

300 Jahre »Robinson Crusoe«

300 Jahre »Robinson Crusoe«

Ein Weltbestseller und seine Rezeptionsgeschichte

Herausgegeben von
Christine Haug, Johannes Frimmel und Bill Bell

DE GRUYTER

Die freie Verfügbarkeit der E-Book-Ausgabe dieser Publikation wurde durch 35 wissenschaftliche Bibliotheken und Initiativen ermöglicht, die die Open-Access-Transformation in der Deutschen Literaturwissenschaft fördern.

ISBN 978-3-11-077606-5

e-ISBN (PDF) 978-3-11-077619-5

e-ISBN (EPUB) 978-3-11-077625-6

DOI <https://doi.org/10.1515/9783110776195>



Dieses Werk ist lizenziert unter einer Creative Commons Namensnennung 4.0 International Lizenz. Weitere Informationen finden Sie unter <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Die Bedingungen der Creative-Commons-Lizenz für die Weiterverwendung gelten nicht für Inhalte (z. B. Grafiken, Abbildungen, Fotos, Auszüge usw.), die nicht Teil der Open-Access-Publikation sind. Diese erfordern ggf. die Einholung einer weiteren Genehmigung des Rechteinhabers. Die Verpflichtung zur Recherche und Klärung liegt allein bei der Partei, die das Material weiterverwendet.

Library of Congress Control Number: 2022933388

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.dnb.de> abrufbar.

© 2022 bei den Autoren, publiziert von Walter de Gruyter GmbH, Berlin/Boston
Dieses Buch ist als Open-Access-Publikation verfügbar über www.degruyter.com.

Einbandabbildung: Titelseite der ersten Ausgabe von Robinson Crusoe 1719.

Nastasic / DigitalVision Vectors / Getty Images

Druck und Bindung: CPI books GmbH, Leck

www.degruyter.com

Open-Access-Transformation in der Literaturwissenschaft

Open Access für exzellente Publikationen aus der Deutschen Literaturwissenschaft: Dank der Unterstützung von 35 wissenschaftlichen Bibliotheken und Initiativen können 2022 insgesamt neun literaturwissenschaftliche Neuerscheinungen transformiert und unmittelbar im Open Access veröffentlicht werden, ohne dass für Autorinnen und Autoren Publikationskosten entstehen.

Folgende Einrichtungen und Initiativen haben durch ihren Beitrag die Open-Access-Veröffentlichung dieses Titels ermöglicht:

Dachinitiative „Hochschule.digital Niedersachsen“ des Landes Niedersachsen
Universitätsbibliothek Bayreuth
Staatsbibliothek zu Berlin – Preußischer Kulturbesitz
Universitätsbibliothek der Freien Universität Berlin
Universitätsbibliothek der Humboldt-Universität zu Berlin
Universitätsbibliothek Bochum
Universitäts- und Landesbibliothek Bonn
Universitätsbibliothek Braunschweig
Staats- und Universitätsbibliothek Bremen
Universitäts- und Landesbibliothek Darmstadt
Technische Universität Dortmund - Universitätsbibliothek (Universitätsbibliothek Dortmund)
Sächsische Landesbibliothek – Staats- und Universitätsbibliothek Dresden
Universitätsbibliothek Duisburg-Essen
Universitäts- und Landesbibliothek Düsseldorf
Universitätsbibliothek Johann Christian Senckenberg, Frankfurt a. M.
Universitätsbibliothek Freiburg
Bibliothek der Pädagogischen Hochschule Freiburg
Niedersächsische Staats- und Universitätsbibliothek Göttingen
Universitätsbibliothek Greifswald
Staats- und Universitätsbibliothek Hamburg Carl von Ossietzky
Gottfried Wilhelm Leibniz Bibliothek – Niedersächsische Landesbibliothek, Hannover
Technische Informationsbibliothek (TIB) Hannover
Universitätsbibliothek Kassel – Landesbibliothek und Murhardsche Bibliothek der Stadt Kassel
Universitäts- und Stadtbibliothek Köln
Universitätsbibliothek der Universität Koblenz-Landau
Zentral- und Hochschulbibliothek Luzern
Universitätsbibliothek Magdeburg
Universitätsbibliothek Marburg
Universitätsbibliothek der Ludwig-Maximilians-Universität München
Universitäts- und Landesbibliothek Münster
Universitätsbibliothek Osnabrück
Universitätsbibliothek Vechta
Herzog August Bibliothek Wolfenbüttel
Universitätsbibliothek Wuppertal
Zentralbibliothek Zürich

Inhalt

Vorwort — IX

Christine Haug

Einleitung: Daniel Defoe zwischen Journalismus, Pamphletismus und Bestsellerproduktion im 18. Jahrhundert — 1

***Robinson Crusoe* im Kontext der Frühaufklärung**

Daniel Syrový

On Literary Shipwreck before *Robinson Crusoe* — 41

Anne Enderwitz

Buchführung, Wert und Fiktion in *Robinson Crusoe* — 55

Hania Siebenpfeiffer

Robinson Crusoe im All: Daniel Defoes *A Vision of the Angelick World* (1720) — 75

Oliver Bach

Daniel Defoes *The Life and Strange Surprizing Adventures of Robinson Crusoe* und die Hallenser Aufklärung — 95

Die deutschsprachige Rezeption des *Robinson Crusoe*

Wolfram Malte Fues

***Robinson Crusoe* und die deutsche Robinsonade — 123**

Iwan-Michelangelo D'Aprile

Post aus Felsenburg: Erzählmuster und Nachrichtenverkehr in Johann Gottfried Schnabels *Wunderliche Fata einiger Seefahrer* — 145

Peter C. Pohl

Die Robinsonaden von Campe und Wezel und ihre Poetik freier Zeiten — 167

Wynfrid Kriegleder

Robinsonaden in der Literatur der österreichischen Aufklärung — 191

Norbert Bachleitner

**(Pseudo-) Robinsonaden auf den österreichischen Listen verbotener
Bücher — 213**

***Robinson Crusoe* und die Kinder- und Jugendliteratur**

Hans-Heino Ewers

***Robinson Crusoe* als Kinder- und Jugendlektüre: Ein kursorischer
Forschungsüberblick — 241**

Andrew O'Malley

**Understanding *Robinson Crusoe*'s Place in the Literature and Culture of
Childhood — 259**

***Robinson Crusoe* in der modernen Literatur**

Daniella Jancsó

Solitude and Survival: *Crusoe* and the Modern Poet — 273

Bill Bell

Hermeneutic Castaways: Problems in Reading *Robinson Crusoe* — 293

Autorinnen und Autoren — 309

Abstracts — 313

Personenregister — 317

Ortsregister — 323

Vorwort

Anlässlich des 300-jährigen Publikationsjubiläums des Klassikers *Robinson Crusoe* von Daniel Defoe im Sommer 2019 veranstaltete das *Zentrum für Buchwissenschaft: Buchforschung – Verlagswirtschaft – Digitale Medien* einen interdisziplinären und internationalen Workshop im Lyrikkabinett München. Es war der letzte Sommer und einer der letzten Workshops, bevor die Welt von Corona überrollt wurde. Unseren Beiträgerinnen und Beiträgern sind wir zu großem Dank verpflichtet, dass sie sich trotz aller Widrigkeiten, u. a. mehrwöchige Bibliotheks- und Archivschließungen, bereit erklärt haben, ihre Beiträge zu verfassen und somit das Zustandekommen dieses Tagungsbandes aktiv unterstützt haben.

Die mit der Corona-Pandemie einhergehenden Verzögerungen und Erschwernisse brachten es mit sich, dass diverse erst seit Frühjahr 2021 publizierte Forschungen zu Defoe und *Robinson Crusoe* hier keine Aufnahme mehr finden konnten. Wir sind einerseits unseren Beiträgerinnen und Beiträgern zu großem Dank verpflichtet, andererseits dem Lyrikkabinett München, das uns so gastfreundlich in seine wunderbaren Tagungsräumlichkeiten aufgenommen hat. Insbesondere aber gebührt unser Dank der Waldemar Bonsels-Stiftung und der Internationalen Buchwissenschaftlichen Gesellschaft (München) für die großzügige finanzielle Förderung des Workshops.

Widmen möchten wir diesen Sammelband Herrn Prof. Dr. Georg Jäger, Begründer der Studiengänge Buchwissenschaft an der LMU München, mit Dankbarkeit und allergrößter Wertschätzung zu seinem 80. Geburtstag.

Christine Haug

Einleitung: Daniel Defoe zwischen Journalismus, Pamphletismus und Bestsellerproduktion im 18. Jahrhundert

Im Juli 2019 fand am *Zentrum für Buchwissenschaft: Buchforschung – Verlagswirtschaft – Digitale Medien* anlässlich des 300-jährigen Publikationsjubiläums des Romans *Robinson Crusoe* ein kleiner, interdisziplinärer Workshop statt.¹ Vor dem Hintergrund einer kaum überschaubaren Forschungslage zu Daniel Defoe, seinem politischen und gesellschaftlichen Wirken, zu seinen vielfältigen Publikationen und nicht zuletzt zu *Robinson Crusoe* näherten sich die Workshop-Teilnehmer dem europäischen Bestseller aus der Perspektive ihrer unterschiedlichen Fachdisziplinen, suchten neue Forschungsperspektiven aufzumachen und die *Robinson-Crusoe*-Forschung um einzelne Aspekte zu erweitern. Es fanden sich Buch- und Literaturwissenschaftler, Kulturwissenschaftler, Kinder- und Jugendbuchforscher, Philosophiehistoriker, Anglisten sowie Komparatisten zusammen, die den Text *Robinson Crusoe* erneut diskutierten und deren Beiträge im vorliegenden Sammelband zusammengeführt worden sind.

