

DIE DISTRIBUTIONSREVOLUTION DES 15. JAHRHUNDERTS*

von Stuart Jenks

Abstract: The Distribution Revolution of the Fifteenth Century

The consumption revolution of the long eighteenth century (c. 1650–1850) was inconceivable without a prior distribution revolution in Northwest Europe, in the course of which markets were linked in a stable hierarchy reaching from the international fairs of Antwerp and Frankfurt down to humble packmen tramping from village to village. The exotic products of the consumption revolution did not have to surmount any significant distribution problems, because the networks had been functioning since the fifteenth century. The proof of this hypothesis is divided into two parts, one empirical and the other theoretical. The foundation of some 2000 weekly markets in England between 1200 and 1350 resulted from the interaction of peasants' cash requirements and improved transportation by horse: There was much money to be made by establishing markets, but peasants could choose between them. This set in train a brutal winnowing of markets which was intensified in the late middle ages by the effects of the plague, the enclosure movement and price-wage developments. In the end, the surviving markets had organized themselves into a hierarchy based on London, which was, by 1500, indisputably the center of foreign trade and the distribution of imports in England. This section concludes by showing that the hierarchization of markets was also characteristic of the Hanseatic area during the same period. The theoretical part of the paper demonstrates that the hierarchization of markets changed the framework for economic actors in a way no person or group could alter. Late medieval industrial mass production, succeeded by early modern proto-industrialization, required efficient labor markets and distribution networks. Placing the price signals generated by urban markets at the center of the argument solves a number of troubling problems of proto-industrialization: the geographical concentration of proto-industries, the outsourcing of simple tasks (and the retention of more sophisticated processes) and the

* Besten Dank an Jürgen Kähler und Christoph Weber (Erlangen), Justyna Wubs-Mroze-wicz (Leiden) und Jana Schmalfuß (Nürnberg) für Kritik und Anregungen.

subsequent urbanization of rural industrial clusters. It also allows us to go beyond Diamond and Krugman and construct a real-world model of the rise of market hierarchization, as traders exploited scale economies derived from the difference between urban wholesale and rural retail prices, and – by concentrating their trade on the most liquid provincial markets (thus maximizing thick market externalities) – locked these satellite markets into the hierarchy. An examination of the policies of the London Grocers and Mercers proves that this did, indeed, take place in the course of the fifteenth century. Therefore, the distribution revolution was a true revolution, one which changed forever the framework for economic actors in a way no person or group could alter (‘economic constitution’).

Vom Mittelalter bis zum heutigen Tag ist die Entwicklung der europäischen Wirtschaft alles andere als geradlinig gewesen. Vielmehr ist sie durch jähe Sprünge charakterisiert, die die Wirtschaftsverfassung nachhaltig verwandelten, wobei jede Stufe als Grundlage für die nächste Umwälzung diente. Einige dieser Revolutionen sind uns seit langem vertraut. Jeden Tag erleben wir die Folgen der Informationsrevolution, und die Bedeutung der Industriellen Revolution des 18. und 19. Jahrhunderts muss ich nicht eigens schildern. Am Anfang jedoch stand die Kommerzielle Revolution des Mittelalters, die Lopez vor 40 Jahren in die Diskussion einführte.¹ Und schließlich erlebte das ausgehende 17. Jahrhundert den Anfang der Konsumrevolution.² In diesem Aufsatz möchte ich die These vorlegen, dass es eine fünfte Revolution – die Distributionsrevolution – gab, die auf den Errungenschaften der Kommerziellen Revolution aufbaute und ohne die die Konsumrevolution niemals erfolgt wäre.

Warum ist keiner bisher auf die Distributionsrevolution als Voraussetzung für die Konsumrevolution aufmerksam geworden? Bekanntlich haben Wirtschaftswissenschaftler und Wirtschaftshistoriker gleichermaßen einen großen Bogen um das Problem der Verteilung der Wirtschaftsgüter gemacht. Dieses Versäumnis fällt besonders stark im Falle der Forschung zur Konsumrevolution des langen 18. Jahrhunderts (ca. 1650–1850) auf. Der Grund ist ganz einfach: Wer die Konsumrevolution untersucht, ist in

¹ Robert S. LOPEZ, *The Commercial Revolution of the Middle Ages 950–1350*, Englewood Cliffs 1971.

² Eine gute Kurzeinführung in die Konsumrevolution sowie einen Forschungsüberblick bieten Bruno BLONDÉ, Peter STABEL, Ilja VAN DAMME, Jon STOBERT, *Retail circuits and practices in medieval and early modern Europe: an introduction*, in: *Buyers and Sellers. Retail circuits and practices in medieval and early modern Europe*, hg. von Bruno BLONDÉ u. a. (*Studies in European Urban History (1100–1800)* 9), Turnhout 2006, S. 7–29. Allgemein zur Konsumrevolution s. Jan DE VRIES, *The Industrious Revolution. Consumer Behavior and*

aller Regel Sozialhistoriker³ und hat nicht viel übrig für die Wirtschaftswissenschaften. Dieses Desinteresse hat eine Literatur zu Tage gefördert, die die Ankunft der exotischen Kolonialwaren – Tee, Tabak, Kaffee, indische Baumwolltücher usw. – im Einfuhrhafen und deren Verkauf vor Ort in allen Einzelheiten schildert, aber das Problem vollkommen unbekümmert beiseite lässt, wie der Tee vom Kai in den Laden kam. Ich hingegen bin der festen Überzeugung, dass gerade dieses Problem zentral ist. Schließlich ist es widersinnig, den eigenen Kunden den Tee schmackhaft zu machen, wenn man sie damit nicht nachhaltig beliefern kann.⁴ Der unzweifelhafte Erfolg der Konsumrevolution hing also entscheidend von zuverlässigen Lieferketten ab.⁵

Die These, die ich hier vorlegen und begründen will, lautet: Im 15. Jahrhundert gab es eine Distributionsrevolution in Nordwesteuropa, in

³ Maxine BERG, *New commodities, luxuries and their consumers in eighteenth-century England*, in: *Consumers and luxury. Consumer culture in Europe 1650–1850*, hg. von Maxine BERG, Helen CLIFFORD, Manchester 1999, S. 64.

⁴ Carole SHAMMAS, *The Pre-industrial Consumer in England and America*, Oxford 1990, S. 83.

⁵ Es ist vielleicht nicht falsch, darauf hinzuweisen, dass nach meinem Kenntnisstand die historische Zentralitätsforschung nicht auf die Distributionsrevolution gekommen ist. Obwohl die Zentralitätstheorie in ihrem ursprünglich geographischen Gewand (dazu s. Peter SCHÖLLER (Hg.), *Zentralitätsforschung (Wege der Forschung 301)*, Darmstadt 1972, besonders die Beiträge von Christaller und Lösch) durchaus die Hierarchisierung der Zentralorte thematisierte, bleibt die Zentralortstheorie – sowie sie von den Mittelalterhistorikern rezipiert wurde – dezidiert zweidimensional. Sie interessiert sich lediglich für die Stadt-Land-Beziehungen am Beispiel einer Stadt mit Zentralortfunktion, nicht also für die Frage möglicher hierarchischer Beziehungen der Zentralorte untereinander: Werner RÖSENER, *Stadt-Land-Beziehungen im Mittelalter*, in: *Dorf und Stadt. Ihre Beziehungen vom Mittelalter bis zur Gegenwart*, hg. von Clemens ZIMMERMANN, Frankfurt 2001, S. 42. Dabei fragt man hauptsächlich nach der Belieferung der Stadt durch das flache Land, nicht jedoch nach der Distribution von Handelsgütern von der Stadt auf das Land. Dies sei ohnehin angesichts der Quellenlage kaum für das Mittelalter zu leisten: Heinrich SCHOPPMAYER, *Probleme der zentralörtlichen Bedeutung Paderborns im Spätmittelalter*, in: *Zentralität als Problem der mittelalterlichen Stadtgeschichtsforschung*, hg. von Emil MEYNEN (*Städteforschung A/8*), Köln 1979, S. 111; Rolf KIESSLING, *Herrschaft – Markt – Landbesitz. Aspekte der Zentralität und der Stadt-Land-Beziehungen spätmittelalterlicher Städte an ostschwäbischen Beispielen*, in: MEYNEN, *Zentralität*, S. 184, 193; Markus A. DENZEL, *Die Vernetzung von Märkten und Gewerbestandorten in der vorindustriellen Zeit nach der Theorie der zentralen Orte*, in: *Historisch-thematische Kartographie. Konzepte – Methoden – Anwendungen*, hg. von Dietrich EBELING, Bielefeld 1999, S. 61, 71–2. Ansätze zu einer Analyse der Hierarchisierung (wenn auch grundsätzlich auf die schwäbischen Vororte Augsburg und Ulm beschränkt) bietet m. W. nur Rolf Kießling an: KIESSLING, *Herrschaft*, S. 217; DERS., *Die Stadt und ihr Land. Umlandpolitik, Bürgerbesitz und Wirtschaftsgefüge in Ostschwaben vom 14. bis ins 16. Jahrhundert (Städteforschung A/29)*, Köln 1989, S. 75–9. Allgemein muss man einräumen, dass das Zentralitätskonzept der Mediävisten nicht nur wirtschaftliche, sondern auch politisch-herrschaftliche und kultisch-kulturelle Aspekte berücksichtigt: Franz IRSIGLER, *Stadt und Umland in der historischen Forschung. Theorie und Konzepte*, in: *Bevölkerung, Wirtschaft und Gesellschaft. Stadt-Land-Beziehungen in Deutschland und Frankreich 14. bis 19. Jahrhundert*, hg. von Neithard BULST, Jochen HOOCK, Franz IRSIGLER, Trier 1983, S. 18.

deren Verlauf die Märkte hierarchisch miteinander verlinkt wurden, so dass der Weg eines Guts vom Produzenten zum Konsumenten immer stärker vormarkiert war. An der Spitze dieser stabilen Hierarchie standen die großen internationalen Messen Antwerpen, Frankfurt und Leipzig, denen sich Ramschmessen – Nördlingen und Naumburg – zuordneten.⁶ Auf den nächst tieferen Stufen standen die Jahrmärkte, die oft genug mehrfach im Jahr abgehalten wurden,⁷ dann die Wochenmärkte und schließlich der Höker, der mit bescheidenem Sortiment im Rucksack von Dorf zu Dorf zog. Dieses vertikal integrierte System verteilte fremdländische Güter bis hinunter zum Konsumenten und sammelte im Gegenzug die Erzeugnisse des Landes, um sie dem regionalen und internationalen Handel zuzuführen. Als die exotischen Kolonialwaren dann im 17. Jahrhundert aufkamen, musste niemand Verteilungsnetzwerke aufbauen.

Auf die Gefahr hin, Altbekanntes zu wiederholen, beginne ich meine Ausführungen mit einer kurzen Schilderung der Konsumrevolution. Die Forschung hat sich im Wesentlichen der Identifikation der Hauptmerkmale gewidmet, die die Konsumrevolution des langen 18. Jahrhunderts (1650 bis 1850)⁸ von der vorangegangenen Epoche unterscheiden. Die Konsumrevolution führte, so die *communis opinio*, eine fundamentale Kommerzialisierung der Gesellschaft herbei. Sie hatte drei Hauptmerkmale:

- Eine regelrechte Explosion der Ausgaben von Menschen mittleren Einkommens für nicht lebensnotwendige Güter.⁹ Die Folge war, dass eine

⁶ Dazu s. Nils BRÜBACH, Die Reichsmessen von Frankfurt am Main, Leipzig und Braunschweig (Beiträge zur Wirtschafts- und Sozialgeschichte 55), Stuttgart 1994, S. 108–9; KIESSLING, Stadt (wie Anm. 5), S. 159.

⁷ So z. B. in Preußen (Jürgen SARNOWSKY, Märkte im mittelalterlichen Preußen, in: HGBll. 120, 2002, S. 51–72 und Roman CZAJA, Jahrmärkte im Ordensland Preußen im Mittelalter, in: Das Preußenland als Forschungsaufgabe. Eine europäische Region in ihren geschichtlichen Bezügen. Festschrift für Udo Arnold zum 60. Geburtstag, hg. von Bernhart JÄHNIG, Georg MICHELS (Historische Kommission für ost- und westpreußische Landesforschung Einzelschriften 20), Lüneburg 2000, S. 321–2), Schwaben (Rolf KIESSLING, Kleinräumige Jahrmärktezyklen in Schwaben. Zur wirtschaftlichen Erschließung des Landes im Spätmittelalter und in der beginnenden Frühen Neuzeit, in: Wirtschaft – Gesellschaft – Städte. Festschrift für Bernhard Kirchgässner zum 75. Geburtstag, hg. von Hans-Peter BECHT, Jörg SCHADT, Ubstadt-Weiher 1998, S. 141) und im Rheinland (Michael MATHEUS, Trier am Ende des Mittelalters. Studien zur Sozial-, Wirtschafts- und Verfassungsgeschichte der Stadt Trier vom 14. bis 16. Jahrhundert (Trierer Historische Forschungen 5), Trier 1984, S. 40). Allgemein s. Michael ROTHMANN, Überall ist Jahrmarkt und Entwicklungstendenzen der Institution des periodischen Marktes in Zentraleuropa vom 14. bis zum 17. Jahrhundert, in: Fiere e mercati nella integrazione delle economie europee secc. XIII–XVIII, hg. von Simonetta CAVACIOCCHI (Istituto Internazionale di Storia Economica „F. Datini“ Prato. Serie II – Atti delle „Settimane di Studi“ e altri Convegni 32), Florenz 2001, S. 99.

⁸ Andere Periodengrenzen sind vorgeschlagen worden (dazu s. DE VRIES, Industrious (wie Anm. 2), S. 37–9), aber 1650–1850 ist die gängige Lehrmeinung.

rasch steigende Zahl von Konsumenten eine immer breitere Palette von Gütern erwarb. Diese Güter kann man in drei Gruppen einteilen: (1) exotische Kolonialwaren wie Kaffee, Tee, Zucker,¹⁰ Rum und Tabak; (2) Waren, die dem leiblichen Wohlbefinden dienten oder gar als Spielereien¹¹ zu betrachten waren wie Bettlaken, Geschirr, Besteck, farbenfrohe Baumwolltücher, furnierte Stilmöbel, Spiegel und Taschenuhren; und (3) Accessoires zur Verschönerung des Körpers wie Halstücher, Schleifen, Knöpfe, Schnallen usw.

