl Friedrich Brehmer, wurde 1864 in Hamburg geboren und kam als Kind nach Amerika. Neben seiner Arbeit als Zauberkünstler widmete er sich der Herstellung von Zaubergeräten. Besonders bekannt wurden seine Messingrequisiten. Die „Card and Bill Tube" gehörte zu diesen Erzeugnissen. Historische Exemplare sind erhalten und teilweise zusammen mit ihren ursprünglichen Verpackungen und Anleitungsblättern dokumentiert.

Eine wichtige schriftliche Fundstelle für Bremas Kunststück ist John Northern Hilliards 1938 erschienenes Werk „Greater Magic". Es enthält auf Seite 781 den Eintrag „Dollar Bill and Tube Trick", der Carl Brema zugeordnet wird. Damit ist die Verbindung seines Namens mit dem Kunststück auch in einem bedeutenden zauberkünstlerischen Standardwerk festgehalten.

Der Effekt der einfachen Bill Tube verbindet zwei Vorgänge: das Verschwinden des Geldscheins und dessen Wiedererscheinen in der Röhre. Diese Vorgänge bilden für das Publikum ein zusammenhängendes Wunder, erfordern jedoch jeweils eine entsprechende methodische Vorbereitung. Die Röhre stellt den Zielort bereit; das Verschwinden kann durch ein zusätzliches Hilfsmittel oder eine geeignete Handhabung erreicht werden. In einer verbreiteten Vorführung wird der gefaltete Schein scheinbar in einem Taschentuch verwahrt, das ein Zuschauer festhält. Wird das Tuch anschließend leer gezeigt, führt die Aufmerksamkeit zur verschlossenen Röhre.

Die Verschlüsse unterscheiden sich zwischen den Ausführungen. Bei der von Viking gefertigten Deluxe Bill Tube besitzt die Messingröhre einen Schraubdeckel, einen Sicherungsstift und ein kleines Vorhängeschloss. Der Zuschauer öffnet den Behälter selbst und entnimmt den verschwundenen Schein. Viking bezeichnet diese Konstruktion ausdrücklich als Weiterführung des Brema-Vorbilds und gibt an, seine eigene Ausführung etwas größer dimensioniert zu haben. Der Hersteller dokumentiert außerdem unterschiedliche Verschlussvarianten innerhalb seiner Produktion.

Walter B. Gibsons „Double Bill Tube" erweitert das sichtbare Geschehen um einen zweiten Behälter. Der Geldschein wird am Ende in der inneren von zwei ineinanderpassenden Röhren gefunden. Der Name bezeichnet somit die doppelte Behälteranordnung. Der grundlegende Effekt bleibt die Wanderung eines gekennzeichneten Geldscheins an einen scheinbar

unerreichbaren Ort. Gibsons Verbindung mit diesem Kunststück ist historisch eindeutig nachweisbar. Im Novemberheft 1947 des „New Conjurors' Magazine" ist ein Beitrag unter dem Titel „Double Bill Tube" mit seinem Namen verzeichnet. Einen weiteren zeitgenössischen Beleg liefert eine Anzeige in „Hugard's Magic Monthly" vom Januar 1949. Dort wird das Kunststück ausdrücklich Walter Gibson zugeschrieben und als Kanter-Brema-Exklusivität angeboten. Der damalige Verkaufspreis betrug 8 US-Dollar.

Die Anzeige erläutert zugleich den besonderen Vorführungsanspruch. Die innere Röhre wird leer gezeigt und verschlossen, bevor der Geldschein entliehen wird. Anschließend bleibt sie sichtbar. Erst danach wird der Schein gekennzeichnet und scheinbar einem Zuschauer zur Verwahrung übergeben. Die geschlossene innere Röhre kommt in den zweiten Behälter, der ebenfalls verschlossen wird. Ein Zuschauer hält das Röhrenpaar, bevor das Verschwinden des Geldscheins gezeigt wird. Beim abschließenden Öffnen findet sich der Schein in der inneren Röhre.