Die Einleitung sucht nicht den literarischen Text *Robinson Crusoe* in den Fokus zu rücken, der aus vielfältigen Perspektiven Forschungsgegenstand der Beiträge ist, sondern will die bemerkenswerte Schriftstellerkarriere Daniel Defoes nachzeichnen, dessen Weg vom Grub-Street-Journalismus hin zum Bestsellerautor europäischen Ranges beschreiben, wobei das Hauptaugenmerk auf der Herausbildung eines durchrationalisierten, höchst effizienten und professionellen Vertriebssystems für Presseprodukte in England liegt, flankiert von innovativen Marketing- und Absatzstrategien, u. a. dem seriellen Abdruck von Texten – also eine Präferenz für das Ephemere zeigt. Höchst innovativ war der Vertrieb über Einzelverkauf von Zeitungsausgaben über Kolporteure, in Buchverkaufsstellen oder Kaffeehäusern, aber auch über Subskription, ein Vertriebsmodell in Teilen, das insbesondere Alexander Pope in Kooperation mit seinen Verlegern zu einem

1 Aus Anlass des 300-jährigen Publikationsjubiläums war eigentlich eine Vielzahl von neuen Forschungsstudien zu Daniel Defoe und seinem publizistischen und literarischen Werk zu erwarten, doch die Zahl an Neuerscheinungen hält sich im anglo-amerikanischen und deutschsprachigen Raum gleichermaßen begrenzt. Zu nennen sind Andreas K. E. Mueller/Glynis Ridley (Hg.): *Robinson Crusoe after 300 Years*. New Brunswick 2021, und Jakub Lipski: *Rewriting Crusoe. The Robinsonade across Languages, Cultures, and Media*. Pennsylvania 2020, und Bill Bell: *Crusoe's Books. Readers in the Empire of Print, 1800 – 1918*. Oxford 2021.

Erfolgsmodell entwickelt hatte. Aufgezeigt werden die politischen, wirtschaftlichen, rechtlichen Rahmenbedingungen im England des frühen 18. Jahrhunderts, die Drucker, Verleger, Buchhändler und Autoren vor besondere Herausforderungen stellten.

An dieser Stelle wird kein Forschungsbericht präsentiert. Nicht zuletzt deshalb, weil die Forschungslage zu Daniel Defoe, seinem politischen und literarischen Wirken im anglo-amerikanischen und deutschsprachigen Raum kaum überschaubar ist und an dieser Stelle zu weit führen würde.² Es geht in der Einleitung vielmehr darum, den politischen, gesellschaftlichen, ökonomischen und literarischen Anspielungshorizont zu skizzieren, vor dem sich Daniel Defoes publizistisches und literarisches Agieren entfaltete. Defoe erlebte für das europäische Machtgefüge in Europa und Übersee entscheidende militärische Konflikte, hier zu nennen der Spanische Erbfolgekrieg (1701–1713/1714), eine langanhaltende Phase politischer Destabilisierung, die Defoe in seiner Zeitung *The Review* ebenso kritisch kommentierte wie die Auswirkungen des Nordischen Krieges (1700–1721). Sein Augenmerk richtete sich hierbei vor allem auf die politischen und ökonomischen Folgen für den Fern- und Überseehandel, denn beide großen europäischen Kriege wurden auch in den Kolonien Englands ausgetragen. Diese vielfältigen, in Teilen komplexen politischen Entwicklungen ordnete Defoe in seinen Journalbeiträgen sachkundig für die Leserschaft ein. Defoe bewegte sich geübt zwischen Publizistik und Belletristik, zwischen Fakten und Fiktion; es gelang ihm, aus nahezu jedem politischen, gesellschaftlichen und ökonomischen Ereignis, ob Natur- und Brandkatastrophen, Zäsuren in der englischen Politik oder Gesellschaftsskandale, Kapital zu schlagen, indem er die Ereignisse in unterschiedlichen Genres und medialen Formaten seinen Lesern präsentierte. Defoe bewegte sich geschmeidig zwischen journalistischer Berichterstattung und belletristischen Texten und war mit Blick auf die Absatzmöglichkeiten seiner Texte instinktsicher. Defoes große Faszination galt dem globalen Handel, der Kolonialisierung von außereuropäischen Kontinenten, eine Faszination, die sich in seinen journalistischen und belletristischen Texten gleichermaßen niederschlug. Er beobachtete aufmerksam die Entfaltung von einheitlichen Handelsräumen innerhalb und außerhalb Europas, den Aufbau von Kolonien, die Etablierung von transatlantischen Warenaustausch- und Kommunikationskanälen zwischen Europa und Übersee und publizierte darüber; seine Faszination galt aber auch der Herausbildung von Seepiraterie und Schmuggel, der Entstehung eines professionellen Warenaustauschsystems, das nach vergleichbaren Gesetzmäßigkeiten

² Darüber hinaus sahen sich alle Beiträger Corona-bedingt dem Problem geschlossener und stark zugangsbeschränkter Bibliotheken gegenüber.

des regulären Handels funktionierte; von diversen Fernhandelskaufmännern wurden oftmals beide Geschäfte parallel betrieben. Defoe bediente als Schriftsteller somit eine Form von ‚Doppelökonomie‘, ein Phänomen, das Eve Tavor Bannet in ihrer Studie *Transatlantic Stores and the History of Reading 1720–1810* (2011) dem transatlantischen Handel dieser Zeit an sich attestiert und diese These am Beispiel des in diesem Zuge entstandenen Genres der Atlantik-Abenteuer zu verifizieren sucht.

Die Entfaltung globaler Handelsräume im 18. Jahrhundert und Herausbildung des Genres der ‚Atlantik-Abenteuer‘

In ihrer Untersuchung fragt Bannet danach, wie eigentlich heute nahezu vergessene Bücher (und Romane) ‚transatlantisch‘ wurden und warum und wie diese Bücher populär und bedeutungsvoll für Leser auf beiden Seiten des Atlantiks waren.³ Welche Printprodukte, welche Themen zirkulierten in globalen Buchmärkten diesseits und jenseits des Atlantiks, auf welchen Wegen wurden sie distribuiert und rezipiert? (Nicht nur) Die britische Leserschaft⁴ interessierte sich für ferne Länder und Kontinente, für die fremden Kulturen und das Handelspotenzial im Orient und in Asien.

Im Fokus standen Expeditionsberichte, Reise- und Abenteuerromane, die britische Leser mit fernen Ländern und Kolonien vertraut machten. Amerikanische Leser wiederum konsumierten die Bestseller des britischen Buchmarkts. Britische Standorte mit eigenem Druck- und Verlagsgewerbe und Buchhandlungen entstanden vor allem in Philadelphia, das 1750 zu einer Auswandererhochburg für Europäer avancieren wird. Amerikanische Verleger beobachteten und analysierten den europäischen Buchmarkt sehr genau, hielten Ausschau nach gut verkäuflichen, populären Lesestoffen, die auch in Amerika auf eine interessierte Leserschaft stoßen würden.⁵ Einer besonderen Beliebtheit erfreute sich in Amerika die englische ‚Novel‘-Produktion, die seit den 1720er-Jahren den englischen

3 Eve Tavor Bannet: *Transatlantic Stories and the History of Reading 1720–1810*. Migrant Fictions. Cambridge/GB 2011.

4 Wirft man einen Blick in frühe Bücherverzeichnisse des Nürnberger Druckers und Verlegers Endter, um nur ein prominentes Beispiel zu nennen, offenbart sich die Popularität von Reise- und Expeditionsberichten im 17./18. Jahrhundert. Vgl. Reinhardt Wendt: *Vom Kolonialismus zur Globalisierung*. Europa und die Welt seit 1500. Paderborn ²2016 (= UTB 2889).

5 Vgl. Bannet: *Transatlantic Stories*, S. 3–5.

Buchmarkt prägte, u. a. See- und Reiseabenteuer wie *The Noble Slaves; or, the Lives and Adventures of two Lords and two Ladies who were Shipwreck'd, etc.* der Autorin Penelope Aubin (1679–1738; London: William Jones 1730) oder *The Voyages and Adventures of Captain Boyle, in several Parts of the World to which is added, the Voyage, Shipwreck, and Miraculous Prevation of Richard Castelman, Gent. With a Description of the City of Philadelphia* von William Rufus Chetwood (London: John Watts 1726) und natürlich Daniel Defoes *Robinson Crusoe*.⁶ Starke Rezeption erfuhr auch Aphra Behns Roman *Oroonoko oder Der Königliche Sklave. Eine wahre Geschichte* (1688), der zugleich die vorherrschende Sklavenpolitik und die menschenunwürdige Behandlung von Sklaven kritisierte. Ein Kernthema dieser Romane war der freie Handel (somit auch der Sklavenhandel), flankiert von der britischen Kolonialisierung von fernen Kontinenten und der Gründung von globalen Handelskompagnien wie bspw. der *East India Company*. Fernhandel, globale Handelsbeziehungen und Handelsverkehr zwischen den Kontinenten wurden von Anbeginn begleitet von Seepiraterie und Schmuggel, deren Einwirkungen auf Überseeschifffahrt und Handel ebenfalls Eingang in die Reise- und Abenteuerliteratur dieser Zeit fanden.⁷ Der Fernhandel einerseits und global agierende Piraten und Schmuggler andererseits waren die beiden Seiten einer Medaille und Bannet spricht in diesem Kontext von der Herausbildung einer Doppelökonomie, die sich auch im Geschäft mit See- und Reiseberichten, Piraten- und Abenteuer Geschichten spiegle.⁸

Am Beispiel des Journalisten, Pamphletisten und Romanautors Daniel Defoe kann diese Form von Doppelökonomie von der Makroebene des Überseehandels auf die Mikroebene einer einzelnen Schriftstellerexistenz heruntergebrochen werden. Die parallele Bespielung dieser Doppelökonomie erklärte Defoe zu seinem Schreib- und Publikationsprinzip. So wurde der Autor häufig selbst Opfer von Bücherpiraterie, sein Erfolgsroman *Robinson Crusoe* erschien in zahllosen medialen Formaten und Varianten, als Kürzungen und Adaptionen, als Bearbeitungen und Übersetzungen; seine Texte erlebten einerseits eine beachtliche in-

⁶ Vgl. Bannet: *Transatlantic Stories*, S. 6.

⁷ Die andere Seite der Medaille des expandierenden Fernhandels, die Herausbildung von professionellen Schmuggelsystemen, die von Europa bis Übersee reichten, beschreibt eindrucksvoll Michael Kwass: *Contraband. Louis Mandrin and the Making of a Global Underground*. Harvard 2014.

