

Frühjahrstagung 2022: 15.–18.03.2022

Ars Vendendi: Rhetorik und Praktiken des Verkaufens im Mittelalter Prof. Dr. Thomas Ertl, Berlin

Der Handel mit Waren und Dienstleistungen bildet ein zentrales Thema der Wirtschafts- und Sozialgeschichte des Mittelalters. Aufgrund der Quellenlage lag die Aufmerksamkeit der Forschung dabei häufig auf rechtlichen, sozioökonomischen und finanziellen Aspekten von Transaktionen, auf Händlern, Handelswegen und Handelsgütern, mit deutlicher Konzentration auf den Groß- und Fernhandel. Hingegen ist die konkrete Abwicklung von Kauf und Verkauf, die kommerzielle Infrastruktur sowie alle Formen von verkaufsfördernden Praktiken für das Mittelalter bisher wenig untersucht worden. Die „Kunst des Verkaufens“ war jedoch bereits auf mittelalterlichen Märkten wichtig, da Waren und Dienstleistungen nicht nur nachfragegesteuert hergestellt oder erbracht wurden, sondern Anbieter und Anbieterinnen von Waren und Dienstleistungen bereits im Mittelalter miteinander konkurrierten. Daher enthalten archäologische, schriftliche und bildliche Quellen auch vor 1500 zahlreiche Hinweise auf die Rhetorik und Praktiken des Verkaufens: Zur Schau gestellte Ware auf Markttischen, Handwerks- und Wirtshauszeichen, Marktschreier und Weinrufer sowie Markennamen, Warenmuster, Buchkataloge u.v.m. dienten sowohl der Information der Konsumenten als auch der Absatzsteigerung. In Traktaten und Predigten wurde über diese Techniken bereits im Mittelalter auch theoretisch, kritisch oder satirisch reflektiert.

Die Tagung soll Rhetorik und Praktiken des Verkaufens im Mittelalter diskutieren und dabei speziell alle Formen von Werbemaßnahmen (im weitesten Sinn) beleuchten. Die Themen der Tagungen werden von der Rhetorik bis zur Infrastruktur des Verkaufens und von kirchlichen Werbestrategien bis zur Bewerbung ausgewählter Waren und Dienstleistungen reichen.

T A G U N G

des Konstanzer Arbeitskreises für mittelalterliche Geschichte e. V. im „Haus Insel Reichenau“,
Markusstraße 15, D-78479 Reichenau vom **15.-18.03.2022**

Thema: „Ars Vendendi: Rhetorik und Praktiken des Verkaufens im Mittelalter“

P R O G R A M M

Di., 15.03.	19.30	<u>Prof. Dr. Thomas Ertl (Berlin)</u> Einführung in das Tagungsthema
	20.00	<u>Prof. Dr. Christina Brauner (Tübingen)</u> Zwischen Praxis und Polemik: Werbung in Spätmittelalter und Früher Neuzeit
Mi., 16.03.	9.00	<u>Prof. Dr. Ulrich Müller (Kiel)</u> Märkte, Kaufhäuser, Kaufkeller: Materielle Praktiken einer ars vendendi
	11.00	<u>Prof. Dr. Christian Jaser (Klagenfurt)</u> Der Florentiner Mercato Vecchio als Gravitationszentrum von kommerziellen Aushandlungen
	15.00	<u>PD Dr. Tanja Skambraks (Mannheim)</u> Überzeugen, Handeln, Feilschen. Kommunikationsstrategien mittelalterlicher Händler
	17.00	<u>Dr. Angela Huang (Lübeck)</u> Die Marke vor der Marke: Produktdifferenzierung und Qualitätsstandards in der Gewerbeproduktion (und ihre Verbindlichkeit) am Beispiel des Textilgewerbes
Do., 17.03.	9.00	<u>Prof. Dr. Thomas Frank (Pavia)</u> Mit allen Mitteln. Multimediale Werbung für Pilgerziele (13.-15. Jahrhundert)
	11.00	<u>PD Dr. Gregor Rohmann (Frankfurt a. M.)</u> Heilkunde und Gesundheitswesen im Mittelalter zwischen Wohltätigkeit und Marktförmigkeit
	15.00	<u>Prof. Dr. Rebecca Müller (Heidelberg)</u> Made in Venice – Künstlersignaturen als Werbestrategie?
	17.00	<u>Paul Schweitzer-Martin (München)</u> Strategien zum Vertrieb und Bewerben von Inkunabeln
Fr., 18.03.	9.00	<u>Dr. Colin Arnaud (Münster)</u> Zusammenfassung Schlussdiskussion

Ersatzreferate:

Prof. Dr. Sabine von Heusinger (Köln)

Vermittler zwischen Produzenten und Kunden: Die Unterkäufer

Prof. Dr. Nina Gallion (Mainz)

Alltag im Kaufhaus: Verkaufspraktiken in Europas Kaufhäusern des Mittelalters

Dr. Julia Exarchos (Aachen)

Vermittlungen am städtischen Arbeitsmarkt