

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

Gregor Rohmann (Rostock)

Drei Eier oder Gotteslohn. Das mittelalterliche Gesundheitswesen zwischen Wohltätigkeit und Marktorientierung	291
SUMMARY	339

Rebecca Müller (Heidelberg)

Mittelalterliche Künstlersignaturen als Werbestrategie?	341
SUMMARY	376

Sabine von Heusinger (Köln)

Unterkäufer als Makler des Vertrauens	379
SUMMARY	407

Julia Exarchos (Aachen)

Das Suchen, Finden und Vermitteln von Arbeit in der spätmittelalterlichen und frühneuzeitlichen Stadt	409
SUMMARY	450

Paul Schweitzer-Martin (München)

<i>Wäre yemants, der gute Bucher kauffen wollte.</i> Strategien zum Vertrieb und Bewerben von Inkunabeln	451
SUMMARY	482

Colin Arnaud (Münster)

Zusammenfassung: Institutionalisierung und Semiotik kommerzieller Transaktionen im Mittelalter	483
SUMMARY	496
Orts- und Personenregister	497