- Die Entstehung von standortfesten Läden, die in zunehmendem Maße eigens dekoriert wurden, um eine vom Ladeninhaber spezifisch anvisierte Kundengruppe anzulocken und zum Einkauf zu animieren.¹² Zwischen 1650 und 1750 ersetzten diese Läden die alten Märkte, Jahrmärkte und zünftischen Produzenten als Lieferanten der Konsumenten.¹³ Im weiteren Verlauf des 18. Jahrhunderts entstanden regelrechte Einkaufsstrassen und -passagen, die die Stadtväter noch zusätzlich aufwerteten, indem sie für Bepflasterung, Reinigung und Beleuchtung just dieser Straßen, für einheitliche Fassadenrenovierung oder gar einheitliche, modische Neubauten und dergleichen mehr sorgten. Gleichzeitig ließen sie alle Aspekte des alten Marktgeschehens entfernen, die die empfindlichen Nasen und Ohren der flanierenden Konsumenten störten. So wurden Schlachthof wie Fischmarkt an den Stadtrand verbannt, damit das elegante Shoppen in der Innenstadt nicht durch das Geschrei der

¹⁰ Über den Konsum des Zuckers im anglo-amerikanischen Raum s. SHAMMAS, *Pre-industrial Consumer* (wie Anm. 4), S. 81–2. Bis zum 19. Jh. wurde Zucker nur aus Zuckerrohr gewonnen, das nur in den Tropen gedeiht. Erst gegen Ende des 19. Jhs. überholte die auch in Europa angebaute Zuckerrübe das Zuckerrohr als Quelle des Süßstoffs.

¹¹ „Ingenious mechanisms, springs and dials, little boxes of curious metals, finishes and designs and small attractive chains and tools fascinated their consumers.“ Maxine BERG, *Luxury & Pleasure in Eighteenth-Century Britain*, Oxford 2005, S. 157.

¹² Nancy COX, *The complete Tradesman. A Study of Retailing, 1550–1820*, Aldershot 2000, S. 76–115; Helen BERRY, *Polite Consumption: Shopping in Eighteenth-Century England*, in: *TRHS* 6th Ser. 12, 2002, S. 375–94; Claire WALSH, *Shop Design and the Display of Goods in Eighteenth-Century London*, in: *Journal of Design History* 8:3, 1995, S. 157–76; Claire WALSH, *The design of London goldsmiths' shops in the early eighteenth century*, in: *Goldsmiths, Silversmiths and Bankers: Innovation and the Transfer of Skill, 1550 to 1750*, hg. von David MITCHELL (Centre for Metropolitan History Working Papers Series 2), Stroud/Gloucestershire 1995, S. 96–111; Claire WALSH, *Social Meaning and Social Space in the Shopping Galleries of Early Modern London*, in: *A Nation of Shopkeepers. Five Centuries of British Retailing*, hg. von John BENSON, Laura UGOLINI, London 2003, S. 52–79; Patrick WALLIS, *Consumption, retailing and medicine in early-modern London*, in: *EcHR* 61:1, 2008, S. 26–53; Jon STOBART, Andrew HANN, *Retailing Revolution in the Eighteenth Century? Evidence from North-West England*, in: *Business History* 46:2, 2004, S. 175–7; John STOBART, Andrew HANN, Victoria MORGAN, *Spaces of Consumption. Leisure and shopping in the English town, c. 1680–1830*, London 2007, S. 15–17, 116–139; John STOBART, *Spend, Spend, Spend! A History of Shopping*, Stroud/Gloucestershire 2008, S. 84–7.

¹³ DE VRIES, *Industrious* (wie Anm. 2), S. 169.

Schlachtopfer gestört wurde und niemand seinen Weg durch blutiges Eingeweide suchen musste.¹⁴

- Die Entstehung einer gänzlich neuen Beziehung zwischen Ladeninhaber und Konsumenten, wobei die Mode die Kaufentscheidungen der Kunden diktierte und die Einzelhändler ihr Sortiment durch aggressives Marketing an den Mann brachten. Sie erfanden das Schaufenster, setzten Anzeigen mit wortreicher Beschreibung der neuesten Anlieferungen in die Zeitung, verbreiteten die Kunde ihres soeben aus London oder Paris eingetroffenen topmodischen Sortiments mittels aufwendig produzierter Handzettel („trade cards“)¹⁵ und luden ihre Kunden zu Tee und gepflegter Unterhaltung im Vorfeld des Verkaufsgesprächs ein. Einkauf wurde zu einem graziösen Freizeitvergnügen, besonders für Frauen,¹⁶ die im Laufe ihrer Gespräche mit den Einzelhändlern die Eigenschaften und Verwendung der neuen, modischen, ihnen aber bislang unbekannten Waren erkundeten.¹⁷

Die Konsumrevolution kannte offenbar keine Lieferprobleme, obwohl die Ausmaße des Konsums gigantisch waren. Wenn wir mit Shammass¹⁸ den Massenkonsum eines Produkts mit seinem täglichen Gebrauch durch ein Viertel der Bevölkerung definieren, dann erreichte der Tabak – zusammen mit seinem unerlässlichen Requisit, der holländischen Tonpfeife¹⁹ – diesen

¹⁴ Neil MCKENDRICK, John BREWER, J. H. PLUMB, *The Birth of a Consumer Society. The Commercialization of Eighteenth-century England*, London 1982, S. 78; Jon STOBART, *Shopping streets as social space: leisure, consumerism and improvement in an eighteenth-century county town*, in: *Urban History* 25:1, 1998, S. 3–21; STOBART, *Retailing* (wie Anm. 12), S. 178–81; STOBART, *Spaces* (wie Anm. 12), S. 59–67, 79–110; STOBART, *Spend* (wie Anm. 12), S. 80–3; P. D. GLENNIE, N. J. THRIFT, *Consumers, identities and consumption spaces in early-modern England*, in: *Environment and Planning A*, 28, 1996, S. 25–45; COX, *Complete* (wie Anm. 12), S. 66; John BECKETT, Catherine SMITH, *Urban renaissance and consumer revolution in Nottingham, 1688–1750*, in: *Urban History* 27:1, 2000, S. 31–50.

¹⁵ MCKENDRICK, *Birth* (wie Anm. 14), S. 78–85, 100–94; Hoh-Chueng MUI, Lorna H. MUI, *Shops and Shopkeeping in Eighteenth-Century England*, Kingston 1989, S. 225–48; BERG, *Commodities* (wie Anm. 3), S. 70–1; Maxine BERG, *Luxury & Pleasure in Eighteenth-Century Britain*, Oxford 2005, S. 270–8; COX, *Complete* (wie Anm. 12), S. 90–2, 107–14; STOBART, *Spaces* (wie Anm. 12), S. 171–88.

¹⁶ WALSH, *Shop design* (wie Anm. 12), S. 171–5; WALSH, *Social meaning* (wie Anm. 12), S. 62–72; WALSH, *Design* (wie Anm. 12), S. 103–6; Claire WALSH, *The social relations of shopping in early-modern England*, in: BLONDÉ, *Buyers* (wie Anm. 2), S. 331–51; BERRY, *Polite consumption* (wie Anm. 12), S. 379–82; COX, *Complete* (wie Anm. 12), S. 139–45; BERG, *Luxury* (wie Anm. 15), S. 268–9; STOBART, *Shopping* (wie Anm. 12); Jon STOBART, *Leisure and Shopping in the Small Towns of Georgian England. A Regional Approach*, in: *Journal of Urban History* 32:4, 2005, S. 479–503; STOBART, *Spaces* (wie Anm. 12), S. 105–6, 142–70; STOBART, *Spend* (wie Anm. 12), S. 92–6.

¹⁷ COX, *Complete* (wie Anm. 12), S. 116–45, 197–222, GLENNIE, *Consumers* (wie Anm. 14), S. 34–6; BERRY, *Polite consumption* (wie Anm. 12), S. 386–90; WALSH, *Shop design* (wie Anm. 12), S. 173–75; STOBART, *Retailing* (wie Anm. 12); BERG, *Luxury* (wie Anm. 15), S. 267–8.

¹⁸ Shammass, *Birth of a Consumer Society*, S. 78–85, 100–94.

Status um 1670, Zucker um 1690 und Rum sowie Tee ab 1720.²⁰ Trotzdem vernehmen wir weder von den Kneipenwirten, die Tabak chargenweise verkauften,²¹ noch von den Grocers in der Hauptstadt und Ladeninhabern („shopkeepers“) in der Provinz, die u. a. Tee, Zucker und Rum vertrieben, Klagen über Lieferschwierigkeiten. Selbst in Maastricht, wo Hieronimus van Bonn im frühen 18. Jahrhundert Tee und Kaffee vor Ort und bis nach Aachen und Lüttich per Postversand vertrieb – man gab seine Bestellung morgens beim Postkutscher auf und erhielt nachmittags ein Paket – kam es nicht einmal während des österreichischen Erbfolgekriegs zu Lieferschwierigkeiten.²²

Wie konnte es sein, dass die Verteilung völlig neuer Konsumgüter so reibungslos verlief? Die Antwort ist ganz einfach: Jedes neue Produkt wurde über die bestehenden Verteilungsnetzwerke vertrieben. So waren die um die Mitte des 17. Jahrhunderts etablierten Routen für die Verteilung von Glaseinfuhren aus Venedig ausschlaggebend für den Vertrieb des Steinguts, das Josiah Wedgwood hundert Jahre später in Staffordshire herstellte.²³ Analog bediente sich die englische East India Company der Vertriebswege der Grocers im Binnenland und der Merchant Adventurers sowie anderer englischer Handelskompanien im Ausland, als 1603 die Frage anstand, wie man Unmengen Pfeffer rasch absetzen könnte.²⁴

Die Verwendung alter Vertriebsnetzwerke zur Verteilung von neuen Produkten war nichts Zufälliges, denn jeder Akteur in der Vertriebskette – vom Importeur bis hin zum Konsumenten – war liquide genug, dass er die Menge, die zum Verkauf anstand, absorbieren konnte. Das heißt aber, dass es eine Hierarchie der Märkte gegeben haben muss, die von den internationalen Messen und großstädtischen Märkten bis hinunter zum Jahrmarkt, ja bis zum bäuerlichen Wochenmarkt reichte.

Diese Feststellung wirft jedoch die Frage auf, wie diese Hierarchie überhaupt entstehen konnte. Hier müssen wir uns – wegen der vorzügli-

¹⁹ Jan DE VRIES, Ad VAN DER WOUDE, *The First Modern Economy. Success, Failure, and Perseverance of the Dutch Economy, 1500–1815*, Cambridge 1997, S. 309–11.

²⁰ SHAMMAS, *Pre-industrial Consumer* (wie Anm. 4), S. 78–86.

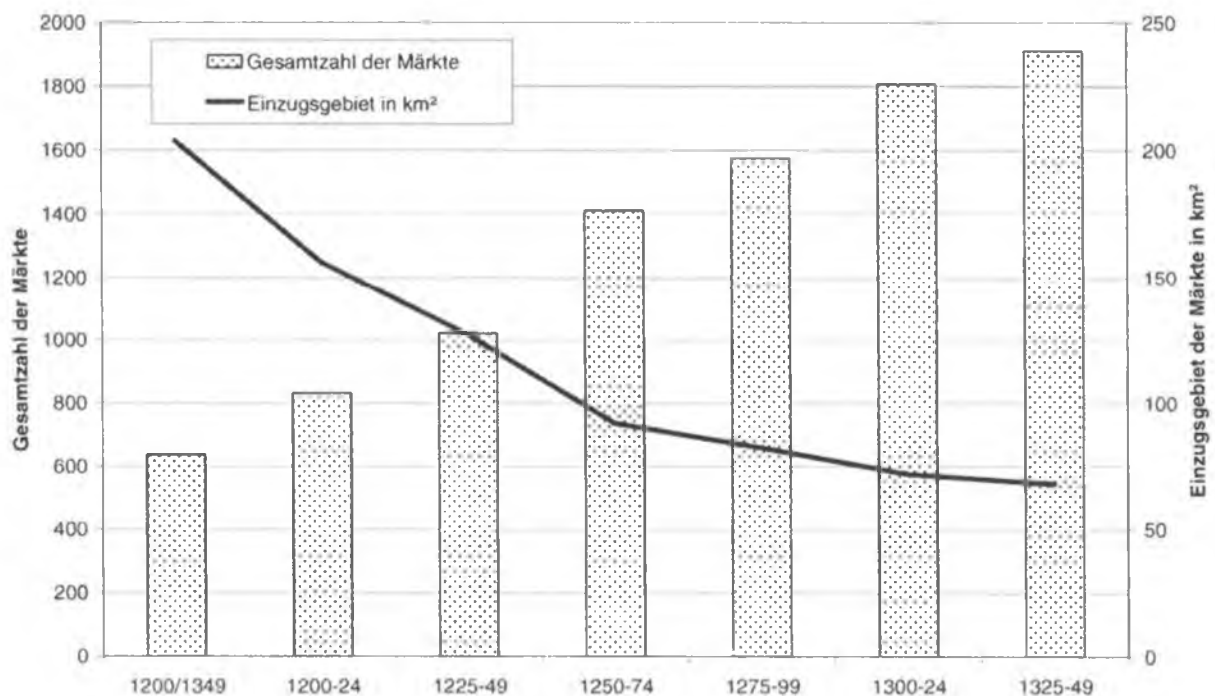
²¹ Peter CLARK, *The English Alehouse. A Social History 1200–1830*, London 1983, S. 134–5; DE VRIES, *Industrious* (wie Anm. 2), S. 157–8. Daneben haben auch kleine Ladeninhaber in der Provinz Tabak verkauft: COX, *Complete* (wie Anm. 12), S. 206; T. S. WILLAN, *The inland trade. Studies in English internal trade in the sixteenth and seventeenth centuries*, Manchester 1976, S. 82–3.