Die Erweiterung betrifft damit sowohl die Anzahl der Behälter als auch die zeitliche Ordnung des Geschehens. Das Publikum sieht zunächst einen leeren, anschließend geschlossenen Fundort. Der betreffende Geldschein kommt erst danach ins Spiel. Die äußere Röhre fügt eine weitere sichtbare Sicherung hinzu. Der Zuschauer übernimmt schließlich das Öffnen und die Entdeckung des Scheins.

Die Bezeichnung Kanter-Brema dokumentiert den geschäftlichen Zusammenhang, in dem



Normale Bill-Tube



Doppelte Bill-Tube

Gibsons Kunststück angeboten wurde. Sie darf jedoch nicht ohne Weiteres als Beleg für eine persönliche Zusammenarbeit mit Carl Brema verstanden werden. Dieser war bereits 1942 gestorben. Die Anzeige von 1949 nennt Gibson als Urheber und Kanter-Brema als Anbieter, ohne damit die einzelnen Beiträge zur Herstellungsgeschichte vollständig aufzuschlüsseln. Die Double Bill Tube wurde auch in späteren Ausführungen hergestellt. Ein dokumentiertes Exemplar von Collectors' Workshop trägt Gibsons Namen und ist mit Originalschachtel und Anleitung erhalten. Viking führte das Kunststück ebenfalls unter der Bezeichnung „Double Bill Tube – Viking/Brema". Die veröffentlichte Beschreibung bestätigt die ineinanderliegenden Messingröhren und den Fund des markierten Geldscheins im inneren Behälter. Beide Kunststücke zeigen, wie stark die Wirkung eines kleinen Requisits von seiner Einbindung in den Ablauf abhängt. Bremas Bill Tube verbindet einen identifizierbaren Gegenstand mit einem verschlossenen Fundort. Gibsons Double Bill Tube ergänzt dieses Prinzip durch einen zweiten Behälter und eine ausdrücklich hervorgehobene Reihenfolge der Handlungen. Ihre Geschichte ist damit zugleich ein Beispiel dafür, wie die Weiterentwicklung eines Zauberkunststücks seine sichtbaren Bedingungen präzisiert und den Eindruck des Unmöglichen verstärkt.

Zauberplakate näher betrachtet

Zauberplakate versprechen mehr als einen unterhaltsamen Abend. Sie entwerfen eine Welt, in der Menschen verschwinden, Geister erscheinen und vertraute Naturgesetze ihre Gültigkeit verlieren. Die sechs hier vorliegenden Beispiele zeigen unterschiedliche Wege, dieses Versprechen sichtbar zu machen: durch dramatische Illustrationen, monumentale Schrift, Pressestimmen oder ein sorgfältig inszeniertes Künstlerporträt. Zugleich verraten sie, wie eng Zauberkunst mit Theater, Varieté und der öffentlichen Faszination für unerklärliche Erscheinungen verbunden war. Die Plakate wurden ausgewählt, weil sie für eine erste Analyse eine verschiedenartige Optik vermitteln, unterschiedliche Darstellungsformen abbilden und weil sie schlichtweg ansprechend gestaltet wurden. In den letzten Jahren sind einige Bücher mit Abbildungen der unterschiedlichsten Zauberplakate erschienen. Bei der Vielfalt von Plakaten kann man sich an ihnen gar nicht genug sattsehen!



