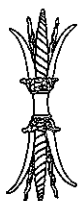


Franz Stephan Pelgen

Pränumerationen
im
18. Jahrhundert
als
Geschäftsprinzip
und Marktalternative

Akten der
interdisziplinären
Arbeitstagung
vom 20./21. Februar 2009
in Mainz

VERLAG



FRANZ PHILIPP RUTZEN

Mein Verlagsprogramm finden Sie unter: <http://www.rutzen-verlag.de>
Sie erreichen mich per E-Mail: franz-rutzen@t-online.de

© 2009 Verlag Franz Philipp Rutzen

Ruhpolding und Mainz am Philipp von Zabern Platz

978-3-938646-45-8 – Harrassowitz: 978-3-447-06099-8

Gestaltung des Umschlags: Gerald Habel, Scancomp, Wiesbaden

Satz & Litho: druckhaus köthen

Herstellung: druckhaus köthen

Alle Rechte, insbesondere das der Übersetzung in fremde Sprachen, vorbehalten. Ohne ausdrückliche Genehmigung des Verlages ist es auch nicht gestattet, dieses Buch oder Teile daraus auf photomechanischem Wege (Photokopie, Mikrokopie) zu vervielfältigen oder unter Verwendung elektronischer Systeme zu verarbeiten und zu verbreiten.

Printed in Germany / Imprimé en Allemagne

Printed on fade resistant and archival quality paper (PH 7 neutral) · tcf

Danksagung

Vorliegende Publikation wie auch die ihr zugrunde liegende Tagung im Februar 2009 hätten ohne die großzügige Förderung des Projektes durch den Forschungsfond der Johannes Gutenberg-Universität Mainz nicht realisiert werden können. Dem Herausgeber ist es ein Anliegen, hierfür öffentlich zu danken. Beflügelnd wirkten sich die Arbeitsmöglichkeiten am Institut für Buchwissenschaft der Mainzer Universität aus, dessen Leiter, Herrn Professor Dr. Stephan Füssel, für viele wertvolle Anregungen gedankt sei.

Auch für die Mitwirkung der Referenten an der Tagung sowie für die pünktliche Bereitstellung der Schriftfassungen der Referate möchte ich Dank sagen. Viele haben zum Gelingen des Projektes beigetragen: der Verein der Freunde des Instituts für Buchwissenschaft, Dipl.-Designer Dr. Albert Ernst (Plakat und Flyer der Tagung), Julia Pfitzner (Hilfskraft), engagierte Studenten, die Leiter und Mitarbeiter des Stadtarchivs Halle sowie der Handschriftenabteilung der Universitäts- und Landesbibliothek Darmstadt, Frau Professor Dr. Christine Haug (Buchwissenschaft München), sowie in allen organisatorischen Belangen Frau Renate Geyer als Sekretärin des Mainzer Instituts für Buchwissenschaft.

Ganz besonders verdient gemacht um vorliegende Publikation hat sich Marie-Christine Klös. Sie führte eigene wissenschaftliche Recherchen zum schwedischen Pränumerationsmarkt des 18. Jahrhunderts aus und betreute das Werden dieses Bandes durch redaktionelle und gestalterische Arbeiten. Hierfür ein herzliches Dankeschön!

Und was wäre eine solche Publikation, die sich so zentral dem Verlagsbegriff im 18. Jahrhundert zuwendet, ohne das großherzige Engagement eines echten Verlegers? Auf dem Pränumerationsweg jedenfalls hätten wir dieses Büchlein nicht ins Publikum gehen lassen wollen. Ein herzlicher Dank an Franz Philipp Rutzen!

Nierstein, im Juli 2009

Franz Stephan Pelgen

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Franz Stephan PELGEN <i>Das Pränumerationswesen des 18. Jahrhunderts – Problemaufriß und Appell zur Neubewertung</i>	7
Axel BEER & Gudula SCHÜTZ <i>Notendruck und Pränumerat ion im 18. und beginnenden 19. Jahrhundert</i>	39
Marcus CONRAD <i>Zum Pränumerationsvertrieb der „Allgemeinen Welthistorie“ im Verlag Gebauer in Halle (1744–1814)</i>	55
Hans-Joachim KERTSCHER <i>„Wer mehr als einen Reichsthaler bezahlt, der wird ein wohlthätiger Pränumerant [...]“ – Pränumerationsprojekte im Verlag des halleschen Waisenhauses</i>	67
Stephanie RAHMEDE <i>„Was nunmehr die Künstler und die Gelehrten zur Beförderung des Debits ihrer Werke thun können, ja thun müssen.“ – Die Buchhandlung der Gelehrten, ihre Überlegungen zur Pränumerat ion und ihre Beförderer</i>	75
Marie-Kristin HAUKE <i>Informieren und Verführen. Werbung für Pränumerationsprojekte im 18. Jahrhundert</i>	103
Alexander SIGELEN <i>Subskribenten- und Pränumerantenverzeichnisse als Quellen zur Sozial- und Kulturgeschichte literarischer Kommunikationsverhältnisse im 18. Jahrhundert</i>	127