⁸ Vgl. zu dieser literarischen Verflechtung von Piraterie und populären Lesestoffen Irmtraud Hnilica/Marcel Lepper (Hg.): *Populäre Piraten. Vermessung eines Feldes*. Berlin 2017; die im Sammelband vereinigten Beiträge rücken die literarische Figur des Piraten in populären Medien von *Robinson Crusoe* bis zu einschlägigen Filmen und Comics der Gegenwart in den Forschungsfokus.

ternationale Rezeption, auf der anderen Seite wurde *Robinson Crusoe* ohne Einverständnis des Autors hemmungslos nachgedruckt.⁹ Sein Bestseller zirkulierte im regulären Geschäft mit Büchern wie auch im illegitimen Nachdruckergeschäft. Er arrangierte sich mit dieser ihm wenigstens bei Raubdrucken finanziell nachträglichen Doppelökonomie dadurch, dass er seit dem immensen Erfolg seines *Robinson Crusoe* sich mit großem strategischem Geschick zwischen Fiktion und Realität, zwischen Roman und Tatsachenberichten bewegte und die Publikation u. a. des *Robinson Crusoe* mit der Produktion von Piraten- und Schmugglergeschichten geschickt verflocht. Fernhandelskaufleute fielen in diesen Seeabenteuern auf ihren Handelsreisen stets Schmugglern und Seepiraten in die Hände, wurden verschleppt oder auf unbewohnten Inseln ausgesetzt, fanden schließlich zurück in die Zivilisation und berichteten von ihren Erlebnissen. Diese Art von See-, Reise- und Abenteuerromanen, die vielfach nur noch den Handlungsplot des Romans *Robinson Crusoe* transportierten, firmierte im globalen Buchmarkt, so Bannet, unter der Rubrikbezeichnung ‚Atlantik-Abenteuer‘,¹⁰ und in diesem Metier betätigte sich auch Defoe mit zahlreichen Artikeln, Broschüren und Romanen. William Rufus Chetwoods *The Voyages and Adventures of Captain Boyle* (1726) und Peter Longuevilles *The Hermit: Or, the Unparalleled Sufferings and Surprising Adventures of Mr. Philip Quarll, an Englishman* (London: J. Cluer und A. Campbell, for T. Warner in Pater-Noster-Row, and B. Creak at the Bible in Jermyn-Street, St. James's 1727) beispielsweise zelebrierten das Glück der Atlantikwelt, deren Einwohner nicht einmal dem englischen Rechtssystem unterstanden.¹¹ *Robinson Crusoe* vergleichbar spielten auch in *Captain Boyle* Fakten und Fiktion zusammen.¹² *Captain Boyle* und *The Hermit* waren gleichermaßen populär und erfuhren durch zahlreiche Nachauflagen, Nachdrucke, gekürzte Ausgaben eine beachtliche Resonanz im transatlantischen Buchmarkt. Zudem erlebten diese Texte eine literarische Mehrfachverwertung durch ihre serielle Publikation in Magazinen und die anschließende Herausgabe im Buchformat. *The Hermit* erschien als kleine Serie zunächst im Magazin *The Novelist's Magazine* (1780 – 1788). Kaum weniger erfolgreich und über dieselben Produktions- und Vertriebskon-

⁹ Einen Überblick über die Vielzahl von Robinson-Crusoe-Ausgaben sowie von Robinsonaden bieten die beiden Bibliographien von Hermann Ullrich: *Robinson und Robinsonaden. Bibliographie, Geschichte, Kritik*. Classic Reprint. London 2018, und Reinhard Stach: *Robinson und Robinsonaden in der deutschsprachigen Literatur. Eine Bibliographie* (= Schriftenreihe der Deutschen Akademie für Kinder- und Jugendliteratur. Volkach e.V.). Würzburg 1991.

¹⁰ Vgl. Bannet: *Transatlantic Stories*, S. 36.

¹¹ Vgl. Bannet: *Transatlantic Stories*, S. 65.

¹² Bannet: *Transatlantic Stories*, S. 65.

zepte im Markt eingeführt war der Roman *Captain Boyle*.¹³ Augenfällig dabei, dass die beiden Atlantik-Abenteuer Textbausteine, Einzelszenen und Handlungsepisoden amalgamierten.¹⁴ Vergleichbar den Kolportage- und Hefromanen des 19. und 20. Jahrhunderts wurden Textabschnitte und einzelne Handlungssequenzen ausgetauscht, in andere Romane eingebaut, entlehnt und wiederverwertet. Der Roman *Captain Boyle* integrierte bspw. Passagen aus Daniel Defoes *The Life, Adventures and Piracies of the Famous Captain Singleton* (1720).¹⁵ Die Atlantik-Abenteuer positionierten sich gelegentlich auch politisch in der transatlantischen Handels- und Kolonialpolitik, solidarisierten sich mit einzelnen Kriegsparteien, bspw. während der militärischen Auseinandersetzungen zwischen England und Frankreich/Spanien.¹⁶

Nicht nur Romanprotagonisten wie Captain Boyle, auch reale Kaufleute und Warenhändler nutzten diese Form von Doppelökonomie: Als Außenseiter ignorierten sie die handelspolitischen und rechtlichen Rahmenbedingungen des Transatlantikgeschäfts, sparten durch Piraterie und Schmuggel hohe Zölle, griffen aber bei größerem Nutzen auf die legalen Handelsbeziehungen zurück oder verbanden beide Sphären geschickt.¹⁷ Durch diese doppelte ökonomische Ausschöpfung des Überseehandels expandierte, dynamisierte und verdichtete sich dieser im Laufe des 18. Jahrhunderts. Daniel Defoes *Captain Singleton* basierte auf dem Piratenhelden Captain Avery. Der in England sehr populäre Pirat Henry Every (1659–1699) agierte unter diversen Namen, u. a. John Avery und Long Ben. In der Literatur war er als Captain Avery und ‚The Arch Pirate‘ bekannt.¹⁸ Captain Boyles komfortable Versicherung, dass alles Handeln juristisch rechtens war, schuf zugleich Nationalhelden des Schmuggels und der Piraterie. Das Druck- und Verlagsgewerbe sah sich wegen der so komplexen, insgesamt wenig stabilen politischen und konfessionellen Bedingungen diversen Herausforderungen gegenüber. Doch vor welchem politisch-gesellschaftlichen Hintergrund entfaltete sich das Marktsegment der Atlantik-Romanabenteuer im ersten Drittel des 18. Jahrhunderts?

¹³ Bannet: *Transatlantic Stories*, S. 66.

¹⁴ Bannet: *Transatlantic Stories*, S. 67.

¹⁵ Bannet: *Transatlantic Stories*, S. 69.

¹⁶ Bannet: *Transatlantic Stories*, S. 69–70.

¹⁷ Bannet: *Transatlantic Stories*, S. 70–71.

¹⁸ Bannet: *Transatlantic Stories*, S. 72.

Die politischen und gesellschaftlichen Rahmenbedingungen für die Entfaltung des Buch- und Pressemarkts im England des 17./18. Jahrhunderts

Seit der zweiten Hälfte des 17. Jahrhunderts vollzogen sich in Europa tiefgreifende politische, gesellschaftspolitische, ökonomische und kulturelle Umbrüche, die auf die Entwicklungen im Buchmarkt auf nationaler und transnationaler Ebene einwirkten. Während Kontinentaleuropa, insbesondere das Heilige Römische Reich Deutscher Nation, massiv von den Auswirkungen des Dreißigjährigen Krieges betroffen war, entfaltete sich England zu einem global vernetzten Handelsstaat mit eigenen Kolonien in Übersee, die Wirtschaft und Kultur gleichermaßen förderten. England bildete sich als Wirtschaftsmacht globaler Dimension heraus und im Zentrum allen Agierens stand der Kommerz.

England entwickelte sich in der Regierungsära der Tudors und Stuarts sukzessive zu einem frühmodernen Staat. Das gravierendste politisch-kulturelle Ereignis der Tudor-Epoche war die englische Reformation, im Zuge derer sich die Church of England von der römisch-katholischen Kirche löste. Auf Seiten der englischen Regierung führend war das Haus Tudor mit seinen einflussreichen Protagonisten Anne Boleyn (1501–1536), Thomas Cromwell (1458–1540) und Thomas Cranmer (1489–1556).¹⁹ Auch in England verbreiteten sich die Ideen der englischen Kirche vornehmlich über den Buchdruck. Die Etablierung der Church of England bedingte auf der anderen Seite zunehmende Einschränkungen für Katholiken und religiöse Nonkonformisten, zu denen auch die Familie Defoe wegen ihrer Glaubenszugehörigkeit zu den Dissenters zählte. In den 1530er-Jahren hatte sich die englische Staatskirche etabliert und anders als in Deutschland war die Reformation in England von Beginn an eine Staatsangelegenheit. Die Phase des englischen Bürgerkriegs, geprägt von anhaltenden politisch-konfessionellen Auseinandersetzungen, flankiert von regen publizistischen Debatten, brachte eine Flut von Zeitungen, Flugschriften und Pamphleten hervor, die das virulente politisch-konfessionelle Geschehen kommentierten und zu einer frühen Ausbildung eines professionell organisierten und kommerziellen Pressemarktes in England führten. Eine entscheidende Rolle für die mediale Verbreitung von politischen Ideen spielte London, ein Handels-, Finanz- und Wirtschaftszentrum,

¹⁹ Vgl. Heiner Haan/Gottfried Niedhart: Geschichte Englands vom 16. bis zum 18. Jahrhundert. München ³2016.

das zugleich zum Zentrum der Presse und Publizistik avancierte.²⁰ Das 16. und 17. Jahrhundert war nicht allein in England von anhaltenden religiösen und politischen Unruhen, revolutionären Bewegungen und militärischen Konflikten geprägt. Signifikante religiöse und politische Ereignisse und Strömungen stimulierten seit Erfindung des Buchdrucks Produktion von und Handel mit Druckmedien. Es bildeten sich temporäre Vorformen von publizistischer Öffentlichkeit heraus, die sicherlich noch nicht mit der literarischen Öffentlichkeit vergleichbar waren, wie sie im Laufe des 18. Jahrhunderts entstehen wird. Gleichwohl: Die Herausbildung eines Pressemarkts gelang in England wegen seiner politisch-konfessionellen Rahmenbedingungen zeitlich früher und in seiner Organisation deutlich effizienter und professioneller als im übrigen Europa.