Maskelyne and Cooke

Das querformatige Plakat für Maskelyne und Cooke stellt den Künstlernamen eine Ortsbezeichnung voran: „Egyptian Hall“. Darunter erklärt es das Haus zu „England's Home of Mystery“. Die Werbung verknüpft damit die Attraktionen der Künstler mit einem festen Spielort. Das Publikum soll eine Adresse mit dem Erlebnis des Wunderbaren verbinden. Die große rote Schrift bildet einen Bogen über einer dicht gefüllten Bühnenszene. Links steht eine groteske Figur mit gezogenem Degen, in der Mitte erscheint ein Kopf auf einem Schrank, rechts begegnen uns ein kopfloser Körper und ein bewegtes Skelett. Die einzelnen Motive bilden ein Panorama theatralischer Unmöglichkeiten. Komik und Unheimlichkeit stehen unmittelbar nebeneinander. Bemerkenswert ist die Verbindung spektakulärer Bilder mit nüchterner Veranstaltungsinformation. Unter der Szene stehen die regelmäßigen Anfangszeiten. Die Botschaft lautet: Das Außergewöhnliche ist hier verlässlich zu besichtigen. Gedämpfte Grün-und Cremetöne lassen die roten Akzente besonders kräftig hervortreten. Selbst die Möbel gehören zur Dramaturgie: Vertraute Einrichtungsgegenstände werden zu Schauplätzen körperlicher Auflösung und unmöglicher Erscheinungen.



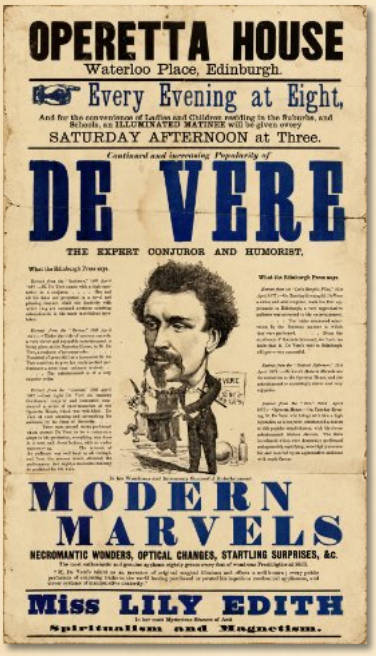
Hugo Rapazzini

Das Plakat für Hugo Rapazzini verzichtet auf eine bildliche Darstellung seiner Kunst. Seine Wirkung entsteht nahezu vollständig durch Typografie. Zwischen der großen Überschrift „Lecture Hall" und den Angaben zu Eintrittspreisen und Vorverkaufsstellen entfaltet sich ein dicht gegliedertes Werbeprogramm. Im Mittelpunkt steht der Name „Hugo Rapazzini". Unmittelbar darunter folgt die Behauptung, er sei der jüngste Zauberkünstler Europas. Diese Formulierung ist als Werbeversprechen zu lesen; das Plakat selbst liefert keinen Beleg für den Superlativ. Jugend wird hier zum besonderen Verkaufsargument: Gerade das vermeintlich geringe Alter soll die angekündigten Fähigkeiten außergewöhnlich erscheinen lassen. Die Ankündigung von nur zwei Abenden verstärkt den Eindruck eines seltenen Ereignisses. Gleichzeitig verspricht das Programm musikalische Abwechslung durch den Sänger J. L. Hunter. Eine ausführliche Pressestimme soll Vertrauen schaffen. Die verschiedenen Schriftgrößen übernehmen dabei unterschiedliche Aufgaben. Große Buchstaben gewinnen Aufmerksamkeit, kleinere erläutern das Programm und bestätigen dessen Qualität.



Cardini

Beim Cardini-Plakat verändert sich der Schwerpunkt. Im Zentrum steht ein fotografisches Porträt des Künstlers mit Zylinder und eleganter Kleidung. Der große weiße Namenszug darüber und die seitlich angeordneten Wörter „Incredible" und „Astonishing" rahmen seine Person ein. Die Fotografie erzeugt Nähe und Wiedererkennbarkeit. Das Publikum erhält ein konkretes Bild des Mannes, dessen Geschick es erleben soll. Seine Kleidung vermittelt gesellschaftliche Eleganz; Blick und Haltung geben dem Porträt eine kontrollierte, selbstbewusste Wirkung. Mit „A Deft Manipulator" benennt das Plakat ausdrücklich die besondere Fertigkeit des Künstlers. Das Wunder wird an eine Person und deren Können gebunden. Darin unterscheidet sich seine Ansprache von den Geister-und Erscheinungsszenen der anderen Plakate. Der untere Bereich nennt Cardini als „Headliner" einer I.-B.-M.-Convention in Lima, Ohio. Damit betont das Plakat seinen herausgehobenen Rang innerhalb einer Veranstaltung. Die reduzierte Farbigkeit und die klare Aufteilung bündeln die Aufmerksamkeit auf drei Elemente: Name, Gesicht und künstlerischer Status.



