

Nürnberger Drucker (oder auch nur einen von ihnen) vermittelt haben könnte. Eine solche Vermittlung könnte Nähe wie Unterschiede der Drucke erklären, muss aber letztlich Spekulation bleiben. Letztlich spricht nichts dagegen (wenn man wiederum annimmt, dass die Bildstöcke auf eine gemeinsame Vorlage zurückgehen), die Wagnersche Inkunabel sogar noch (etwas) vor 1488 anzusetzen. Allerdings fehlen auch hier die schlagenden Beweise. Jedenfalls scheint Wagners Druck der verbreitetere gewesen zu sein.

Die Nürnberger Druckergeschichte des ausgehenden 15. Jahrhunderts ist wenig erforscht, zumal die jener Gestalten im Schatten des Marktführers Anton Koberger¹⁰⁹. Blickt man auf das Beispiel der Deutschen Berichte, so lässt sich festhalten: Diese waren später offensichtlich jene Sorte Text, mit denen sich junge Drucker relativ leicht in die Szene einführen konnten. Im Jahr 1499 war dies etwa beim Nürnberger Nachdruck des Ambrosius Huber der Fall¹¹⁰, im Folgejahr beim Straßburger Matthias Hupfuff¹¹¹. Hier zeigen sich Marktbeobachtung und Marktgespür, woraus man – ohne gleich eine „Ästhetik des Hässlichen“ zu bemühen – erste Hinweise auf ein Interesse breiterer Schichten am Schauerlich-Bös-Exotisch-Fremden gewinnen kann¹¹².

109) Hierzu immer noch einschlägig: Oscar HASE, Die Koberger. Eine Darstellung des buchhändlerischen Geschäftsbetriebs in der Zeit des Überganges vom Mittelalter zur Neuzeit (²1885) S. 17–30, 49–388; Karl SCHOTTENLOHER, Die Entwicklung der Buchdruckerkunst in Franken bis 1530 (Veröffentlichungen der Gesellschaft für Fränkische Geschichte. Neujaarsblätter 5, 1910) S. 14–19. Ferner in Auswahl mit Hinweisen auf ältere Literatur: Hans LÜLFING, Koberger, Anton, in: NDB 12 (1980) S. 245f.; Hans-Otto KEUNECKE, Anton Koberger. Familie und Verwandtschaft. Geschäftlicher Erfolg und soziale Stellung. Mit einem Exkurs: Das Kobergerwappen, Mitteilungen des Vereins für Geschichte der Stadt Nürnberg 100 (2013) S. 99–148. – Zur breiteren Einordnung vgl. Heinrich GRIMM, Die Buchführer des deutschen Kulturbereichs und ihre Niederlassungen in der Zeitspanne 1490 bis um 1550, Archiv für Geschichte des Buchwesens 7 (1967/68) Sp. 1173–1772.

110) KEUNECKE, Huber (wie Anm. 95) S. 47f.

111) Vgl. hierzu die Überlegungen bei Oliver DUNTZE, Ein Verleger sucht sein Publikum. Die Straßburger Offizin des Matthias Hupfuff (1497/98–1520) (Archiv für Geschichte des Buchwesens. Studien 4, 2007) S. 245–247. Zu nationalen und regionalen Buchmärkten sowie zur Leserschaft volkssprachlicher Bücher vgl. die Analysen von Uwe NEDDERMEYER, Von der Handschrift zum gedruckten Buch. Schriftlichkeit und Leseinteresse im Mittelalter und in der frühen Neuzeit. Quantitative und qualitative Aspekte, Bd. 1: Text (Buchwissenschaftliche Beiträge aus dem Deutschen Bucharchiv München 61, 1998) S. 403–408, 504–514.

112) MEIER, Woiwode (wie Anm. 83) S. 30–91, 181, will, allerdings ohne zeitgenössischen Nachweis, zwei Intentionen sehen, mit denen die Nürnberger Frühdrucker ihren Markt bedienten: antiosmanische Propaganda und der „wilde Osten“ als grundsätzliches Interessengebiet breiter Schichten.