Der britische Aufklärungsforscher Thomas Munck rückte in seiner unlängst erschienenen Studie *Conflict and Enlightenment. Print and Political Culture in Europe 1635–1795* (2019) die Frage nach der ökonomischen Relevanz des europäischen Druckgewerbes und Buchgeschäfts im Verhältnis zu anderen Handelszweigen ins Zentrum.²¹ Der Berichtszeitraum von Muncks Untersuchung erstreckt sich von der Ära des Dreißigjährigen Krieges, von dem England hinsichtlich unmittelbarer militärischer Auseinandersetzungen weitgehend verschont blieb, bis zu den Jahren der Französischen Revolution, konkret von 1635 bis 1795, eine Zeitspanne von 160 Jahren. Ein Ziel der Studie, so der Verfasser, sei es, die konfessionellen und politischen Impulse, Ideen und Debatten, ihre Entstehungskontexte, ihre Verlaufsformen und Akteure ebenso historisch zu rekonstruieren wie deren Rezeption und gesellschaftliche Wirkkraft. Munck untersucht das europäische Kommunikations- und Informationssystem im 17. und 18. Jahrhundert, seine Handels- und Vertriebssysteme, die Zirkulation sowie den Konsum von Druckmedien jeglichen Inhalts und Formats. Ein Blick richtet sich dabei auf die grenzübergreifenden Rezeptionsprozesse und die Rezeptionsintensität von Druckmedien in einer sich sukzessive erweiternden Gelehrtenrepublik im frühneuzeitlichen Europa. Neben den instruktiven historischen Analysen von Thomas Munck erschienen jüngst eindrucksvolle Studien über das Buch- und Verlagsgewerbe in England im 18. Jahrhundert, u. a. Joseph Hones *Alexander Pope in the Making* (2021) und Norma Clarkes *Brothers of the Quill. Oliver Goldsmith in Grub*

²⁰ Haan/Niedhardt: Geschichte Englands, S. 122–1182, hier S. 173–177.

²¹ Vgl. Thomas Munck: *Conflict and Enlightenment. Print and Political Culture in Europe, 1635–1795*. Cambridge 2019; Thomas Munck: *The Enlightenment. A Comparative History 1721–1794*. London 2000; Thomas Munck: *Seventeenth Century Europe. State, Conflict and the Social Order in Europe, 1598–1700* (= Macmillan History of Europe). London 2005.

Street (2016).²² Beide Studien bieten wichtige Einblicke in das Alltagsgeschäft des Druckerei- und Verlagsgewerbes insbesondere in London.

Allen diesen Studien gemein ist die Nicht-Rezeption von zwei deutschsprachigen Untersuchungen des frühneuzeitlichen Pressemarktes in England. Die historische Rekonstruktion des Drucker- und Verlegergewerbes in England soll im Folgenden deshalb auch auf Grundlage von zwei opulenten deutschsprachigen Studien von Karl Tilman Winkler erfolgen, die auf jeweils gut 800 Seiten das Druckermilieu und die professionellen Vertriebsstrukturen stark quellenorientiert und akribisch aufbereiten. Beide Studien werden in der anglo-amerikanischen Forschung (zu Unrecht) nur marginal rezipiert. Winkler erschloss und bearbeitete ein in der Buch- und Verlagsforschung nur selten zur Verfügung stehendes Quellenmaterial, nämlich Geschäftsbücher, hier von diversen Druckereien in London. Auf diese Weise gelang Winkler die systematische Aufdeckung der professionellen, von Kommerzialisierung durchdrungenen Vertriebsstrukturen, der Auslastung von Druckereien, deren Tages- und Wochenleistung, die Erhebung von Auflagenzahlen und Verkaufszahlen. Aus den Geschäftsbüchern lassen sich die buchhalterischen und abrechnungstechnischen Verfahren beim seriellen Vertrieb von Druckschriften rekonstruieren, wie sie für Deutschland zu diesem frühen Zeitpunkt in diesem Umfang und in dieser Detailgenauigkeit nicht zur Verfügung stehen.

Die erste Studie *Handwerk und Macht: Druckerhandwerk, Vertriebswesen und Tagesschrifttum in London 1695–1750*, 1993 erschienen im Franz Steiner Verlag, fokussiert das Handwerk des Druckens, wobei Winkler hervorhebt, dass die Kommerzialisierung des Druck- und Verlagsgewerbes in London im frühen 18. Jahrhundert auf die politische Meinungsbildung einzuwirken verstand. Wie kein anderes europäisches Nachbarland war England von Handel und Kommerz geprägt. Folgt man Karl Tilman Winkler in seiner zweiten, 1998 erschienenen und gleichfalls opulenten Studie *Wörterkrieg. Politische Debattenkultur in England 1689–1750*, so war die politische Publizistik im frühaufklärerischen England kein hoheitliches Produkt, sondern eine Schöpfung des Marktes für ephemere Schriften.²³ Beide Untersuchungen präsentieren ein frühneuzeitliches modernes und auf Presseprodukte spezialisiertes Vertriebssystem, das die Entwicklung des englischen Publikationswesens prägte: serielle Produktion, innovative Bezahl- und Subskriptionsmodelle, Kommerz und Konsum.

²² Joseph Hone: *Alexander Pope in the Making*. Oxford 2021, und Norma Clarke: *Brothers of the Quill*. Oliver Goldsmith in Grub Street. Harvard 2016.

²³ Karl Tilman Winkler: *Wörterkrieg. Politische Debattenkultur in England 1689–1750*. Stuttgart 1998, S. VII.

Der ‚Wörterkrieg‘, der sich im Markt des Tagesschrifttums abspielte, erfuhr durch das Ende des Lizenzsystems 1695, womit die vorherige Genehmigungspflicht für gedruckte Veröffentlichungen entfiel, eine Zäsur. Die Wahrnehmung von Politik und Herrschaft hatte sich im 17. Jahrhundert und vor dem Hintergrund der publizistischen Debatte verändert.²⁴ Das im Tagesschrifttum intensiv debatierte politische Ereignis fand 1688/1689 statt, die Revolution in England und Infragestellung der Königsherrschaft.²⁵ Im Mai 1689 wurde der *Toleration Act* erlassen, ein Gesetz des englischen Parlaments zum Vorteil der Nonkonformisten (und Dissenters), die in Teilen ihre Religionsfreiheit zurückerhielten. Grundtenor der politischen und konfessionellen Auseinandersetzung war die intensive Beschäftigung aller Beteiligten mit der Frage, auf welcher Legitimationsgrundlage Parlament, Monarchie und Kirche ihre Machtansprüche geltend machten. Geführt wurde diese Debatte im Kontext der frühaufklärerischen Schriften u. a. von John Locke. Das Ende des Lizenzsystems (*Licensing of the Press Act* 1662, 1685, 1692) führte zu einer spürbaren Dynamisierung des politischen Diskurses, die sich unmittelbar auf die Zirkulationsdichte von Druckschriften niederschlug.²⁶ Für die Kirche war der Wegfall der Vorzensur ein massiver Eingriff, denn bisher mussten Veröffentlichungen religiöser und theologischer Inhalte zunächst die Imprimatur des Erzbischofs erhalten.²⁷ Kaum waren die politischen Debatten erlaubt, konnten sie nur mit großem Aufwand reguliert oder gar unterbunden werden. Das Paradigma des Diskurses beruhte auf einem ausgebauten Druck- und Vertriebsgewerbe.²⁸

London war im 17./18. Jahrhundert einer der bedeutendsten Umschlagplätze für Waren und der wichtigste Umschlaghafen, besaß eine hohe Bevölke-

²⁴ Winkler: Wörterkrieg, S. 43.

²⁵ Winkler: Wörterkrieg, S. 5.

²⁶ An Act for preventing the frequent Abuses in printing seditious treasonable and unlicensed Books and Pamphlets and for regulating of Printing and Printing Presses, erstmals 1662 erlassen, es folgten zwei weitere Novellen. Winkler waren die Geschäftsbücher von diversen Druckereien zugänglich, sodass er die einzelnen Marktsektoren zwischen 1698 bis 1782 stark quellenbasiert einer akribischen Analyse zu unterziehen vermochte. Auf diese Weise gelang Winkler die Erschließung von Hauptbüchern, die dazu dienten, die Konten der Kunden zu führen (Namen der Auftraggeber), und Informationen über die Bogenzahl, über das Format, die geordnete Stückzahl und die Bezahlmodalitäten lieferten. Im Geschäftsverkehr im Feld behördlicher Außenbeziehungen rationalisierten sich die Arbeitsläufe durch die Drucktechnik. Es wurden Arbeitsordnungen, Steuerformulare, Kassenbücher, Geschäftsbücher mit Spalteneinteilung gedruckt; eine wichtige Rolle unter den Formularen spielten die Quittungen. Seit dem zweiten Drittel des 17. Jahrhunderts gehörten Vordrucke zum Verwaltungs- und Geschäftsalltag. Häufig verwendete man Kupferstichpresse und Kupferstich. Vgl. Winkler: Wörterkrieg, S. 56, 85–86, 127–136.

²⁷ Winkler: Wörterkrieg, S. 57.

²⁸ Winkler: Wörterkrieg, S. 79.

rungsdichte und außergewöhnliche Marktkapazitäten.²⁹ Für den Londoner Warenhandel stellte schon die Befriedigung der Hauptstadt-Konsumenten eine Herausforderung dar. Der Einsatz des Buchdrucks, die Professionalisierung des Druckvorgangs förderte die Verbreitung des wirtschaftlichen Informationswesens. Insbesondere wirtschaftliche Informationen wie Wechsel- und Börsenkurse waren gefragt. Gedruckt wurden auch Kargo-Listen der *East India Company*.³⁰ Druckschriften wurden als Werbeträger für eigene Produkte genutzt, aber auch Werbeanzeigen, Warenkataloge und Preislisten anderer Anbieter fanden Abdruck. Buchhändler veröffentlichten hier ihre Novitätenlisten. Die Bedeutung von globalen Handelskompagnien in der Durchsetzung von handelspolitischen Interessen in Übersee, flankiert von einer herausragenden Verwaltung und Bürokratie, kann nicht überschätzt werden. Die Rolle dieser Handelskompagnien im Druckereigewerbe ist längst noch nicht erschöpfend erforscht, eine Rolle, die die Unterhaltung von eigenen Druckereien zum Druck von Handelsinformationen einschloss, insbesondere von Land- und Seekarten. Jedenfalls war das gedruckte Wort primäres Kommunikationsmedium im Geschäftsverkehr geworden und institutionalisierte den Markt.³¹

In England hatte sich London als Zentrum der literarischen Produktion herausgebildet, es etablierten sich spezielle Buchhandelsviertel, wo sich Autoren, Drucker, Verleger und Buchverkäufer konzentrierten und ein produktives Milieu für Presseartikel und Buchherstellung schufen.³² Das Lizenzierungsgesetz erlaubte die freie Publikation von Druckwerken, wobei das Restrisiko dennoch beim Drucker und Verleger lag, denn die Abschaffung der Vorzensur erlaubte den Behörden weiterhin die nachträgliche Konfiskation eines unerwünschten Druckwerks. Die Beschlagnahmung insbesondere von einzelnen Zeitungsausgaben, die meist über Abonnement an die Leser ausgeliefert wurden, konnte für einen Drucker einen beträchtlichen Verlust bedeuten.³³ Doch nicht nur Zensur und Konfiskation gestalteten sich kostenintensiv. Erstmals wurde in diesem Kontext

²⁹ Winkler: Wörterkrieg, S. 88.