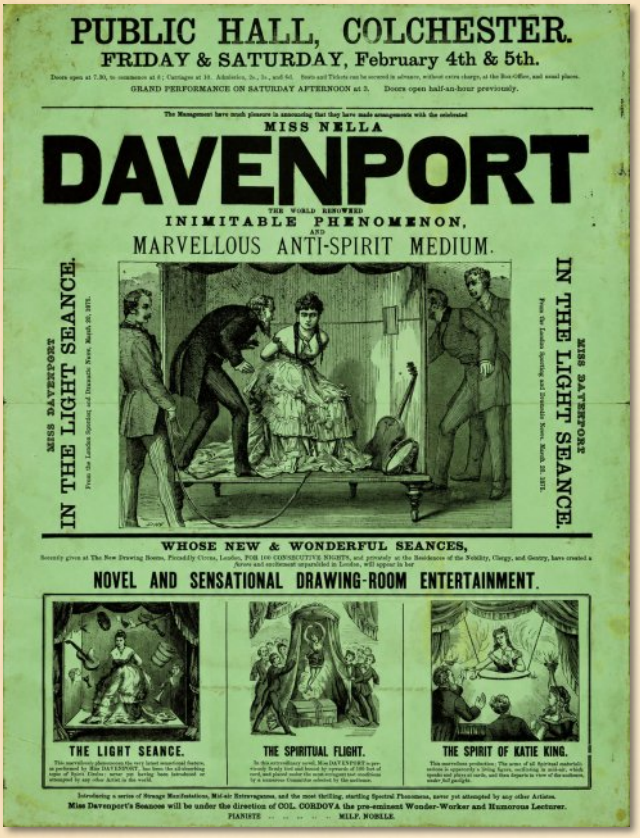
De Vere

Das Plakat des Operetta House in Edinburgh bewirbt De Vere als „The Expert Conjuror and Humorist“. Schon diese Bezeichnung verspricht eine Verbindung von zauberischer Fertigkeit und komischer Unterhaltung. Den Mittelpunkt bildet eine Karikatur mit übergroßem Kopf und kleinem Körper. Um die Figur gruppieren sich Requisiten und kleine Szenen. Diese Darstellung verleiht De Vere eine unverwechselbare Persönlichkeit: Er erscheint zugleich als ernst zu nehmender Künstler und als unterhaltsame Bühnenfigur. Große dunkelblaue Buchstaben setzen seinen Namen und den Programmtitel „Modern Marvels“ in Szene. Dazwischen stehen ausführliche Pressestimmen, deren sichtbare Datierungen aus dem April 1877 stammen. Sie sollen das Werbeversprechen durch bereits veröffentlichte Urteile absichern. Am unteren Rand wird Miss Lily Edith mit Séancen des „Anti-Spiritualism and Magnetism“ angekündigt. Das Programm vereint damit Zauberkunst, Humor und die Faszination für rätselhafte Phänomene. Die täglichen Abendvorstellungen und die eigens hervorgehobene Samstagsmatinee zeigen außerdem, wie gezielt unterschiedliche Besuchsmöglichkeiten beworben wurden.