Das Pränumerationswesen des 18. Jahrhunderts – Problemaufriß und Appell zur Neubewertung*

Das Thema „Pränumerationswesen des 18. Jahrhunderts“ verdient es, im Dialog mehrerer wissenschaftlicher Disziplinen erforscht zu werden – viel stärker als dies bislang geschehen ist. Der Forschungsfond der Universität Mainz hat dankenswerterweise die Mittel bereitgestellt, um eine eingehendere Beschäftigung mit dem Themenkomplex anzuregen. Aus der am 20. und 21. Februar 2009 in Mainz abgehaltenen Arbeitskonferenz ist der vorliegende Tagungsband hervorgegangen. Vornehmstes Ziel dieses Einleitungsaufsatzes ist es, in die Thematik einzuführen, Wünsche an die wissenschaftliche Öffentlichkeit zu formulieren und auch zu versuchen, die fachliche Diskussion durch geeignete bzw. möglicherweise lohnende Fragen und Beobachtungen neu zu eröffnen.

Am Anfang steht (selbstverständlich) die Wortbedeutung und Definition des Begriffes „Pränumerat ion“. Das Verb *praenumerare* ist im klassischen Latein noch nicht nachgewiesen, bereitet aber hinsichtlich seiner Übersetzung keine Schwierigkeiten; es bedeutet „im voraus bezahlen“. In unspezifischer Verwendung paßt der Begriff auf vieles, beispielsweise auf den bis heute üblichen Modus, wie wir unsere Miete bezahlen (eben pränumerierend), während Gehaltszahlungen erst am Monatsende geleistet werden. In einem spezifischeren Sinne bedienen sich Buch- und Pressehistoriker sowie Musik- und Literaturwissenschaftler dieses Begriffes, wenn sie ein recht komplexes und vielgestaltiges Marktphänomen insbesondere des Aufklärungszeitalters beschreiben wollen. Hier setzen die nachfolgenden Überlegungen an, bei der Problematisierung dieses Marktphänomens, das zugleich Finanzierungs- und Vertriebsmodell war, das das ganze 18. Jahrhundert über allgegenwärtig und unausrottbar zu sein schien, das soviel Licht wie Schatten brachte und über das insgesamt noch viel zu wenig bekannt ist.

Als Buchhistoriker muß ich insbesondere meiner eigenen Zunft bescheinigen, daß die Erforschung des Pränumerationswesens eigentlich noch am Anfang steht. Das Lexikon des gesamten Buchwesens erläuterte 1999 den Begriff wie folgt¹:

Praenumeration heißt Vorausbezahlung. Im Zeitschriftenhandel des 18. Jahrhunderts verstand man unter Pränumerat ion eine Form der Werbung, durch die der Herausgeber oder Unternehmer einer neuen Zeitschrift die Möglichkeit einer Beihilfe zur Bestreitung der ersten Druckkosten und eine Unterlage für den voraussichtlichen Absatz erhielt. Freunde und Vertrauensleute des Herausgebers, sogenannte Colligenten, warben für das neue Unternehmen in verschiedenen Städten „Praenumeranten“, die den Vorteil einer Preisermäßigung gegenüber dem späteren Buchhandelspreis hatten. Durch Bekanntmachung der Praenumerantenliste, besonders wenn sie Namen bekannter und hochgestellter Persönlichkeiten aufwies, suchte man weitere Interessenten für das neue Unternehmen zu gewinnen.

Wer sich mit der Materie näher befaßt hat, muß mit dieser Definition unglücklich sein. Sie engt auf den Zeitschriftenhandel ein, greift viel zu kurz, wenn sie Pränumerat ion lediglich als Form der Werbung zur Anschubfinanzierung sieht, nennt den Kollekteur aus unerfindlichen Gründen Colligent (was dasselbe bedeuten soll, aber in den Quellen so praktisch nie vor-

* Geringfügig überarbeitetes (und um den Apparat erweitertes) Eröffnungsreferat der Tagung „Pränumerat ionen im 18. Jahrhundert als Geschäftsprinzip und Marktalternative“ (20./21. Februar 2009 in Mainz).

¹ Lexikon des gesamten Buchwesens. Zweite, völlig neu bearbeitete und erweiterte Auflage. Hrsg. von Severin Corsten, Stephan Füßel und Günther Pflug. Lieferung 42 (Bd. 6). Stuttgart: Hiersemann. 1999, S. 81.