

Die Bedeutung der Hausmarken für den Warentransport in der frühen Neuzeit

Dieter Hittinger

Im Rahmen meiner Dissertation über die Tuchplomben aus dem norddeutschen Küstengebiet wurde ich mit der Thematik der Hausmarken konfrontiert. Auf ca. 50 % der Tuchplomben sind Hausmarken zu erkennen. Diese Plomben sind, im Gegensatz zu den Stücken mit Stadtwappen, zumeist nur auf einer Seite geprägt. Es handelt sich dabei um die Stiftseite. Die Plombe wird dadurch verschlossen und beim Öffnen die Marke beschädigt. Die glatte Rückseite bietet dagegen die Möglichkeit für Ritzungen, die jedoch nicht grundsätzlich vorhanden sein müssen.

Hausmarken lassen sich in drei Grundformen gliedern: Eine Vier, ein Andreaskreuz oder ein senkrechter Balken mit Haken. In der Generationenfolge kommen weitere Balken oder Haken zur Unterscheidung hinzu.¹ Auch flankierende Initialen können einer Verwechslung bei ähnlichen Marken vorbeugen. Eine Fortsetzung könnten Initiale ohne Hausmarke sein. Regionale oder berufsspezifische Besonderheiten lassen sich an den Hausmarken bisher nur in Ausnahmefällen erkennen. Tendenziell gilt, dass einfache, geometrische Marken früher datieren.

Als Meistermarken sind Hausmarken unter anderem von Silber- und Zinngegenständen bekannt.² Es handelt sich dabei um Herstellermarken, die für die Produktkontrolle vorgeschrieben waren. Bei den Tuchplomben gelingt es bisher nur überaus selten, eine Hausmarke einem bestimmten Meister (Weber oder Färber) zuzuordnen. Innerhalb des arbeitsteiligen Prozesses bei der Textilherstellung wäre es denkbar, dass unterschiedliche Meister ihre Marke an den Textilien befestigen und dadurch für die Qualität ihrer Arbeit einstehen (Abb. 1). Es könnten auch Besitzermarken vorhanden sein, die eine Identifizierung des Tuches, beispielsweise nach dem Färben, ermöglichen.

Die bisher in Lübeck bestimmten Hausmarken können einem Wandschneider zugewiesen werden. Dies gelang mit Hilfe einer Umschrift, die den Namen auch ausschreibt.³ Auch in Stade konnten zwei Hausmarken zweifelsfrei zugeordnet werden. Dabei handelt es sich um die Wandschneider Albert Bormann (1624) und Johann Camann (1790), die nur dadurch, dass sich die Listen der Mitglieder der Wandschneidergilde in Stade seit dem späten Mittelalter erhalten haben, identifiziert werden konnten.

In verschiedenen Verordnungen ist festgelegt, dass Weber keine Händler sein dürfen.⁴ Es sind also keine Herstellermarken im oben genannten Sinne. Es muss eine andere Erklärung dafür geben.

Zieht man Schriftquellen, die davon berichten, dass Strandgut seinem Besitzer zurückgegeben werden kann, und die Bildquellen, hier vor allem die Stiche von Jost Ammann, in die Betrachtung zu den Hausmarken mit ein, wird klar, dass es sich um Eigentumsmarken in einem ausgefeilten Absender-/Empfängersystem handelt, das die Grundlage für den Waren-

1 Girling 1964, 12.

2 Lerner 1955, 37.

3 Scheuerer 1996, 50.

4 Stoeven 1915, 8 ff.

Abb. 1: Rauher und Scherer bei der Arbeit. Die Einschlagtücher der Tuchballen sind mit Hausmarken bemalt. Jacob de Gheyn (?). 16. Jahrhundert; Kupferstichkabinett, Staatliche Museen Preussischer Kulturbesitz (Van der Wee/Materné 1993, 28).





handel der frühen Neuzeit darstellt (Abb. 2).⁵ Auch die Gemälde von Holbein den Jüngeren belegen dieses System (Abb. 3). Der Händler im Stalhof in London wird mit seinen berufsspezifischen Insignien (Petschaft, Siegelring), die seine Hausmarke mit Initialen zeigen, dargestellt.

Auf der einen Abbildung ist zu erkennen, wie die unterschiedlichen eingekerbten Hausmarken der Empfänger auf den Fassböden mit Farbe ausgemalt werden. In den Fässern, den Containern des späten Mittelalters und der Neuzeit, wurden alle möglichen Stückgüter verladen, auch Tuch. Das geläufigere Transportmittel scheinen aber Tuchballen gewesen zu sein. Auf einer weiteren Abbildung ist zu sehen, dass das äußere Packtuch eine aufgemalte Hausmarke aufweist (Abb. 4). Die darin enthaltenen hochwertigeren Tücher hatten sicherlich auch eine Marke des Besitzers. Dabei dürfte es sich um diejenigen Tuchplomben mit Hausmarke handeln, die im Fundmaterial einem Tuchhändler zugeordnet werden konnten.

Abb. 2: Fassböden mit den unterschiedlichen Hausmarken der Empfänger sind auf einem Ausschnitt aus dem „Deutsches Handelsleben im 16. Jahrhundert“, einen Holzschritt von Jost Ammann zu sehen (Hardach/Schilling 1980, 67, Ausschnitt).

Dieter Hittinger
Kemmerner Weg 4, D-96103 Hallstadt
hittidi@aol.com

⁵ Falk 2003, 47 f.



Abb. 3 (links): Der Kaufmann Georg Gize aus Danzig, im Stalhof porträtiert von Hans Holbein dem Jüngeren mit seinen Berufsinsignien (Petschaft und Siegelring) (Lerner 1955, 8).

Abb. 4 (rechts): Tuchballen mit der Hausmarke des Besitzers; Holzschnitt von 1568, in: Jost Ammann, Stände und Handwerker (Hardach/Schilling 1980, 86).

Literatur

- Falk, Alfred: Fässer mit Marken. Ein Beitrag zur Transport- und Handelsgeschichte; in: Mitteilungen der Gesellschaft für Archäologie des Mittelalters und der Neuzeit 14, 2003, 45–49.
- Girling, Frank Aldous: English Merchants' Marks. A field survey made by merchants and tradesmen in England between 1400 and 1700. London 1964.
- Hardach, Gerd/Schilling, Jürgen: Das Buch vom Markt. Eine Wirtschafts- und Kulturgeschichte. Luzern/Frankfurt 1980.
- Lerner, Franz: Marke und Zeichen im Handel und Wandel. Bielefeld 1955.
- Scheuerer, Julia: Bleiplomben der frühen Neuzeit aus dem Lübecker Stadtgebiet. Unpublizierte Magisterarbeit. Kiel 1996.
- Stoeven, Mercedes: Der Gewandschnitt in den deutschen Städten des Mittelalters (Abhandlungen zur mittleren und neueren Geschichte 59). Berlin/Leipzig 1915.
- Van der Wee, Herman/Materné, Jan: De Antwerpse wereldmarkt tijdens de 16de en de 17de eeuw; in: Van der Stock, Jan (Hrsg.): Antwerpen verhaal van een metropool. 16de–17de eeuw. Ausst.-Kat. Antwerpen 1993, 19–33.