

**Der Warenverkauf des Handelshauses Amman
in Schaffhausen 1748–1779:
Methoden und Entwicklungslinien**

Hausarbeit im Rahmen der Ersten Staatsprüfung
für das Lehramt an Gymnasien

vorgelegt von

Alexander Engel

Göttingen, den 5. Juni 2000

Prüfer:

Prof. Dr. Karl Heinrich Kaufhold

Prof. Dr. Walter Zucchini

INHALT

Einleitung.....	3
A. Quellen und Methoden.....	10
1. Die Überlieferung und der Aufbau der Buchhaltung.....	10
2. Auswahl und Erfassung der zentralen Quelle	15
3. Aufbereitung des zentralen Quellenmaterials	20
B. Überblick über die Ammansche Handlung	26
1. Biographischer Rahmen	26
2. Die allgemeine Entwicklung des Geschäfts	30
3. Überblick über das Warensortiment	37
4. Absatzraum und Kundenkreis	42
C. Der Handel mit einzelnen Produkten	51
1. Indigo.....	51
2. Baumwolle.....	60
3. Zucker und Kaffee.....	69
Zusammenfassung und Schlussfolgerungen	82
Anhang	88
1. Quellen- und Literaturverzeichnis.....	88
1.1 Unveröffentlichte Quellen	88
1.2 Gedruckte Quellen	88
1.3 Zeitgenössische Nachschlagewerke.....	88
1.4 Literatur.....	89
2. Verzeichnis der Tabellen, Graphiken und Abbildungen.....	93
2.1 Tabellen	93
2.2 Graphiken	93
2.3 Karten und Abbildungen	94

EINLEITUNG

Im Stadtarchiv von Schaffhausen liegt ein Bestand von Buchhaltungsunterlagen aus der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts, der unter dem Titel „Bankhaus Heinrich von Amman“ firmiert¹. Die Charakterisierung als Bankhaus nimmt dabei allerdings spätere Zeiten vorweg, denn schon ein erster Blick in die Unterlagen zeigt, daß zu Beginn der Überlieferung in der Mitte des Jahrhunderts der Warenhandel die nahezu einzige Geschäftssparte, am Ende der Überlieferung um 1780 der Warenhandel noch immer eine gewichtige Rolle neben dem Handel mit Wechselln einnahm. Die Höhe der Umsätze und die Weiträumigkeit der Handelsbeziehungen – im Wareneinkauf etwa bis an die französische Atlantikküste und in die Niederlande, nach Marseille oder sogar nach Cadiz, im Warenverkauf nach Augsburg und Nürnberg, und schließlich sogar bis nach Leipzig, Prag, Wien oder auch Venedig – zeigen, daß die hinterlassenen Unterlagen einem Unternehmen von überregionaler Bedeutung zuzuordnen sind, welches besonders am Handel mit außereuropäischen Waren und dabei besonders mit Rohwaren für das aufstrebende vorindustrielle Textilgroßgewerbe einen gewichtigen Anteil hatte. Eine Auswertung dieser Unterlagen verspricht somit Erkenntnisse nicht nur für die Handelsgeschichte Europas im Ancien Régime, sondern auch – im Hinblick auf den ‚Input‘ des Textilgewerbes – Erkenntnisse über einen der wichtigsten Sektoren der Wirtschaft in der Vorphase der industriellen Revolution.

Der Weg von den Quellen bis zur Einordnung der aus ihnen gewonnenen Erkenntnisse in den übergeordneten wirtschaftshistorischen Kontext ist allerdings im Falle einer Quellengattung wie der frühneuzeitlichen Buchhaltungsunterlagen besonders weit. Buchhaltungsunterlagen zeichnen sich dadurch aus, daß in ihnen auf breitem Raum die Aktivitäten eines einzelnen Teilnehmers am gesamten Prozeß des Wirtschaftens ausgebreitet sind. Die besondere Charakteristik dieser Aktivitäten ist nicht in einem Blick faßbar, wird in der Masse der überlieferten Einzelaktionen zunächst kaum erkennbar. Somit bedarf es einer besonderen methodisch-theoretischen Fundierung der Aufbereitung und Auswertung einer solchen Quelle. Umso erstaunlicher ist es, daß diesem Problem in entsprechenden Arbeiten über einzelne Unter-

1 Stadtarchiv Schaffhausen, G.02.09 Familienarchiv Frey, Bestand „Bankhaus Heinrich von Amman“. – In der Literatur findet sich häufig die Schreibung Amman, während die Schreibung in den Unterlagen selbst Amman ist. Letztere Form wird daher im folgenden vom Verfasser verwendet.

nehmen kaum Aufmerksamkeit geschenkt wird. In der handelshistorischen Literatur – denn auf die Buchhaltung von *Handelshäusern* sollen sich die folgenden Ausführungen beschränken – findet weder eine Reflexion der besonderen Probleme dieser Quellengattung noch eine Diskussion der verschiedenen, implizit und fast intuitiv entwickelten Vorgehensweisen bei der Interpretation einer solchen Quelle statt.