²² Erwin STEEGEN, *Eighteenth-century Maastricht shopkeepers and their hinterland customers*, in: *Buyers and Sellers* (wie Anm. 2), S. 317, 319–24.

²³ BERG, *Luxury* (wie Anm. 15), S. 77, 122–3, 128, 142.

²⁴ Stuart JENKS, *The Missing Link. The Distribution Revolution of the 15th Century*, in: Carsten JAHNKE, Angela HUANG (Hg.), *Textiles and the Medieval Economy: Production, Trade, and Consumption of Textiles, 8th–16th Centuries* (Ancient Textiles Series 16), Oxford 2015, S. 235–47.

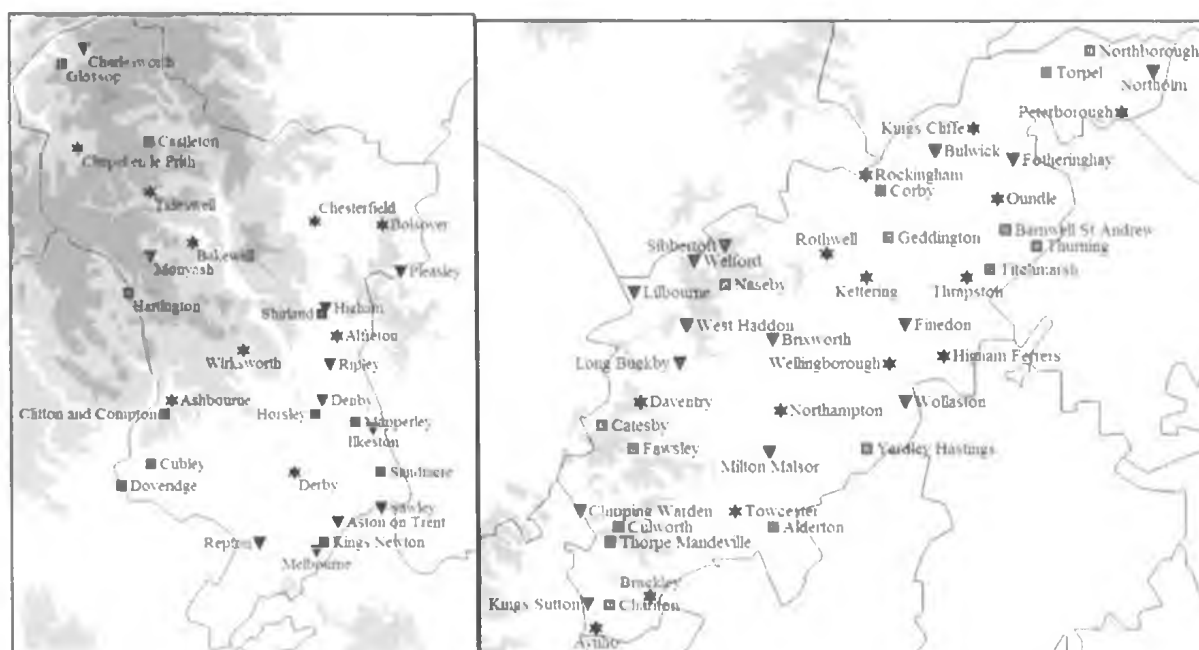
chen Quellenlage – mit England befassen und sehr weit zurückgehen. Es war dem König gelungen, sein Vorrecht systematisch durchzusetzen, dass die Gründung eines Markts der Genehmigung der Krone bedurfte. Dank der Abschrift aller königlichen Privilegien seit dem Jahr 1200 sind wir über sämtliche Marktgründungen informiert. Zwischen 1200 und 1350 genehmigte die Krone insgesamt 1911 Marktgründungen,²⁵ was bedeutete, dass auf dem Höhepunkt um 1350 die bäuerlichen Wochenmärkte durchschnittlich 9,3 km auseinander lagen und somit einen Einzugsgebiet von knapp 68 km² besaßen. Diese Ziffern verschleiern aber die Tatsache, dass die Entwicklung keinesfalls gradlinig war. Wie Graphik 1 zeigt, kam es vielmehr zu einem enormen Wachstumsschub in den ersten drei Quartalen des 13. Jahrhunderts. Darauf folgte eine erkennbare Abflachung. Entsprechend schrumpfte das Einzugsgebiet der Märkte von gut 200 km² auf knapp 68 km² und die durchschnittliche Entfernung der Märkte voneinander von 16 auf 9,3 km.



Graphik 1: Gründungen von Märkten in England, 1200–1350, und die Größe ihrer Einzugsgebiete

²⁵ Richard BRITNELL, The Proliferation of Markets in England, 1200–1349, in: *EcHR* 2. Ser. 33, 1981, S. 209–21; ND Richard BRITNELL, *Markets, trade and economic development in England and Europe, 1050–1550* (Variorum Collected Studies 918), Farnham 2009, Quersumme der Tabelle 1 in Additional Note nach Aufsatz V, S. 221. S. a. Samantha LETTERS (Hg.), *Online Gazetteer of Markets and Fairs in England and Wales to 1516* (<http://www.history.ac.uk/bmsh/onlinegazetteer/>).

Allerdings sind diese Angaben reines Zahlenwerk. Die Forschung hat nämlich längst erkannt, dass nicht alle Marktgründungen Erfolg hatten. In manchen Fällen erhielt zwar der Marktherr ein Privileg, gründete aber keinen Markt. In anderen Fällen wurde der Versuch gewagt, aber der Markt ging über kurz oder lang ein.²⁶ Nehmen wir zur Verdeutlichung die Grafschaften Northamptonshire und Derbyshire als Beispiel! Von 74 mittelalterlichen Marktgründungen waren 26 – als Quadrate in den Karten 1a und 1b markiert – bis ca. 1330 verschwunden, und weitere 25 – als Dreieck markiert – verschwanden in den nächsten Jahrhunderten, so dass um 1600 nur noch 23 Märkte – mit Sternchen markiert – existierten. In über zwei Drittel der Fälle führte das Gründungsprivileg nicht zu einem dauerhaften Marktbetrieb.



Karte 1a & 1b: Märkte in Derbyshire und Northamptonshire im Mittelalter²⁷

Bisher hat die Forschung keine richtige Erklärung für die Marktgründungswelle des Hochmittelalters, für die hohe Quote der offenkundigen Fehlgründungen oder für das Massensterben der Märkte an der Wende zur Neuzeit. Die Sache ist jedoch ganz einfach.

²⁶ Alan EVERITT, Country, county and town: Patterns of regional evolution in England, in: TRHS 5th Ser. 29, 1979, S. 79–108; James MASSCHAELE, The multiplicity of medieval markets reconsidered, in: Journal of Historical Geography 20:3, 1994, S. 255–271; Tim UNWIN, Rural marketing in medieval Nottinghamshire, in: Journal of Historical Geography 3:3, 1981, S. 231–51.

²⁷ Quelle: LETTERS, Online Gazetteer (wie Anm. 25), eigene Verkartung.

Im Laufe des Hochmittelalters stieg der Bargeldbedarf der bäuerlichen Bevölkerung, weil immer mehr grundherrliche Abgaben in bar zu entrichten waren. Hinzu kam, dass gegen Ende des 13. Jahrhunderts der Steuerdruck der Krone spürbar angestiegen ist.²⁸ Um diese Geldabgaben leisten zu können, mussten die Bauern einen Teil ihrer Ernte verkaufen, waren also auf die Wochenmärkte angewiesen. Parallel dazu – und vornehmlich im 13. Jahrhundert – ersetzte das Pferd den Ochsen im bäuerlichen Fuhrpark.²⁹ Wer mit dem Pferdekarren anstatt mit dem Ochsenkarren oder Packpferd zum Markt fuhr, konnte in einem Tag die zweifache Entfernung zurücklegen.³⁰ Andersherum gesehen, bedeutete diese Verdoppelung eine Vervierfachung des Einzugsgebiets der Märkte. Zieht man beide Faktoren in Betracht – also den erhöhten Bargeldbedarf der Bauern und ihre höhere Mobilität –, dann scheint es selbstverständlich, dass die Marktherren in der Hoffnung auf üppige Einkünfte Schlange standen, um Märkte gründen zu dürfen. Ebenso selbstverständlich ist, dass die Marktherren ihre Gründungen in die zeitlichen und geographischen Lücken zwischen bestehenden Märkten platzierten.³¹ Aber sie mussten um die Gunst der mittlerweile mobileren Bauern konkurrieren. Schließlich hatte der Landwirt nunmehr die Wahl zwischen einer Vielzahl von Märkten, die er bequem erreichen konnte. Trotz aller Lockversuche der Marktherren waren Fehlgründungen und Marktsterben vorprogrammiert.

Das ist nicht nur reine Theorie.

- Die Quellen zeigen eindeutig, dass es größere und kleinere Wochenmärkte gab. Die Zeitgenossen haben diesen Unterschied klar erkannt und den Begriff der ‚Fülle‘ der Märkte zur Differenzierung verwendet. So behauptete Abingdon (Karte 2) Mitte des 12. Jahrhunderts, dass sein Markt ‚so voll wie möglich‘ sei, während das Angebot auf Wallingfords Markt auf Brot und Bier beschränkt sei. Oxford wiederum gab zu,



Karte 2: Märkte von Abingdon, Wallingford und Oxford

²⁸ J. R. MADDICOTT, *The English Peasantry and the Demands of the Crown 1294–1341* (Past and Present Supplement 1), Oxford 1975, bes. S. 6–14.

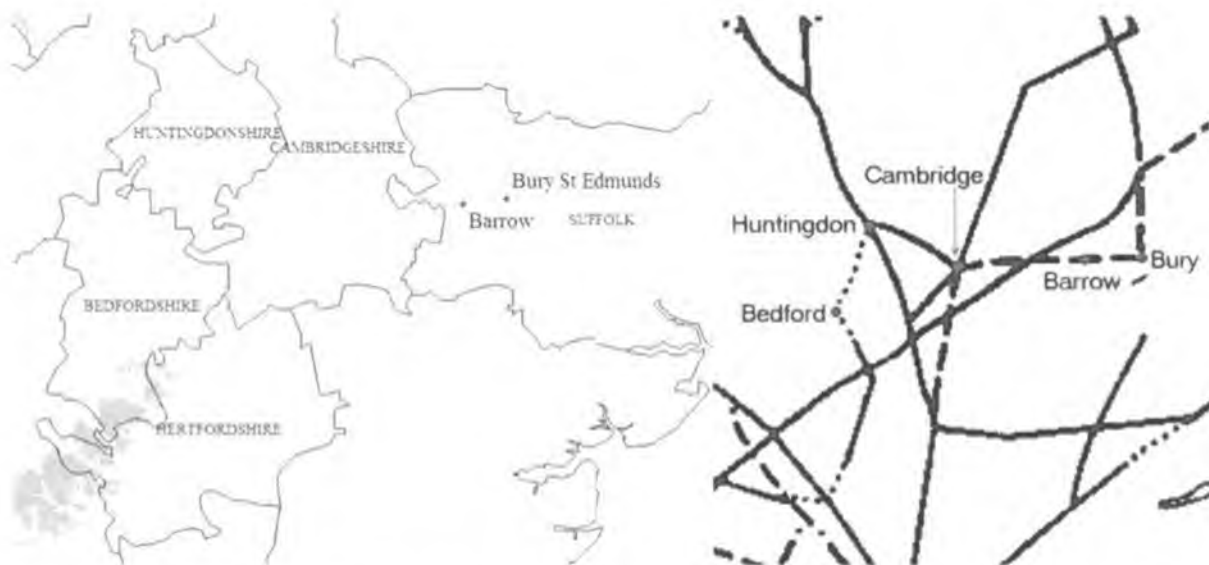
²⁹ Zu Ursachen und Verlauf s. John LANGDON, *Horse Hauling. A Revolution in Vehicle Transport in Twelfth- and Thirteenth-Century England?*, in: *Past and Present* Nr. 103, May 1984, S. 37–66; DERS., *The Economics of Horses and Oxen in Medieval England*, in: *Agricultural History Review* 30, 1982, S. 31–40; DERS., *Horses, Oxen and Technological Innovation*, Cambridge 1986.

³⁰ Zur Mobilität s. a. Christopher DYER, *The consumer and the market in the later middle ages*, in: *ECHR* 2. Ser. 42:3, 1989, S. 305–27.

³¹ Dies ist ein oft beobachtetes Phänomen. Pars pro toto s. James MASSCHAELE, *Peasants, Merchants and Markets. Inland Trade in Medieval England, 1150–1350*, New York 1997, S. 71, 172–88.

dass sein Markt zwar voller sei als Wallingfords, aber nicht so voll wie Abingdons.³²

- Dass einige Märkte in der Tat zulasten anderer Märkte gewachsen sind, zeigen die zahlreichen *Ad quod damnum*-Verfahren. So beschwerte sich der Abt von Bury St Edmunds 1270 über den jüngst (1267) gegründeten Markt von Barrow.³³ Zum einen würden die Einwohner von Bury ihre Waren jetzt zum Samstagsmarkt in Barrow bringen. Zum anderen bevorzugten Kaufleute aus den westlich liegenden Grafschaften Huntingdonshire, Cambridgeshire, Bedfordshire und Hertfordshire (Karte 2a), die früher ihre Pferde, Ochsen, Kühe, Schafe, Häute und andere Güter nach Bury gebracht hatten, nunmehr Barrow. Weshalb das so war, zeigt ein Blick auf Karte 2b: Vom Westen her führten die großen Straßen über Barrow nach Bury. Barrow fing also den Verkehr aus dem Westen ab und zog infolge der ‚Fülle‘ seines Marktes auch Besucher aus dem Osten der Region an. Wohlgemerkt: Im Westen war man bereit, eine lange Anfahrt (bis 50 km) in Kauf zu nehmen, um einen attraktiven Markt zu besuchen.



Karte 2a & 2b: Konkurrenz der Märkte Barrow und Bury St Edmunds³⁴

³² Ebenda.