Hercat's

Das rote Hercat-Plakat konzentriert sich auf eine einzige starke Szene. Eine weiß gekleidete Frau erscheint über einem flammenden Gefäß, während rechts ein elegant gekleideter Mann seinen Zauberstab erhebt. Auf dem Gefäß steht „Ayesha Rising from the Flames“. Die Darstellung hält einen Übergang fest: Der untere Teil des Kleides verliert sich in den Flammen, während der Oberkörper bereits deutlich sichtbar ist. So vermittelt das unbewegte Bild den Eindruck eines Vorgangs. Die Erscheinung scheint sich gerade vor den Augen des Betrachters zu vollziehen. Der Mann mit dem Zauberstab bildet dazu einen ruhigen Gegenpol. Seine Haltung legt nahe, dass er das Geschehen beherrscht. Der Kontrast zwischen seinem dunklen Anzug, dem weißen Kleid und dem roten Hintergrund ordnet die Szene klar und wirkungsvoll. „New and Startling Illusion“ bezeichnet ausdrücklich den versprochenen Neuigkeits-und Überraschungswert. Die Schriftrolle mit „The Mystery of ‘She’“ gibt der Nummer einen eigenen Titel. Beworben wird hier vor allem eine besondere Attraktion, deren dramatisches Bild bereits einen Vorgeschmack auf das Bühnenerlebnis liefert.



Anmerkung:

Hier wird Nella Davenport erwähnt. Sie hatte wohl nichts mit den Davenport-Brüdern noch etwas mit den Davenports aus England zu tun. Die Dame nutzte wohl nur den bekannten Namen. Über sie konnte ich keine weiteren Informationen finden.

Miss Nella Davenport

Das grüne Plakat für Miss Nella Davenport verbindet einen gewaltigen Namenszug mit mehreren szenischen Illustrationen. Es kündigt ein „Inimitable Phenomenon“ und ein „Marvellous Anti-Spirit Medium“ an. Schon diese Wortwahl erzeugt Spannung: Die Werbung benutzt die Sprache des Spiritismus und versieht sie zugleich mit einer gegenläufigen Bezeichnung. Die große mittlere Illustration zeigt eine Frau auf einer kleinen Plattform, umgeben von Männern und verschiedenen Gegenständen. Seile und Musikinstrumente machen die Szene zum Versprechen rätselhafter Vorgänge unter scheinbar überprüfbaren Bedingungen. Darunter erläutern drei weitere Bilder unterschiedliche Attraktionen: die „Light Séance“, den „Spiritual Flight“ und den „Spirit of Katie King“. Besonders auffällig ist die wiederholte Betonung des Lichts. Die angekündigten Erscheinungen sollen offenbar gerade dadurch überzeugen, dass sie sich beobachten lassen. Sichtbarkeit wird zum Argument für die Stärke des Effekts. Das Plakat lässt jedoch keine eindeutigen Rückschlüsse darauf zu, wie jede Nummer erklärt oder präsentiert wurde. Sicher erkennbar ist seine Werbestrategie: Es verwandelt die zeitgenössische Beschäftigung mit Séancen und Geistererscheinungen in ein abwechslungsreiches Bühnenprogramm.


EGYPTIAN HALL.
MASKELYNE AND COOKE
ENGLAND'S HOME OF MYSTERY.
MISS NELLA
DAVENPORT
THE WORLD RENOWNED INIMITABLE PHENOMENON, AND MARVELLOUS ANTI-SPIRIT MEDIUM.
HERCAT'S
NEW AND STARTLING ILLUSION
"AYESHA" RISING FROM THE FLAMES
CARDINI
A DEFT MANIPULATOR
INCREDIBLE
ASTONISHING
SIGNOR
HUGO RAPAZZINI
ABSOLUTELY THE YOUNGEST CONJURER IN EUROPE,
WILL EXHIBIT HIS
FEATS IN CONJURING,
IN CONJUNCTION WITH SEVERAL OF HIS MOST
REMARKABLE FEATS OF PRESTIDIGITATION.
POSITVELY HIS FIRST APPEARANCE IN THIS COUNTRY.
Mr. J. L. HUNTER,
The well known and pleasing Vocalist, will Sing in the course of the Evening.
SEVERAL FAVORITE SELECTIONS
OPERETTA HOUSE
Waterloo Place, Edinburgh.
Every Evening at Eight,
And for the convenience of Ladies and Children residing in the Suburbs, and Schools, an ILLUMINATED MATINEE will be given every
SATURDAY AFTERNOON at Three.
DE VERE
DE VERE TO NIGHT MATINEE
THE EXPERT CONJUROR AND HUMORIST,