Ein erstes Beispiel ist die teilweise Auswertung der Ammanschen Buchhaltung selbst, die vom Schweizer Historiker Ernst Rüedi vorgenommen und 1958 in einem Aufsatz veröffentlicht wurde². Rüedi konzentriert sich auf Ammans Besuche der Zurzacher Messen, was nur den Umfang der Untersuchung, aber kaum die methodischen Probleme verringert. Einen bedeutenden Teil dieser Untersuchung nimmt die biographische bzw. prosopographische Seite ein, sodann gibt Rüedi einen Überblick über das Kundennetz, wobei er die Bedeutung von Personen bzw. Orten an der Menge der überlieferten Korrespondenz abschätzt. Aus einer ungefähren Durchsicht der eigentlichen Buchhaltungsunterlagen verschafft sich Rüedi einen Eindruck von Umfang und Natur des Geschäfts und bringt ihn unter Heranziehung vermeintlich typischer oder auch einfach nur interessanter Buchungen zu Papier. Die Ergebnisse sind somit in höchstem Maße subjektiv und für den Leser nicht mehr nachvollziehbar. Der einzige von einem methodischen Grundsatz geleitete Teil der Auswertung ist die Auszählung der Korrespondenz, welche als Indikator für die Intensität von Geschäftsbeziehungen aber nur sehr eingeschränkt brauchbar ist: Der Verkauf großer Warenmengen kann auch mit knapper Korrespondenz bewerkstelligt werden, während umfangreiche Korrespondenz oft wegen geringer Streitigkeiten geführt wird, wie bei Rüedi selbst nachzulesen ist: „So gingen im einzigen Jahr 1754 gegen ein Dutzend Briefe zwischen Ammann [*sic*] und einem gewissen Heinrich Troll in Winterthur hin und her bloß deshalb, weil Ammann den Neuen Louis d’or zu 10 Gulden und den Neutaler zum Kurs von 2½ Gulden einsetzte, während Troll [...] die entsprechenden Ansätze auf 9 fl. 36 Kreuzer bzw. 2 fl. 24 Kreuzer reduziert wissen wollte“³. Weiterhin ist die Korrespondenz überhaupt als Quellengattung von den Buchhaltungsunterlagen im engeren Sinne zu unterscheiden, denn durch eine inhaltliche Analyse der Briefe lassen sich zwar wertvolle Erkenntnisse über die Organisati-

2 Ernst RÜEDI, Ein Schaffhauser Handelshaus auf den Zurzacher Messen des 18. Jahrhunderts, in: Schaffhauser Beiträge zur vaterländischen Geschichte 35 (1958), S. 107-126.

3 Ebd., S. 112.

on des Handels gewinnen⁴, im Gegensatz zur Buchhaltung aber keine genauen und vollständigen Resultate zu Umfang, Spektrum, Richtung und Rentabilität des Warenhandels.

Ob auf eine oberflächliche Durchsicht der Buchhaltung bzw. der Korrespondenz, vielleicht auch auf biographisches Material oder sonstige Quellen gestützt: Kurze Charakterisierungen einzelner Unternehmen im Hinblick auf ihren Tätigkeitsbereich, ihr Kundennetz oder auch ihren wirtschaftlichen Erfolg oder Mißerfolg, wie sie eben etwa Rüedi vorgenommen hat, sind durchaus verdienstvoll und nützlich⁵. Sie werfen Schlaglichter auf Handelsbeziehungen, zeigen die verschiedenen möglichen Typen und Formen von Unternehmen und erleichtern überhaupt die Bildung handelshistorischer Thesen. Wenn aber die Behandlung eines Unternehmens in einem größeren Rahmen geschieht, im Ergebnis etwa eine Monographie statt eines Aufsatzes erscheint, dann darf man eine möglichst objektive, vollständige und detaillierte Darstellung der Geschäftstätigkeit erwarten. Wie erläutert, kann dies nur auf der Basis der Buchhaltung geschehen und desweiteren nur dann erfolgreich sein, falls die Auswertung mit einer sinnvollen, begründeten und nachvollziehbaren Methodik erfolgt. Diesen Anforderungen wird die entsprechende Literatur bisher nicht gerecht.