³⁰ Vgl. hierzu Emily Erikson: *Between Monopoly and Free Trade. The English East India Company, 1600 – 1757*. Princeton 2016, und William Dalrymple: *The Anarchy. The Relentless Rise of the East India Company*. London, New York, Sidney 2019.

³¹ Winkler: Wörterkrieg, S. 91.

³² Vgl. hier die grundlegenden Untersuchungen von Pat Rogers: *The Poet and the Publisher. The Case of Alexander Pope, Esq., of Twickenham versus Edmund Curll, Bookseller in Grub Street*. London 2021, Pat Rogers: *Grub Street. Studies in a Subculture*. London 2015, und Bob Clarke: *From Grub Street to Fleet Street. An Illustrated History of English Newspapers to 1899*. London 2010. Zeitgenössische Einblicke in das literarische Submilieu bietet außerdem Alexander Popes *The Dunciad. With Notes Variorum, and the Prolegomena of Scriblerus*. London 2018.

³³ Winkler: Wörterkrieg, S. 410.

über das geistige Eigentum des Autors an seinem Werk diskutiert, sodass Drucker und Verleger nicht mehr von der Nutzung geistiger Leistungen anderer profitierten, sondern für den Erwerb des Copyrights an einem Werk zu bezahlen hatten.

Die Entwicklung eines modernen Copyrights in England im 18. Jahrhundert

Drucker und Verleger konnten vor Einführung des Copyrights als eine Schutzmaßnahme vor Nachdruck ihre Werke in das Register der *Stationer's Company* eintragen lassen. Autorrecht spielte zu diesem frühen Zeitpunkt in England noch keine größere Rolle, zumal im anglo-amerikanischen Raum – hier anders als im deutschsprachigen Raum seit der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts – sich die Idee des Copyrights durchzusetzen begann, also Wirtschaftsgut und seine Produzenten Schutz vor wirtschaftlicher Schädigung erfuhren, nicht das geistige Eigentum des Autors.³⁴ Der *Licensing Act* von 1695 wurde 1710 vom *Statute of Anne* abgelöst, das einerseits die durch den *Licensing Act* beförderte Monopolstellung der *Stationer's Company* einzuschränken, darüber hinaus die Verflechtung von Copyright und Zensur aufzuheben suchte. In der ersten Hälfte des 18. Jahrhunderts unterstanden der *Stationer's Company* ca. 600 Unternehmen.³⁵ Die Zahl der Drucker mit eigener Offizin war dagegen niedrig, verglichen mit der Einwohnerzahl Londons. Gemäß dem Register der *Stationer's Company* zählte London 55 Druckermeister. 44 Betriebe wurden insgesamt 113 Pressen zugeordnet. Das Druckgewerbe war allerdings eine Wachstumsbranche. Bereits Anfang der 1730er-Jahre arbeiteten 80 bis 85 Druckereien in London, Mitte des 18. Jahrhunderts war die Zahl bereits auf etwa 150 Druckerpressen gestiegen.³⁶ Die meisten Drucker und Verlagsbuchhändler betrieben ihr Geschäft in den engen Straßen der Londoner Buchhändlerviertel in ihrem Wohnhaus im Erdgeschoss und nutzten den Speicher als Lagerraum.³⁷ In der Regel wurden Wohnhäuser in Geschäftsräume umgewandelt; es war nicht unüblich, wegen der vorherrschenden Platznot Setzkas-

³⁴ Vgl. Heinrich Bosse: Autorschaft ist Werkherrschaft. Über die Entstehung des Urheberrechts aus dem Geist der Goethezeit. Paderborn 2014, und Mark Rose: Authors and owners. The intervention of Copyright. Cambridge 1993, Mark Rose: Copyright, authors, and censorship. In: Suarez/ Turner (Hg.): The Cambridge History of the Book in Britain. 1695–1830. Cambridge 2009, S. 118–121.

³⁵ Karl Tilman Winkler: Handwerk und Markt. Druckerhandwerk, Vertriebswesen und Tageschrifttum in London 1695–1750. Stuttgart 1993, S. 12.

³⁶ Winkler: Handwerk und Markt, S. 56–58.

³⁷ Winkler: Handwerk und Markt, S. 14–15.

ten und Pressen in einem Raum aufzustellen, Umwege im Arbeitsablauf wurden dabei trotz des hohen Anspruchs an Rationalisierung von Organisationsabläufen in Kauf genommen. Marktwirtschaft und Kalkül der Wirtschaftlichkeit bewirkten eine Ausstattung der Werkstätten, die ihrerseits gerade unterhalb einer Überkapazität lag, weil ein Wettbewerb um Aufträge vorherrschte. Um die Auslastung von Druckereien sicherzustellen, schlossen sich diese zusammen und einzelne Bögen eines Werkes wurden häufig in unterschiedlichen Druckereien hergestellt. Mit der Herstellung von Tagesschrifttum, periodischen Schriften, Akzidenzdrucken war die Auslastung einer Druckerei weitgehend gesichert.³⁸ Bei seriellem Tagesschrifttum ließ sich die unternehmerische Initiative zurückgewinnen, die man durch die Copyright-Regelung weitgehend an den Verlagsbuchhandel abgetreten hatte (= Copyright-Gesellschaften).³⁹

Um 1700 setzten in England Debatten über den immateriellen Besitz an geistigen Produktionen ein, deren Ergebnisse sich im *Statute of Anne* des Jahres 1710 manifestierten. Dieses Statut räumte den Autoren erstmals das alleinige Vervielfältigungsrecht für ihre Werke ein, ein Recht, das sie gegen eine zu verhandelnde Gebühr an einen Verleger abtreten konnten. Jedem Drucker, Verleger und Autor stand es frei, die Copyrights in das Gildenregister der *Stationer's Company* eintragen zu lassen, allerdings war der rechtliche Schutz fortan zeitlich begrenzt: Während bereits publizierte Texte 21 Jahre geschützt waren, beschränkte sich der Schutz neu erscheinender Werke auf 14 Jahre, der jedoch – sofern der Autor des Werks noch lebte – um weitere 14 Jahre verlängerbar war.⁴⁰ Das *Statute of Anne* ermöglichte es Autoren ihre Rechte einzuklagen, obgleich Drucker, Verleger und Buchhändler diesen neuen Autorenstatus durch von Partikularinteressen geleitete Gerichtsverfahren wieder zu unterminieren versuchten.⁴¹ Profiteure der neuen Gesetzesregelung waren Drucker und Verleger in Schottland und Irland, die nach Ablauf der Schutzfristen Presseprodukte und Bücher aus England im großen Stil nachdruckten.⁴² Die Londoner Presse- und Buchproduzenten suchten ihr bisher beanspruchtes ‚Ewiges Verlagsrecht‘ zurückzugewinnen, reklamierten den Warencharakter von Druckwerken, die sich von einem Grundstück oder sonstigen Gebrauchsartikeln nicht unterschieden, die man nach dem vollständigen Erwerb schließlich auch auf Ewigkeit besäße.⁴³ Gerichtsverfahren zwischen Autoren, Druckern und Verlegern führten zu einer

38 Winkler: Handwerk und Markt, S. 168, 184, 207.

39 Winkler: Handwerk und Markt, S. 21.

40 Vgl. Mark Rose: Authors and owners, Mark Rose: Copyright, authors, and censorship.

41 Vgl. Rose: Copyright, authors, and censorship, S. 120.

42 Vgl. Rose: Authors and owners, S. 5.

43 Vgl. Rose: Copyright, authors, and censorship, S. 121.

fortschreitenden Ausdifferenzierung der Rechtslage. Allerdings waren nach dem *Statute of Anne* von 1710 alle am Produktionsprozess einer Druckschrift beteiligten Akteure, also auch die Autoren, für einen befristeten Zeitraum vor Nachdruck geschützt bzw. konnten diesen Schutz auf dem Rechtsweg einklagen.⁴⁴

Während man in Deutschland vor dem Hintergrund des Naturrechts von einem Schutz des Autorenrechts auf Lebenszeit ausging, Autor und Werk über das geistige Eigentum eng verflochten waren, entwickelte sich in England der An- und Verkauf von Copyrights durch Verleger zu einem lukrativen Geschäft. Die Anzahl von Copyrights bestimmte die wirtschaftliche Reputation eines Verlags, stellte seine Kapitalanlage dar, und vielfach erwarben Verleger gemeinsam die Rechte an Druckschriften, ein Vorgang, der zu umfänglichen Impressen führte und aus rechtlicher Sicht durchaus komplizierte Konstruktionen bedingte.⁴⁵ Im Impressum wurden nicht nur die Copyright-Inhaber genannt, wichtiger war die Rolle der Buchverkäufer und ihrer Verkaufsstellen, die im Impressum mit Wegbeschreibungen (Straßenkreuzungen, öffentliche Plätze) abgedruckt werden mussten – anders als im deutschsprachigen Raum, wo im Impressum Name und Geschäftssitz des Verlegers genügten, die Vertriebsinstanzen nur eine untergeordnete Rolle spielten. Ein entscheidender Unterschied im Pressegeschäft zwischen England und Deutschland war der Einzelverkauf von Zeitungs- und Magazinausgaben, während in Deutschland der Pressevertrieb hauptsächlich über das Abonnement funktionierte. In Deutschland dominierte das Intelligenzblatt das Pressegeschäft, das, hier seinem englischen Pendant, bspw. dem seit 1637 erscheinenden *Public Advertiser*, vergleichbar, als amtliches Mitteilungsblatt Bekanntmachungen wie Gerichtstermine, Konkurse, Zwangsversteigerung, An- und Abreise von Ortsfremden, Vermietungen, Verkauf etc. kommunizierte. Es herrschte bis in die zweite Hälfte des 19. Jahrhunderts hinein der sog. Intelligenzzwang, d. h. das Anzeigenmonopol lag beim Staat und die Finanzierung des Intelligenzblattes erfolgte über das Anzeigenwesen. In Preußen unterlagen die Intelligenzblätter einem Inseratezwang, einem Anzeigenmonopol für das jeweilige Verbreitungsgebiet. In Deutschland war dieser Zeitungstypus vor allem eine lukrative Einkommensquelle für den Staat. Eine wichtige Rolle im Pressevertrieb spielte in Deutschland das postalische System, zugleich wirkungsvolle Kontrollinstanz für Presseartikel. Doch Kontrolle und Zensur hemmten eine freie Entfaltung des Pressewesens und die Beschleunigung des Vertriebs von Presseprodukten, der

⁴⁴ Vgl. Peter Baldwin: *The copyright wars. Three centuries of trans-atlantic battle*. Princeton 2014.

