

## Angebote auf entfernten Märkten

Nürnberger Sortimentskataloge im Buchhandel mit Prag und Wien,  
1700–1750

*Abstract: Catalogues of Nuremberg Booksellers and the Book Trade in Prague and Vienna, 1700–1750.* In the decades after 1680, barter trade led to the creation of major publishing companies in commercial hubs such as Leipzig, Nuremberg or Augsburg. Due to the increasing competition in those cities, many booksellers invested in long-distance trading. Especially book traders from Nuremberg managed to build long-term business relationships in the Austrian and Bohemian territories. Their catalogues illustrate the logistic challenges of long-distance trade. Major booksellers compiled special editions for their different markets: Nuremberg booksellers advertised their entire stock in catalogues containing up to 10,000 entries. This contribution asks questions about the categories of such catalogues: which labelling practices did booksellers use to advertise their products, and which conclusions may be drawn from this about their selection of books? Inventories and catalogues are key sources for analysing the history of the early modern book trade. In my paper, I do not intend to use inventories to reconstruct books as individual objects, for example as components of a private library. Instead, I will evaluate catalogues from the book trade in order to draw conclusions on the practices of major booksellers around 1700.

*Key Words:* inventories, booksellers' catalogues, book trade, book markets, Habsburg Monarchy, Prague, Vienna, 17th and 18th centuries

Buchhandelskataloge waren weit mehr als ein bloßes Informationsmedium zum aktuellen Angebot und hatten damit einen festen Platz in den Gelehrtenbibliotheken des frühen 18. Jahrhunderts. So weisen die Bibliotheksbestände von Gottfried

---

DOI: [doi.org/10.25365/oezg-2021-32-3-10](https://doi.org/10.25365/oezg-2021-32-3-10)



Accepted for publication after external peer review (double blind)

Dr. Mona Garloff, Institut für Geschichtswissenschaften und Europäische Ethnologie, Universität Innsbruck, Innrain 52d, 6020 Innsbruck; [mona.garloff@uibk.ac.at](mailto:mona.garloff@uibk.ac.at)

Wilhelm Leibniz in Hannover oder Zacharias Conrad von Uffenbach in Frankfurt am Main eine große Zahl an Buchhandelskatalogen auf.<sup>1</sup> Neben Bibliothekskatalogen fungierten sie als zweite wichtige Informationsquelle zu international verfügbaren Büchern. Insbesondere Sortimentskataloge wurden nicht nur für das Verkaufsgeschäft konzipiert, sondern erfüllten den Anspruch, auf Grundlage der großen Lagerbestände der Buchhändler einen möglichst umfassenden Überblick über den Markt zu geben. Diese Bedeutung wird in den Auktionskatalogen der Bibliothek des 1734 verstorbenen Zacharias Conrad von Uffenbach deutlich. Sie enthielten die Bestände der ursprünglich 40.000 bibliographische Einheiten zählenden Sammlung. In ihnen waren Buchhandelskataloge aus ganz Europa verzeichnet, die nach Titeln einzeln gelistet wurden und somit Teil der Auktion waren.<sup>2</sup> Die räumliche Reichweite der Handelsbeziehungen wird anhand der Uffenbach'schen Bibliotheksbestände in Frankfurt deutlich, die unter anderem Kataloge von Verlegern aus Amsterdam (Wettstein), Augsburg (Kühtze), Halle/Saale (Henckel), Forster (Hannover), Jena (Bielcke), Leipzig (Fritsch und Gleditsch) und Nürnberg (Monath) enthielten.<sup>3</sup>

Dass Sortimentskataloge dem Lesepublikum eine Orientierungshilfe auf dem wachsenden Buchmarkt gaben, geht auch aus einem Eintrag eines unbekanntenen Buchliebhabers des frühen 18. Jahrhunderts hervor. So vermerkte er handschriftlich auf dem Titelblatt seines Exemplars des 560 Seiten starken *Catalogus Librorum* (1716) des Nürnberger Verlegers Friedrich Roth-Scholtz:

„Daß ich übrigens diesen Catalogum mit Papier durchschossen, so wollt binden lassen, ist nicht nur wegen der vielen Autores und der dabey befindlichen Bücher-Preisen geschehen; sondern auch, weil er, bis zur völligen Einrichtung meiner Bibliothek und den Catalogi, mir zu[m] compendieusen Informatorio dienen soll.“<sup>4</sup>

Nicht nur für den\*die Leser\*in, ebenso für den Buchhandel selbst waren Kataloge ein unverzichtbares Hilfsmittel. Insbesondere auf entfernteren Absatzmärkten ermöglichten sie es, den Handel zu organisieren, das Buchangebot zu bewerben und den Verkauf zu unterstützen.

---

1 Vgl. zu Leibniz' Bibliotheksbeständen die Einträge in Leibniz Central, <http://www.leibnizcentral.de/> (Leibniz' Arbeitsbibliothek) (15.1.2022) sowie die Kataloge in den Historischen Bibliotheksakten, Niedersächsisches Landesarchiv Hannover [NLA Hannover], Hann. 153 (Acc 2004/107 und Acc 2018/55); Uffenbachs Auktionskataloge: Bibliotheca Uffenbachiana seu catalogus librorum, quos [...] collegit scabinus reipublicae Francofurtensis Zachar. Conradus ab Uffenbach, quorum publica habebitur auctio in aedibus defuncti die VII. martii. 1735, 4 Bde., Frankfurt am Main 1735.

2 Ebd., Bd. 1, 129–143.

3 Ebd.

4 Friedrich Roth-Scholtz, *Catalogus Librorum qui propriis Sumtibus impressi inveniuntur in Bibliopolio Haeredum Jo. Danielis Tauberi, Nürnberg 1716* [Universitätsbibliothek Erlangen-Nürnberg, H61/TREW.Rx 308/310], Vermerk im Einband.

Buchwerbung konnte im 17. und 18. Jahrhundert in verschiedenen Formaten erfolgen: Auf dem Buchmarkt existierten immer parallele Katalogformen, die unterschiedliche Funktionen erfüllten (Messkataloge, Kataloge für Neuerscheinungen, Lagerkataloge etc.). Dennoch lässt sich in der ersten Hälfte des 18. Jahrhunderts generell die Entwicklung von spezielleren, strenger nach Genres gegliederten Katalogen hin zu umfassenden Sortimentskatalogen erkennen: In solchen Universalkatalogen verzeichneten Großhändler ihre gesamten Lagerbestände. Neben Katalogen waren Anzeigen in der periodischen Presse ein wichtiges Werbemittel. Zusätzlich zu Zeitungannoncen konnten auch Rezensionen in gelehrten Journalen indirekten Werbecharakter haben. Kleinere Teile des Sortiments beziehungsweise eigene Verlagsprodukte wurden über Handzettel, handgeschriebene Listen, Subskriptionsschreiben sowie Kataloganhänge in Druckwerken beworben.<sup>5</sup> Während die genannten Formate publikumsorientiert entweder auf ein spezielles Segment setzten oder einzelne aktuelle Neuerscheinungen in den Fokus rückten, zielten Sortimentskataloge auf eine möglichst umfassende Abbildung des Angebots ab. Mit ihnen konnten Bücher als Waren im Zeitalter des Großbuchhandels langfristig und räumlich weitreichend beworben werden.

Sortimentskataloge sind als Quellen für die Inventarforschung von besonderem Interesse. Im überregionalen Handel spiegeln sie als Inventare des buchhändlerischen Angebots die Herausforderungen der Warendistribution wider. Denn in den wenigsten Fällen entsprach das abgebildete Angebot den tatsächlichen Beständen der Filialhandlungen oder dem Sortiment, das während der Marktbesuche vertrieben wurde. Vielmehr waren die gelisteten Titel Lagerbestände des Hauptgeschäfts und damit im Fernhandel nicht direkt verfügbar.

Unter Fragestellungen der Inventarforschung wurden Kataloge bislang hauptsächlich mit Blick auf Bibliotheks- bzw. Auktionskataloge berücksichtigt, die zur

---

5 Vgl. zu den Formen der Buchwerbung Marie-Kristin Hauke, ‚In allen guten Buchhandlungen ist zu haben‘. Buchwerbung in Deutschland im 17. und 18. Jahrhundert. Diss., Univ. Erlangen 1999, urn:nbn:de:bvb:29-opus-1301 (15.1.2022); zur frühneuzeitlichen Anzeigepraxis u.a. Sylvia Bendel, Werbeanzeigen von 1622–1798. Entstehung und Entwicklung einer Textsorte, Tübingen 1998; Astrid Blome, Vom Adressbüro zum Intelligenzblatt. Ein Beitrag zur Genese der Wissensgesellschaft, in: Jahrbuch für Kommunikationsgeschichte 8 (2006), 3–29; Anton Tantner, Die ersten Suchmaschinen. Adressbüros, Fragämter, Intelligenz-Comptoirs, Berlin 2015; Christine Ferdinand, Constructing the Frameworks of Desire: How Newspapers Sold Books in the Seventeenth and Eighteenth Centuries, in: Joad Raymond (Hg.), News, Newspapers, and Society in Early Modern Britain, London 1999, 157–175; Susanne Lachenicht, Das Anzeigenwesen als Quelle für eine Konsumgeschichte des 18. Jahrhunderts, in: Bernd Klesmann/Patrick Schmidt/Christine Vogel (Hg.), Jenseits der Haupt- und Staatsaktionen. Neue Perspektiven auf historische Periodika, Bremen 2017, 113–124; Monica Neve/Michael Sikora, „Werbung“, in: Friedrich Jaeger (Hg.), Enzyklopädie der Neuzeit Online (eingestellt 2019), [http://dx.doi.org/10.1163/2352-0248\\_edn\\_COM\\_380722](http://dx.doi.org/10.1163/2352-0248_edn_COM_380722) (15.1.2022).