In seiner Abhandlung über das Handelshaus Donner auf Visby etwa unternimmt Bohn keinen Versuch, sein Vorgehen bei der Auswertung der Donnerschen Buchhaltung überhaupt darzulegen, geschweige denn zu begründen⁶. Die konkreteste Aussage besteht in der Erklärung, warum ein Firmenarchiv überhaupt ausgewertet werden sollte: „Aus keinem anderen Material läßt sich eine so große Fülle genauester Angaben zur Struktur dieses Handels und zur Tätigkeit des Kaufmanns gewinnen“⁷. Wie diese große Fülle von Angaben aber zu Aussagen über das Unternehmen verdichtet werden kann, bleibt unklar. Faktisch erfolgt sie bei Bohn in der schon für Rüedi besprochenen Weise, daß ein aus der Durchsicht der Unterlagen subjektiv gewonnener Eindruck durch die Besprechung vermeintlich typischer oder wichtiger

4 Beispielhaft etwa Peter HÖFER, *Deutsch-französische Handelsbeziehungen im 18. Jahrhundert. Die Familie Breton frères in Nantes (1763–1766)*, Wiesbaden 1982.

5 Die Reihe solcher Arbeiten ist lang, beispielhaft für den Schweizer Raum etwa Louis BERGERON, « Pourtalès & Cie » (1753–1801) : Apogée et déclin d'un capitalisme, in: *Annales É.S.C.* 25 (1970), S. 498-517; Hans Conrad PEYER, *Von Handel und Bank im alten Zürich*, Zürich 1968; Niklaus RÖTHLIN, Ein Blick auf die Bezugs- und Absatzgebiete des schweizerischen Grosshandels anhand einiger Bilanzen aus dem 18. Jahrhundert, in: Paul BAIROCH / Martin KÖRNER (Hrsg.), *Die Schweiz in der Weltwirtschaft (15.–20. Jh.)*, Zürich 1990.

6 Robert BOHN, *Das Handelshaus Donner in Visby und der gotländische Außenhandel im 18. Jahrhundert*, Köln 1988.

7 Ebd., S. 12.

Auszüge der Quelle dokumentiert wird. Fierz' Dissertation über die Basler Firma Christoph Burckhardt⁸ stellt insofern einen Fortschritt dar, als dabei – wie durch einen eingeschobenen Anhang⁹ deutlich wird – die gesamte Geschäftstätigkeit erfaßt wird. Die abgedruckten Tabellen enthalten zum einen die monatlichen Summen der Ein- bzw. Verkäufe und zum anderen die Summen der im Gesamtzeitraum bei den einzelnen Kunden getätigten Ein- und Verkäufe. Um welche Waren in welchen Anteilen es sich dabei handelt, wird nicht deutlich. Bis auf den Hinweis, „[a]lle Daten stammen aus dem Hauptbuch 1803–1827“¹⁰ findet sich keine Erläuterung, auf welche Weise diese Daten aus der Buchhaltung gewonnen wurden. Höchstwahrscheinlich wurden dazu die Umsätze auf dem Warenkonto summiert – was aber, wie sich zeigen wird, methodisch unhaltbar wäre. Die Abhandlung von Zellfelder über das Frankfurter Handels- und Bankhaus Bethmann¹¹ unternimmt einen solchen Ansatz, doch wird hier immerhin zumindest kurz über die Eignung verschiedener Teile der Buchhaltung zur Auswertung diskutiert und das gewählte Vorgehen bei der Auswertung transparent gemacht. Kritik kann hier also nicht an einer fehlenden methodisch-theoretischen Fundierung geübt werden, wohl aber am methodischen Ansatz als solchem. Dieser besteht konkret darin, die Umsätze auf einzelnen Konten des Hauptbuchs jahrweise zu erfassen und auf dieser Grundlage – vermeintlich – exakte Angaben etwa über das Verhältnis von Wechselhandel und Warenhandel zu machen. Für Buchhaltungen des späten 18. Jahrhunderts ist ein solches Vorgehen schon deswegen im Allgemeinen unhaltbar, weil wie auch im Fall der Ammanschen Buchhaltung ein Blick in die Journale – so sie denn vorhanden sind – erweist, daß etwa auf dem *sogenannten* Warenkonto nicht ausschließlich und oft zu geringen Teilen wirkliche Warengeschäfte gebucht worden sind. Darüber hinaus vermag ein solches Vorgehen zwar das Kundennetz eines Handelshauses als ganzes abzubilden, Kundennetze für einzelne Geschäftssparten wie Bankgeschäfte oder der Handel mit bestimmten Waren oder Warengattungen können so aber nicht erarbeitet werden. Schließlich ist für ein Unternehmen, welches unterschiedliche Geschäftssparten nebeneinander betreibt, selbst das Kundennetz für den Umsatz als ganzes wenig aussagekräftig.

8 Peter FIERZ, Eine Basler Handelsfirma im ausgehenden 18. und zu Beginn des 19. Jahrhunderts. Christoph Burckhardt & Co. und verwandte Firmen, Zürich 1994.