Zauberzeitschrift – Magic is Fun

„Magic Is Fun“ war eine kurzlebige amerikanische Zauberzeitschrift, die von März 1946 bis Dezember 1947 bei D. Robbins & Company in New York erschien. Verantwortlich zeichneten Irv Feldman und David Robbins. Insgesamt wurden sieben Ausgaben veröffentlicht. Der Untertitel „An Independent Magazine for the Amateur Magician“ benannte die Zielgruppe: Menschen, die sich aus Freude und persönlichem Interesse mit der Zauberkunst beschäftigten.

Das Besondere war ihr Vertriebsweg. „Magic Is Fun“ wurde zunächst öffentlich am Zeitschriftenkiosk angeboten. Damit erreichte das Heft auch Leser, die weder einem Zauberverein angehörten noch bereits regelmäßig beim Fachhändler einkauften. Nach Angaben des Verlags betrug die Auflage der ersten Ausgabe 100.000 Exemplare – eine bemerkenswerte Größenordnung, die allerdings nichts über die tatsächlich verkaufte Stückzahl aussagt.

Lernen und Unterhaltung

Die Zeitschrift verband praktische Kunststückbeschreibungen mit Künstlerporträts, historischen Geschichten, Fotografien und humoristischen Beiträgen. Eine zeitgenössische Anzeige in „The Billboard“ warb außerdem ausdrücklich mit Anleitungen zur wirkungsvollen Präsentation. Ein Probeheft kostete 25 Cent.

Bereits die erste Ausgabe bot eine breite Mischung. Neben einem Houdini-Porträt von Paul Benov standen Gedankenlesekunststücke, Vorhersagen und ein Beitrag über Al Flosso. Zu den Mitarbeitern gehörten unter anderem Robert Orben und Robert A. Nelson. Die zweite Ausgabe stellte Dell O'Dell vor und enthielt Kunststücke mit Karten, Würfeln, Schnüren und Streichhölzern.

Auch die folgenden Hefte beschränkten sich nicht auf das Erklären von Methoden. In Ausgabe drei begegneten die Leser dem Geistershow-Künstler Bill Neff und einem Artikel über den Tod Chung Ling Soos. Solche Beiträge verbanden das eigene Experimentieren mit Einblicken in die Geschichte und die Berufswelt der Zauberkünstler.

Streit um den öffentlichen Verkauf

Der Verkauf am Kiosk führte zu Widerstand innerhalb der Zauberszene. Nach David Robbins' Darstellung protestierten magische Vereinigungen dagegen, dass Trickgeheimnisse einem allgemeinen Publikum zugänglich gemacht wurden. Manche etablierten Fachzeitschriften hätten sogar Anzeigen seiner Firma abgelehnt. Um das Verhältnis zu diesen Kreisen zu schonen, stellte Robbins den Kioskvertrieb 1947 ein. Die weiteren Hefte wurden über Abonnements und Zauberhändler verbreitet.

Damit verlor das Unternehmen jedoch seine wirtschaftliche Grundlage. Robbins erklärte im letzten Heft, die kleinere Auflage und die Einnahmen aus den Abonnements hätten die Herstellungskosten nicht gedeckt. Diese Begründung ist als Aussage des Herausgebers zu verstehen; sie liefert keine unabhängige Untersuchung der wirtschaftlichen Verhältnisse.