Rekonstruktion frühneuzeitlicher Bibliotheken ausgewertet wurden – buchhandels-geschichtliche Aspekte spielten dabei kaum eine Rolle.<sup>6</sup>

In der internationalen Buchforschung haben Buchhandelskataloge seit langer Zeit Betrachtung gefunden, dabei ging es jedoch weniger um das Medium an sich, vielmehr wurden sie als Informationsträger herangezogen, um das Angebot einzelner Verlagshäuser auszuwerten.<sup>7</sup> Für das Heilige Römische Reich wurden Typisierungen von Buchhandelskatalogen vorgenommen, deren Untersuchung jedoch zu wenig in die frühneuzeitlichen Handelsstrukturen und Vertriebswege des Buches eingebettet wurde.<sup>8</sup> Jüngere Studien zur Buchgeschichte des 15. und 16. Jahrhun-

- 6 Exemplarisch David Pearson, 'The English Private Library in the Seventeenth Century', in: *The Library* XIII (2012), 379–399; Matthieu Desachy, *Deux bibliophiles humanistes. Bibliothèques et manuscrits de Jean Jouffroy et d'Héliou Jouffroy*, Paris 2012, 107–150; Fiammetta Sabba (Hg.), *Le biblioteche private come paradigma bibliografico*, Rom 2008; Hans Dieter Gebauer, *Bücherauktionen in Deutschland im 17. Jahrhundert*, Bonn 1981; Hartmut Beyer/Katrin Schmidt/Jörn Münkner/Timo Steyer, *Bibliotheken im Buch. Die Erschließung von privaten Büchersammlungen der Frühneuzeit über Auktionskataloge*, in: *Kodikologie und Paläographie im Digitalen Zeitalter 4 – Codicology and Palaeography in the Digital Age* 4/11 (2017), 43–70; Gerhard Loh, *Verzeichnis der Kataloge von Buchauktionen und Privatbibliotheken aus dem deutschsprachigen Raum*, 9 Bde., Leipzig 1995–2020; vgl. auch die Projekte mit entsprechenden Publikationen *Private Libraries in Renaissance England. A Collection and Catalogue of Tudor and Early Stuart Book-Lists (PLRE)*, <https://wmpeople.wm.edu/site/page/rjfehr/home> (15.1.2022); *MEDIATE. Understanding the literary system of the 18th century*, <http://mediate18.nl/> (15.1.2022); zu frühneuzeitlichen Wissensordnungen Anne-Pascale Pouey-Mounou/Paul J. Smith (Hg.), *Early Modern Catalogues of Imaginary Books. A Scholarly Anthology*, Leiden/Boston 2019; Helmut Zedelmaier, *Bibliotheca universalis und Bibliotheca selecta. Das Problem der Ordnung des gelehrten Wissens in der frühen Neuzeit*, Köln 1992; Ders.: *Geordnete Bücherwelten. Die Geschichte der Bibliographie*, in: *biblos. Beiträge zu Buch, Bibliothek und Schrift* 60/1 (2011), 5–15; Merio Scattola, *Der ‚Anweisende Bibliothecarius‘. Politische Bibliographien als Instrumente der Bewahrung und Vermittlung von Wissen*, in: Frank Grunert/Annette Syndikus (Hg.), *Wissenspeicher der Frühen Neuzeit. Formen und Funktionen*, Berlin/Boston 2015, 165–202.
- 7 Christian Coppins, *A Census of Printers' and Booksellers' Catalogues up to 1600. Some Provisional Conclusions*, in: *The Papers of the Bibliographical Society of America* 102 (2008), 557–565; Ders., *Marketing the Early Printed Book. Publishers' and Booksellers' Advertisements and Catalogues*, in: *De Gulden Passer* 92 (2014), 155–180; Graham Pollard/Albert Ehrman, *The Distribution of Books by Catalogue from the Invention of Printing to a.d. 1800, Based on Material in the Broxbourne Library*, Cambridge 1965; Annie Charon/Élisabeth Parinet (Hg.), *Les ventes de livres et leurs catalogues, XVIIe–XXe siècle*, Paris 2000; Robin Myers/Michael Harris/Giles Mandelbrote (Hg.), *Books for Sale. The Advertising and Promotion of Print since the Fifteenth Century*. New Castle, Del. 2009; Günther Richter, *Bibliographische Beiträge zur Geschichte buchhändlerischer Kataloge im 16. und 17. Jahrhundert*, in: Alfred Swierk (Hg.), *Beiträge zur Geschichte des Buches und seiner Funktion in der Gesellschaft. Festschrift für Hans Widmann zum 65. Geburtstag am 28. März 1973*, Stuttgart 1974, 183–229; mit stärkerer Gewichtung auf Bibliothekskatalogen Malcolm Walsby/Natasha Constantinidou (Hg.), *Documenting the Early Modern Book World. Inventories and Catalogues in Manuscript and Print*, Leiden/Boston 2013.
- 8 Ernst Weber, *Sortimentskataloge des 18. Jahrhunderts als literatur- und buchhandels-geschichtliche Quelle*, in: Reinhard Wittmann (Hg.), *Bücherkataloge als buchgeschichtliche Quellen in der frühen Neuzeit*, Wiesbaden 1984, 209–257; Reinhard Wittmann, *Bücherkataloge des 16.–18. Jahrhunderts als Quellen der Buchgeschichte. Eine Einführung*, in: ebd., 7–18; Hauke, *Buchhandlungen*, 1999; vgl. vertiefend Julia Bangert, *Buchhandelssystem und Wissensraum in der Frühen Neuzeit*, Berlin/Boston 2019.

derts unterstreichen die Bedeutung des Katalogs für die Distribution an entfernten Absatzmärkten.<sup>9</sup>

Der vorliegende Beitrag untersucht die Funktion von Katalogen für den Großbuchhandel, der ab dem ausgehenden 17. Jahrhundert neue Dimensionen gewann. Die Auswertung dieser Quellengattung verspricht damit, vielfältige Aufschlüsse über die Praktiken des Buchhandels in einem Untersuchungszeitraum zu liefern, der aufgrund der Fokussierung der Forschung auf die spätere Aufklärung häufig vernachlässigt wird.<sup>10</sup> Sortimentskataloge sind für die Buchhandelsgeschichte um 1700 auch deshalb eine zentrale Quellengattung, da die schwierige archivalische Überlieferung nur partielle Aufschlüsse zur Handelspraxis ermöglicht. Diese Katalogsform erlangte besonders im überregionalen Handel Bedeutung, als sie das wichtigste Medium für Großhändler war, ihr Angebot auf auswärtigen Märkten zu bewerben. Der Beitrag untersucht dabei exemplarisch die Rolle von Sortimentskatalogen auf den Buchmärkten von Wien und Prag in der ersten Hälfte des 18. Jahrhunderts: In beiden Städten konnten sich insbesondere Nürnberger Verlagshäuser eine einflussreiche Stellung sichern. Am Beispiel der Kataloge von Johann Friedrich Rüdiger und Johann Adam Schmidt wird die Rolle von zwei Nürnberger Buchhändlern ausgewertet, die bis zur Mitte des 18. Jahrhunderts auf den Buchmärkten der Habsburgermonarchie aktiv waren. Neben Sortimentskatalogen machten sie von anderen Werbeformen Gebrauch: Regelmäßige Werbeanzeigen in den Prager-Post-Zeitungen oder dem Wienerischen Diarium, publikumsspezifisch ausgerichtete handgeschriebene Angebotslisten, Widmungen oder Anhänge zu Neuerscheinungen, die eigenen Verlagswerken beigelegt wurden. Ihr wichtigstes Werbemittel waren jedoch Sortimentskataloge. Dabei werden ihre Kataloge auf mehreren Ebenen untersucht: Nach einem Überblick über die Organisation des Fernhandels in Prag und Wien wird zunächst die formale Gestaltung der Kataloge in den Blick genommen und auch im Hinblick auf den Wandel dieser Inventarform analysiert. Das Angebot der beiden Buchhändler wird exemplarisch ausgewertet, wobei der Blick auch auf neue Verkaufspraktiken wie den Vertrieb antiquarischer Bücher gerichtet wird. Sortimentskataloge zeigen zugleich die Schattenseiten des Großbuchhandels, als sie häufig für Ausverkäufe überschüssiger, schwer absetzbarer Lagerbestände genutzt wurden.

9 Christian Coppens/Angela Nuovo, Printed Catalogues of Booksellers as a Source for the History of the Book Trade, in: *JLIS.it* 9/2 (2018), 166–178.

10 Vgl. zu dem Desiderat u.a. Horst Meyer, Buchhandel, in: Werner Arnold/Wolfgang Dittrich/Bernhard Zeller (Hg.), *Die Erforschung der Buch- und Bibliotheksgeschichte in Deutschland. Festschrift für Paul Raabe*, Wiesbaden 1987, 188–260, 235; Oliver Duntze, Verlagsbuchhandel und verbreitender Buchhandel von der Erfindung des Buchdrucks bis 1700, in: Ursula Rautenberg (Hg.), *Buchwissenschaft in Deutschland. Ein Handbuch. 2 Bde., Bd. 1: Theorie und Forschung*, Berlin/Boston 2010, 203–256, 238 et passim.

## 1. Sortimentsbuchhandel und die Buchmärkte von Wien und Prag, 1700–1750

Ab dem ausgehenden 17. Jahrhundert förderte der Tauschhandel die Entstehung von verlegerischen Großunternehmern, die in städtischen Zentren ansässig waren und neben eigenen Verlagsprodukten über ein umfassendes Sortiment verfügten.<sup>11</sup> Ihr Angebot, das durch den Messhandel und direkte Bestellungen aktualisiert wurde, fand im mitteleuropäischen Raum breiten Absatz. Der Sortiments- und Großbuchhandel gewann seine wirtschaftliche Bedeutung damit insbesondere durch die Distribution auf überregionalen Märkten. Die Analyse des Fernhandels ermöglicht eine Neubewertung der buchgewerblichen Kräfteverhältnisse im Heiligen Römischen Reich und zeigt Zusammenhänge zwischen Wirtschaftsräumen auf, die in der Darstellung der Forschung häufig entlang nationalstaatlicher Grenzen auseinanderfallen.<sup>12</sup> Kapitalstarken Großverlegern in Augsburg und Nürnberg gelang es, den Buchhandel in Bayern, Österreich und Böhmen in weiten Teilen zu dominieren, was dem lokalen Handel erhebliche Probleme bereitete und der Leipziger Konkurrenz den Eintritt in diese Märkte erschwerte. Insbesondere die Buchmärkte von Wien und Prag waren im Untersuchungszeitraum vom Fernhandel dominiert. Bislang fehlt eine systematische Erschließung, die den Großbuchhandel des 17. und frühen 18. Jahrhunderts in beiden Hauptstädten untersucht.<sup>13</sup> Dabei gilt es, sowohl die Strukturen des lokalen Buchgewerbes als auch die wirtschaftspolitischen Rahmenbedingungen für die Rolle auswärtiger Händler zu analysieren. Aus der vorliegenden Literatur können immerhin grobe Angaben zu den Größenverhältnissen des