9 Ebd., S. 115-128.

10 Ebd., S. 115.

11 Friedrich ZELLFELDER, Das Kundennetz des Bankhauses Gebrüder Bethmann, Frankfurt am Main, im Spiegel der Hauptbücher (1738–1816), Stuttgart 1994.

Nachdem die Forschung wenig bis gar nichts zu der besonderen Problematik der Auswertung einer frühneuzeitlichen Buchhaltung beizutragen hat, kann die folgende Abhandlung über das Handelshaus Amman nicht nur oder vorrangig von inhaltlichen Fragen geleitet sein. Sie muß zunächst das methodische Problem lösen, wie frühneuzeitliche Buchhaltungen mit ihrer großen – dafür recht strukturierten – Masse von Informationen aufbereitet und ausgewertet werden können. Diese Aufgabenstellung untergliedert sich in zwei Teilbereiche.

In der heutigen Zeit wird die Handhabung großer Informationsmengen durch die Möglichkeiten der elektronischen Datenverarbeitung unterstützt und erleichtert. Somit bietet sich als erster Schritt die Erfassung und Aufbereitung der Buchhaltung in einer Datenbank an¹². Dieser Schritt ist insofern methodisch nicht trivial, als sich mit einer nicht hinreichend planvoll strukturierten Datenbank unter Umständen Fragen nicht beantworten lassen, über die die Quelle eigentlich durchaus Auskunft geben könnte. „Deshalb muß es für quellenorientierte Datenverarbeitung stets oberste Maxime bleiben, die Quellen in dem Zustand, in dem sie sind, auf den Rechner abzubilden“¹³. Liegt nach der Erfassung einer Quelle dann eine Auswertungsstrategie vor, kann die Quelle im Rechner für diese Strategie adäquat aufbereitet werden. Im Falle einer Auswertung von Buchhaltungsunterlagen umfaßt die Aufbereitung vor allem Fragen der Datenvereinheitlichung – was etwa Varianten von Firmenbezeichnungen oder die verwendeten Maße, Gewichte und Währungen betrifft.

In einem zweiten Schritt kann dann das Material einer Auswertung unterzogen werden. Ziel dieser Auswertung ist es, die Masse der Informationen zu möglichst objektiven Aussagen über die Charakteristik der Geschäftstätigkeit zu verdichten, mit anderen Worten: aus der Quelle heraus eine ‚Innensicht‘ des Unternehmens zu erarbeiten. Ohne die genaue Kenntnis von Kundenkreis, Warensortiment und Richtung, Umfang und auch Rentabilität des Handels mit den einzelnen Waren ist eine adäquate Einordnung des Handelshauses in den wirtschaftshistorischen Kontext nicht möglich.

12 Zu der Problematik der Abbildung historischer Quellen in Datenbanken vgl. etwa: Manfred THALLER, Gibt es eine fachspezifische Datenverarbeitung in den historischen Wissenschaften? – Quellenbanktechniken in der Geschichtswissenschaft, in: Karl Heinrich KAUFHOLD / Jürgen SCHNEIDER (Hrsg.), *Geschichtswissenschaft und historische Datenverarbeitung*, Stuttgart 1988, S. 45-83. Der Aufsatz beschäftigt sich nicht mit technischen Fragen der schnellegenden Computerbranche, sondern mit grundlegenden theoretischen Fragen und ist trotz seines Erscheinungsdatums keineswegs veraltet.

13 Vgl. Wolfgang LEVERMANN, *Kontextsensitive Datenverwaltung*, Göttingen 1991, S. 4.

In einem dritten, im Rahmen dieser Arbeit aber nicht mehr zu leistenden Schritt kann unter Hinzuziehung der übergeordneten handelshistorischen Literatur die Innensicht in eine Außensicht erweitert, können also die speziellen Aktivitäten des einen Akteurs in das gesamte wirtschaftliche Geschehen der Zeit eingebettet werden. Um dies noch einmal ausdrücklich zu betonen: Die Durchführung auch dieses dritten Schrittes würde, in der nötigen Sorgfalt ausgeführt, letztendlich den hier vorgegebenen Rahmen einer Staatsexamensarbeit sprengen. Aus demselben Grund erfolgt eine Beschränkung, zumindest aber Schwerpunktsetzung auf den Ammanschen *Warenverkauf*. Der methodisch-theoretische Ertrag der Arbeit wird durch diese Einschränkung nicht geschmälert, da die Ergebnisse ohne weiteres auf den Wareneinkauf übertragbar sind.