³³ Ebenda, S. 71–2. Eine *ad quod damnum* Untersuchung wurde erforderlich, wenn jemand die Krone um Erlaubnis bat, Land an die tote Hand zu übertragen, einen Markt zu gründen oder eine Strasse zu bauen. Die Kanzlei wies den Sheriff an zu untersuchen, ob diese Genehmigung die Interessen der Krone oder von Dritten beeinträchtigte und, wenn ja, in welchem Maße. Dazu (hauptsächlich in Zusammenhang mit Schenkungen an die Kirche) T.A.M. BISHOP, Monastic Demesnes and the Statute of Mortmain, in: EHR 49, 1934, S. 303–6 und Paul BRAND, The Mortmain Licensing System, 1280–1307, in: Adrian JOBSON (Hg.), English Government in the Thirteenth Century, Woodbridge 2004, S. 87–96.

³⁴ Quelle der Straßenkarte: Brian Paul HINDLE, The Road Network of Medieval England and Wales, in: Journal of Historical Geography 2:3, 1976, Ausschnitt aus Karte 12, S. 220 mit eigener Beschriftung.

- Das verhältnismäßig späte Aufkommen des Vorkaufs³⁵ als Delikt zeigt die Dynamik der Ausdifferenzierung der Märkte. Vorkauf – englisch *forestalling* – liegt vor, wenn ein Mittelsmann die Marktlieferanten vor der Stadt abfängt und ihnen die Waren abkauft, um sie später – und teurer – selbst auf dem Markt zu veräußern. Auffallend ist allerdings, dass in England der Vorkauf erst an der Wende zum 14. Jahrhundert als Straftat in Erscheinung tritt.³⁶ Dafür gibt es einen einleuchtenden Grund. Vorkauf ist nichts anderes als Arbitrage, also die Ausnutzung gleichzeitiger Preisdifferenzen an unterschiedlichen Orten. Arbitrage lohnt sich aber erst dann, wenn die örtlichen Preisdifferenzen zwar dem Arbitrageur, nicht aber seinen Geschäftspartnern bekannt sind – sonst hätten sie selbst das Geschäft gemacht – und wenn das Preisgefälle groß genug ist, dass die Transaktionskosten die Arbitragegewinne nicht zunichte machen. Im hochmittelalterlichen England lagen diese Voraussetzungen erst dann vor, als (1) die Bauern von weit her kamen – also im Rahmen des Siegeszugs des Pferdekarrrens im 13. Jahrhundert –, so dass ihnen die Preise auf dem städtischen Markt unbekannt waren, und als (2) sich das Preisgefälle zwischen Stadt und Land vergrößerte. Arbitrage in Gestalt von Vorkauf führte zwar einen regional begrenzten Preisausgleich zwischen der Stadt und seinem Umland herbei, vergrößerte aber das Einzugsgebiet des städtischen Markts, gerade weil anreisende Bauern in einiger Entfernung vor der Stadt abgefangen wurden, also an einem Tag von weiter her kommen konnten. Aber die Vergrößerung des Einzugsgebiets des städtischen Marktes wirkte sich negativ auf die kleineren, ländlichen Wochenmärkte aus.

Die Aggregatzahlen aus der Großregion London bestätigen diese Feststellungen. Als Kreis markiert in Karte 4 sind Marktgründungen, die ca. 1330 nicht mehr existierten. Die Dreiecke zeigen Märkte an, die zwischen ca. 1330 und ca. 1600 eingingen, während die Sterne die um das Jahr 1600 noch existierenden Märkte anzeigen. Die grau gefärbten Flächen markieren die Zonen der Transportkosten für Getreide nach London um 1300: je heller die Fläche, umso höher die Kosten.³⁷ Was zeigt uns diese Karte?

³⁵ Richard BRITNELL, *Forstall, forestalling and the Statute of Forestallers*, in: EHR 102, 1987, S. 89–102, ND BRITNELL, *Markets* (wie Anm. 25), XVII.

³⁶ Ebenda, S. 92–101.

³⁷ Bruce M. S. CAMPBELL u. a., *A Medieval Capital and its Grain Supply. Agrarian Production and Distribution in the London Region c. 1300* (Historical Geography Research Series 20), London 1992, Fig. 7, S. 61.



Karte 3: Märkte im Einzugsgebiet von London (bis 1600) (Quelle: LETTERS, Online Gazetteer (wie Anm. 25) und CAMPBELL, *Medieval Capital* (wie Anm. 37), S. 61, mit eigener Verkartung)

In der inneren Zone, die regelmäßig Getreide nach London lieferte,³⁸ überlebten zwar mehr Märkte bis ca. 1600 (Tabelle 1, erste Zeile), aber es wurden auch mehr Märkte gegründet, während die Zahl der Marktgründungen sowie der um 1600 noch existierenden Märkte von der inneren zur äußeren Zone ziemlich gleichmäßig sinkt, so dass die Sterberate mit wachsender Entfernung von der Hauptstadt recht konstant bleibt. Selbst wenn wir mit Masschaele³⁹ annehmen, dass manche Marktgründung von vornherein aussichtslos war, und nur das spätmittelalterliche Marktsterben, also nur die um 1330 noch funktionierenden, aber bis ca. 1600 eingegan-

³⁸ CAMPBELL, *Medieval Capital* (wie Anm. 37), S. 62.

³⁹ MASSCHAELE, *Multiplicity* (wie Anm. 26), S. 264–8.

genen Märkte berücksichtigen (Tabelle 1, untere Hälfte), ändert sich nichts an der Beobachtung. Die Schlussfolgerung liegt auf der Hand:

- Angesichts der wachsenden Nachfrage aus London wollten sich die Marktherren offenkundig am Boom beteiligen und haben deshalb Marktgründungsprivilegien in großen Mengen erworben.

Tabelle 1: Marktgründungen und Marktsterben

Zone	Gründungen	1600 vorhanden	1200/1600 eingegangen	Sterberate
Innere	285	89	196	68,77%
Mittlere	232	66	166	71,55%
Außere	210	66	144	68,57%
	1330 vorhanden	1600 vorhanden	1330/1600 eingegangen	Sterberate
Innere	151	89	62	41,06%
Mittlere	103	66	37	35,92%
Außere	121	66	55	45,45%

- Auf Karte 4 beobachtet man, dass die um 1600 noch existierenden Märkte von „Leichen“ umgeben sind. Einige Märkte wuchsen also tatsächlich auf Kosten anderer.
- Besonders gute Überlebenschancen hatte ein Markt, wenn er an der Themse oder am Fluss Lea (Karte 4) nördlich von London lag. Der Preisvorteil des Wassertransports vergrößerte also das Einzugsgebiet der Londoner Märkte, was sich negativ auf die kleinen, abgelegenen Märkte auswirkte, jedoch Verladestationen wie Henley on Thames⁴⁰ (Karte 4) einen Vorteil verschaffte.



Karte 4: London, Henley on Thames, Fluß Lea

Die bereits im Hochmittelalter deutliche Tendenz zur Hierarchisierung der Märkte verstärkte sich im Spätmittelalter. Mehrere Faktoren spielten zusammen.⁴¹

- Infolge der Pestwellen und der Umwandlung von Ackerland in Weideland für Schafe im 15. und 16. Jahrhundert⁴² kam es zu einem markanten Rückgang der Zahl der landlosen bzw. landarmen Lohnarbeiter auf dem Land, die sich bislang auf den kleinen Wochenmärkten versorgt hatten. Infolgedessen erlahmte die Nachfrage – besonders nach Grundnahrungsmitteln – auf diesen Märkten, während sich die verbleibende Nachfrage auf eine deutlich geringere Zahl von Wochenmärkten und Jahrmärkten („fairs“) – insbesondere in den Städten und Gewerberevieren – konzentrierte.
- Infolge der Preis-Lohn-Schere⁴³ stieg der Lebensstandard in der Stadt sowie auf dem Land mit der Folge, dass die unansehnlichen Erzeugnisse des Ortsgewerbes weniger gefragt waren als die höherwertigen Konsumgüter, die die Kaufleute herbeischafften und vor Ort anboten. Folglich bildeten sich spezialisierte Gewerbereviere, beispielsweise für Töpferwaren, die die Kaufleute über die Jahrmärkte vertrieben.⁴⁴ Ähnliche Konzentrationsprozesse – gekoppelt mit einer industriell anmutenden Steigerung der Produktion und der kaufmännischen Verteilung der Erzeugnisse – lassen sich für die Tuchherstellung für den Binnenmarkt, für die Metallbearbeitung, Kurzwaren- und Mützenherstellung sowie für andere Produkte zeigen. Überall setzten sich städtische Erzeugnisse durch mit der Folge, dass sich die gegenseitige Abhängigkeit von Stadt bzw. Gewerberevier einerseits und Land andererseits verstärkte.
- In zunehmendem Maße bevorzugten die Konsumenten ausländische Einfuhrgüter, die über die Städte importiert werden mussten. Wie die Archäologie uns lehrt, findet man bis Mitte des 15. Jahrhunderts kaum ausländische Töpferwaren außerhalb der Königshöfe, Klöster und gro-

⁴¹ Im Folgenden referiere ich die Argumente, die Richard BRITNELL, *Urban demand in the English economy, 1300–1600*, in: *Trade, Urban Hinterlands and Market Integration c. 1300–1600*, hg. von J. A. GALLOWAY (Centre for Metropolitan History Working Papers 3), London 2000, S. 1–21, ND BRITNELL, *Markets* (wie Anm. 25), XX, S. 12–4 vorgelegt hat.

⁴² Über den Vorgang des „enclosure movement“ und seine Gründe s. Alan R. H. BAKER, *Changes in the Later Middle Ages*, in: H. C. DARBY, *A New Historical Geography of England before 1600*, Cambridge 1976, S. 210–5.

⁴³ Dazu s. Wilhelm ABEL, *Geschichte der deutschen Landwirtschaft vom frühen Mittelalter bis zum 19. Jahrhundert* (Deutsche Agrargeschichte 2), Stuttgart 1978, S. 132–9 und DERS., *Agrarkrisen und Agrarkonjunktur. Eine Geschichte der Land- und Ernährungswirtschaft Mitteleuropas seit dem hohen Mittelalter*, Hamburg 1978, S. 57–67.

⁴⁴ Dazu G. G. ASTILL, *Economic Change in Later Medieval England: An Archaeological Review*, in: *Social Relations and Ideas. Essays in Honour of R. H. Hilton*, hg. von T. H. ASTON u. a., Cambridge 1983, S. 217–47, hier S. 219–30.

Ben Küstenstädten, während ab 1450 plötzlich überall in England rheinisches Steingut vorkommt.⁴⁵ Ausländische, zumal hansische Leinwand wurde in großen Mengen importiert⁴⁶ und fand ihren Weg vom Importeur zum Konsumenten über die Jahr- und Wochenmärkte. So verstärkte auch der Außenhandel die gegenseitige Abhängigkeit von Stadt und Land. Während ländliche Verbraucher zwecks Versorgung mit ausländischen Einfuhrgütern auf die städtischen Kaufleute angewiesen waren, waren die städtischen Großkaufleute nicht weniger auf ihre ländliche Kundschaft angewiesen, die ihnen die Waren abnahm. Ein Beispiel: Die Londoner Mercers, die Leinen und andere Messewaren aus Antwerpen importierten, sahen sich i. J. 1479 gezwungen, ihre Güter selbst auf die Jahrmärkte in der Provinz zu bringen und sie dort an regionale Großhändler zu verkaufen.⁴⁷

- Was für die Einfuhren galt, galt ebenfalls für das Flaggschiff des englischen Exports, das Tuch. Großkaufleute haben die Herstellung von Wolltuch zunächst für den binnenländischen Markt, dann ab ca. 1350 für den Export so gestaltet, dass die Tuchindustrie auf wenige Städte und Tuchreviere beschränkt war. Diese Entwicklung verstärkte die Abhängigkeit von Stadt und Land, denn die Tuchreviere zogen Arbeitskräfte an sich, die aus dem Umland mit Nahrungsmitteln und Rohmaterialien (Wolle) versorgt werden mussten, während das In- und Ausland auf die Tuchreviere für die Zufuhr des zunehmend begehrten englischen Tuchs angewiesen waren.

So entstanden völlig neue Verteilungsnetzwerke, die sich von den Vertriebsstrukturen des Hochmittelalters abhoben. Im Gegensatz zur Zeit vor der Pest lief das Sammeln der Erzeugnisse des Landes sowie die Verteilung der ausländischen Waren über eine deutlich reduzierte Anzahl von Emporien. Britnell stellt fest,⁴⁸

⁴⁵ Ebenda, S. 221–3. Über die im frühen 15. Jahrhundert erfolgte Umwälzung der einheimischen Töpferei – die Auffächerung des Angebots, die Entstehung größerer, industriell organisierter Werkstätten und die überregionale Verteilung durch Kaufleute, was in die Verdrängung der örtlichen Töpfer und eine enge Verzahnung der regionalen und ausländischen Produktion mündete – s. ebenda, S. 224–8. Vgl. auch David GAIMSTER, *German Stoneware 1200–1900. Archaeology and Cultural History*, London 1997, S. 88–9.

⁴⁶ Grundlegend dazu Angela HUANG, *Die Textilien des Hanseraums. Produktion und Distribution einer spätmittelalterlichen Handelsware*, phil. Diss. Kopenhagen 2013. Dieses Werk konnte Britnell [(BRITNELL, *Urban demand* (wie Anm. 41))] nicht gekannt haben.

⁴⁷ Anne F. SUTTON, *The Mercery of London: Trade, Goods and People, 1130–1578*, Aldershot 2005, S. 214–6.

⁴⁸ BRITNELL, *Urban demand* (wie Anm. 41) S. 15

„These changes in marketing patterns, all severally well attested, seem to point in a single direction in their implications for marketing structures. The demand for food and raw materials was becoming less diffused through the countryside, and both sales and purchases by rural producers were becoming more focused on a narrower range of mercantile centres served by a new structure of mercantile networking.”