- 
- 11 Vgl. allgemein Reinhard Wittmann, *Geschichte des deutschen Buchhandels*, 3. Aufl., München 2011; Johannes Goldfriedrich, *Geschichte des Deutschen Buchhandels vom Westfälischen Frieden bis zum Beginn der klassischen Litteraturperiode (1648–1740)*, Leipzig 1908; Ute Schneider, *Grundlagen des Mediensystems. Drucker, Verleger, Buchhändler in ihren ökonomischen Beziehungen 1600–1750*, in: Johannes Arndt/Ester-Beate Körber (Hg.), *Das Mediensystem im Alten Reich der Frühen Neuzeit (1600–1750)*, Göttingen 2010, 27–37.
  - 12 Vgl. die nationalstaatlich ausgerichteten Gesamtdarstellungen zum Buchhandel Wittmann, *Geschichte*, 2011; Norbert Bachleitner/Franz M. Eybl/Ernst Fischer, *Geschichte des Buchhandels in Österreich*, Wiesbaden 2000; Zdeněk Šimeček, *Geschichte des Buchhandels in Tschechien und in der Slowakei*, Wiesbaden 2002; Matthias Karmasin/Christian Oggolder (Hg.), *Österreichische Mediengeschichte: Von den frühen Drucken zur Ausdifferenzierung des Mediensystems (1500 bis 1918)*, Bd. 1, Wiesbaden 2016.
  - 13 Die Erschließung erfolgt im Rahmen meines Habilitationsprojekts, gefördert durch den FWF (Lise-Meitner Projekt M 2874-G): *Foreign Booksellers in Vienna and Prague 1680–1750*. Bestehende Studien konzentrieren sich auf die zweite Hälfte des 18. und das 19. Jahrhundert, vgl. Peter R. Frank/Johannes Frimmel, *Buchwesen in Wien 1750–1850. Kommentiertes Verzeichnis der Buchdrucker, Buchhändler und Verleger*, Wiesbaden 2008; Claire Madl/Petr Piša/Michael Wögerbauer, *Buchwesen in Böhmen 1749–1848. Kommentiertes Verzeichnis der Drucker, Buchhändler, Buchbinder, Kupfer- und Steindruckere*, Wiesbaden 2019; Dies., *Na cestě k výborně zřízenému knihkupectví. Protagonisté, podniky a síť knižního trhu v Čechách (1749–1848)*, Prag 2019.

Prager und Wiener Buchhandels in der ersten Hälfte des 18. Jahrhunderts geschöpft werden: Laut Reinhard Wittmann, der die Zahl der buchgewerblichen Betriebe im Heiligen Römischen Reich 1701–1750 erhoben hat, rangierte Wien mit 53 Betrieben an zehnter Stelle hinter Augsburg (150), Leipzig (145), Nürnberg (99), Frankfurt/Main (98), Köln (93), Hamburg (76), Halle/Saale (61), Jena (58) und Berlin (53).<sup>14</sup> Für Prag sind in diesem Zeitraum sechs bis acht Buchhandlungen nachweisbar und sieben Druckereien. Diese Zahlen beziehen sich jedoch auf niedergelassene, das heißt meist immatrikulierte Betriebe. Sie spiegeln nicht die marktbeherrschende Stellung der auswärtigen Händler im Sortimentshandel wider. Die geringe Präsenz der niedergelassenen Händler auf der Frankfurter und Leipziger Messe belegt, dass diese ihr Angebot stärker auf den lokalen Bedarf abstimmten, während Messnovitäten besonders von auswärtigen Händlern in Prag und Wien angeboten wurden.<sup>15</sup> In beiden Städten konnten sich besonders süddeutsche Buchhändler seit dem 16. Jahrhundert eine langfristige und einflussreiche Handelsposition sichern. Auch für das internationale Angebot verlief der Bucherwerb in den meisten Fällen über diese etablierten Handelsnetzwerke. So wurden Bestellungen etwa aus Italien oder Antwerpen über den Augsburger und Nürnberger Buchhandel beziehungsweise die Frankfurter Messe abgewickelt. Italienische, französische, niederländische oder englische Buchimporte wurden über die beschriebenen Distributionsnetzwerke kanalisiert oder erschienen in Übersetzung bei diesen Verlagshäusern selbst.

Der Fernhandel erschließt sich einerseits aus der Logik des Groß- und Sortimentshandels, andererseits waren solche Investitionen im ausgehenden 17. Jahrhundert durch eine innerstädtische beziehungsweise regionale Konkurrenzsituation im Buchgewerbe bedingt: Nürnberg avancierte im 17. Jahrhundert zu einem wichtigen Verlagsort und Umschlagsplatz katholischer Werke. Zu Beginn des 18. Jahrhunderts gewann jedoch Augsburg, auch durch den Zuzug von katholischen Druck- und Verlagshäusern wie Bencard, Walder oder Veith, eine führende Rolle im Bereich der katholischen Erbauungs- und Predigtliteratur, die weit über die Region hinausstrahlte. Die nahezu paritätisch vertretenen protestantischen Buchhändler in Augsburg genossen ebenfalls eine einflussreiche Stellung, die nicht zuletzt der Reichweite ihrer Handelsbeziehungen und der bedeutenden Rolle von Protestanten im Kupferstichwesen geschuldet war. Die Bikonfessionalität Augsburgs erwies sich zweifelsohne als Standortvorteil der Reichsstadt, führte jedoch auch zu Konflikten zwischen katholischen und protestantischen Verlegern etwa um die Publikation erfolgreicher *Catholica*. Dem abnehmenden Einfluss des Nürnberger Buchhandels suchten Firmen wie Felsecker mit einer Neuorientierung hin zum Zeitungsverlag zu begegnen.

---

14 Wittmann, Geschichte, 2011, 96.

15 Šimeček, Geschichte, 2002, 33.

Andere Verleger konnten ihre Geschäftsverluste damit ausgleichen, dass sie ihre Handelsbeziehungen in die österreichischen und böhmischen Länder ausdehnten und in Form des Niederlagehandels und von Filialgründungen verstetigten.<sup>16</sup>

Die Untersuchung der beiden Handelsorte Wien und Prag eröffnet in räumlicher Perspektive nicht nur städtische Räume des Handels, sondern erlaubt, die Distributionswege des Fernhandels zu verfolgen. Verlegersortimenter, die in Wien oder Prag handelten, verfügten im Regelfall über ein weitgespanntes Distributionsnetzwerk und unterschiedliche Marktinteressen: Leipziger Verlagshäuser wie Fritsch oder Gleditsch nahmen auf den Prager Buchmärkten in Konkurrenz mit Nürnberger Händlern eine marktführende Position ein, waren jedoch an anderen Handelsstandorten der Habsburgermonarchie kaum vertreten und ließen in Wien meist in Kommission von Nürnberger Verlegern handeln. Firmen aus Nürnberg und Augsburg (in geringerem Maße auch Regensburg oder Ulm) dominierten den Handel entlang der Donau und frequentierten die Märkte von Linz und Krems. Die zentrale Bedeutung des Donauhandels für den süddeutschen Verlag wird anhand entsprechender Einträge in Mautprotokollen (Aschach) sowie Waag- und Niederlagsbüchern (Krems) ersichtlich.

Die rechtliche Situation der fremden Händler war eng an obrigkeitliche Rahmenbedingungen gebunden. Im Vergleich zwischen Wien und Prag zeigen sich in den lokalen Bestimmungen große Unterschiede: Das Wiener Niederlagswesen hatte seit dem 16. Jahrhundert eine einflussreiche Stellung auswärtiger Kaufleute in der Hauptstadt begünstigt.<sup>17</sup> Bis zur Neuregelung des Großhandelsgewerbes 1774 konnten Niederleger in Wien ihre Stellung und Privilegien als extraterritoriale Großhändler, nicht ohne Widerstand der ansässigen Kaufmannschaft, festigen. Sie genossen Religionsfreiheit und hatten, abgesehen von einer allgemeinen Kopfsteuer, keine Steuern, sondern lediglich Zoll- und Mautgebühren zu entrichten. An Beispielen wie Wolfgang Moritz Endter, Peter Conrad Monath oder Johann Paul Krauss wird die einflussrei-

---

16 Vgl. allgemein zum Augsburger und Nürnberger Buchhandel Helmut Gier/Johannes Janota (Hg.), *Augsburger Buchdruck und Verlagswesen. Von den Anfängen bis zur Gegenwart*, Wiesbaden 1997; Michael Diefenbacher/Wiltrud Fischer-Pache/Manfred H. Grieb (Hg.), *Das Nürnberger Buchgewerbe. Buch- und Zeitungsdrucker, Verleger und Druckhändler vom 16. bis zum 18. Jahrhundert*, Nürnberg 2003.

17 Vgl. zu den Wiener Niederlegern Peter Rauscher/Andrea Serles, *Die Wiener Niederleger um 1700. Eine kaufmännische Elite zwischen Handel, Staatsfinanzen und Gewerbe*, in: Oliver Kühschelm (Hg.), *Geld – Markt – Akteure / Money – Market – Actors*, Innsbruck/Wien 2015, 154–182; Günther Chaloupek/Peter Eigner/Michael Wagner (Hg.), *Wien Wirtschaftsgeschichte 1740–1938, Bd. 2: Dienstleistungen*, Wien 1991, 1001–1019; Karl Vocelka/Anita Traninger (Hg.), *Die frühneuzeitliche Residenz (16. bis 18. Jahrhundert)*, Köln/Wien 2003, 133–240; Helene Kuraic, *Die Wiener Niederleger im 18. Jahrhundert*, unveröffentlichte Dissertation, Universität Wien 1946; im Buchhandel wurde das Niederlagswesen bislang kaum berücksichtigt, vgl. Bachleitner/Eybl, *Geschichte*, 2000, 69–72, 117–121.

che Stellung von Nürnberger Buchhändlern in Wien deutlich. Aber auch Händler, die nicht als Niederleger zugelassen waren und damit offiziell nur zu den Marktzeiten handeln durften, bereiteten dem lokalen Handel erhebliche Konkurrenz: Sie verfügten über starke Stammhäuser und gute Verbindungen zu den Messestädten, während die angestammten Wiener Verleger dort kaum ihr Angebot absetzen konnten. Die Verschärfung der Zollbestimmungen und Importverbote ab den 1720er-Jahren bewirkte, dass fremde Händler nun verstärkt darauf setzten, dauerhafte Verlagsgeschäfte in den österreichischen Ländern zu begründen und ihre Werke, häufig mit Zukauf einer eigenen Druckerei, vor Ort drucken zu lassen.