Das Ziel der vorliegenden Arbeit liegt also darin, anhand der Buchhaltung des Schaffhauser Handelshauses Amman eine Methodik der Erfassung und Auswertung frühneuzeitlicher Buchhaltungen von Handelshäusern exemplarisch zu entwickeln. Hierzu werden in einem ersten Kapitel Aufbau und grundsätzliche Probleme der Quelle erörtert, ein Konzept zur Übertragung der Quelle in eine Datenbank entwickelt und die für die Aufbereitung der Daten relevanten metrologischen und die Währungen betreffenden Fragen erörtert. In einem zweiten Kapitel wird im Hinblick auf Biographie und Geschäftsentwicklung, aber auch auf das Warensortiment und den Kundenkreis ein Überblick über das Handelshaus Amman gegeben, um auf diesem Hintergrund in einem dritten Kapitel eine detaillierte Analyse des Handels mit den vier wichtigsten Waren durchzuführen.

Warum die einzelnen Waren, nicht aber die einzelnen Kunden im Mittelpunkt der detaillierten Auswertung, stehen bedarf einer Erläuterung. Grundsätzlich ist es auch und gerade bei einer Fallstudie erstrebenswert, Erkenntnisse zum Verständnis allgemeinerer historischer Phänomene zu erarbeiten. Historisches Detailwissen gewinnt seine Relevanz erst dann, wenn aus ihm heraus Thesen zu übergeordneten Strukturen und Prozessen verifiziert oder falsifiziert und mehr noch, wenn solche Thesen durch induktive Schlüsse überhaupt erst aufgestellt werden können. Eine Fallstudie, die über das Sammeln prosopographischer Daten zum Kundenkreis und eine Einschätzung einzelner Kunden bezüglich ihrer Wichtigkeit für das zu untersuchende Unternehmen¹⁴ nicht hinausgelangt, genügt einer solchen Anforderung nicht.

14 Per se läßt sich aus der Buchhaltung eines Unternehmens nur entscheiden, ob bestimmte Waren oder Kunden für das buchführende Unternehmen selbst von Relevanz waren, nicht aber, ob sie für den Handel in jener Zeit von *allgemeiner* Bedeutung waren.

Wird der Kunde zur zentralen Kategorie der Auswertung gemacht, müssen über die einzelne Person bzw. das einzelne Unternehmen hinaus Typen entwickelt und in ihrer wirtschaftlichen Funktion charakterisiert werden. Dies ist angesichts der üblichen Vielzahl an Geschäftspartnern – alleine im Zuge der folgenden Auswertung werden Geschäfte mit fast 1.000 verschiedenen Kunden berücksichtigt – kaum zu leisten. Prosopographische Angaben lassen sich auch bei größter Anstrengung nur für eine Minderzahl finden, und genügen selbst dann kaum einer Charakterisierung, wie sie für die Zuordnung des einzelnen Unternehmens zu einem Typus nötig wäre. Auch eine Charakterisierung des einzelnen Kunden aus der Buchhaltung selbst heraus ist nur sehr eingeschränkt tragbar. So ist es zwar einfach, aufgrund des Kaufverhaltens einen Endverbraucher für Genußmittel von einem Textilgroßhändler zu unterscheiden, doch wie ist ein Kunde einzuschätzen, der mittelgroße Mengen Farbstoffe einkauft: Ist es ein Färber, ein Kattendrucker, ein Großhändler? Dies ist ohne Zuhilfenahme prosopographischer Forschung nicht zu klären.

Der Rückgriff auf die Ware als zentraler Kategorie der Auswertung führt dagegen sehr viel umfassender und direkter zu allgemeineren Ergebnissen. Indem über die unternehmenshistorische Ebene hinausgegangen wird, rücken grundsätzlichere handelshistorische Fragen, nämlich nach Umfang, Richtung und Beschaffenheit von Waren- und Geldströmen in den Vordergrund. Das einzelne Handelshaus interessiert nicht mehr vorrangig in seinem Verhältnis zu konkreten anderen wirtschaftlichen Akteuren, sondern als Vermittler und Träger des Warenaustausches: Das Interesse liegt nicht mehr nur auf der *Position*, sondern vor allem auch auf der *Funktion* eines beispielhaft behandelten Akteurs im gesamten Prozeß des Wirtschaftens.

A. QUELLEN UND METHODEN

1. DIE ÜBERLIEFERUNG UND DER AUFBAU DER BUCHHALTUNG

Die im Schaffhauser Stadtarchiv lagernden Bestände zum Ammanschen Bank- und Handelshaus erfassen im wesentlichen die Geschäftstätigkeit vom Ende der 1740er Jahre bis in die späten 1770er Jahre. Die vierzehn erhaltenen, jeweils sehr umfangreichen Briefkopierbücher enthalten ausgehende Korrespondenz aus der Zeit von 1747 bis 1783¹⁵. Da jedes von ihnen aber nur wenige Monate umfaßt, ist folglich wohl höchstens ein Drittel der in dieser Zeit tatsächlich ausgehenden Briefe auf uns gekommen – immerhin sind die ausgehenden 1760er Jahre und die Zeit von 1773–1778 recht gut abgedeckt. Trotzdem wird die Korrespondenz für die vorliegende Abhandlung kaum herangezogen, da sie für die hier behandelten Fragestellungen gegenüber der eigentlichen Buchhaltung keinen Mehrwert hat.