⁴⁵ Vgl. Bosse: *Autorschaft ist Werkherrschaft*, S. 98.

Abonnementzwang schränkte die Bezugsorte für dieses Medienformat ein.⁴⁶ Ausnahmen vom Abonnementzwang gab es in den städtischen Zentren, wo sich an belebten öffentlichen Plätzen und Straßenkreuzungen sog. Adressbüros etablierten, die Auskünfte über Personen geben konnten, Stellenanzeigen verwalteten, Wirtschaftsinformationen und Börsennachrichten bereithielten, postlagernd Briefe und sonstige Sendungen verwahrten, im Auftrag von Verlegern Subskriptionen für Presseartikel und Buchprojekte entgegennahmen und Einzelausgaben von Zeitungen und Zeitschriften offerierten.⁴⁷

Das ausgereifte Vertriebssystem in Verbindung mit dem Geschäfts- und Bezahlmodell der Subskription war der eigentliche Markenkern des englischen Pressewesens. Jedes Vertriebsmodell war der mit der Verdichtung des globalen Handels einhergehenden schnellen Umschlaggeschwindigkeit von Informationen jeglicher Art geschuldet. Leitidee war eine maximale Gewinngenerierung, der Profit, der aus den politischen, wirtschaftlichen und gesellschaftlichen Ereignissen zu ziehen war. Das Pressevertriebssystem war Profit und Kommerz untergeordnet und vor diesem Hintergrund konnte sich eine effektive Pressedistribution in Verbindung mit innovativen Geschäftsmodellen (Bezahlmodellen wie bspw. Subskription) entfalten, die den Herausforderungen an einen schnelllebigen Nachrichtenmarkt, an hohe Umschlaggeschwindigkeiten einzelner Presseprodukte und sich wandelnde Konsumbedürfnisse der Leserschaft kurzfristig sich anzupassen in der Lage war. Zwei wichtige Voraussetzungen waren in England hierfür gegeben: die Entscheidung von Druckereien und Verlagen für den Druck von Ephemerem in unterschiedlichen Medienformaten und die Etablierung eines Pressegrosshandels, also Zwischenhändler, die nicht nur die innerstädtische Distribution von Zeitungen und Magazinen gewährleisteten, sondern durch die enge Zusammenarbeit mit Buchverkaufsstellen und ambulanten Händlern auch im Umland und in den Provinzen für deren Verbreitung sorgten.

⁴⁶ Vgl. hierzu die Forschungen von Astrid Blome: *Das Intelligenzblatt. Regionale Kommunikation, Alltagswissen und lokale Medien in der Frühen Neuzeit*. Hamburg 2009 (masch. Habilitationsschrift), und Rudolf Stöber: *Deutsche Pressegeschichte. Von den Anfängen bis zur Gegenwart*. 2. überarbeitete Auflage. Konstanz 2005.

⁴⁷ Vgl. zu Aufgabe und Wirkmacht von Adressbüros in städtischen Zentren des 17./18. Jahrhunderts die instruktive Studie von Anton Tantner: *Die ersten Suchmaschinen: Adressbüros, Fragämter, Intelligenz-Comptoirs*. Berlin 2015. Diese Zeitungsläden und Adressbüros gehörten zu unverzichtbaren Informationsbörsen, die sich auch in deutschen Handelszentren, u.a. in Hamburg, niederließen.

Profit, Informationen und Vergnügen – das ‚Miszellen-Magazin‘, ein neuer Zeitungstypus im 18. Jahrhundert

Die Druckereien Londons spezialisierten sich auf die Produktion von Ephemerem und kreierten ein innovatives Format von Presseprodukt – das ‚Miszellen-Magazin‘, das mehrmals wöchentlich bis monatlich erscheinen konnte. Vorreiter auf diesem Feld war der Londoner Drucker Edward Cave (1691–1754). Diese Magazine druckten politische, gesellschaftsrelevante und belletristische Texte in Einzelseerien ab; die Zeitschriften selbst konnten über Subskription, aber auch im Einzelverkauf im stationären und ambulanten Buchhandel abgesetzt werden. Ein Hauptumschlagsort waren die zahlreichen Kaffeehäuser Londons.

Das Geschäft mit der Presse expandierte seit 1700 in einer Weise, dass Handelskaufleute, Unternehmer und Verlagsbuchhändler als Finanziers einstiegen, da sie im Pressegeschäft eine gute Kapitalanlage zu erkennen glaubten. Edward Cave nutzte außerdem seine Tätigkeit im Post Office für den Vertrieb seines innovativen Produkts, gerade auch für den Vertrieb in den Provinzen.⁴⁸ Die Versorgung des Umlands und der Provinzen mit tagesaktuellem Lesestoff, der Information und Unterhaltung zu verbinden suchte, war insofern verdienstvoll, als im frühen 18. Jahrhundert der überwiegende Teil der Bevölkerung auf dem Land lebte und nur über diese Zeitungen und Magazine am großstädtischen gesellschaftlichen und politischen Leben teilhaben konnte. Vor dem Hintergrund sich bis weit in die Provinzen erstreckender Vertriebsräume etablierten sich Pressegrossisten und Zwischenhändler als neuer Unternehmenstypus in diesem Marktsegment, die eine engmaschige, zügige Distribution von Presseprodukten innerhalb Londons sicherstellten. Die Grossisten unterhielten gute Handelsbeziehungen zu lokalen Buchhändlern und sorgten über ambulante Händler dafür, dass auch die ländliche Leserschaft in den Genuss der großstädtischen Presseartikel kam.

Der Pressegrossist – ein innovativer Unternehmertypus im kommerziellen Zeitungsgeschäft Englands

Das Geschäft des Grossisten war ein Geschäft mit Tagesschrifttum. Es gab Großhändler, die ein „whole sale or country trade“-Unternehmen betrieben, inklusive

⁴⁸ Winkler: Handwerk und Markt, S. 330.

dem Handel mit Zeitungen, Zeitschriften und Büchern.⁴⁹ Ein Erfolgskonzept der Buchhändlerviertel Londons war zweifelsohne die parallele Existenz von Kooperation und Konkurrenz, die Bereitschaft zusammenzuarbeiten, wenn es der Gewinnsteigerung oder einem flächendeckenderen Vertrieb von Druckmedien zuträglich war. In diesem Fall wurden temporär Druck- und Vertriebskonsortien gegründet, um die Nachfrage im Markt maximal zu bedienen: „Die Verdienstmöglichkeiten eines eingeführten Vertriebshauses und die Grenzen, die der unternehmerischen Initiative in einem für andere Firmen produzierenden Herstellungsbetrieb wie einer Druckoffizin gesetzt waren, ließen es Roberts [Grossist in London, C.H.] jedoch geraten erscheinen, beides – Vertrieb und Herstellung im Auftrag Dritter – miteinander zu verbinden.“⁵⁰ Eine Offizin und ein Ladengeschäft konnten gut gleichzeitig gemanagt werden, auch aus ganz pragmatischer Sicht, weil die Druckereien in den Buchhändlervierteln gemeinhin durch unterirdische Gänge und Durchgänge verbunden, durch Gassen verknüpft waren. Die Wege waren kurz und wo erforderlich verborgen. Dieses unterirdische Wegesystem wirkte sich auf den Druckervermerk aus: „Printed for J. Roberts in the Oxford-Arms-Passage, Warwicklane“.⁵¹ Auch Verlagsbuchhändler waren bestrebt, über Pamphlete-Läden und Kolporteure die Laufkundschaft zu erreichen. Hierfür arbeiteten sie eng mit professionellen Distribuenten wie bspw. James Roberts zusammen, die Handel und Vertrieb von seriellen Veröffentlichungsformen von 1714 bis 1740 dominierten.⁵² Viele Grossisten waren zugleich Inhaber von Copyrights, doch diese waren in diesem Fall keine ausreichende wirtschaftliche Grundlage. Serielle Veröffentlichungspraxis in Verbindung mit Büchern in Lieferungen schien ein lukratives Geschäftsfeld. Der praktische Ablauf des Vertriebs über den Zwischenhandel und seine geschäftliche Abwicklung erforderte eine ausgereifte Warenlogistik: Es galt enorme Papiermassen stetig in ein weitreichendes und gut ausgebautes Vertriebssystem einzuspeisen. Der Grossist war im Grunde vom Endverbraucher weit entfernt, es sei denn, er führte zugleich ein Pamphlet-Geschäft oder einen regulären Buchhandel; um den Kontakt zu ihren Lesern zu halten, sich an neu artikulierende Lektürepräferenzen anpassen zu können, agierten Pressegrossisten auch im lokalen Verkauf. Neben den Kaffeehäusern waren Pamphlete-Läden wichtige Orte des Konsums und Erwerbs von Einzellieferungen, von Flugschriften und Broschüren. Kunden beschrieben Pamphlete-Läden als unorganisierte Ladengeschäfte mit gelegentlichem Durcheinander bei

⁴⁹ Winkler: Handwerk und Markt, S. 375.

⁵⁰ Winkler: Handwerk und Markt, S. 411–412.

⁵¹ Winkler: Handwerk und Markt, S. 412.

⁵² Winkler: Handwerk und Markt, S. 417.