Soweit Britnell. Implizit in seiner Darstellung – obwohl nicht ausdrücklich thematisiert – ist eine zweite Tendenz, nämlich zur Hierarchisierung der Märkte. Die Produktionszahlen – etwa bei der Tuchherstellung oder bei der Viehzucht⁴⁹ – erreichen im Spätmittelalter eine Höhe, die nicht durch die regionale Nachfrage erklärt werden kann. Die Verteilung konnte demnach nur über den überregionalen Großhandel erfolgen. Die erfolgreiche Verteilung wiederum setzt eine Hierarchie von aufeinander abgestimmten Märkten voraus, die jeweils liquide genug waren, um die angebotenen Produkte aufzukaufen und an die nachgeordneten Märkte weiterzureichen, ohne große Preisschwankungen auszulösen. Die Folge war die zunehmende Hierarchisierung der Märkte.

An der Spitze dieser Kaskade von Emporien stand selbstverständlich London. Was im Spätmittelalter nach England importiert wurde, lief in zunehmendem Maße über die Hauptstadt. Um die Mitte des 15. Jahrhunderts wurden über 60 % des gesamten englischen Außenhandels über London und seine Satellitenhäfen Sandwich und Southampton abgewickelt.⁵⁰ Während der Regierungszeit Heinrichs VII. (1485–1509) machte allein Londons Außenhandel ca. 60 % des gesamten englischen Außenhandels aus.⁵¹ Im Lauf des 16. Jahrhunderts stieg Londons Anteil am englischen Außenhandel auf zwei Drittel bis drei Viertel.⁵² Kurzum: Der Londoner Außenhandel überragte nicht nur die Außenwirtschaft einer jeden anderen Hafenstadt im Lande, er war sogar größer als der gesamte Außenhandel aller anderen Hafenstädte im Lande zusammengenommen. Der Umkehrschluss liegt auf der Hand: Außer London war kein städtischer Markt imstande, die gewaltigen Mengen an Einfuhrgütern aufzunehmen, wie London dies tat. Von London aus wurden die Importe auf die größeren Emporien des Landes – etwa Norwich, Coventry, Bristol usw. – und von da aus an die nachgeordneten Märkte bis hin zum Konsumenten verteilt.⁵³

⁴⁹ Ebenda, S. 17.

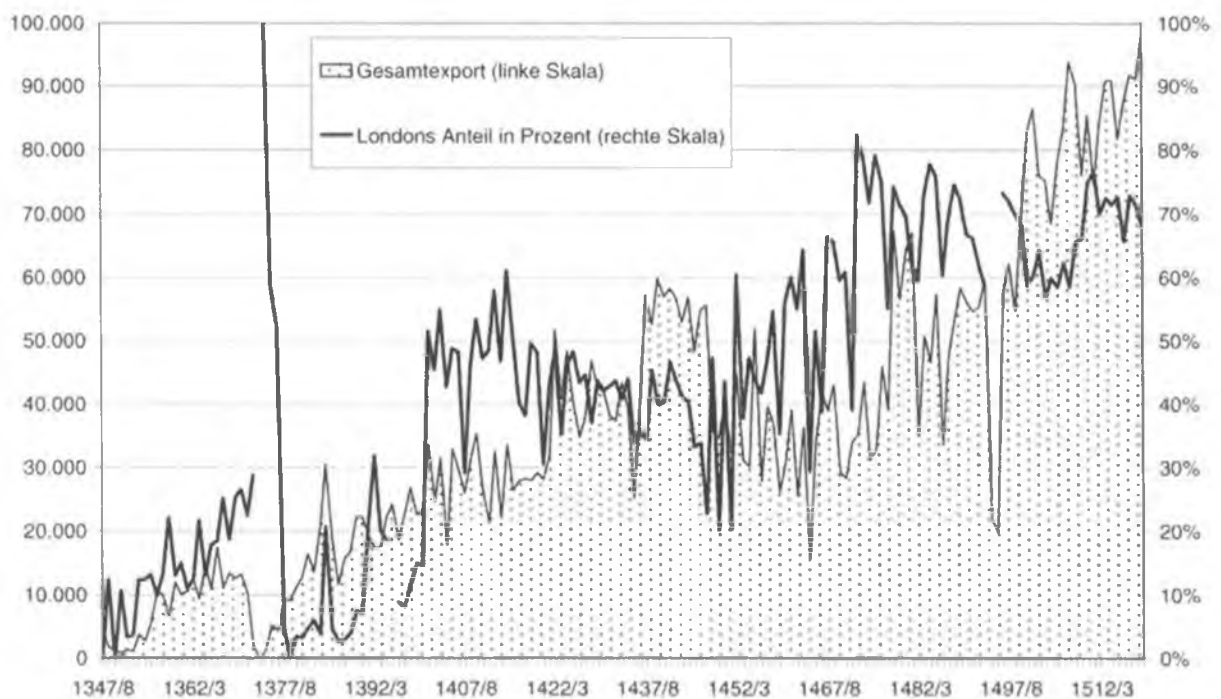
⁵⁰ J. L. BOLTON, *The Medieval English Economy 1150–1500*, London 1980, S. 255.

⁵¹ Peter RAMSEY, *Overseas Trade in the Reign of Henry VII. The Evidence of Customs Accounts*, in: *EcHR NS* 6:2, 1953, S. 173–82 mit eigener Berechnung.

⁵² T. S. WILLAN, *Studies in Elizabethan Foreign Trade*, Manchester 1959, S. 66.

⁵³ „Mercers and chapmen together linked London to the shires, taking advantage of the considerable integration of markets which was in place by the fifteenth century”: SUTTON, *Mercery* (wie Anm. 47), S. 218.

Was für die Einfuhren galt, galt auch für die Ausfuhren: London erdrückte die Konkurrenz. Wie Graphik 2 zeigt, lief der englische Tuchexport in der ersten Hälfte des 15. Jahrhunderts etwa zur Hälfte über London, während dieser Anteil in der zweiten Hälfte des Jahrhunderts rasch auf drei Viertel stieg. Wo auch immer das Tuch in England hergestellt wurde, sein Export lief ganz überwiegend über London.



Graphik 2: Der englische Tuchexport 1347/8–1519/20 und Londons Anteil. Londons Tuchanteil betrug 1377/78 100 % des Messbaren, weil alle anderen Zollverwaltungen verpachtet waren.

So entstand ein auf London zentriertes, neues Verteilungsnetzwerk, das sich von den Vertriebsstrukturen des Hochmittelalters abhob. Im Gegensatz zu der Zeit vor der Pest lief das Sammeln der Erzeugnisse des Landes sowie die Verteilung der ausländischen Waren über eine deutlich reduzierte Anzahl von Emporien. Diese waren hierarchisch miteinander integriert, so dass der Weg eines Produkts vom Produzenten zum Konsumenten immer stärker vormarkiert war. So sind im 15. Jahrhundert die Strukturen entstanden, die wir bei der Verteilung der Pfeffereinfuhren durch die East India Company ab 1603 beobachten können.⁵⁴

⁵⁴ JENKS, Missing Link (wie Anm. 24) S. 230–53

II

Die Distributionsrevolution fand aber nicht nur in England statt, auch wenn wir sie dort dank der Quellenlage am besten nachzeichnen können. Auch im hansischen Norden kann man ähnliche Strukturen festmachen. In aller Kürze drei Belege.

Im Gegensatz zum 14. Jahrhundert wurde der hansische Englandhandel im 15. Jahrhundert im Wesentlichen von Kaufleuten aus Köln und Danzig abgewickelt. Zwischen 1463 und 1474 kennen wir die Namen aller hansischen Englandfahrer, geordnet nach Jahr und Zollbezirk.⁵⁵ Wie die Graphiken 3a und 3b zeigen, dominierten eindeutig die Kölner und Danziger, ganz gleich ob man nur die individuellen Namen oder die Anzahl der Handelskontakte eines Kaufmanns in England zählt.⁵⁶ Die offenkundige Schlussfolgerung ist, dass die anderen Hansestädte, die früher zahlreiche Kaufleute nach England entsandten, nunmehr nur noch die Kölner oder Danziger Märkte unmittelbar oder mittelbar belieferten. Mit anderen Worten: Immer mehr Hansestädte verzichteten auf den aktiven Außenhandel und beschränkten sich auf den Warenaustausch mit dem nächst höher gelegenen Handelsplatz in der Hierarchie.

Am 8. Mai 1473 dankte Arnsberg Soest für die Mitteilung einer Formvollmacht für die anglo-hansischen Verhandlungen in Utrecht, lehnte aber eine finanzielle Unterstützung der diplomatischen Mission mit der Erklärung ab, *dat unse medebörger und unser staid ynwoner in Engelland nicht, noch anders nergen dan in uwer staid [also Soest] und to Dorpmunde er market und kopenschopp plegen to halden unde to öven*,⁵⁷ so dass niemand zu einem Beitrag bereit sei. Arnsbergs Markt war nach eigener Aussage den Märkten von Soest und Dortmund hierarchisch untergeordnet.

Was für Arnsberg galt, galt auch für größere Hansestädte: Der Handelshorizont verengte sich im 15. Jahrhundert, wie Angela Huang in ihrer Dissertation zeigt.⁵⁸ Während Göttingen, Salzwedel, Hannover und Braunschweig im 13. und 14. Jahrhundert Aktivhandel bis Brügge und Frankfurt

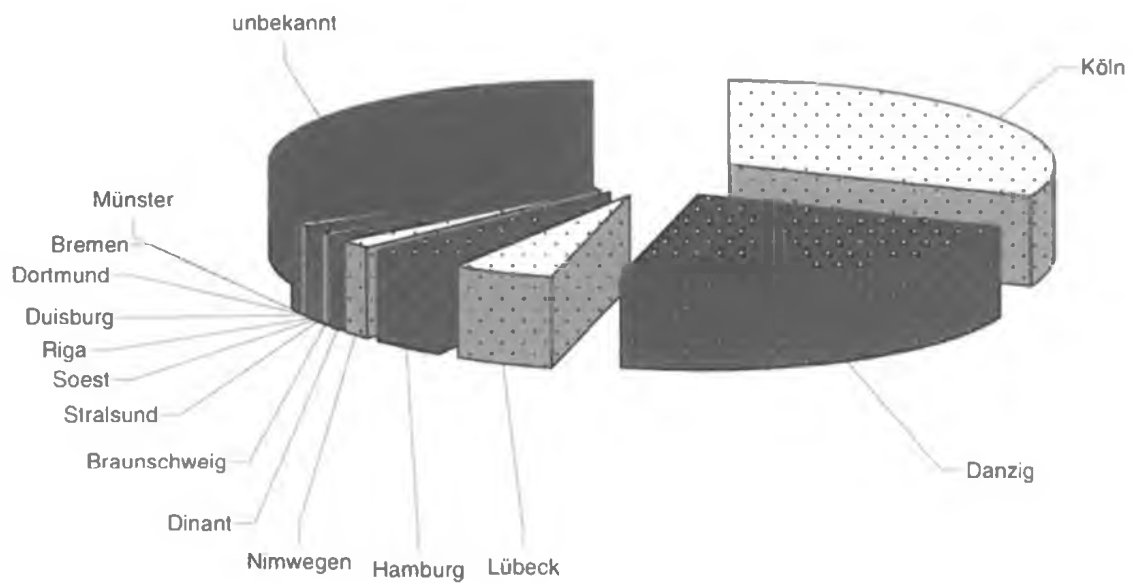
⁵⁵ Stuart JENKS, The London Steelyard's certifications of membership 1463–1474 and the Distribution Revolution of the 15th century, in: The Hanse in Medieval and Early Modern Europe, hg. von Justyna WUBS-MROZEWICZ, Stuart JENKS (The Northern World 60), Leiden 2013, S. 59–107. Es handelt sich bei diesen ‚Englandfahrern‘ um die Eigentümer der verschifften Güter, so dass die Nennung in einer Stalhofbescheinigung nicht unbedingt bedeutet, dass der Kaufmann selbst in England war.

⁵⁶ Wenn ein Kaufmann beispielsweise in 10 Bescheinigungen genannt wird, dann wird er in Graphik 3a einmal und in Graphik 3b zehnmal gezählt.

⁵⁷ HR II 7, Nr. 14.

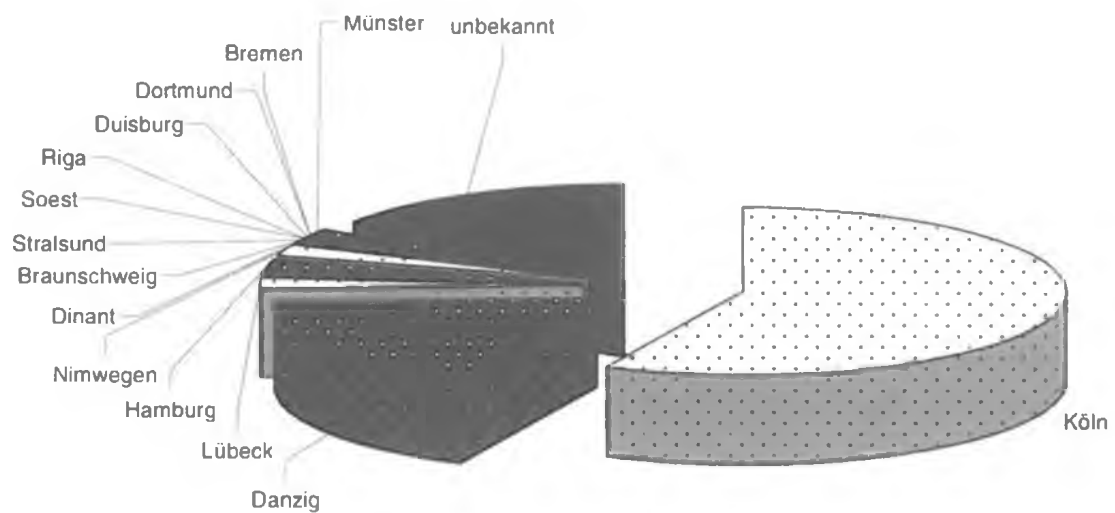
⁵⁸ HUANG, Textilien (wie Anm. 46), S. 248–54.