Es handelt sich in diesem Fall um eine doppelte Buchhaltung, die zeitgenössischen Grundsätzen folgt, welche im deutschsprachigen Raum – in Anlehnung an italienische Vorbilder – in ihren wesentlichen Zügen bereits im 16. Jahrhundert ausgebildet wurden¹⁶. Üblich war demnach ein dreistufiger Aufbau aus Memorial, Journal und Hauptbuch¹⁷. In ersteres erfolgte die unmittelbare, also rein chronologische und dabei möglichst ausführliche Niederschrift der Geschäftsvorgänge. In regelmäßigen Abständen wurden diese Notizen nach sachlichen Gesichtspunkten geordnet und in formalisierten Buchungen in ein Journal übertragen. Aus diesem ließ sich dann verhältnismäßig einfach Schritt für Schritt ein Hauptbuch aggregieren, in welchem endgültig die sachliche Ordnung über die chronologische gestellt und die auf das äußerste verkürzten Buchungen einzelnen Konten zugewiesen wurden. Vom 16. bis zum beginnenden 19. Jahrhundert erfuhr dieses System nur noch wenige Modifikationen, die allesamt die Ebene des Memorials betreffen. Zunächst einmal erwies es sich in vielen Firmen als zweckmäßig, die Protokollierung von Bargeldein- und ausgängen statt einem Buchhalter einem gesonderten Kassierer zu überlassen und also diese Vorgänge nicht im Memorial, sondern in einem gesonderten Kassenbuch zu ver-

15 Stadtarchiv Schaffhausen, G.02.09 Familienarchiv Frey, Bestand „Bankhaus Heinrich von Amman“, Stücke 13–25.

16 Vgl. hierzu und im folgenden: Balduin PENNDORF, *Geschichte der Buchhaltung in Deutschland*, Leipzig 1913 (ND Stuttgart 1966).

17 Ebd., S. 172-179.

zeichnen¹⁸. Im späten 17. Jahrhundert wird in Frankreich, im frühen 18. Jahrhundert auch in Deutschland die komplette Zerlegung des Memorial in eine Reihe von Kladden – etwa Wareneingangs- und -ausgangsbuch, Kassen- und Notizbuch – propagiert¹⁹.

Tatsächlich finden sich im heutigen Bestand noch zwei Bücher²⁰, die ihrem Inhalt nach als Warenausgangs- und Frachtbücher klassifiziert werden können, zumal sich auf dem Einband des einen die Buchstaben „...gang-Bu...“, also sicher „[Aus]gang-Bu[ch]“ entziffern lassen. Diese Bücher betreffen den Zeitraum von November 1764 bis Dezember 1770 und Januar 1775 bis Januar 1781. Das erste dieser Bücher läßt sich sogar noch durch ein vorgelagertes Bestellbuch ergänzen, in welchem für die Zeit von Dezember 1761 bis Mai 1772 die über Briefwechsel oder persönliche Begegnung auf Messen und Verkaufsreisen zustande gekommenen Bestellungen notiert sind²¹. Leider ist umgekehrt kein Wareneinkaufsbuch überliefert, aber daß ein solches geführt wurde, ist mehr als wahrscheinlich. Das Format dieser Kladden machte eine Mitnahme auf Reisen beschwerlich oder sogar unmöglich, weswegen für die Besuche etwa der Zurzacher Messe eine gesonderte, im Format kompaktere Kladde geführt wurde – eine solche für die Jahre 1757–1767 ist noch heute vorhanden²². Im Bereich des Wechselhandels mußten keine entsprechenden Kladden geführt werden, denn die eingegangenen Wechsel bildeten im Wechselportefeuille *eo ipso* eine (nicht gebundene) Kladde, während die ausgehenden Wechsel analog zur eigentlichen Korrespondenz in Kopierbücher abgeschrieben wurden, von denen auch einige erhalten sind. Kassenbücher schließlich sind nicht auf uns gekommen, ihre

18 Dafür spricht sich etwa Matthäus Schwarz, der bekannte Buchhalter der Fugger aus: vgl. ebd., S. 180f.

19 Der erste Beleg für diese Idee findet sich in Mathieu de la Portes 1673 veröffentlichten Werk „Le Guide des Négocians et Teneurs de Livres“, in Deutschland erstmals in Johann Georg Schoapps „Buchhalterischen Belustigungen“ von 1714: vgl. ebd., S. 201-204. Man findet diese Form der Buchhaltung in der Mitte des 18. Jahrhunderts auch schon im Ostseeraum, vgl. BOHN, Donner, S. 21, FN 51.