Präsentation des Programms: Die Broschüren und Zeitungen lagen gebündelt übereinander oder wurden übereinander aufgehängt. Ähnlich präsentierten Kaffeehäuser ihr Angebot.⁵³ An beiden Orten wurde nicht übersichtlich und kundenfreundlich für die Presseprodukte geworben, sondern es handelte sich um Gebrauchslesestoffe, die sich der Leser für die Dauer seines Aufenthaltes selbst zusammensuchte. Presseartikel, insbesondere Magazine, waren zu diesem frühen Zeitpunkt gleichwohl keine Massenprodukte, sondern wurden als Konsumgut gehandelt. Grossisten führten jedoch meist kein eigenes Sortiment im eigentlichen Sinne; so waren die Pamphlete über die Grenzen ihrer Aktualität hinaus ohnehin nicht auf Lager.⁵⁴ Die Grossisten erhielten die Bogen in den entsprechenden Lagen ungefaltet und ungeheftet. Die Grobbindung war ihre Aufgabe.⁵⁵ Die Einzellieferungen erhielten die Leser gefaltet und geheftet, Zeitschriften und Broschüren waren oftmals in blaue Papierumschläge eingeklebt. Auf diese Weise konkurrierten die Einzelausgaben von Zeitungen und Magazinen im Angebot von Kolporteuren und Hausierern mit Chapbooks, Holzschnitten, Erbauungstexten und sonstigen Gebrauchswaren. Bei der Abgabe an Endverkäufer variierte man je nach Vertrauenswürdigkeit zwischen Buchkredit und Aushändigung gegen Barzahlung. Das eigentliche Metier der Grossisten war die sorgfältige Führung der Geschäftsbücher, die schriftliche Fixierung von kleinsten Transaktionen.⁵⁶ Die Hauptaufgabe war die reibungslose Sicherstellung der Belieferung von stationären und ambulanten Händlern, die akribische Notierung von Subskribenten und Subskriptionen, Auflagenhöhen und Absatzzahlen, Reklamationen sowie der unterschiedlichen Bezahlvorgänge. Buchhaltung und Geschäftsbücher spiegeln die rationelle Organisation von Warenumlauf und Warenlogistik im Geschäftszweig des Pressegrosshandels.

Abonnement, Subskription und Straßenhandel waren eng verflochtene Geschäftsmodelle und es wirkte häufig derselbe Personenkreis in allen drei Geschäftsfeldern.⁵⁷ Die Bezeichnung ‚News Men‘ oder ‚Hawkers‘ beschrieb die Kolporteure, die im Straßenhandel tätig waren und die Provinzen mit Presseartikeln belieferten. Kolporteure bespielten im Vorfeld festgelegte Routen, entlang derer sie sich mit Kaufrufen bemerkbar machten. Die Anwerbung neuer Kunden, bestenfalls neuer Abonnenten, erfolgte über den persönlichen Kontakt zwischen Kolporteur und Kunden. Eine wirkmächtige Verkaufs- und Vermittlungsinstanz

⁵³ Winkler: *Handwerk und Markt*, S. 529.

⁵⁴ Winkler: *Handwerk und Markt*, S. 480.

⁵⁵ Winkler: *Handwerk und Markt*, S. 480.

⁵⁶ Winkler: *Handwerk und Markt*, S. 506.

⁵⁷ Winkler: *Handwerk und Markt*, S. 534–536.

waren die Kaffeehäuser.⁵⁸ In London existierten rund 500 Kaffeehäuser, die mit ihrem reichhaltigen Presseangebot ihre Kunden an sich banden. Es lag nahe, dass hier gekürzte Versionen zeitgenössischer Romane den Vorzug hatten, denn es galt sich über Romanneuerscheinungen zu orientieren, in einzelne Texte hineinzulesen. Im Kaffeehaus holten sich die Gäste Impulse, sie stillten ihren Bedarf an Informationen und Nachrichten, suchten kurzweilige Unterhaltung.⁵⁹

Der Straßenvertrieb und -verkauf war in regional oder lokal begrenzte Vertriebssysteme bzw. Geschäftsrouten unterteilt. Dieses festgelegte Netzwerk aus Straßen, Plätzen, Stadtvierteln wurde unter den Straßenhändlern aufgeteilt. Eine Monopolstellung konnte sich ein Kolporteur lediglich durch außerordentliche Zuverlässigkeit erwerben, denn dann blieben diesem die Kunden meistens treu.⁶⁰ Wichtige Absatzgebiete für Pamphlete und Presseerzeugnisse waren zudem Edinburgh und Dublin mit Geschäftsbeziehungen bis weit in die nordamerikanischen Kolonien.⁶¹ Mit Blick auf globale Handelsräume, insbesondere die Kolonien in Nordamerika, bedurfte es einer zügigen Vereinheitlichung von Handelsräumen und Kommunikationskanälen, wobei das Postsystem eine wichtige Funktion einnahm. Der Königliche Postdienst wurde in England 1660 gegründet, seit 1710/1711 existierten auch in den Kolonien Poststationen. Seit 1711 war auch auf der britischen Insel die postalische Union mit Schottland erfolgt. 1711 wurde das englische transatlantische postalische System durch den Erlass des *Post Office Act* professionalisiert, wonach man das Porto fortan für die Zusendung als Entgelt für eine Dienstleistung erkannte. Die Postzustellung in der Metropole firmierte unter dem Begriff ‚Penny Post‘. Die Penny Post musste im Voraus bezahlt werden, Briefe etc. erst nach Erhalt der Sendung.⁶² Alle Presseprodukte, die in die Provinzen geliefert wurden, waren fester Bestandteil der Kalkulation. Die Landbewohner stellten eine feste, verlässliche Größe in der Abnehmerschaft dar.⁶³ Zunehmend versuchten Presseverleger ihre Produkte rechtlich vor Nachdruck zu bewahren; bspw. ließ die Druckerin Abigail Baldwin (1658 – 1713) ihre Zeitung *The Weekly Redley* schützen.⁶⁴ Der Schutz von Presseprodukten wurde auch beantragt, wenn Zeitungen, in welcher Form auch immer, so großes Aufsehen erregten,

⁵⁸ Winkler: Handwerk und Markt, S. 538.

⁵⁹ Vgl. Brian William Cowan: *The Social Life of Coffee. The Emergence of the British Coffeehouse*. New Haven 2005.

⁶⁰ Winkler: Handwerk und Markt, S. 539.

⁶¹ Winkler: Handwerk und Markt, S. 547.

⁶² Winkler: Handwerk und Markt, S. 573.

⁶³ Winkler: Handwerk und Markt, S. 578.

⁶⁴ Winkler: Handwerk und Markt, S. 600.

dass sie Konkurrenz- und Nachahmungsprojekte auf den Plan riefen.⁶⁵ Der Schutz vor Nachdruck wurde im Kontext des expandierenden Übersee-Pressemarkts um ein weiteres relevant, weil illegitime Nachdrucke kaum einzeln aufgespürt werden konnten, die Nachdrucker in den englischen Kolonien oftmals die Druckstöcke übermittelt bekamen und die Druckschriften vor Ort herstellten.

Grossisten waren die eigentlichen Marktstrategen im englischen Pressegeschäft und sorgten für maximale, effiziente Absatzstrategien.⁶⁶ Eine Form von wirkungsvollem Marketing war die Mundpropaganda; die gezielte Produktion von Gesprächsstoff und Gerüchten gehörte zu den bewährtesten Vermarktungsstrategien.⁶⁷ Ein zweiter Erfolgsfaktor war die Bewerbung von alltagsgängigen medizinischen Artikeln, von Apothekenartikeln in der Londoner Presse. Im Tages-schrifttum und in Büchern wurde bevorzugt für „Nicht-Notwendiges“ Werbung betrieben.⁶⁸ Die Bewerbung von potenzsteigernden Mitteln, von Mitteln gegen Geschlechtskrankheiten konnte den Kaufanreiz erhöhen. Ein Meister dieser Form von Doppelökonomie war der Londoner Grub-Street-Verleger Edmund Curll, dessen aggressives Marketing Daniel Defoe despektierlich als ‚curlen‘ beschrieb.⁶⁹ Leseproben als Werbemittel wurden gemeinhin für teure, mehrbändige Werke, die über Subskription an die Kunden gebracht wurden, verteilt: Gratisnummern oder Probennummern waren gängige Werbemittel. Riefen die Kolporteure auf ihren Verkaufsrouten „given gratis“, so wussten die potenziellen Käufer, dass etwas Neues im Angebot war.⁷⁰ Der Beruf des Grossisten und der Grossistin war eine Antwort auf die Marktgesetzlichkeit im Bereich des gedruckten Wortes, in dem sich Druckschriften von ihrer Rolle als Gebrauchsgegenstand, der Luxus- oder der Gelehrtenkonsumtion emanzipiert hatten.⁷¹

Pressegeschäft und Romanvertrieb im 18. Jahrhundert

Mit der Entwicklung des Pressemarkts korrespondierte der Vertrieb von Romanliteratur in periodischen Medien. Eine kaum zu unterschätzende Rolle im englischen Belletristik-Markt spielte das Medienformat der Miszellen-Magazine, in

⁶⁵ Winkler: Handwerk und Markt, S. 602–604.

⁶⁶ Winkler: Handwerk und Markt, S. 604.

⁶⁷ Winkler: Handwerk und Markt, S. 604.

⁶⁸ Winkler: Handwerk und Markt, S. 615.

⁶⁹ Vgl. Paul Baines/Pat Rogers: Edmund Curll, Bookseller. Oxford 2007.

⁷⁰ Winkler: Handwerk und Markt, S. 619.

⁷¹ Winkler: Handwerk und Markt, S. 654.

denen allein zwischen 1740 und 1815 über 1.300 Romane publiziert wurden.⁷² Es handelte sich selten um den vollständigen Abdruck eines Romans: In den Magazinen fanden Bearbeitungen, Kürzungen und kleinere Zusammenfassungen von Romaninhalten Aufnahme. Die zunehmende Präsenz von Belletristik in englischen Magazinen bediente zugleich deren serielle Produktion: Während Romanautoren gemeinhin in Einzelbänden und Kapiteln dachten, unterwarf der serielle Magazindruck die literarischen Texte den Gesetzmäßigkeiten, dem Regelwerk des Pressegeschäfts. Der bloße Abdruck von Roman-Zusammenfassungen im Umfang von ca. 15.000 Wörtern, in Gestalt von kleinen Miszellen sogar von einer Länge von nur 1.000 bis 1.500 Wörtern (sog. ‚installment publications‘) gehörte zu den Neuerungen im englischen Pressegeschäft des frühen 18. Jahrhunderts. Die längste Romanversion mit 4.000 Wörtern erschien im *The Gentleman's Journal* im März 1692. Abdruck fand der Text von John Donne (1572–1631), *Love's Alchymy, or a Wife got out Fire*. Zu den frühesten dieser Miszellen-Magazine gehörten der *Athenian Mercury*, herausgegeben von *The Athenian Society London*, ein Magazin, das zweimal wöchentlich zwischen 1690 und 1697 erschien, Redakteur war John Dunton (1659–1733), und das *Gentleman's Journal* (1692–1694), gegründet von Peter Anthony Motteux (1663–1718); dieses Journal erschien monatlich. Mit den Single-Essay-Zeitungen, einer Variante des Miszellen-Magazins, kam ein weiteres Medienformat auf den Markt. Die Single-Essay-Zeitungen kombinierten geschickt belletristische Texte mit Beiträgen über Kunst und kulturelles Vergnügen, über Wissenschaft und Wirtschaft.⁷³ Die Single-Essay-Magazine erlebten eine enorme Popularität und Verbreitung. Ihr Erfolgskonzept bestand in der geschickten Verbindung von historischem Essay, informativen Kommentaren, urbanen Themen und kluger Konsumentenorientierung.⁷⁴ Wiederum hervorstechend die kluge Verflechtung von Fakten und Fiktionen – ein Erfolgsmoment eines Magazintyps, den nicht zuletzt Daniel Defoe meisterhaft zu bedienen verstand.