Hansekaufleute in England, 1463-74
(Anzahl der Kaufleute in Stalhofbescheinigungen)



3a

Hansekaufleute in England, 1463-74
(Anzahl der Eintragungen in Stalhofbescheinigungen)



3b

am Main getrieben hatten, sind Göttinger Kaufleute im 15. Jahrhundert höchstens nach Köln, die Fernkaufleute der anderen sächsischen Leinwandstädte bis Hamburg gekommen und nicht weiter. Ähnliches sehen wir bei den westfälischen Leinwandstädten. Osnabrücker, Münsteraner und Herforder Kaufleute sind im 13. Jahrhundert in England nachweisbar, im 15. Jahrhundert kaum noch. Vielmehr waren sie zu passiven Lieferanten der Kölner geworden, die die westfälische Leinwand in Münster aufkauften und in den Außenhandel brachten. Mit anderen Worten: Diese Städte waren Köln und Hamburg hierarchisch untergeordnet.

Die Entstehung von hierarchisch integrierten Marktstrukturen in England und im Hansegebiet war, wie ich eingangs festgestellt habe, die unerlässliche Voraussetzung für die Konsumrevolution, die sich dieser im 15. Jahrhundert aufgebauten Strukturen bediente, um einer rasch steigenden Zahl von Konsumenten eine immer breitere Palette von – zum Teil exotischen – Gütern verlässlich zuzuführen. Ohne die Distributionsrevolution des 15. Jahrhunderts wäre die Konsumrevolution nicht zustande gekommen.

III

Ist die Distributionsrevolution denn wirklich eine Revolution? Natürlich besteht bei solch plakativen Bezeichnungen grundsätzlich die Gefahr, dass man Revolutionen (oder Renaissance, Krisen usw.) überall ausmacht, so dass sich der Begriff rasch verwässert und seine analytische Schärfe verliert. Selbstverständlich gilt auch nach wie vor die Binsenweisheit der Geschichtswissenschaft, dass nichts völlig neu ist und dass ein gewisses Maß an Kontinuität überall zu konstatieren ist, so dass die Verwendung des Begriffs ‚Revolution‘ fast fehl am Platz erscheint, suggeriert er doch eine vollständige Transformation in einer Vielzahl von Lebensbereichen, also einen radikalen Bruch mit der Vergangenheit. Wenn ich – bei angemessener Würdigung dieser Einwände – dennoch der Ansicht bin, dass die Distributionsrevolution tatsächlich revolutionär war, dann deshalb, weil sie die Wirtschaftsverfassung nachhaltig transformierte.

Die großen Pestwellen des späten 14. Jahrhunderts hoben den Vergetreidungszwang auf,⁵⁹ so dass Ortschaften und Regionen Nischen aussu-

⁵⁹ Zur hochmittelalterlichen Vergetreidung – verstanden als die Notwendigkeit, ein Maximum an Kalorien von jedem Quadratkilometer zu gewinnen, um die rasant wachsende Bevölkerung zu ernähren – und dessen Wegfall im Spätmittelalter s. Friedrich-Wilhelm HENNING, *Deutsche Agrargeschichte des Mittelalters 9. bis 15. Jahrhundert*, Stuttgart 1994, S. 216–9, 311–7 und Werner RÖSNER, *Agrarwirtschaft, Agrarverfassung und ländliche Gesellschaft im Mittelalter* (Enzyklopädie deutscher Geschichte 13), München 1992, S. 21, 34–36.

chen konnten. Diese Spezialisierungswelle ließ u. a. Gewerbereviere entstehen,⁶⁰ die vielfach Prototypfabriken in großer Zahl beherbergten. Diese haben arbeitsteilig und in mehrstufigen Verfahren (typisch verbunden mit einem Austausch der Halbfabrikate zwischen Stadt und Umland) standardisierte Waren weit über den regionalen Bedarf hergestellt.⁶¹

Die industrielle Massenherstellung des Spätmittelalters setzt aber zuverlässige Vertriebsstrukturen zwingend voraus, denn ohne sie ist die Produktionsmenge grundsätzlich durch die lokale Aggregatkaufkraft begrenzt: Eine Steigerung der Stückzahlen reizt zwar durch die Möglichkeit von zunehmenden Skalenerträgen, setzt aber eine (über-)regionale Verteilung zwingend voraus,⁶² wird doch sonst die Produktion gekappt, wenn der lokale Markt gesättigt ist. Da, wie von Stromer anhand von zahlreichen Beispielen eindrucksvoll nachweist, die fabrikmäßige Massenherstellung von Wirtschaftsgütern im Spätmittelalter in vielen Sparten⁶³ geradezu charakteristisch wurde, müssen zuverlässige Vertriebsstrukturen bereits vor der Produktionssteigerung existiert haben.⁶⁴ Mit anderen Worten: Die Distributionsrevolution war die unerlässliche Voraussetzung für die industrielle Massenproduktion des Spätmittelalters.

Aber die Bedeutung der Distributionsrevolution für die Wirtschaftsgeschichte ist viel größer. Sie ist die unerlässliche Vorbedingung für die Protoindustrialisierung, die wiederum – einigen Forschern zufolge – die Ursache der Industriellen Revolution bildet.

Die ursprünglich von Mendels vorgelegte⁶⁵ und von anderen weiter entwickelte These der Protoindustrialisierung⁶⁶ ist grundsätzlich auf die Re-

⁶⁰ Dazu grundlegend Wolfgang VON STROMER, Gewerbereviere und Protoindustrien im Spätmittelalter und Frühneuzeit, in: Gewerbe- und Industrielandschaften vom Spätmittelalter bis ins 20. Jahrhundert, hg. von Hans POHL (VSWG Beiheft 78), Stuttgart 1986, S. 39–111.

⁶¹ Ebenda, S. 41–3.

⁶² Dies ist der Grund für die Entstehung des „absatzbedingten oder distributionsbedingten Verlags“, bei dem „der Produzent auf Grund der Entfernung vom Kunden und eigener Unabkömmlichkeit auf Vermittlung angewiesen war“, also durch Transport-, Informations- und Opportunitätskosten am Direktverkauf gehindert war. „Er [der Verlag] ließ sich vor allem in jenen Gewerbebereichen feststellen, bei denen ganz spezielle Produkte in großen, über den örtlichen Bedarf weit hinausgehenden Stückzahlen für den Export hergestellt wurden“: Rudolf HOLBACH, Frühformen von Verlag und Großbetrieb in der gewerblichen Produktion (13.–16. Jahrhundert) (VSWG Beiheft 110), Stuttgart 1994, S. 564.

⁶³ Er nennt u. a. Metallverhüttung und -verarbeitung, oberdeutsche Barchentproduktion, Herstellung von Mitteldraht (Drahtziehmühle) und Papier, Kupfer- und Silbergewinnung mittels des Saigerverfahrens: VON STROMER, Gewerbereviere (wie Anm. 60), S. 56–108.

⁶⁴ Allenfalls könnte man sich eine parallele, Zug um Zug-Entstehung von Vertriebsstrukturen und Produktionssteigerung vorstellen.

⁶⁵ Franklin F. MENDELS, Proto-industrialization. The First Phase of the Industrialization Process, in: *Journal of Economic History* 32, 1972, S. 241–61.

⁶⁶ Im Folgenden gebe ich in Kurzform die Zusammenfassung der Thesen der Mendels'schen Schule wider, die D. C. COLEMAN, Proto-Industrialization: A Concept Too Many, in: *EcHR* 2, Ser. 36-3, 1983, S. 435–48, hier S. 436–7 vorgelegt hat.

gion fokussiert. Die zentrale Entwicklung war die Entstehung einer ländlichen Industrie in der Region, die sich die infolge der lediglich saisonalen Vollbelastung der bäuerlichen Bevölkerung (insbes. bei der Ernte)⁶⁷ nicht vollständig ausgeschöpften Arbeitskraftreserven zunutze machte. Diese ländliche Industrie produzierte mit Hilfe bäuerlicher Handarbeit – i. d. R. im Rahmen des Verlagssystems – in der Region, zielte aber auf den Absatz der Produkte auf Märkten außerhalb der Region. Die nichtagrarische Tätigkeit von Teilen der bäuerlichen Bevölkerung übte auch eine belebende Wirkung auf die Landwirtschaft aus, war es doch erforderlich, agrarische Überschüsse zu produzieren, um den Teil der bäuerlichen Bevölkerung zu ernähren, die sich von Lohnarbeit (sei es in der Protoindustrie, sei es auf größeren Landwirtschaftsbetrieben) ernährte. Die Städte der Region waren schließlich auch wichtig, und zwar zum einen wegen ihrer Märkte und zum anderen wegen ihrer Kaufleute, die im Rahmen des Verlagssystems die ländliche Handarbeit lenkten. So wurde eine Dynamik aufgebaut, die zur Industriellen Revolution führte. Die zusätzlichen Einkünfte der Bauern verursachten eine Bevölkerungsexpansion, war doch der Malthusische Zwang aufgehoben, weil die Protoindustrialisierung die traditionellen Regulierungsmechanismen (etwa im Erbrecht) beseitigte, die das Wachstum der Bevölkerung nach Maßgabe der verfügbaren Ressourcen beschränkt hatten. Allerdings blieben die protoindustriellen Produktionsstätten über das Land verstreut, was logistische Probleme bei der Einsammlung der Produkte sowie Schwierigkeiten bei der Qualitätskontrolle verursachte und infolgedessen letztlich einen Anstieg der Stückkosten auslöste. Dies bildete den Anreiz, die Arbeit in Fabriken zu zentralisieren und ganztätig zu machen sowie Maschinen einzusetzen. Das Kapital für diese Investitionen lieferte die Protoindustrialisierung den Kaufleuten, Großlandwirten und Grundherren der Region, während die Kaufleute – infolge ihrer Beteiligung am interregionalen und internationalen Handel – (technische) Kenntnisse erwarben, die sie später als Unternehmer in der Industrialisierung gut einsetzen konnten. Und schließlich löste die Protoindustrialisierung in einer Region eine intensive Kommerzialisierung der Landwirtschaft in benachbarten Regionen aus, die sie langfristig imstande setzte, die während der Industriellen Revolution rasant wachsende städtische Bevölkerung zu ernähren. Somit löst die Dynamik der Protoindustrialisierung zwangsläufig eine nachfolgende Industrielle Revolution in der Region aus.

⁶⁷ Am Ende des Ancien Régime in Frankreich teilte ein Viertel bis zur Hälfte der arbeitenden Bevölkerung die Arbeitszeit zwischen Landwirtschaft (Erntehilfe) und Lohnarbeit in anderen Sektoren auf: G. W. GRANTHAM, Divisions of labour: agricultural productivity and occupational specialization in pre-industrial France, in: *ECHR* 2. Ser. 46:3, 1993, S. 478–502, hier S. 490–1.

Soweit die Mendels'sche These, die nicht von Kritik verschont geblieben ist,⁶⁸ so dass selbst seine Anhänger den Automatismus preisgegeben haben, der zwangsläufig von der Protoindustrialisierung zur Industriellen Revolution führte, auch wenn sie das Konzept an sich nicht verwerfen.⁶⁹ Allen⁷⁰ allerdings rettet die Protoindustrialisierung als Ursache der Industriellen Revolution. Neben dem aufblühenden Außenhandel dient ihm die Protoindustrialisierung, die ja die Effizienz der Güterherstellung bedeutend steigerte,⁷¹ als Erklärung des – aus der Malthusischen Perspektive durchaus paradoxen⁷² – Umstands, dass England und Holland sowohl ein hohes Lohnniveau als auch hohes Bevölkerungswachstum während der frühen Neuzeit aufwiesen, was nur möglich war, weil die wirtschaftliche Gesamtleistung (BIP) schneller wuchs als die Bevölkerung.⁷³ Dass die Industrielle Revolution allein in England entstanden ist,⁷⁴ erklärt sich für Allen aus einem zweiten Faktor: die Verfügbarkeit von billiger Energie in Gestalt der Steinkohle. Angesichts der hohen Löhne bildete die billige Energie einen unwiderstehlichen Anreiz für Unternehmer, Kapital und Technik (d. h. Maschinen, insbes. die Dampfmaschine) einzusetzen, um teure Arbeitskräfte einzusparen.⁷⁵

In allen Varianten der Protoindustrialisierungstheorie geht man stillschweigend davon aus, dass die Verteilung der Rohmaterialien an die ländlichen Produktionsstätten sowie der Halbfabrikate unter ihnen und die Vermarktung ihrer Erzeugnisse außerhalb der Region – geschweige denn die Verteilung der verfügbaren Arbeitskräfte – völlig problemlos verlief.⁷⁶

⁶⁸ Zur Kritik an der Mendels'schen These (und seiner marxistischen Variante) s. COLEMAN, Proto-Industrialization (wie Anm. 66), S. 439–48 sowie Sheilagh C. OGILVIE, Markus CERMANN, The theories of proto-industrialization, in: European proto-industrialization, hg. von Sheilagh C. OGILVIE, Markus CERMANN, Cambridge 1996, S. 7–11; DIES., Proto-industrialization, economic development and social change in early modern Europe, in: European proto-industrialization, S. 227–39.

⁶⁹ OGILVIE, CERMANN, Proto-industrialization (wie Anm. 68), S. 238.

⁷⁰ Robert C. ALLEN, The British Industrial Revolution in Global Perspective, Cambridge 2009.

⁷¹ Ebenda, S. 120–1.

⁷² Ebenda, S. 26–7. Nicht nur Malthus war der Ansicht, dass ein negatives Verhältnis zwischen Bevölkerung und realem Lohnniveau herrscht: ebenda, S. 112.

⁷³ Dies erklärt Allen (1) mit der Steigerung der Produktivität zunächst in der Tuchherstellung (new draperies) und anschließend in der Landwirtschaft und (2) mit der Expansion des Außenhandels infolge der Gründung des Empire: Robert ALLEN, Progress and poverty in early modern Europe, in: EcHR 2. Ser. 56:3, 2003, S. 431.