20 Stadtarchiv Schaffhausen, G.02.09 Familienarchiv Frey, Bestand „Bankhaus Heinrich von Amman“, Stücke 26 und 29.

21 Ebd., Bestellbuch 1761–1772 [eigentlich, aber mißverständlich: „Rechnungsbücher 1761–1771“]. Angesichts dieser Quellenüberlieferung wäre es demnach möglich, über das einfache Ziel der vorliegenden Abhandlung – Bestimmung des Umfangs und der Richtung der Handelsströme – hinaus für die 1760er und 1770er Jahre eine detaillierte Untersuchung auch über Technik und Organisation des Handels anzustellen. Unter Heranziehung insbesondere der Korrespondenz, des Bestellbuches, der Warenausgangsbücher, aber auch der Journale ließe sich die gesamte Warendistribution, von der Geschäftsanbahnung über die Beschaffung der Ware, die Umstände der Spedition und Auslieferung bis zu den Umständen der Bezahlung umfassend und im Detail nachvollziehen.

22 Ebd., Messbuch 1756–1767.

Existenz ist angesichts der sehr knappen Form der Cassabuchungen im Journal aber stark zu vermuten.

Die Geschäftsvorfälle in diesen Kladden bzw. diesem Kladdensystem wurden in einem ersten Abstraktionsschritt monatsweise zusammengeführt, mit Blick auf das Hauptbuch vorsortiert und in verknappter, formalisierter Weise in ein Journal übertragen – oder, um es mit den Termini der doppelten Buchführung zu sagen: Die Geschäftsvorfälle wurden als Buchungen in einem Kontensystem notiert. In der Ammanschen Buchhaltung treten neben den Personenkonten – auf denen der Bestand an Forderungen an bzw. von den einzelnen Geschäftspartnern verzeichnet sind – zunächst zwei, später drei wichtige Sachkonten auf. Als erstes ist hier das Cassakonto zu nennen, auf dem Ab- und Eingänge an Bargeld verzeichnet werden. Das Gegenstück hierzu bildet das Warenkonto, auf dem allerdings nicht nur ein- und ausgehende Waren, sondern auch erbrachte oder in Anspruch genommene Leistungen – etwa der Spedition –, Ausgaben und Einnahmen an Gebühren u.ä. und zunächst auch noch ein- und ausgehende Wechsel verbucht werden. In späterer Zeit wird, des besseren Überblicks wegen, der Handel mit bestimmten Waren – allerdings nur zeitweise – auf gesonderte Konten ausgelagert, ab 1759 auch – aber nun permanent – der Handel mit Wechseln. Daneben bestehen noch zwei ‚kleinere‘ Sachkonten zur Verwaltung der Mittel für Reisen bzw. für „Haushaltungskosten“, sowie Kapital- und „Corrent“-konten, auf die später noch eingegangen wird. Während nun das System der doppelten Buchführung, wie die Bezeichnung andeutet, einem einzelnen Geschäftsvorfall stets zwei komplementäre Buchungen auf zwei verschiedenen Konten zuordnet²³, ist im Journal zunächst nur eine der beiden Buchungen aufgeführt. Monat für Monat werden zunächst einmal alle Buchungen an bzw. vom Cassakonto in aller Kürze aufgeführt. Die äußerste Verknappung der Buchungen läßt, wie schon gesagt, die Führung eines Kassenbuches vermuten, welches bei Zweifelsfällen ausführlichere Auskunft über den Geschäftsvorfall geben konnte. Es folgte eine Auflistung der Buchungen an bzw. vom Warenkonto (*Abbildung*) – natürlich mit Ausnah-

23 Um ein Beispiel zu geben: Bei einem Warenverkauf vermindert sich der Warenbestand um einen bestimmten Betrag, während sich die Forderungen an den Käufer um denselben Betrag erhöhen. Folglich wird der Betrag auf dem Warenkonto auf die Habenseite, auf dem für den Käufer geführten Personenkonto hingegen auf die Sollseite gebucht. Somit muß bei korrekter Verbuchung – dies ist die Kontrollmöglichkeit der doppelten Buchführung – die Summe der Habenbuchungen über alle Konten stets gleich der Summe der Sollbuchungen über alle Konten sein.