Im Unterschied zu den wirtschaftlichen Freiräumen in Wien verfügten auswärtige Kaufleute in Böhmen und Prag über eingeschränkte Handelsrechte. Diese Regulierung war teilweise auch gegen die dominante Position des Nürnberger Handels gerichtet. Auswärtige Buchhändler konnten ihre Waren bis zu einem Drittel günstiger anbieten als lokale Vertreter der Branche.<sup>18</sup> In Verordnungen wurden Handelszeiten wiederholt auf die Präsenz zu den Prager Hauptmärkten begrenzt, die zu kirchlichen Feiertagen wie St. Wenzel, St. Veit oder Mariä Lichtmess veranstaltet wurden. Außerhalb der Marktzeiten mussten die Waren in versiegelten Lagern verwahrt werden. Aufgrund des unerlaubten Verkaufs außerhalb der regulären Marktzeiten gerieten Händler wiederholt in obrigkeitliche Auseinandersetzungen. Zur logistischen Vereinfachung ihrer Handelstätigkeiten waren finanzstarke Händler bemüht, ihre Präsenz durch die Eröffnung von Filialgeschäften zu verstetigen. Für die erste Hälfte des 18. Jahrhunderts liegen zahlreiche Gesuche von Buchhändlern um die Öffnung dauerhafter Ladengeschäfte vor, die mehrheitlich abgelehnt wurden. Dabei wurde das Argument der Konfessionszugehörigkeit gezielt zur Regulierung von Handelszulassungen der auswärtigen Händler, die mehrheitlich dem protestantischen Glauben angehörten, verwendet. Fremde Händler waren damit auf die Kooperation mit Vertretern des Buchgewerbes vor Ort angewiesen. Daher spielten auch Handelsfaktoren (katholischer Glaubenszugehörigkeit), die in Prag oder Wien stellvertretend die Geschäfte übernehmen konnten, eine wichtige Rolle.

Die Nürnberger Händler Johann Friedrich Rüdiger und Johann Adam Schmidt waren beide im Sortimentsgroßhandel aktiv und partizipierten am Tauschhandel auf den Messen von Frankfurt am Main und Leipzig. Die langjährigen Handelsbeziehungen Rüdigers nach Prag und Schmidts nach Wien wurden durch verwandtschaftliche Netzwerke gestützt. Dennoch zeigen sich an ihrem Beispiel die Herausforderungen, die Einzelunternehmer zu bewältigen hatten, um ihre Handelspositionen an mehre-

---

18 Šimeček, *Geschichte*, 2001, 31; vgl. zu den Handelsbeziehungen zu Nürnberg generell Olga Fejtová/Václav Ledvinka/Jiří Pešek (Hg.), *Ztracená blízkost. Praha – Norimberk v proměnách staletí*, Prag 2010.

ren Standorten längerfristig zu sichern. Sortimentskataloge waren für sie das wichtigste Medium, ihr Angebot auf dem überregionalen Markt zu bewerben.

## 2. Nürnberger Sortimentskataloge im Buchhandel mit Wien und Prag

### 2.1. Die Kataloge Johann Friedrich Rüdigers für den Prager Buchmarkt (1716, 1748)

Die Familie Rüdiger veranschaulicht die räumlich weitreichenden Verlegernetzwerke des frühen 18. Jahrhunderts: Johann Friedrich Rüdiger wurde 1686 als Sohn des Johann Michael Rüdiger (1651–1734) in Heidelberg geboren. Sein Vater war privilegierter Buchführer des Kurfürsten von der Pfalz, infolge der Belagerung im Pfälzischen Erbfolgekrieg musste die Familie jedoch nach Berlin übersiedeln. Die Biographie Johann Friedrich Rüdigers ist im Unterschied zu der seines älteren Bruders Johann Andreas (ca. 1683–1751), der in Potsdam und Berlin als Buchhändler und Zeitungsverleger tätig war, nur lückenhaft rekonstruierbar.<sup>19</sup> Johann Friedrich Rüdiger absolvierte vermutlich in Nürnberg seine Ausbildung und wurde Buchhandelsdiener im Verlag von Johann Zieger (1646–1711). 1706 heiratete er dessen Tochter Clara Susanna, was ihm die Verleihung des Nürnberger Bürgerrechts sicherte. Zieger besuchte seit den 1680er-Jahren durchgehend die Prager Märkte, wodurch Rüdiger früh mit dem Handel nach Böhmen vertraut wurde. Nach dem Tod Ziegers übernahm er im Januar 1712 dessen Bücherlager in der Prager Altstadt.<sup>20</sup> In Nürnberg war er ab 1716 als Buchführer im Ämterbuch eingetragen. Einen weiteren sozialen Aufstieg in der Reichsstadt Nürnberg bedeutete 1720 Rüdigers Aufnahme als Genannter des Größeren Rats.<sup>21</sup> Verwandtschaftliche Beziehungen stützten die Handelsbeziehungen Rüdigers in die böhmischen Länder zusätzlich: Johann Zieger hatte seine zweite Tochter Elisabeth 1697 mit dem Buchhändler Georg Lehmann (1666–1735) verheiratet.<sup>22</sup> Im wechselseitigen Vertrieb der Verlagswerke sowie in Absprachen zur Drucklegung werden die verwandtschaftlichen Beziehungen der Schwäger Rüdiger und Lehmann deutlich. Es ist eine Aufteilung der Märkte

19 Vgl. zu weiterführender Literatur Mona Garloff, *The Troubles of a Protestant Bookseller in a Catholic Market: The Nuremberg Bookseller Johann Friedrich Rüdiger (1686–1751) and the Prague Book Trade*, in: Arthur der Weduwen/Ann-Marie Hansen (Hg.), *Crisis or Enlightenment? Developments in the Book Trade 1650–1750*, Leiden/Boston [im Erscheinen]; Manfred H. Grieb u.a. (Hg.), *Nürnberg Künstlerlexikon. Bildende Künstler, Kunsthandwerker, Gelehrte, Sammler, Kulturschaffende und Mäzene vom 12. bis zur Mitte des 20. Jahrhunderts*, 4 Bde., Berlin/Boston 2007, 1281; Přispěvatelé *Encyklopedie knihy*, „Johann Friedrich Rüdiger“, [https://www.encyklopedieknihy.cz/index.php?title=Johann\\_Friedrich\\_R%C3%BCdiger&oldid=16701](https://www.encyklopedieknihy.cz/index.php?title=Johann_Friedrich_R%C3%BCdiger&oldid=16701) (15.01.2022).

20 Archiv hlavního města Prahy [Stadtarchiv Prag], PPL IV, 8939 (28.1.1712).

21 Grieb, *Künstlerlexikon*, 2007, Bd. 3, 1281.

22 Ebd., 902.

zu erkennen: Während Rüdiger seinen Handel auf Prag konzentrierte, richtete Lehmann sein Geschäft zunehmend auf Brünn aus, wo er sich um eine offizielle Zulassung als Händler bemühte. Weitere Handelstätigkeiten sind in Olmütz und Pressburg nachweisbar.<sup>23</sup> Lehmann hielt sein Nürnberger Hauptgeschäft aufrecht, etablierte sich von 1710 an aber vor allem erfolgreich als Niederleger in Wien. Die Buchhandlung wurde nach seinem Tod 1735 von seinem Schwiegersohn Johann Krauss übernommen und erfolgreich ausgebaut. Die Beziehungen zu seinem Schwager ermöglichten Rüdiger direkte Verbindungen nach Brünn und Wien. Von Lehmanns Verlagsschwerpunkt auf katholischer Prediger- und Erbauungsliteratur konnte er für sein eigenes Buchangebot profitieren.

Rüdigers kontinuierliche Präsenz auf der Frankfurter und Leipziger Messe und sein Buchangebot zeigen, dass er erfolgreich am Sortimentshandel partizipierte: So war er mit seinen Neuerscheinungen über drei Jahrzehnte hinweg auf den Messen von Frankfurt am Main und Leipzig präsent. Von 1710 bis 1743 brachte er durchschnittlich sechs selbstverlegte Bücher auf die Messen und war nur fünf Jahre in diesem Zeitraum dort nicht vertreten.<sup>24</sup> Aus zwei überlieferten Sortimentskatalogen der Jahre 1716 und 1748 wird deutlich, dass Rüdiger sein umfangreiches Angebot besonders auf den Prager Buchmarkt ausrichtete. Der spätere Katalog zeigt die veränderte Stellung des protestantischen Händlers an dem Handelsstandort sowie allgemein den Funktionswandel des Sortimentskatalogs in der ersten Hälfte des 18. Jahrhunderts.

Rüdigers knapp 150 Seiten umfassender Katalog von 1716 entspricht noch ganz der Einteilung in die traditionellen Wissensgebiete, die zur Gestaltung innerhalb eines Katalogs oder von thematischen Teilbänden gewählt wurde. Dieses Gliederungsschema orientierte sich an der systematischen Aufteilung der Messekataloge nach Fächern und Sprachen. Innerhalb der Kategorien erfolgte dann eine, meist nach Formaten gegliederte, alphabetische Anordnung. Diese Ordnung wurde zur Mitte des 18. Jahrhunderts zunehmend zugunsten einer rein alphabetischen Aufteilung von Sortimentskatalogen aufgegeben: In dieser Auflösung ist auch eine Orientierung an dem städtischen bürgerlichen Publikum zu sehen, wohingegen die disziplinäre Gliederung nach den tradierten Wissensgebieten noch vornehmlich auf die dominierende gelehrte Zielgruppe des Buchmarkts ausgerichtet war.<sup>25</sup> Der im Prämonstratenserstift Strahov in Prag überlieferte Katalog von 1716 besteht aus drei

---

23 Zdeněk Šimeček, *Knižní obchod v Brně od sklonku 15. do konce 18. Století*, Brünn 2011, passim.

24 Entsprechend der Angaben in Carl Gustav Schwetschke, *Codex nundinarius Germaniae literatae bisecularis. Meß-Jahrbücher des deutschen Buchhandels von dem Erscheinen des ersten Meß-Katalogs im Jahr 1564 bis zur Gründung des ersten Buchhändlervereins im Jahr 1765*, Halle an der Saale 1850 [Reprint: Nieuwkoop 1963], 188–221.