Abschied nach sieben Ausgaben

Die letzte Nummer trägt die Datierung Oktober bis Dezember 1947. Auf dem Titel erschienen Joseph Dunninger und die Schauspielerin Marilyn Maxwell. Im Inneren kündigte das Editorial ausdrücklich das Ende der Zeitschrift an. Zugleich bot das Heft weiterhin praktisches Material, darunter Beiträge von Milbourne Christopher und Robert A. Nelson.

Ein Teil des Inhalts lebte in anderer Form weiter. Für das Buch „Practical Magic“ stellte David Robbins eine Auswahl von Kunststücken aus den Heften zusammen. Außerdem wurden Ausgaben unter dem Titel „Magic Omnibook“ neu verpackt; dokumentiert ist beispielsweise eine Zusammenstellung der ersten beiden Nummern unter einem gemeinsamen Umschlag.

Ein aufschlussreiches Zeitzeugnis

Die historische Bedeutung von „Magic Is Fun“ liegt besonders in ihrem Versuch, neue Leser außerhalb der bestehenden Fachkreise anzusprechen. Ihre kurze Geschichte macht den damaligen Konflikt zwischen Nachwuchsgewinnung, öffentlicher Vermittlung und Geheimhaltung anschaulich. Mit nur sieben Ausgaben hinterließ sie ein überschaubares, aber charakteristisches Zeugnis der amerikanischen Zauberkultur unmittelbar nach dem Zweiten Weltkrieg.

Inhalte der Einzelhefte

Heft Nr. 1: Compars Herrmann, Humboldt und der Globus, Botania, Brütmaschine, Mysto Magic.

Heft Nr. 2: John Olms, Ernest Sewell, Drawer Box, Periodika Deutschland, Zauberhilfsmittel.

Heft Nr. 3: Fredo Marvelli, indischer Seiltrick, Ball-Kassette, Hirseglocke, Silvan, Eckhard Böttcher.

Heft Nr. 4: Uferinis, Herbert von der Linden, Ganga, Milkwonder Perfect, Periodika Schweiz und Österreich.

Heft Nr. 5: Kalanag, Zauberklingl, Anton Stursa, Trio-Würfel-Trick, Television Box, schrumpfender Würfel.

Heft Nr. 6: Al Baker, Frauen ohne Unterleib, zersägte Jungfrau, Rubik Card, Periodika England.

Heft Nr. 7: Ottokar Fischer, Periodika USA, Kratky-Baschik, Four Card Brainwave, Bernard Marius Cazeneuve.

Heft Nr. 8: Conradi Horster, Zauberfrauen, afroamerikanische Künstler, Künstler jüdischen Glaubens.

Heft Nr. 9: Carl Hertz, Die Bambergs, Tony Lackner, Skelett im Schrank, Kunststücke mit Milch, Fa-KO-Cards.

Heft Nr. 10: Matthias Buchinger, Will Goldston, Herbert Martin Paufler, Laterna Magica, Schwebende Mumie, Silkwonder, Martinka.

Heft Nr. 11: Peter Frankenfeld, Taft, Eddy Taytelbaum, Anschlagzettel, Zodiak, Chop Cup, Mental Epic.

Heft Nr. 12: Willi Wessel, Thomas Pohle, Goma, Tenyo, Kartenkassette, Würfelurne, Japanese Cigarette Box, Reisschalen.

Heft Nr. 13: Peter Weyganda, Frauen in der Zauberkunst, Zauberkünstler jüdischen Glaubens Teil 2, der Zirkuswagen, Sucker Punch.

Heft Nr. 14: Esme Levante, Maurice Rooklyn, Plädoyer für die Geschichte, Wallets, Quiver, die Familie Baudenbacher.

Heft Nr. 15: Münzenspezialisten, Flipper Coin, Münzendosen, Modern Magic, Spiritismus in den USA.

Heft Nr. 16: Franz Braun, Tintenpokal, Zauberbriefmarken, Mitgliedskarten, Der tanzende Teufel.