⁷⁴ Allen bietet einen nützlichen, kritischen Überblick über die bisherige Forschung zur Entstehung der Industriellen Revolution: ALLEN, British (wie Anm. 70), S. 3–14.

⁷⁵ So ist Allen nicht gezwungen, mit Mendel anzunehmen, dass steigende Stückkosten infolge der Verstreuung der ländlichen Produktionsstätten den Anreiz zur Gründung von Fabriken und zum Einsatz von Maschinen bildeten.

⁷⁶ Dass die Protoindustrialisierungstheorie diesen Aspekt bislang vernachlässigt hat, von

In Wirklichkeit jedoch spielten umsatzstarke Märkte, die Produktionsfaktoren und die Wirtschaftsgüter denjenigen zuzuführen, die sie am dringendsten brauchten und dementsprechend am meisten geboten haben, eine unerlässliche Rolle bei der Protoindustrialisierung.

Um diese These zu belegen, müssen wir zum 12. Jahrhundert in England zurückkehren. Diese Zeit war durch kleine, atomisierte – formal gegründete wie informelle⁷⁷ – Bauernmärkte charakterisiert. In einer solchen Welt konnte die Protoindustrialisierung, die ja die ländlichen Arbeitskräftereserven ganzer Regionen für die Produktion von Gütern für überregionale Märkte ausschöpfte, nicht entstehen, denn den Landbewohnern fehlte der Anreiz, für den Markt zu produzieren.⁷⁸ Der Grund bestand darin, dass selbst einfache Fertigkeiten wie Spinnen, Karden usw. gelernt werden mussten. Und ein weiteres kam hinzu: Vom 15. Jahrhundert an verlangten die überregionalen, zumal die internationalen Märkte in zunehmendem Maße standardisierte Güter,⁷⁹ die zwar auf dem Land produziert wurden, aber exakte Vorschriften einhalten mussten, um die Inspektion durch die städtische Schau zu bestehen,⁸⁰ was die Erzeugnisse international marktfähig machte. Irgend ein Leinengarn herzustellen, war sicherlich nicht schwer, aber Wepfen⁸¹ herzustellen, die exakt die vorgeschriebene Garnlänge einhielten und präzise die richtige Zahl der Kettfäden pro Meter enthielten, um die Qualitätsvorschriften für Barchent in Ulm oder Augsburg zu genügen, war technisch anspruchsvoll. Und diese Fertigkeiten mussten im Vorfeld des ersten Verkaufs erlernt werden, was für die Landbevölkerung versunkene Kosten darstellte.⁸² Kleine Bauernmärkte, die

statiiert S. R. EPSTEIN, Introduction. Town and country in Europe, 1300–1800, in: Town and country in Europe 1300–1800, hg. von S. R. EPSTEIN, Cambridge 2001, S. 8. Man „took the existence, character and co-ordination of pre-modern markets for granted“.

⁷⁷ Dazu s. Christopher DYER, The hidden trade of the Middle Ages: evidence from the West Midlands of England, in: Journal of Historical Geography 18:2, 1992, S. 141–57.

⁷⁸ Allgemein zum Folgenden s. George GRANTHAM, Contra Ricardo: On the macroeconomics of pre-industrial economies, in: European Review of Economic History 3:2, 1999, S. 199–232.

⁷⁹ Somit gilt Granthams Diagnose des vorindustriellen Handels als Tausch nicht fungibler Güter (GRANTHAM, Contra Ricardo (wie Anm. 78), S. 200, 218) im Laufe der Zeit immer weniger.

⁸⁰ Zur Arbeitsweise der städtischen Schau sei pars pro toto auf Eugen NÜBLING, Ulms Baumwollweberei im Mittelalter, Leipzig 1890, S. 144–7 und Dieter FUNK, Biberacher Barchent. Herstellung und Vertrieb im Spätmittelalter und zur beginnenden Neuzeit. Leinfelden 1965, S. 46–9 hingewiesen.

⁸¹ Wepfen sind „das nach den Normen der Exportware gezettelte Kettgarn“: Rolf KIESSLING, Ländliches Gewerbe im Sog der Proto-Industrialisierung? Ostschwaben als Textilandschaft zwischen Spätmittelalter und Moderne, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte 1998:2, S. 53. Dazu s. auch HOLBACH, Frühformen (wie Anm. 62), S. 183–4 („bereits in entsprechender Fädenzahl und Länge für die Weiterverarbeitung gezetteltes Flachsgarn“).

⁸² Dazu GRANTHAM, Contra Ricardo (wie Anm. 78), S. 217.

spärlich besucht wurden und einen geringen Umsatz aufwiesen, konnten aber nicht genug Nachfrage generieren, um der ländlichen Bevölkerung ausreichenden Anreiz zu bieten, diese Fertigkeiten zu erwerben. Hier bestand für den ländlichen Anbieter eine doppelte Gefahr. Auf der einen Seite war es gut möglich, dass er niemandem auf dem Markt begegnen würde, der seine Erzeugnisse erwerben wollte (d. h. seine Suchkosten waren hoch), und auf der anderen verursachte jede kleine Änderung von Angebot oder Nachfrage gewaltige Preisausschläge, gerade weil die kleinen Märkte Preisschocks nicht abfedern konnten, so dass der ländliche Anbieter angesichts der Preisvolatilität nicht damit rechnen konnte, dass der Erlös immer seine Herstellungs- und Transportkosten decken würde. Somit fehlte ein genügender Anreiz, für den Markt zu produzieren.⁸³ Stattdessen stellte man Güter für den Eigenbedarf oder allenfalls für den begrenzten lokalen Markt her. Die Marktbeteiligung sowie die Marktquote blieben niedrig. Insgesamt harnte die Wirtschaft auf einem niedrigen Niveau,⁸⁴ was in der älteren Literatur als dörfliche ‚Autarkie‘ gedeutet wurde, während wir mittlerweile wissen, dass sich keine Siedlung vollkommen selbst versorgte.

In dieser Lage wurde die ökonomische Doktrin der Chancenauswertung⁸⁵ außer Kraft gesetzt, die besagt, dass jede sich bietende Chance auf Gewinn rasch ausgenutzt wird, es sei denn, soziale oder institutionelle Hemmnisse vereiteln es. Im 12. Jahrhundert aber verhinderten die weite Streuung der Konsumenten, die Transport- und anderen Transaktionskosten sowie die versunkenen Kosten die Einbindung der unterbeschäftigten ländlichen Bevölkerung in den Herstellungsprozess.⁸⁶ Somit waren Produktivitätsreserven latent vorhanden. Und das ist genau der Wettbewerbsvorteil, den sich die Protoindustrie zunutze machte. Aber die Einbindung der ländlichen Arbeitskräfte geschah nicht nur, weil das Lohnniveau niedrig war.⁸⁷ Unterbeschäftigte Landbewohner waren so gut wie überall im mittelalterlichen Europa billig zu haben, aber die Protoindustrie ist nicht überall entstanden. Nur dort, wo größere Märkte eine Aggregatnachfrage generierten, die ausreichte, um die ländliche Bevölkerung zur Erlernung der erforderlichen Fertigkeiten und zur Produktion für einen größeren Markt anzureizen, konnte die Protoindustrie entstehen.

⁸³ Ebenda, S. 219–20.

⁸⁴ Vgl. EPSTEIN, Introduction (wie Anm. 76), S. 12. Für eine ökonomische Begründung des Gleichgewichts auf niedrigem Niveau s. GRANTHAM, Contra Ricardo (wie Anm. 78), S. 219–22.

⁸⁵ Vgl. GRANTHAM, Contra Ricardo (wie Anm. 78), S. 204.

⁸⁶ Dazu GRANTHAM, Contra Ricardo (wie Anm. 78), S. 215.

⁸⁷ Christiaan VANDENBROEKE, Proto-industry in Flanders: a critical review, in: European proto-industrialization (wie Anm. 68) S. 114

Warum? Märkte, die eine Vielzahl von Besuchern anlockten und einen beachtlichen Umsatz erzielten, konnten Preisschocks abfedern – also die Preisvolatilität herabsenken – und boten zudem die Aussicht, dass der Anbieter einen Abnehmer für seine Güter fand, was wiederum einen Anreiz für andere bildete, für den Markt zu produzieren und ihn zu besuchen.⁸⁸ Da diese Märkte stärkere Preissignale aussandten, die nicht vom Rauschen übertönt wurden, entstand für die ländliche Bevölkerung der Anreiz, technisch anspruchsvollere Fertigkeiten zu erlernen und sich (in gewissem Maße) auf die Produktion für den Markt zu spezialisieren. Da sich allerdings im Mittelalter so gut wie niemand vollkommen auf einen einzigen Beruf spezialisiert hat⁸⁹ und die Protoindustrie sich per definitionem die lediglich saisonale Unterbeschäftigung der ländlichen Bevölkerung zunutze gemacht hat, müssen diese Arbeitnehmer jedes Jahr zwischen dem primären und dem sekundären Sektor hin- und hergewechselt haben. Die regionalen Arbeitsmärkte, die diese sektoralen Wanderbewegungen koordiniert haben, müssen leistungsfähig gewesen sein, was doch – wie Grantham für das Ancien Régime in Frankreich zeigt – zwischen einem Viertel und der Hälfte der Beschäftigten davon betroffen.⁹⁰ Die zeitlich genau abgepasste, räumlich treffsichere Distribution der Arbeitskräfte in der Region war also Voraussetzung für die Protoindustrie.

Allerdings nimmt die Intensität eines jeden Signals – auch die Preissignale eines Arbeitsmarkts – mit zunehmender Entfernung ab, und dies erklärt drei Aspekte der Protoindustrialisierung, die der Forschung bislang Kopfzerbrechen verursacht haben.⁹¹

- Protoindustrien reüssierten tendenziell in hoch urbanisierten Landschaften, was zur Revierbildung führte.⁹² – Dies erscheint jetzt selbstverständlich, da die Preissignale (vom städtischen Markt) in der unmittelbaren Umgebung am stärksten waren.
- Im Rahmen der Protoindustrie wurden i. d. R. die einfacheren Tätigkeiten an die ländlichen Arbeitskräfte abgegeben,⁹³ während sich die städ-

⁸⁸ Dieses Phänomen ist in der ökonomischen Literatur unter der Bezeichnung „thick market externality“ bekannt: Peter A. DIAMOND, Aggregate Demand Management in Search Equilibrium, in: *Journal of Political Economy* 90:5, 1982, S. 881–94; DERS., A Search-Equilibrium Approach to the Micro Foundations of Macroeconomics (The Wicksell Lectures 1982), Cambridge/MA 1984.

⁸⁹ Richard BRITNELL, Specialization of work in England, 1100–1300, in: *EcHR* 2. Ser. 54, 2001; ND in: BRITNELL, *Markets* (wie Anm. 25), IX, S. 1–16; Pat HUDSON, Proto-industrialization in England, in: *European proto-industrialization* (wie Anm. 68), S. 56–7; GRANTHAM, *Divisions* (wie Anm. 67), S. 491.

⁹⁰ GRANTHAM, *Divisions* (wie Anm. 67), S. 490.

⁹¹ EPSTEIN, *Introduction* (wie Anm. 76), S. 22.

⁹² Ebenda. Vgl. auch S. R. EPSTEIN, *Freedom and Growth. The rise of states and markets in Europe, 1300–1750* (Routledge Explorations in Economic History 17), London 2000, S. 109.

⁹³ EPSTEIN, *Introduction* (wie Anm. 76), S. 22.

tischen Zünfte auf die anspruchsvolleren Vorgänge spezialisierten, so dass ein komplementäres Verhältnis zwischen ländlicher und städtischer Anfertigung entstand.⁹⁴ – Dies scheint ebenfalls selbstverständlich: Die einfachsten Tätigkeiten stellten für die ländlichen Arbeitskräfte die niedrigste Hürde zur Marktproduktion dar, verursachten also die geringsten versunkenen Kosten. Dass die städtischen Zünfte ihre eigene Position gegen die ländliche Konkurrenz verteidigten, indem sie ihre Wettbewerbsvorteile (Fachkenntnisse, technisches Können) ausspielten, bedarf keiner Erklärung.

- Diese ländlichen, protoindustriellen Reviere mauserten sich im Laufe der Zeit zu Industriedörfern bzw. -kleinstädten, zeigten also Urbanisierungstendenzen, während es zur Zunftbildung unter den dort tätigen Arbeitskräften kam.⁹⁵ – Auch dies scheint jetzt selbstverständlich: Sobald man die Eingangsfertigkeiten erworben hat, um für einen auswärtigen Markt zu produzieren, besteht der Anreiz, Anschlussfertigkeiten zu erlernen. Ab einem bestimmten Punkt der Spezialisierung empfehlen sich Qualitätsstandards (um die Erzeugnisse überregional bzw. international marktfähig zu machen), die nur durch eine korporative Organisation durchgesetzt werden können.

Wie man sieht, bildete das Märktersterben des Spätmittelalters die unerlässliche Voraussetzung für die Protoindustrialisierung. Nur nach dem Verschwinden kleinerer und der Entstehung größerer Märkte konnte in der Region eine Aggregatnachfrage generiert werden, die ausreichte, um die ländliche Bevölkerung zur Erlernung der erforderlichen Fertigkeiten und zur Produktion für einen größeren Markt anzureizen, die sich die Protoindustrie zunutze machen konnte.

Allerdings trägt diese Beweisführung nichts zur Erklärung der Entstehung einer Hierarchie von Märkten bei. Wie kam die Zuordnung der Märkte zueinander zustande?⁹⁶ Nun ist der Einzugsbereich eines jeden

⁹⁴ EPSTEIN, Freedom (wie Anm. 92), S. 63, 108–9.

⁹⁵ EPSTEIN, Introduction (wie Anm. 76), S. 22.