25 Vgl. Hauke, *Buchhandlungen*, 1999, 79–83; Weber, *Sortimentskataloge*, 1984, 216, 234f.

gebundenen Einzelkatalogen, die entsprechend der wissenschaftlichen Disziplinen unterteilt sind: *Catalogus Librorum Catholicorum* (Prag 1716), *Catalogus Librorum Judicorum* (Nürnberg 1716) und *Catalogus Librorum Medicorum* (Prag 1716).<sup>26</sup> Das Quart-Format ermöglichte eine benutzerfreundliche Handhabung. Teilweise waren die Teilbände als durchschossene Exemplare angelegt, dazu boten die breiten Seitenränder neben den Titeln ausreichend Platz für Notizen, wie die handschriftlichen Einträge zeigen.<sup>27</sup> Die Kataloge zu den theologischen und medizinischen Werken waren speziell für den böhmischen Buchmarkt zusammengestellt („qui prostant Pragae apud Jo. Fridr. Rudiger“). Der Band zu den juristischen Büchern verzeichnete hingegen Werke, die Rüdiger in Nürnberg („qui prostant Norimbergae apud Jo. Fridr. Rudiger“), aber ebenso auf den Prager Märkten anbot. Die Titel wurden alphabetisch gelistet, teilweise mit fachlichen Unterkategorien, und machten relativ ausführliche bibliographische Angaben: So wurden Nachname und Vorname des Autors, ein Kurztitel, das Format, ggf. Bandzahl, Druckort und -jahr angegeben. Die Kurztitelbildung wich teilweise leicht vom Originaltitel ab. In allen drei Katalogen sind deutsche und lateinische Drucke getrennt, tschechischsprachige Werke bilden eine absolute Minderheit.

Dass Rüdiger in seinen Katalogen Druckorte angab, entsprach keineswegs dem Regelfall anderer Kataloge. Damit sind seine Kataloge besonders aufschlussreich, um die Funktionsweise des Sortimentshandels zu verstehen: Der Nürnberger Katalog für juristische Bücher ist mit Druckorten wie Leipzig, Stuttgart, Gotha, Nürnberg, Jena, Halle deutlich auf eine protestantische Leser\*innenschaft ausgerichtet und enthält beispielsweise Werke von Matthias Bernegger, Christoph Besold, Benedict Carpzov, Ahasverus Fritsch, Hugo Grotius oder Samuel Pufendorf. Jedoch beinhaltet der in Prag gedruckte Katalog medizinischer Werke, der in seinem Spektrum auch chemische und naturwissenschaftliche Bücher umfasst, ebenfalls viele protestantische Autoren des 16. bis 18. Jahrhunderts. Generell konnten solche Gattungen, die nicht direkt theologische Inhalte betrafen, frei auf den Prager Märkten gehandelt werden. Rüdiger war in seinen Katalogen bemüht, sein Angebot zensurkonform zu präsentieren, jedoch belegen zahlreiche Konfliktfälle, dass er über den offiziellen Verkauf hinaus immer wieder heterodoxe Literatur handelte.<sup>28</sup>

Am aussagekräftigsten für die Funktionsweise des Sortimentshandels und die Nachdruckpraxis um 1700, die besonders in Süddeutschland erfolgreich praktiziert wurde, ist der *Catalogus Librorum Catholicorum*: Der Katalog umfasst 97 Seiten und

---

26 *Catalogus Librorum* [...] qui prostant, Nürnberg/Prag 1716 [Strahovská knihovna Praha (Bibliothek des Kloster Strahov), AY III 50].

27 Vgl. allgemein Arndt Brendecke, ‚Durchschossene Exemplare‘. Über eine Schnittstelle zwischen Handschrift und Druck, in: *Archiv für Geschichte des Buchwesens* 59 (2005), 50–64.

28 Vgl. Garloff, *Troubles* [im Erscheinen].

ist in unterschiedliche Kategorien unterteilt: Neben lateinischen und „deutsch-theologisch-Catholische[n] Bücher[n]“ im Allgemeinen waren überwiegend „Predigt-Bücher“ und „Gebeth-Bücher“ angeführt, was den Erfolg dieser Genres zeigt. Insgesamt dominieren traditionelle katholische Verlagsorte wie Antwerpen, Paris, Köln, Augsburg, jedoch wird ebenfalls die Effizienz der protestantischen süddeutschen Literaturproduktion deutlich: Mit 16 Titeln des Augustiner-Predigers Abraham a Sancta Clara beispielsweise führte Rüdiger im Verhältnis zu anderen Autoren ein umfangreiches Angebot. Nur vier dieser Titel wurden von katholischen Verlegern gedruckt: Die *Grammatica religiosa* (Salzburg 1699), *Reim Dich oder ich ließ Dich* (Köln 1684), *Gack Gack Gack* (Köln 1689) und *Geistliche Tugend-Schul* (Köln 1699). Die anderen Werke gaben Nürnberg (10 Titel), Ulm (1), Amsterdam (1) und Brünn (1) als Erscheinungsorte an. Nur in Einzelfällen handelte es sich dabei um Erstdrucke oder Werke, die keine (posthumen) Kompilationen waren: Die *Türkenpredigt Auff, auff Ihr Christen* war beispielsweise zuerst 1683 bei Haan in Salzburg publiziert worden, im selben Jahr erfolgte ein Nachdruck bei Wagner in Ulm. Die *Pestschrift Mercks Wien* war zuerst 1680 bei Vivian in Wien erschienen, im selben Jahr auch bei Johann Hoffmann in Nürnberg.<sup>29</sup> Rüdiger führte einen späteren Nachdruck von 1689. Der fingierte Amsterdamer Druck von 1702 (Lehmann) war eine Übersetzung von Chertablon: *La manière de se bien préparer à la mort* (1700), die eine Widmung Abrahams enthielt. Dieses Werk führte Rüdiger auch in der Ausgabe Brünn 1708, die ebenfalls von Georg Lehmann gedruckt wurde. Rüdiger annoncierte in seinen Katalogen das gesamte Verlagsprogramm seines Schwagers, der auf den Druck katholischer Predigt- und Erbauungsliteratur spezialisiert war. Die engen verwandtschaftlichen Beziehungen trugen somit auch zur wechselseitigen Erweiterung des Sortimentsangebots der beiden Händler bei.

Die *Catalogi librorum* von 1716 zeigen insgesamt, dass Rüdiger sein Angebot zu diesem Zeitpunkt sowohl auf den Nürnberger als auch auf den Prager Buchmarkt ausrichtete. Die Verlagsorte der verzeichneten Titel lassen erkennen, dass er erfolgreich am Tauschhandel der Messen von Frankfurt und Leipzig partizipierte. Darüber hinaus schuf der süddeutsche Nachdruck einen eigenen Markt, über den Rüdiger ebenfalls einen großen Teil seines Angebots bezog. Verleger und Buchhändler investierten überkonfessionell in die Produktion katholischer Erbauungs- und Predigtliteratur, die in Territorien wie Bayern, Salzburg sowie den österreichischen und böhmischen Ländern Absatz fand. Rüdigers Kataloge legen schließlich die logistischen Herausforderungen des überregionalen Handels offen: Als Protestant durfte Rüdiger offiziell nur während der Marktzeiten der Prager Städte Handel

---

29 Vgl. zu den Nachdrucken Franz M. Eybl, Abraham a Sancta Clara. Vom Prediger zum Schriftsteller, Tübingen 1992, passim.

betreiben. Die in den Sortimentskatalogen verzeichneten Titel entsprachen nur zu einem Bruchteil Rüdigers tatsächlichem Angebot vor Ort, vielmehr repräsentierten sie seine Lagerbestände im Nürnberger Hauptgeschäft. Rüdiger besuchte in der Regel drei Prager Märkte pro Jahr: Bestellungen aus den Katalogen konnten damit teilweise erst zum nächsten Markttermin geliefert werden. Die Sortimentskataloge suggerierten ein direkt erhältliches Angebot, das großteils vor Ort noch nicht verfügbar war. Durch die Werbung in den Katalogen und die entsprechend zeitverzögerte Lieferung der Titel konnte eine Kundenbindung erzeugt werden, die durch die quartals- oder jahresweise Abrechnung der gekauften Ware fortgesetzt wurde.

Von 1724 an stellte Rüdiger vor dem böhmischen Kommerzkollegium erfolglos Gesuche zur Eröffnung einer Filialhandlung. Erst 1748 erhielt er die Bewilligung.<sup>30</sup> Das von Maria Theresia verliehene Privileg war jedoch auf drei Jahre begrenzt, ferner musste das Geschäft außerhalb der Marktzeiten von einem katholischen Faktor geführt werden. Trotzdem bedeuteten die eingeschränkten Rechte einen Erfolg, denn Rüdiger war damit einer der wenigen protestantischen Händler, denen in der ersten Hälfte des 18. Jahrhunderts in Böhmen überhaupt Handelsprivilegien verliehen wurden. Er verlagerte bis zu seinem Tod 1751 seinen Buchhandel ausschließlich nach Prag. In seinem Katalog von 1748 präsentierte sich Rüdiger stolz als „kayserl. königl. Privilgierter Buchhändler“. Bereits das aufwendig gestaltete Signet auf dem Titelblatt, das auf den Druck des Katalogs durch die Druckerwitwe Sophia Johanna Rosenmüller in Prag verweist, symbolisiert die erfolgreiche Integration Rüdigers in den Prager Buchhandel.<sup>31</sup> Im Unterschied zum Katalog von 1716 bildete der alphabetisch gegliederte Universalkatalog nun seine gesamten Lagerbestände ab.

