

Inhalt

Vorwort.....	7
<i>Thomas Ertl (Berlin)</i>	
Ars Vendendi: Werbung und kommerzielle Praktiken im Mittelalter	9
SUMMARY	50
<i>Christina Brauner (Tübingen)</i>	
Zwischen Praxis und Polemik: Werbung und die Geschichte vormoderner Ökonomie.....	51
SUMMARY	89
<i>Ulrich Müller (Kiel)</i>	
Marktplätze als Orte und Räume materieller Praktiken einer Ars Vendendi... ..	91
SUMMARY	147
<i>Christian Jaser (Kassel)</i>	
Der Mercato Vecchio als kommerzielles Epizentrum: Strategien und Praktiken des Verkaufens im spätmittelalterlichen Florenz	149
SUMMARY	184
<i>Tanja Skambraks (Graz)</i>	
Überzeugen, Handeln, Feilschen. Wirtschaftsethik und kommunikatives Handeln mittelalterlicher Kaufleute.....	185
SUMMARY	210
<i>Angela Huang (Lübeck)</i>	
Die Marke vor der Marke: Beschaffenheit und Verbindlichkeit des Markenwesens im mittelalterlichen Textilgewerbe	211
SUMMARY	256
<i>Thomas Frank (Pavia)</i>	
Mit allen Mitteln. Multimediale Werbung für Pilgerziele (13.–15. Jahrhundert)	257
SUMMARY	289

<i>Gregor Rohmann (Rostock)</i>	
Drei Eier oder Gotteslohn. Das mittelalterliche Gesundheitswesen zwischen Wohltätigkeit und Marktorientierung	291
SUMMARY	339
<i>Rebecca Müller (Heidelberg)</i>	
Mittelalterliche Künstlersignaturen als Werbestrategie?	341
SUMMARY	376
<i>Sabine von Heusinger (Köln)</i>	
Unterkäufer als Makler des Vertrauens.....	379
SUMMARY	407
<i>Julia Exarchos (Aachen)</i>	
Das Suchen, Finden und Vermitteln von Arbeit in der spätmittelalterlichen und frühneuzeitlichen Stadt	409
SUMMARY	450
<i>Paul Schweitzer-Martin (München)</i>	
<i>Wäre yemants, der gute Bucher kauffen wollte.</i> Strategien zum Vertrieb und Bewerben von Inkunabeln	451
SUMMARY	482
<i>Colin Arnaud (Münster)</i>	
Zusammenfassung: Institutionalisierung und Semiotik kommerzieller Transaktionen im Mittelalter	483
SUMMARY	496
Orts- und Personenregister	497