⁹⁶ Der Vollständigkeit halber sollte man die Arbeiten von Paul Krugman nennen. Er setzt positive Skalenerträge bei Produktionssteigerung voraus (die er durch die Vorteile der Spezialisierung begründet: dazu grundlegend s. George J. STIGLER, The Division of Labor is Limited by the Extent of the Markt, in: Journal of Political Economy 59:3, 1951, S. 185–93). Unter dieser Annahme sorgt das Zusammenspiel von positiven Skalenerträgen, Transportkosten und Nachfrage, wie er anhand eines Computermodells zeigt, für eine spontane geographische Konzentration der Güterherstellung: Paul KRUGMAN, Scale Economies, Product Differentiation and the Pattern of Trade, in: American Economic Review 70:5, 1980, S. 950–59; DERS., Anthony J. VENABLES, Globalization and the Inequality of Nations, in: Quarterly Journal of Economics 110:4, 1995, S. 857–80; DERS., Geography and Trade, Leuven 1991; DERS., The Self-Organizing Economy, Oxford 1996. Eine Hierarchisierung der Produktionsorte thematisiert Krugman allerdings nicht. Riccardo FAINI, Increasing Returns

Marktes grundsätzlich begrenzt (u. a. durch Transport- und Informationskosten).⁹⁷ Außerhalb dieses Raums ist es möglich, Gewinne durch Großverkauf auf dem Markt primärer Ordnung (z. B. London) und den Detailverkauf auf einem Markt sekundärer Ordnung in der Provinz zu erzielen. Der Grund ist ganz einfach: Der fahrende Großhändler hat zwar höhere Kosten (für Transport, evtl. Lagerung, Marktabgaben usw.), aber der ländliche Konsument ist bereit, mehr zu bieten. Solange der Großhändler seine Ware zu einem Preis anbietet, der bis an die Zahlungsbereitschaft des Käufers zuzüglich seiner Reisekosten zum Markt primärer Ordnung heranreicht, kommt ein Gütertausch zustande. Diese Rechnung geht allerdings nur für kleinere Mengen auf, denn die Aufnahmekapazität des regionalen Markts ist auch begrenzt. Wirft man zu viele Güter auf den regionalen Markt, so bleiben sie unverkäuflich oder müssen zu Schleuderpreisen verramscht werden. Andererseits besteht ein Anreiz, möglichst viele Güter für die Märkte sekundärer Ordnung einzukaufen, steigt doch der Großhandelsrabatt mit der abgenommenen Menge, während die Transportstückkosten zum jeweiligen Markt sinken. Um Umsatz und Gewinn zu maximieren, suchen die Zwischenhändler dementsprechend die liquidessten Märkte sekundärer Ordnung aus.⁹⁸ Erreicht der Umsatz der Zwischenhändler eine kritische Masse, so bildet die damit entstandene Aussicht, einen Abnehmer für die mitgeführten Güter zu finden, einen Anreiz für andere, gerade diesen sekundären Markt zu besuchen, so dass die Transaktionskosten für alle sinken.⁹⁹ Damit aber sind diese beiden Märkte wirtschaftlich voneinander abhängig, also miteinander verlinkt („lock-in“ Effekt). Genau dieselben Anreize erklären die Entstehung aller weiteren

Non-Traded Inputs and Regional Development, in: *The Economic Journal* 95: 374, 1984, S. 308–23, erreicht das gleiche Ergebnis unter der Annahme von positiven Skalenerträgen bei der Herstellung von Halbfabrikaten und bei Dienstleistungen (z. B. Transport), leitet daraus jedoch ebenso wenig eine Hierarchisierung ab. Masahisa FUJITA, Paul KRUGMAN, Tomoya MORI, On the evolution of hierarchical urban systems, in: *European Economic Review* 43, 1999, S. 209–51 legen tatsächlich ein Modell der Entstehung von Städtehierarchien vor, aber nur unter der Annahme eines ständig (räumlich) expandierenden Agrarhinterlandes sowie steigender Bevölkerung. Das genügt für die Modellierung der USA um die Mitte des 19. Jh.s (wie die Autoren unterstreichen: ebenda, S. 215–7), nicht aber für England im Spätmittelalter, wo die Bevölkerungszahl fällt und das Agrarhinterland geographisch unverändert bleibt. Der Versuch, das Modell auf die deutsche Ostsiedlung anzuwenden, würde sich jedoch vielleicht lohnen. Hesham M. ABELL-RAHMAN, Alex ANAS, Theories of system of cities (Department of Economics and Finance Working Papers 1991–2006, 2), New Orleans 2003 (http://scholarworks.uno.edu/econ_wp/2) ist als Literaturüberblick zu verstehen.

⁹⁷ Robert S. PINDYCK, Daniel L. RUBINFELD, *Mikroökonomie* (übers. Anke KRUPPA, Peggy PLÖTZ-STEGE), München 2005, S. 32.

⁹⁸ Täten sie dies nicht, so hätten sie eine bedeutend höhere Gewinnmarge einkalkulieren müssen, um der Gefahr der Unverkäuflichkeit der Waren vorzubeugen. Über die bremsende Wirkung von hohen Gewinnmargen s. DE VRIES, *Industrious* (wie Anm. 2), S. 176–7.

⁹⁹ Mit anderen Worten: „thick market externalities“ entstehen.

nachgeordneten Märkte. Wie wir sehen, sind die kritischen Faktoren (1) die steigenden Skalenerträge beim Handel, die sich aus der Ausnutzung der Differenz zwischen Großhandels- und Einzelhandelspreisen sowie den fallenden Transaktionskosten ergaben, (2) die Transportkosten und (3) die Nachfrage. Ihr Zusammenspiel potenziert die anfänglich womöglich noch kleinen Umsatzunterschiede zwischen provinziellen Märkten und treibt die Hierarchisierung voran.¹⁰⁰

Das ist nicht nur reine Theorie, wie die Quellen zeigen. Im englischen Spätmittelalter bildeten die Jahrmärkte (die ja zu gewissen Terminen Kaufkraft konzentrierten und somit vorübergehend viel liquider wurden) und die Wochenmärkte der größeren Städte die liquideren Sekundärmärkte. Die Jahrmärkte (*fairs*), die an der Wende zum 14. Jahrhundert in die Bedeutungslosigkeit gefallen waren,¹⁰¹ erlebten im 15. Jahrhundert eine erneute Blüte,¹⁰² was ich als Symptom der Distributionsrevolution werten möchte. *Chapmen* aus der Provinz traten alsbald als Zwischenhändler auf, die die Preisunterschiede zwischen dem Großhandel in London und auf den ländlichen Jahrmärkten ausnutzten. Allein die Größenordnung der Schulden, die sie bei den Londoner Grocers und Mercers machten,¹⁰³ zeigt, dass es sich bei diesen *chapmen* nicht um Einzelhändler handelte, die sich in der Hauptstadt mit Waren für den Detailkauf eindeckten, sondern um Großhändler, die größere Warenmengen in der Hauptstadt aufkauften und auf den Jahrmärkten en gros abstießen. Dies war problematisch für die wohlhabenderen Mitglieder der Londoner Grocers und Mercers, da sie ihre Handelsspannen nicht aufrechterhalten konnten, wenn die *chapmen*, zu denen sich rasch die Mitglieder anderer Zünfte und sogar Händler aus ihren eigenen Reihen gesellten, diese Preisspannen ausnutzten. So versuchte man mit aller Macht, den Handel auf London zu beschränken.¹⁰⁴ Aber es fruchtete nichts. Nach einem gescheiterten Versuch

¹⁰⁰ Es wäre unredlich von mir, so zu tun, als ob ich diese Ursachentrias erfunden hätte. Auf die Interaktion von steigenden Skalenerträgen, Transportkosten und Nachfrage hat als erster KRUGMAN, *Geography* (wie Anm. 96), S. 14–5 hingewiesen, wenn auch im Kontext der Güterherstellung.

¹⁰¹ Ellen WEDEMEYER MOORE, *The Fairs of Medieval England. An introductory study* (Studies and Texts 72), Toronto 1985, S. 204–17.

¹⁰² Pamela NIGHTINGALE, *A Medieval Mercantile Community. The Grocers' Company and the Politics and Trade of London 1000–1485*, New Haven 1995, S. 368.

¹⁰³ NIGHTINGALE, *Mercantile Community* (wie Anm. 102), S. 367–8, 395, 439, 572; SUTTON, *Mercery* (wie Anm. 47), S. 218–26.

¹⁰⁴ Die Grocers verboten ihren Mitgliedern 1420 den Erstverkauf von Gewürzen, Alaun und Farbstoffen auf dem Land, mit Ausnahme der Jahrmärkte. Drei Jahre später wurde diese Ausnahme gestrichen: NIGHTINGALE, *Mercantile Community* (wie Anm. 102), S. 396. In den Jahren 1448 und 1455 wurde das Verbot erneuert: ebenda, S. 472. Zu den anderen Maßnahmen der Grocers s. ebenda, S. 386–7, 392–6, 397, 447–9. Die Mercers hatten bereits 1376 versucht, den Erstverkauf ihrer Importwaren auf London zu beschränken und wiederholt

i. J. 1479, alle Londoner Zünfte zu einem gemeinsamen Verbot des Handels auf den Jahrmärkten und Wochenmärkten zu bewegen,¹⁰⁵ gaben die Mercers ihre langjährige Abwehrpolitik auf und erlaubten ihren Mitgliedern doch den Besuch der Märkte und Jahrmärkte in der Provinz. Die Begründung, die die Vollversammlung der Mercers für diese Änderung ihrer Haltung am 28. Juli 1479 gab, ist vielsagend.

*For asmuche as that all or the more parte of all felyshippes in this cite [London] be at theyre libertie and many of them accustomed and gretely use fayres and markethes owet of this cite, thurgh the whiche many parsones [nämlich die Mercers] abydyng at hom be gretely hurte in lesyng of their custumers that used and cam unto this cite and here bought their ware, that nowe be served of the haberdisschers and other haunting suche fayres and markethes etc. and no remedy therfore. Wherfor many and in speciall yonge men in oure felyshipp that be ther with gretely greved and as they saye sore hurte by the mean of non comyng of their custumers and other chapemen to towne, mony a day have desyred to be at libertie, the whiche wolde in no wise be graunted, trustyng all waye to have a generall restraynt. And for asmuche as it can not be don, therfor nowe in this present courte it is agreed to dissolve oure ordenance ... and to sett every parson at libertie to go to fayre and merketh where as shall pleas them etc.*¹⁰⁶

Auf den Jahrmärkten und Märkten in der Provinz unterboten die Haberdashers¹⁰⁷ und die anderen Londoner Konkurrenten der Mercers die Preise der Zwischenhändler vom flachen Lande (*chapman*) für Kurzwaren (‘lesser mercery’). Die Folge war, dass die *chapmen* nicht mehr nach London kamen, so dass die weniger wohlhabenden Mercers (*yonge men in oure felyshipp*) in Ermangelung eines – nicht durchsetzbaren – generellen Jahrmarktsverbots keinen anderen Ausweg sahen, als selbst auf die Jahrmärkte zu fahren und dort die regionalen Großhändler mit *mercery* zu versorgen. Es war eine gegenseitige wirtschaftliche Abhängigkeit zwischen London und den nachgeordneten *fayres and markethes* der Provinz entstanden, der sich niemand entziehen konnte. Mit der Hierarchisierung der englischen Märkte mit London an der Spitze waren Rahmenbedingun-

diese Bestimmung i. J. 1404 und zu einem späteren Zeitpunkt: SUTTON, *Mercery* (wie Anm. 47), S. 214–5.

¹⁰⁵ Diese Anregung der Mercers griffen 17 Zünfte bei einer Anhörung vor dem Bürgermeister von London am 27. Mai 1479 auf, aber 11 lehnten sie ab: Lactitia LYELL, Frank D. WATNEY (Hg.), *Acts of Court of the Mercers' Company 1453–1527*, Cambridge 1936, S. 115.

¹⁰⁶ LYELL, WATNEY, *Acts of Court* (wie Anm. 105), S. 116. Dazu s. SUTTON, *Mercery* (wie Anm. 47), S. 214–6.

¹⁰⁷ Haberdashers: Die beste Übersetzung ist Kurzwarenhändler. Aber es herrschte Gewerbefreiheit in London, so dass der Haberdasher nicht auf den Verkauf dieser Artikel beschränkt war. Wer aber (aus welcher Zunft auch immer) Kurzwaren verkaufte, unterstand der Aufsicht der haberdashers-Zunft.

gen entstanden, die niemand willentlich ändern konnte, was die wiederholten, jedoch vergeblichen Versuche der Grocers und Mercers beweisen.¹⁰⁸ Damit ist die Definition der Wirtschaftsverfassung erfüllt. Eine derart weitreichende Änderung der Wirtschaftsverfassung darf man mit Fug und Recht eine Revolution nennen.

¹⁰⁸ Die Mercers haben zwar in den Jahren 1482 und 1484 versucht, die anderen Zünfte zu einem Verbot des Jahrmarkthandels zu bewegen, aber dies gelang nicht: LYELL, WATNEY, *Acts of Court* (wie Anm. 105), S. 142–3, 157–61. I. J. 1486 konnten sie sogar die Londoner Drapers und Tailors für ihr Vorhaben gewinnen (SUTTON, *Mercery* (wie Anm. 47), S. 224 Anm. 109) und am 1. Feb. 1487 einen Stadtratsbeschluss bewirken, der für sieben Jahre den Erstverkauf von Handelswaren auf provinziellen Jahrmärkten und Märkten durch Mitglieder einer Londoner Zunft bei Strafe von £100 verbot (Reginald R. SHARPE (Hg.), *Calendar of Letter Books preserved among the Archives of the City of London*, Letter-Book L, London 1912, S. 240), aber diese Maßnahme wurde am 14. März 1487 aufgehoben (ebenda, S. 242). Im November 1487 setzte das Parlament die Londoner Verordnung ausdrücklich außer Kraft und erlaubte jedem Londoner Vollbürger (*every freman and citezen*) den Besuch von jedem beliebigen Jahrmarkt und Markt in England (Statut 3 Hen. VII, c. 9; Alexander LUDERS u. a. (Hg.), *Statutes of the Realm*, Bd. 2, London 1816, S. 518–9). Nach einem letzten Versuch i. J. 1491 (LYELL, WATNEY, *Acts of Court* (wie Anm. 105), S. 219–20) gaben die Mercers