Die erste Ausgabe von Mai 1748 kündigte das monatliche Erscheinen der Folgehefte an: „Es dient zur freundlichen Nachricht, daß von diesem meinen Universal-Catalogo, nach der Ordnung alle Monat ein Bogen, mithin im Junio, geliebts Gott, die erste Continuation, und so fort, wird zu haben seyn.“ Die Katalogauszüge bestanden aus je einem Bogen in Oktav, also 16 Seiten. Die beiden unterschiedlichen Ausgaben von Rüdigers Katalog, die in der Bibliothek des Kloster Strahovs und im Nationalmuseum in Prag erhalten sind,<sup>32</sup> verraten jedoch, dass Rüdiger mit seinem alphabetisch angelegten Katalog nicht zur vollständigen Verzeichnung seiner Lagerbestände gelangte. Während der Katalog des Klosters Strahov nur bis zum Buchstaben K und

---

30 Národní Archiv, Praha (NA) [Nationalarchiv Prag], České gubernium – Commerciale, D1, K. 12 (1716–1730), 1724, unpag.; NA, Česká dvorská kancelář (ČDK), IV, D7, Box 675, Konv. 46, unpag., Privileg (1 April 1748); vgl. auch die Kopien NA, Staré české mistodržitelství (SČM), B 56,3 (13 April 1748).

31 Vgl. Madl/Piša/Wögerbauer, Buchwesen in Böhmen, 2019, 175f.; zum Signet: Přispěvatelé Encyklopedie knihy, „Karel František Rosenmüller st.“, [https://www.encyklopedieknihy.cz/index.php?title=Karel\\_František\\_Rosenmüller\\_st.](https://www.encyklopedieknihy.cz/index.php?title=Karel_František_Rosenmüller_st.) (15.1.2022).

32 Strahovská knihovna Praha, ET XV 36; Národní muzeum Praha [Nationalmuseum Prag], 57 F 8.



Abbildung 1: Titelblatt des Universalkatalogs (*Catalogus oder Verzeichnuß aller Büchern*, 1748) von Johann Friedrich Rüdiger mit dem Druckersignet von Sophia Johanna Rosenmüller  
 Bildrechte: Sammlung des Nationalmuseums Prag, Bibliothek, 57 F 8, Titelblatt

dem XXIII. Folgeband erhalten ist, reicht der im Nationalmuseum überlieferte Katalog bis zum Buchstaben P. Erschienen die Teilbände kontinuierlich monatlich, wurde der Katalog also bis ca. Mitte 1750 fortgeführt. Rüdiger brach die Katalogisierung seiner Bestände danach ab, was daraus zu schließen ist, dass die restlichen Bestände unter dem Buchstaben P handschriftlich weitergeführt wurden.

Der Vergleich zwischen den Katalogen von 1716 und von 1748 zeigt erstens die Etablierung Rüdigers als Großbuchhändler, indem sein Angebot nun bis zur Jahrhundertmitte auf ein 532 Seiten starkes Universalverzeichnis von etwa 7.700 Titeln angewachsen war.<sup>33</sup> Mit dem Katalog bezweckte der im fortgeschrittenen Alter stehende Verlegersortimenter, der zudem verwitwet und ohne direkte Nachkommen in Prag war, den Ausverkauf seiner gesamten Lagerbestände.

Dafür spricht auch die Verzeichnung der Titel mit Fixpreisen. In seinem Privilegiensuch hatte Rüdiger bereits damit geworben, dass er, in „Respectu des jetzi-

33 Pravoslav Kneidl, Pražský knihkupec Johann Friedrich Rüdiger a jeho nabídka knih v roce 1748, in: *Knihy a dějiny* 2/1 (1995), 1–8, 1.

gen ordinari verkaufspreyses“, seine vorrätigen Titel „umb die halfte wohlfeiller loßschlagen“ wolle.<sup>34</sup> Fixpreise begannen sich um die Jahrhundertmitte im deutschsprachigen Buchhandel zu etablieren, waren aber noch längst kein durchgängiger Usus, vor allem nicht im Fernhandel, in dem unterschiedliche Währungssysteme diffizile Umrechnungskurse mit sich brachten und Kataloge mit festgelegten Preisen nicht als Werbemittel über längere Zeiträume eingesetzt werden konnten. Fixpreise wurden meist verwendet, wenn Lagerbestände in möglichst großem Umfang veräußert werden sollten. Da bislang gesicherte quantifizierbare Aussagen über Buchpreise des frühen 18. Jahrhunderts, und speziell zum Prager Buchmarkt, fehlen, erfordert die Preisgestaltung Rüdigers eine vertiefte Untersuchung.

Zweitens können allgemeinere Entwicklungen in den Praktiken der Buchwerbung und Kataloggestaltung abgeleitet werden: Das monatliche Erscheinen in alphabetischer Folge ermöglichte Rüdiger eine schnellere Veröffentlichung des Katalogs und eine längerfristige Kund\*innenbindung. Wie in anderen Sortimentskatalogen üblich, enthielt die alphabetische Ordnung mehrere Unterkategorien, mit denen grobe Genrebildungen vorgenommen wurden („Geschichte“, „Chymisch-Philosophische Bücher“, „Lebens-Beschreibungen“, „Lexica allerhand“ etc.). Darüber hinaus beschränkten sich Werke protestantischer Autoren auf die Bereiche Medizin und Jurisprudenz, theologische Werke sind ausschließlich von katholischen Autoren zu finden. Eine Ausnahme ist Johann Amos Comenius, dessen Werke zu den meistvertriebenen Bohemica der Zeit gehörten. Angeboten wurden sowohl antiquarische Werke bzw. Frühdrucke sowie aktuelle Neuerscheinungen: So bewarb Rüdiger einen Frühdruck von Pietro d’Abano (*Conciliator differentiarum*, Venedig 1496) für 3 fl. (Gulden) neben den mit „schönen Kupfern“ gestalteten *Nürnbergische[n] Hesperides* (Nürnberg 1708) für 10 fl., den Predigtdruck *Auff, auff Ihr Christen* von Abraham a Sancta Clara (in einem frühen Druck: Wien 1683) für 12 Kreuzer oder Gottfried Wilhelm Leibniz’ *Ars combinatoria* (Erfurt 1690) für 10 Kreuzer.<sup>35</sup>

Der überblickshaften Auswertung von Pravoslav Kneidl zufolge dominieren im Angebot Rüdigers deutschsprachige Titel, aber lateinische und französischsprachige Werke sind ebenfalls ein fester Bestandteil – eine quantitative Auswertung steht noch aus. Auffällig ist, dass auch hier tschechischsprachige Titel eine völlige Minderheit bilden. Rüdiger rubrizierte tschechische Titel unter der deutschen Überschrift „böhmisch“, wobei deutsch- und lateinischsprachige Bohemica mit etwa 148 Titeln in seinem Katalog überwiegen.<sup>36</sup> In diesem Verzeichnis präsentierte Rüdiger sein Angebot als zensurkonform, freilich war es bei Beständen in dieser Größenord-

34 NA, ČDK, IV, D7, Box 675, Konv. 46, unpag., Privilegiengesuch Rüdiger (s.d., praes. 19 Dezember 1746).

35 Catalogus od. Verzeichnis aller Bücher, welche in Prag [...], Prag 1748, 3, 5, 385, 478.

36 Kneidl, Knihkupec, 1995, 1f.

nung leicht möglich, ein inoffizielles Angebot außerhalb der Katalogeinträge zu vertreiben.

Es ist nun aufschlussreich, Rüdigers Kataloge und seine Stellung im Prager Buchhandel mit dem Fallbeispiel des Nürnberger Händlers Johann Adam Schmidt zu vergleichen, der seinen Handel im Untersuchungszeitraum auf den Wiener Buchmarkt ausgerichtet hatte.

## 2.2. Die Kataloge Johann Adam Schmidts für den Wiener Buchmarkt (1741)

Johann Adam Schmid(t) besuchte von den 1730er- bis in die frühen 1750er-Jahre regelmäßig die Wiener Buchmärkte und bot auch auf den Märkten entlang der Donau seine Ware an. Wie viele andere Buchhändler des frühen 18. Jahrhunderts lässt er sich biographisch kaum fassen: In den Buchhandel war der aus Wertheim stammende Schmidt, Sohn des Ratsherren Michael Schmidt, als Geschäftspartner seines zukünftigen Schwiegervaters Sebastian Trautner eingestiegen. Von 1729 bis 1734 waren Trautner und Schmidt gemeinsam im „Ämterbüchlein“ der Stadt Nürnberg eingetragen.<sup>37</sup> Da Trautners Tochter vor der Heirat verstorben war, hielt Schmidt keine familiär gebundenen Anteile an der Firma. Trautner orientierte seinen Buchhandel an den Absatzmärkten entlang der Donau: Während Schmidt zunächst gemeinsam mit Trautner im Donauhandel aktiv war, ist er in den Aschacher Mautprotokollen ab 1730 mit eigenen Passagen nachweisbar, ab 1733 erfolgten durchschnittlich acht Transporte pro Jahr.<sup>38</sup> Schmidts Lieferungen waren auf die Jahrmärkte von Linz und Wien ausgerichtet: In Wien war er nicht als Niederleger zugelassen, sondern besuchte die Stadt nur zu den Marktzeiten. Wie aus den Mautprotokollen und Zeitungannoncen im Wienerischen Diarium hervorgeht, bot er in Wien seine Waren auf den Pfingst-, Margarethen- und Katharinenmärkten

---

37 Grieb, *Künstlerlexikon*, 2007, Bd. 3, 1349. Vgl. zu Schmidt Mona Garloff, *Gebrauchtbuchhandel als neue Geschäftspraxis. Der Wiener Buchhandel des Johann Adam Schmidt (Nürnberg) zwischen Novitäten und Antiquariat (1730–1751)*, in: Ines Peper/Thomas Wallnig (Hg.), *Central European Pasts. 'Old' and 'New' in the Intellectual Culture of Habsburg Europe, 1650–1750*, Berlin/Boston [im Erscheinen].