Der Drucker, Verleger und Zeitschriftenredakteur Edward Cave (1691–1754), Sohn eines Schusters, war einerseits Holzhändler, andererseits Drucker und Reporter. Er revolutionierte 1731 den englischen Pressemarkt mit seinem *Gentleman's Magazine*, das mit einem innovativen Konzept aufwartete: die geschickte Verflechtung von Geschäft und Poesie, ein thematisch breitgefächertes Angebot. Cave war ein raffinierter und ambitionierter Geschäftsmann, glänzend vernetzt

⁷² Vgl. hierzu die noch immer als Standardwerk einzuordnende Studie von Robert D. Mayo: *The English Novel in the Magazine 1740–1815. With a catalogue of 1375 magazine novels and novelettes*. London 1962.

⁷³ Mayo: *The English Novel*, S. 12–13.

⁷⁴ Mayo: *The English Novel*, S. 80–81.

und somit alsbald Inhaber eines weit verbreiteten und politisch wie auch literarisch wirkungsvollen Magazins. Cave kreierte einen Pressespiegel, er wertete Zeitungen aus und offerierte seinen Lesern Zusammenstellungen und Ausschnitte von Artikeln. Im Zentrum des Geschäftsmodells war auch der Druck von Ephemeren.⁷⁵ Der Zusammenschchnitt von Informationen und Nachrichten, von Sensation und Skandal war für die Leser des *Gentleman's Magazine* zudem preiswerter als der Erwerb von mehreren Zeitungen.⁷⁶ Das *Gentleman's Magazine* gehörte über 25 Jahre zu den führenden Zeitungen im englischen Pressemarkt. Es handelte sich um ein sog. 6-Seiten-Journal in Quartformat.⁷⁷ Nach 1725 wurde die Einzelausgabe für zwei Penny verkauft. Seit 1731 erschien das Magazin monatlich und erhöhte seinen Umfang auf 48 Seiten; jetzt erschien das Magazin im Oktavformat zu sechs Penny das Einzelheft. Cave war es gelungen, in einem ohnehin schon sehr vielfältigen Pressemarkt ein innovatives Produkt zu etablieren, dessen Grundkonzept nicht zuletzt auf der Abschöpfung von Romanausschnitten aus anderen Magazinen beruhte.⁷⁸ Cave bediente sich der Inhalte des *Grub-Street Journal* (1730 – 1738), des *Free Briton* (1730 – 1735), des *Old Whig* (1719) etc. Es war ihm gelungen, eine auf Kommerz und Profit basierende Zeitung zu gestalten, die sich sehr genau an den Bedürfnissen seiner Leser ausrichtete.⁷⁹

Im Laufe der ersten Hälfte des 18. Jahrhunderts differenzierte sich das Angebot an Medienformaten im Pressebereich zunehmend aus. Vier Hauptrubriken wurden nun bevorzugt bedient: Moral, Philosophie, Satire und Unterhaltung.⁸⁰ Augenfällig ist dabei die deutlich zunehmende Unschärfe zwischen Politik, Gesellschaftsnachrichten und Unterhaltung. Schmale Magazine von oftmals nur einem Bogen kombinierten politische und gesellschaftliche Neuigkeiten mit belletristischen Einlagen und konnten über Einzelverkauf oder Subskription zügig nach Erscheinen an den Kunden geliefert werden. Das Magazin von Nathaniel Mist, für das auch Daniel Defoe schrieb, publizierte bevorzugt Brief-Folgen, die sich für einen seriellen Abdruck besonders gut eigneten. Eine Zäsur erfuhren die belletristischen Magazine schließlich im ersten Jahrzehnt des 19. Jahrhunderts mit dem Erscheinen der Romane von Walter Scott. Vor dem Hintergrund der Industrialisierung erlebte der Pressemarkt eine enorme Expansion, Beschleunigung und Massenauflagen industrieller Dimension. Zeitungen wie bspw. *The Cornhill Magazine* (1860 – 1975), eine literarische Monatsschrift, hg. von William Ma-

⁷⁵ Winkler: Handwerk und Markt, S. 328.

⁷⁶ Winkler: Handwerk und Markt, S. 329.

⁷⁷ Mayo: The English Novel, S. 159.

⁷⁸ Mayo: The English Novel, S. 160.

⁷⁹ Mayo: The English Novel, S. 164 – 175.

⁸⁰ Mayo: The English Novel, S. 41.

kepeace Thackeray, erlebte Auflagen bis zu 120.000 Exemplaren.⁸¹ Die Magazine des 19. Jahrhunderts lösten den Typus der Miszellen-Magazine nach und nach ab.

Die reichhaltige Presselandschaft gewährleistete Autoren wie Daniel Defoe ein nicht immer üppiges, aber dennoch regelmäßiges Einkommen. Defoe war unmittelbar verflochten mit dem Presse- und Buchgeschäft seiner Zeit. Ein verlässliches Einkommen generierte Defoe zudem durch die Anfertigung von Vorworten und Einleitungen in neu auf dem Markt etablierten Zeitungen und Magazinen; im Auftrag der Drucker präsentierte und kommentierte Defoe Programm und Intention des jeweiligen Presseprodukts.⁸² Defoe gehörte zu den aktivsten Autoren im Geschäft mit Wochenmagazinen. Neben der paratextuellen Textproduktion kommentierte er politische und gesellschaftliche Ereignisse und es gelang ihm, die verschiedenen Magazine an Konsumentengruppen mit heterogenen Lektüreinteressen auszurichten.⁸³ Der Abdruck von Romanausschnitten und längeren Ausschnitten kollidierte mit der Copyright-Gesetzgebung, das Konzept der Magazine beruhte durchaus auf Plagiat und Piraterie. Auch in diesem Kontext kam es zu einer offensichtlichen Unschärfe, hier zwischen Journalismus und Belletristik, denn im Journalismus galt die Übernahme von Informationen nicht als illegitimer Nachdruck. Die Copyright-Frage blieb trotz diverser Regulierungsbemühungen virulent und das Plagieren und Nachdrucken von literarischen Texten ein Alltagsphänomen. Seit der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts wurden Romanauszüge verstärkt als Chapbook-Ausgaben (wieder-)vermarktet. Beliebte waren Autobiografien, Biografien, Reise- und Abenteuerberichte.⁸⁴ Umfängliche Romanabdrucke erschienen erst im ausgehenden 18. Jahrhundert in den Magazinen, eine Konzeptanpassung an den steigenden Bedarf nach belletristischem Lesestoff in England. Gleichwohl: Bei den in Magazinen abgedruckten Romanauszügen, unabhängig von ihrem Umfang, handelte es sich noch nicht um industriell gefertigte Massensliteratur.⁸⁵

81 Das Magazin wurde 1859 von George Murray Smith (1824–1901) gegründet. In seinem Blatt publizierten Autoren wie Arthur Conan Doyle, Henry James, George Eliot, Joseph Conrad und Thomas Hardy, um nur die prominentesten Vertreter zu nennen. Mayo: *The English Novel*, S. 12.

82 Mayo: *The English Novel*, S. 49.

83 Mayo: *The English Novel*, S. 50.

84 Mayo: *The English Novel*, S. 231–239.

85 Mayo: *The English Novel*, S. 353.

Daniel Defoe: Vom Grub-Street-Autor zum Bestsellerautor im 18. Jahrhundert

Daniel Defoes Wirken als Journalist, Pamphletist und Romanautor spielte sich vor dem Hintergrund einer politisch, konfessionell und gesellschaftlich hochvirulenten Epoche ab. Politische Regierungswechsel, streitbare Auseinandersetzungen über die Legitimation von Kirche und Parlament, die Gründung der englischen Staatskirche, militärische Konflikte und jahrelange Kriege um die Vorherrschaft im frühneuzeitlichen Europa, konfessionelle Auseinandersetzungen – all dies waren politische, konfessionelle und gesellschaftliche Transformationen in zeitlich kurzen Abfolgen, denen sich Autoren wie Daniel Defoe ausgesetzt sahen. Defoe machte die komplexe und schnell wandlungsfähige politische und konfessionelle Gemengelage zur Grundlage seines Geschäftsmodells als Journalist und Schriftsteller. Er amalgamierte regelrecht mit den Schreib- und Publikationsbedingungen seiner Zeit, er mischte sich ein, er kommentierte und kritisierte den politischen und literarischen Betrieb, er war exzellenter Kenner des zeitgenössischen Presse- und Buchgeschäfts und alle diese Kompetenzen waren stets überlagert von der Faszination der fortschreitenden Globalisierung des Handels, der Kolonialisierung fremder Kontinente. Defoe erkannte das Potenzial der globalen Handelsräume für Englands Wirtschaft, war beeindruckt von den Bemühungen um Vereinheitlichung von Kommunikations- und Warenaustauschräumen; Defoe gelang es, durch seine eigene (durchaus auch politische) Flexibilität im Umgang mit den vielfältigen Herausforderungen seiner Zeit eine freie Schriftstellereexistenz zu begründen und den Grundstein für eine internationale Bestsellerautor-Karriere zu legen.

„Der Handel als Hure, der ich verfallen bin“ – Defoes Faszination für die Entfaltung globaler Handelsräume und die Kolonialisierung von außereuropäischen Kontinenten

Defoe (1660 – 1731) gehörte zur ersten Generation seiner Familie, die unmittelbar in London geboren wurde.⁸⁶ Er entstammte einer Kaufmannsfamilie. Sein Vater war gelernter Wachszieher und Talgkerzenhändler, wagte aber schließlich den Einstieg in den Überseehandel und erlangte mit seinen Geschäften einen gewis-

⁸⁶ Paula Backscheider: Daniel Defoe. His Life. Baltimore 1992, S. 3.