

Auf diese Art werden alle ordinaire Formate bezahlt, wogegen auf größere Formate billig wegen des Preises mehrere Reflexion gemacht wird.

(Mense Maj 1748)

T. Sämtliche Buchdrucker in Tübingen.

Acten der Universität Tübingen. Universitätsarchiv. T. II. 1700—1798. Nr. 57.

Deutscher Papierhandel im Beginn des 18. Jahrhunderts.

Von Albrecht Kirchhoff.

In meinem, in diesem Hefte enthaltenen Aufsätze: Beiträge zur Geschichte der Preßmaßregelungen und des Verkehrs auf den Büchermessen im 16. und 17. Jahrhundert I., habe ich Veranlassung genommen einige der Quellen zu erwähnen, aus denen die größeren deutschen Verleger ihren Papierbedarf bezogen: nicht direct aus den Papiermühlen ihres eigenen Districtes, sondern zum Theil von den Messen, durch Vermittelung eines schon frühzeitig in anscheinend größerer Ausdehnung entwickelten Papierhandels¹⁾. Nur mit seiner Hülfe, eben aus Gegenden in denen sich die Papierfabrication mehr concentrirt hatte, wird auch die Beschaffung der bedeutenden Quantitäten gleichartigen Fabricates, die zu den theilweise großen Unternehmungen erforderlich waren, erklärlich²⁾. Ueberraschend sind dabei zum Theil die Quellen aus denen bezogen wurde: nicht aus dem Papiermühlenreichen, in der Fabrication anfänglich voranleuchtenden Süddeutschland, nein, aus der Schweiz — aus Genf und Basel, welches seinerseits wieder stark aus Lothringen und der Champagne bezog — und aus dem Elsaß scheinen die größeren Quantitäten gekommen zu sein. Bezogen doch auch im 17. Jahrhundert die Elseviere, trotz der Berühmtheit der holländischen Fabriken, das Papier zu ihren zierlichen kleinen Ausgaben auf dem Seewege aus Frankreich.

Die beliebten Marken wurden daher auch schon von früh an nachgeahmt, weniger meist in der Güte des Fabricats als vielmehr in dem Wasserzeichen, andere dieser Marken wurden und erhielten sich typisch für bestimmte Formatgrößen. So nach einer oder der anderen dieser Richtungen hin der Ravensburger Ochsenkopf und das P, die lothringische Bischofsmütze, die italienische Wage, die französischen Marken der Weintraube (Grand und Petit Raisin), der Krone (das englische Crown) und des Horns (Poste), die englische der Schellenkappe (Foolscap), die holländische Pro Patria.

Vom 17. Jahrhundert ab sank die Ausstattungsweise des deutschen Verlages, ähnlich wie in Frankreich die des Rhoneser großen theologisch-juristisch-medicinischen, in Druck und Papier mit schnellen, nach