38 Ich danke Peter Rauscher (Wien) für die Angaben zu den Aschacher Mautprotokollen, vgl. Ders./Andrea Serles, *Der Donauhandel. Quellen zur österreichischen Wirtschaftsgeschichte des 17. und 18. Jahrhunderts*, <https://www.univie.ac.at/donauhandel/> (15.1.2022). Der Erschließungszeitraum des Donauhandel-Projekts endet 1740; vgl. auch Sonja Donabaum, *Gehandeltes Wissen – Der Buchtransport auf der Donau in der ersten Hälfte des 18. Jahrhunderts im Spiegel der Aschacher Mautprotokolle*, unveröffentlichte Masterarbeit, Universität Wien, 2019, urn:nbn:at:at-ubw:1-18776.03099.723854-8 (15.1.2022); zum Buchhandel in Linz Rudolf M. Henke/Gerhard Winkler, *Geschichte des Buchhandels in Linz*, Linz 2002.

an.<sup>39</sup> Dass Schmidt für einen über Nürnberg und Wien hinausgehenden Buchmarkt produzierte und in den Sortimentshandel investierte, wird an seiner Präsenz auf der Frankfurter und Leipziger Messe deutlich: Zwischen 1731 und 1749 besuchte Schmidt mit wenigen Ausnahmen jährlich die Buchmessen und bot hier ein Spektrum von zwei bis fünfzehn Neuerscheinungen pro Jahr an.<sup>40</sup>

Wie Johann Friedrich Rüdiger richtete Schmidt seinen Sortimentshandel sowohl auf Nürnberg als auch auf die Absatzmärkte in der Habsburgermonarchie aus. Schmidt begann früh mit der Verzeichnung seiner gesamten Lagerbestände. Unter dem Titel *Catalogus Universalis Librorum exquisitissimorum Omnium Facultatum* fertigte er 1741 im Umfang von etwa 50 Seiten Teilkataloge an, die jeweils durch Anhänge erweitert wurden.<sup>41</sup> Wie die Titelblätter zeigen, waren diese direkt für die Wiener Märkte bestimmt: Sie trugen sowohl Angaben zu Schmidts Verkaufsort während der Pfingst- und Katharinenmärkte Am Hof unweit der Mariensäule als auch seiner Logis (Abbildung 2).<sup>42</sup>

Wie Rüdigers Universalkatalog von 1748 unterscheiden sich auch Schmidts Sortimentskataloge von anderen Katalogen der Zeit dadurch, dass die angebotenen Titel mit Fixpreisen verzeichnet waren.<sup>43</sup> Dieses Verfahren wurde in Katalogen der ersten Hälfte des 18. Jahrhunderts erst vereinzelt angewendet.<sup>44</sup> Schmidts Kataloge sollten dem Ausverkauf seiner Lagerbestände dienen und ließen sich damit über mehrere Marktzeiten hinweg einsetzen. Zudem erleichterten die Preisangaben die Verrechnung der Buchbestellungen im Fernhandel. Der Buchhändler nutzte seine Kataloge im direkten Kontakt zur Kundschaft, um darin sein Sortiment und seine eigenen Verlagsprodukte zu bewerben. Zu den jeweiligen Marktbesuchen in Wien

---

39 In Orientierung an den kirchlichen Feier-/Namenstagen fand der Pfingstmarkt drei Wochen statt, der Margarethenmarkt drei Wochen im August (Leopoldstadt) und der St. Katharinenmarkt vier Wochen ab Mitte November.

40 Schwetschke, Codex, 1850, passim.

41 Joannis Adami Schmidii catalogus universalis librorum exquisitissimorum omnium facultatum qui venales prostant Viennae, s.l. [Nürnberg/Wien: Schmidt] 1741. [Deutsche Nationalbibliothek, Leipzig, Sign. 132/Schmid/Joan, zwei Kataloge in einem Band].

42 Vgl. auch die Angabe auf dem Titelblatt von Schmidts Sortimentskatalogen (Joannis Adami Schmidii catalogus, 1741): „Zu Marckt-Zeiten in der untersten Bücher-Hütten auf dem Hof in der so genannten Schotten-Gassen ohnweit der schönen Marianischen Säulen.“ Die Logis bezog Schmidt in der Naglergasse in Wien bei „Herrn Jo. Georg Erd, Burgerlichen Bier-Leut-geb im 3ten Stock.“ (ebd.)

43 So bewarb Schmidt noch 1744 seinen Katalog im Wienerischen Diarium (20.4.1744): „Nebst einem Cathalogo mit beygesetzten genauesten Preisen, so gratis einem jeden zu Diensten stehet.“

44 Vgl. beispielsweise die Sortimentskataloge des Nürnberger Händlers Friedrich Roth-Scholtz: *Catalogus einiger Bücher, Welche um beygesetzten sehr wohlfeilen Preiß, allhier in Nürnberg und in Altdorff, Bey Joh. Daniel Taubers Seel. Erben gegen baare Bezahlung verkaufft werden sollen*, Nürnberg 1731, vgl. zur Einführung von Fixpreisen und der Entwicklung der Buchpreisbindung Jürgen Kühnert, *Die Geschichte der Buchpreisbindung in Deutschland: von ihren Anfängen bis ins Jahr 1945*, Wiesbaden 2009, 13–46; Walter Krieg, *Materialien zu einer Entwicklungsgeschichte der Bücher-Preise und des Autoren-Honorars vom 15. bis zum 20. Jahrhundert*, Wien 1953.

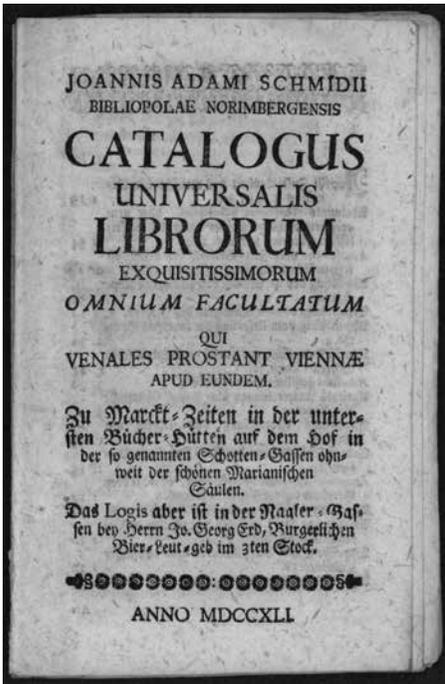


Abbildung 2: Titelblatt des *Catalogus Universalis Librorum exquisitissimorum Omnium Facultatum* (1741) von Johann Adam Schmidt für den Wiener Buchmarkt  
Bildrechte: Deutsches Buch- und Schriftmuseum der Deutschen Nationalbibliothek Leipzig, Bibliothek des Börsenvereins des Deutschen Buchhandels Frankfurt, 132/Schmid/Joan

fertigte er auch handschriftliche Listen an, in denen Bestellungen direkt markiert und die gleichzeitig zur Abrechnung verwendet werden konnten.

Es ist davon auszugehen, dass es sich bei Schmidts Angebot sowohl um Bestände seines Nürnberger Hauptlagers als auch des Wiener Lagers handelte: Wie Rüdiger lieferte auch Schmidt an seine Kund\*innen Titel, die sich im Nürnberger Hauptgeschäft befanden, bei den nächsten Marktbesuchen nach. Dies geht aus den umfangreichen Buchankäufen hervor, die Abt Gottfried Bessel zwischen 1732 und 1739 für das Benediktinerstift Göttweig bei Schmidt tätigte. Die geschlossene Überlieferung belegt die zeitversetzten Lieferungen aus Nürnberg und entsprechende Quartals- oder Jahresabrechnungen.<sup>45</sup> Schmidt war für Abt Bessel insbesondere deshalb eine wichtige Kontaktperson, da er sich geschickt im Geschäft mit Raritäten zeigte: Im Mai 1736 übersandte Schmidt beispielsweise elf Inkunabeln-Bibeln im Wert von 835 Gulden auf dem Postweg nach Göttweig.<sup>46</sup>

Schmidts Kataloge präsentierten im Vergleich zu anderen Universalkatalogen ein relativ kleines Angebot. Demgegenüber umfasste der Katalog von Rüdiger immerhin mehr als 500 Seiten. In noch größeren Dimensionen annoncierte beispielsweise der Nürnberger Händler Georg Peter Monath seine Ware, dessen zeit-

<sup>45</sup> Vgl. die Überlieferung in Bibliothek, Stift Göttweig [=BSTG], Cod. 692, fol. 334r-552v.

<sup>46</sup> BSTG Cod. 692, fol. 438r-v, 439r-v (Bücherlisten mit Lieferdaten 4. und 22.5.1736).

lich etwas jüngerer Lagerkatalog von 1758 1.208 Seiten und ca. 23.000 Titel verzeichnete. Er wurde mit zahlreichen Supplementbänden bis 1780 auf 3.823 Seiten erweitert.<sup>47</sup> Während die meisten Sortimentskataloge der Zeit zur besseren Orientierung eine lose Untergliederung nach Genres oder Sachgruppen beibehielten, verzichtete Schmidt darauf. Der Aufbau beider Kataloge war äußerst schlicht: Die Titel wurden – ohne Sachgruppen – alphabetisch verzeichnet. Erscheinungsjahr und gegebenenfalls -ort wurden nur bei Novitäten sowie bei antiquarischen Büchern genannt. So machte Schmidt in einem Anhang zum Hauptkatalog alle deutschsprachigen Novitäten kenntlich, die er von den letzten Messen mitgebracht hatte und auf den Wiener Märkten anbot. Aus dem Katalogaufbau werden Schwerpunkte seines Sortimentsangebots erkennbar: Im Hauptkatalog führte Schmidt ausschließlich deutschsprachige Titel. Angeboten wurden hier meist günstigere Drucke, die sich im Preisspektrum von fünf bis fünfzig Kreuzern bewegten und selten bis zu zwei Gulden kosteten. Mehrheitlich handelte es sich dabei um katholisches Erbauungs- und Predigtschrifttum, Historienwerke, galante Romane oder Gebrauchsliteratur. Sein eigenes Verlagsangebot hob Schmidt – abgesehen von ausführlichen Titelanlagen – nicht spezifisch hervor, sondern integrierte es in die alphabetische Ordnung. Über die oft preisgünstigen deutschsprachigen Werke hinaus wandte sich sein Angebot an ein gelehrtes Publikum: Schmidts eigenes Verlagsprogramm wie auch sein Sortimentsbestand umfassten eine große Zahl an lateinischen Titeln. Im Unterschied zu Rüdiger ist zu erkennen, dass sich Schmidt neben dem Novitätenhandel auch auf den Handel mit Altbeständen spezialisiert hatte. In einem ersten Anhang zum Hauptkatalog sowie in seinem zweiten *Catalogus Universalis Librorum* (1741) verzeichnete Schmidt ausschließlich lateinische Werke, unter denen sich zahlreiche antiquarische Titel befanden. Neben den achtbändigen *Annales Mundi sive Chronicon* des französischen Jesuiten Philippe Briet (1727) wurden die *Opera Omnia* des Justus Lipsius (1665), einige Raritäten wie Guillaume Postels *Cosmographia* (1636) oder die jüngste Ausgabe von Lorenz Heisters *Compendium anatomicum* (1741) angeboten. Teilweise handelte es sich bei den antiquarischen Werken, wie beispielsweise bei Petrus Texels *Phoenix visus et auditus* (Amsterdam 1706),<sup>48</sup> um Restbestände eines Bibliotheksverkaufs: 1738/39 hatte Schmidt den Versuch unternommen, die (erste) Bibliothek des Nürnberger lutherischen Gelehrten Adam Rudolf Solger (1693–1770) zu verkaufen. Er bewarb die Solgersche Sammlung 1738 unter dem Titel *Bibliotheca Anonymiana*, ein 380-seitiger Katalog, der ca. 3.000 Titel mit