Heft Nr. 17: Punx, Familie Kroner, Zauberkunst im Krieg, Run Rabbit Run, ABC Blocks, Cabinet of Tricks.

Heft Nr. 18: Dinardi, der Blumenkönig, Omene, Alte Zauberbücher, The Bottle Conjuror, der Eierbeutel.

Heft Nr. 19: Great Wizard of the North, Dani Lary, das Perlenwunder, der Zauberstab, Zauberrahmen.

Heft Nr. 20: Rebru, Suzy Wandas, Tuchzauberei, Slippery Sam, Ask Alexander.

Heft Nr. 21: Ben Ali Bey, Zirka, der Pull, Ringzieher, Diminishing Cards, 123 Blocks, Martinsmagic.

Heft Nr. 22: Imro Fox, Karl Germain, Lippes Magic Store, Nest of Boxes, Avertissement Philadelphia, Spielkarten.

Heft Nr. 23: Vergessene Zauberkünstler, Die Netz-Illusion, Bengal Net, Laterna Magica, der Index, die Würfelurne.

Heft Nr. 24: Pierre Brahma, Hummel Magie, Eddie Gibson, Sphinx, Flaschen, Tally-Ho Spielkarten.

Heft Nr. 25: Max Maven, Seilzauberei, Problema Würfel, Miraculous Prediction, Sefalaljia, Toni Moretto.

Heft Nr. 26: Alois Kassner, James Randi, verschwindende Petroleumlampe, Kasserollen, Thayer Magic Company.

Heft Nr. 27: Bill Bixby, Skelett im Schrank, der 4-As-Automat, Plakate in der Zauberkunst.

Heft Nr. 28: Ernest Thorn, Egyptian Hall, Mentale Uhren, Shuffle-Bored, Potter & Potter.

Heft Nr. 29: Willard the Wizard, Joe Wildon, Rudolf Braunmüller, Eric Lewis, Mentalisten, Colin Rose, Frank Grottenthaler.

Heft Nr. 30: Zauberkünstler, Zauberkataloge, Wolfgang Großkopf, Multiple Outs, Block Escapes, Transpo Blocks.

Heft Nr. 31: Von Arx, Arnold de Bière, Falltüren auf Zauberbühnen, Owen Magic Supreme, Zauberei mit Zigaretten.

Heft Nr. 32: Colonel Stodare, Sphinx-Illusion, Bühnenfalltüren Teil 2, das Mörderspiel, indischer Korbtrick, Tip Over Box.

Heft Nr. 33: Robert Harbin, U.F. Grant, Hilfsmittel Mentalmagie, Schriften in der Zauberwerbung, Wenn das Staunen bleibt.

Heft Nr. 34: Charly Eperny, Carl Willmann, Tenyo - Transpa Vision, Silk Cabby, Zwischen Salon und Bühne, Fundstücke.

Heft Nr. 35: John Booth, Harry & Mildred Rouclere, Magiro, Magic Wand, Literatur Mentalmagie, Briefmarken, Tarot Mirakel.

Heft Nr. 36: Dr. Hellmuth Teumer, Hans Moretti, Eye of the Idol, House of Java, Zaubervorstellungen, die Schwerterkiste.

Heft Nr. 37: Karl Edler, Manfred Thumm, Schirmkunststücke, Haruo Shimada, die „Zauberkunst“, Mel Babcock, Fundstücke.

Heft Nr. 38: Joseph Dunninger, die Geistertafel, die Kartenente, Sinn von Zauberapparaten, wenn Requisiten nicht passen.

Heft Nr. 39: Pavel, Martin Michalski, Magic is Fun, die Tuchfärbung, die Bill Tube, die Niffin-Flasche, Zauberplakate betrachtet.

IMPRESSUM: Georg Walter - Steinackerstr. 12 - 53797 Lohmar, Website: https://zauberhistorie.de - E-Mail: info@zauberhistorie.de