---

47 Vollständiger Catalogus aller Bücher, welche bei Georg Peter Monath Buchhändlern in Nürnberg um beigesetzte billige Preise zu haben sind, Nürnberg 1758, Bd. 1; vgl. zu den Supplementbänden Hauke, Buchhandlungen, 1999, 410f.; Weber, Sortimentskataloge, 1984, 218–220.

48 Dieses als Rarität gekennzeichnete Werk handelte Schmidt für 7 Gulden und 30 Kreuzer, vgl. Joannis Adami Schmidii catalogus, 1741, Appendix (I), 28.

umfangreichen bibliographischen Angaben enthielt.<sup>49</sup> Schmidt orientierte sich dabei an den Verkaufsversuchen des Frankfurter Gelehrten Zacharias Conrad von Uffenbach, der seine Universalbibliothek in vier umfangreichen Katalogbänden (1729–1731) verzeichnet hatte.<sup>50</sup> Wie Uffenbach wollte Schmidt die Bibliothek zu Fixpreisen verkaufen und versah dabei alle Titel im Katalog mit konkreten Preisangaben.<sup>51</sup> Ähnlich problematisch wie für Uffenbach, der über das Fixpreis-Verfahren kaum nennenswerte Bestände seiner Universalbibliothek verkaufen konnte, verlief der Versuch für Schmidt. Der Verkauf der Bestände stellte den Buchhändler im Fernhandelsgeschäft vor große logistische Herausforderungen und führte zu seiner zeitweiligen Zahlungsunfähigkeit. Von den Folgen des kostspieligen Bibliotheksankaufs und des gescheiterten Verkaufsgeschäfts konnte sich der Nürnberger Buchhändler finanziell nicht mehr erholen: Mit den wenige Jahre später angefertigten Universalkatalogen verfolgte Schmidt das Ziel der Lagerauflösung. Seine Bestände sollten zum Ausgleich seiner Geschäftsdefizite möglichst umfassend verkauft werden. Später führte Schmidt seinen Nürnberger und Wiener Handel nur noch in kleinerem Umfang fort. In den Jahren 1742, 1744 und 1745 besuchte er die Messen nicht und handelte dort bis zu seinem Tod im Jahr 1752 insgesamt mit deutlich weniger Neuerscheinungen.<sup>52</sup> Die letzten Jahre seines Lebens, in denen Schmidt seinen Handel bereits ganz nach Wien verlegt hatte, sind schwer rekonstruierbar.<sup>53</sup> Seine Nürnberger Buchhandlung wurde von Georg Peter Monath aufgekauft.<sup>54</sup> Dieses Verlagshaus war auch im Wiener Niederlagegeschäft sehr erfolgreich und übertraf das Angebot Schmidts bei weitem, wie die genannten Monath'schen Sortimentskataloge veranschaulichen.

Schmidts Lagerverkäufe spiegeln die Schattenseiten des Sortimentsgroßhandels wider. Diese Handelsform brachte das Problem eines umfassenden Angebots mit sich, das über den Tauschverkehr ständig erweitert wurde und ausreichend Käufer\*innen finden musste. Dazu kamen Großauflagen eigener Verlagswerke,

---

49 *Bibliotheca Anonymiana sive catalogus bibliothecae locupletis, raritate, selectu, ligatura librorum splendidissimae*, Nürnberg 1738.

50 *Bibliotheca Uffenbachiana Universalis Sive Catalogus Librorum Tam Typis Quam Manu Exaratorum, Quos Summo Studio Hactenus Collegit Zach. Conradus ab Uffenbach [...]*, 4 Bde., Frankfurt am Main, 1729–1731; vgl. Mona Garloff, Zacharias Conrad von Uffenbach und der Buchhandel, in: Markus Friedrich/Monika Müller (Hg.), *Zacharias Conrad von Uffenbach in seiner Zeit – Wissen und Gelehrtenkultur um 1700*, Berlin/Boston 2020, 335–360.

51 Vgl. das Vorwort, in: *Bibliotheca Anonymiana*, 1738, unpag.

52 Laut Schwetschke, *Codex*, 1850, 1743 zwei, 1746 fünf, 1747 drei, 1748 zwei und 1749 drei Neuerscheinungen.

53 1750 wurde Schmidt aus dem Nürnberger „Ämterbüchlein“ gestrichen und verlagerte seinen Handel ganz nach Wien; Grieb, *Künstlerlexikon*, 2007, Bd. 3, 1349; Diefenbacher/Fischer-Pache, *Buchgewerbe*, 2003, 682.

54 Vgl. Johann Ferdinand Roth, *Geschichte des Nürnberger Handels. Ein Versuch*, 4 Bde., Leipzig 1800–1802, Bd. 4, 400, Bd. 3, 44.

deren Profit durch den schnellen Wandel des Buchmarkts schwer kalkulierbar war und die häufig als Ladenhüter mit erheblichem Wertverlust zurückblieben. Für auswärtige Händler wie Schmidt, die nur über ein eingeschränktes Handelsrecht verfügten, waren die Geschäftsmöglichkeiten zudem auf die Marktzeiten beschränkt.

## Schluss

Während sich in Mittel- und Norddeutschland zur Mitte des 18. Jahrhunderts – in Folge des schrittweisen Übergangs vom Tausch- zum Konditionshandel – viele Verleger von ihrem Großsortiment trennten, erwies sich diese Geschäftsform für die süddeutschen Reichsstädte deutlich länger als rentables Modell. Am Beispiel des Nürnberger Handels zeigt sich, dass der Erfolg besonders auf dem Aufbau langfristiger Handelsbeziehungen in die Habsburgermonarchie beruhte, mit Wien und Prag als den wichtigsten Handelszentren. Die Buchhändler Johann Friedrich Rüdiger und Johann Adam Schmidt hatten ihr Geschäft über mehrere Jahrzehnte zwischen Hauptgeschäft und Handel in den österreichischen und böhmischen Ländern etabliert. Beide verlagerten aus Altersgründen ihren Buchhandel schließlich ganz nach Prag bzw. Wien. Auf merkantilistische Einschränkungen und die sukzessive Aufhebung des Niederlagewesens reagierten auswärtige Händler zunehmend mit dem Bemühen um vollständige Integration an diesen Standorten.

Gegenüber spezielleren Einzelkatalogen, die entsprechend der traditionellen Wissenschaftsdisziplinen gegliedert waren, setzten sich in der ersten Hälfte des 18. Jahrhunderts mehr und mehr Universalkataloge durch, in denen die gesamten Lagerbestände weitgehend alphabetisch gelistet und häufig zu Fixpreisen verzeichnet wurden. Meist bezweckten solche Kataloge den Ausverkauf größerer Teile des Sortiments. Universalkataloge ermöglichten es Buchhändlern besonders im überregionalen Handel, ihr Angebot umfassend zu bewerben. Zugleich führen sie als Quellengattung die Schattenseiten des Großbuchhandels vor Augen, da Lagerbestände in ihrem Umfang kaum zu verzeichnen waren und das Angebot schwer aktualisierbar blieb.

Indem sich die annoncierten Titel meist auf Lagerbestände im Hauptgeschäft bezogen, suggerierte das Katalogangebot die direkte Verfügbarkeit von Titeln, die tatsächlich erst zeitverzögert zum nächsten Marktbesuch geliefert werden konnten. Der Fernbuchhandel unterschied sich insofern von anderen Warengruppen, als in den Katalogen bereits produzierte Titel als Einzelobjekte beworben wurden, die jedoch vor Ort oft nicht direkt verfügbar waren und somit an die Kund\*innen erst zeitverzögert geliefert wurden. Diese Lieferketten setzten komplizierte Abrechnungsverfahren sowie Vorleistungen für Transportkosten voraus, womit der Gewinn

aus dem Verkaufsgeschäft erst über längere Zeiträume an den Händler zurückfloss.

Dass Buchhandelskataloge einen eigenen Platz in Gelehrtenbibliotheken fanden, zeigt ihre wichtige Funktion als Informationsquelle über das aktuell verfügbare Angebot, das durch den Mess- und Tauschhandel international ausgerichtet war. Für eine Zusammenführung von wissens- und handelsgeschichtlichen Perspektiven bieten Sortimentskataloge eine zentrale Quellengrundlage, die in der Inventarforschung bislang zu wenig berücksichtigt wurde. Lag der Fokus lange auf Bibliothekskatalogen als Inventare des gelehrten Buchbesitzes bieten Sortimentskataloge die Möglichkeit, Fragen nach der Distribution, dem Marktangebot und Bucherwerb in eine erweiterte Wissensgeschichte um 1700 zu integrieren. Die wachsenden digitalen Möglichkeiten der quantitativen Auswertung eröffnen zudem vielfach neue Zugänge für die Inventarforschung und erweitern etwa durch die systematische Erfassung von Druckorten und Preisangaben in Katalogen die Perspektiven frühneuzeitlicher Buchgeschichte.