Mit Soll! Anno 1750. in Schaffhausen.		423.
Monath Aprilis		
folgende 5 Debitores Söllere / 427. 53		an
167 Johann Conrad v. d. A. v. d. A. v. d. A.		
176 Johann Conrad v. d. A. v. d. A. v. d. A.		
p. 1/2 R. Zucker n. 378. Jarimann		
4 1/2 R. 55. Canari	1.50	127.30
7 1/2 R. Hejebrodt	1.48	35.25
das Rest		24
		63.30
145 Johannes Schmid in Landenwil		
1/2 R. diversi n. 389. Jarimann		
1/2 R. 15. Indigo	1.31	31
28. Mandel	1.30	7.30
15. ord. S. Candil	1.11	6.9
12. Canari	1.50	6.9
12 1/2. Raffinad	1.16	5.38
30. g. Meliss	1.10	12
30. f. gallus	1.52	5.12
30. w. Ditt	1.10	1
10. gummy	1.28	2.48
2 1/2. viol. Tabac en poudre	1.20	5
3 1/2. Ditt en Carottes	1.21	3.15
2000. Edatterie / 2 in	1.12	4
1000. Plint / 1 in	1	1.12
1/2 R. G. D. n. 360. n. 50 1/2	1.59 1/2	35.14
2 R. 1/2. und 1/2. Schaffh.		1.38
		130.36
222 Martin Dornherr in Dorrenbirn		
1/2 R. mit 2. Schaffh. n. 362.		
1/2 R. 20. Allain	1.39	2.30
15. Indigo	1.35	31.35
1/2 R. 1/2. Schaffh.	1.16	1.36
2 R. 1/2. Schaffh.		10
		38.16
167 Franz Joseph Lajfer sel Lüttib in Brugg		
1/2 R. Zucker n. 363. Jarimann		
1/2 R. 30. Canari	1.50	125
55. Hejebrodt	1.48	25.26
50. Raffinad	1.16	45
das Rest		30
		73.56
146 Daniel Frey und Sohn in Landen		
1/2 R. Schaffh. n. 364. Jarimann		
3. R. 10. f. Indigo n. 85	1.70	59.30
1/2 R. Indigo n. 365. " 27 1/2	1.31 1/2	57.17
1/2 R. Schaffh. Capre	1.12	3.43
1/2 R. und 1/2. Schaffh.	1.33	26
		120.56
		427.53

Abbildung: Auszug aus dem Journal – Buchungen auf der Habenseite des Warenkontos

Quelle: Stadt A Schaffhausen, Bestand Amman, Journal I, S. 423.

me der Buchungen zwischen Waren- und Cassakonto, welche schon in der Rubrik „Cassakonto“ verzeichnet worden sind. Nach 1759 folgten analog die Buchungen auf bzw. an das Wechselkonto, somit verblieben nur noch die Buchungen von einem Personenkonto auf ein anderes. Diese Buchungen wurden am Schluß der Notizen eines Monats – oder auch, soweit auf angefangenen Seiten noch Platz war, einfach dazwischen notiert. Auf Grundlage des Journals war es nun verhältnismäßig einfach, ein Hauptbuch zu erstellen. Man mußte lediglich die im Journal verzeichneten Buchungen Schritt für Schritt auf die entsprechenden Konten im Hauptbuch übertragen und jeweils eine Gegenbuchung auf dem entsprechenden Gegenkonto vornehmen.

Als Produkt dieser Buchhaltung sind uns noch zwei Hauptbücher und vier Journale überliefert. Das erste Hauptbuch setzt im Juli 1762 ein und endet im Juli 1770, das zweite schließt unmittelbar an und reicht bis zum Dezember 1776. Die Journale setzen schon früher ein, das erste reicht vom Mai 1748 bis Juni 1752, es folgt eine Lücke von 4½ Jahren und dann ein zweites Journal vom Januar 1757 bis April 1761, wiederum eine Lücke von diesmal fast 12 Jahren, und schließlich zwei aufeinanderfolgende Journale, welche die Zeit von März 1773 bis Dezember 1779 umfassen.

Aufbauend auf die Hauptbücher sollte als letzte Abstraktionsstufe ein in regelmäßigen Abständen – etwa jährlich – durchgeführter Rechnungsabschluß stehen. Tatsächliche Bilanzen sind in den im Schaffhauser Archiv lagernden Beständen nicht zu finden und angesichts der von Amman geübten Buchhaltungspraxis unter Umständen auch gar nicht erstellt worden. Penndorf weist auf die Möglichkeit hin, daß „der Abschluß auf Grund [sic] einer tatsächlichen Inventarisierung“²⁴ erfolgte, und wirklich hat Amman seine Gewinne und Verluste aufgrund einer Kombination von Inventur und Abschluß der Sachkonten ermittelt. Einmal im Jahr nämlich – anfänglich im Juni, später im Dezember – wurden die Kasse, das Wechselportefeuille und das Lager inventarisiert bzw. bewertet, in den 1770ern zuvor auch der Bestand des Wechselkontos an das Warenkonto – aus dem das Wechselkonto ja ausgegliedert worden war - zurückgeführt. Sodann wurden ein neues Cassa- und ein neues Warenkonto eröffnet, und man belastete die neuen Konten zugunsten der alten jeweils mit dem Gegenwert der tatsächlich vorhandenen Bestände. Damit waren die alten Konten abgelöst und konnten abgeschlossen werden. Da alle Einnahmen und Ausgaben im Rahmen der doppelten Buchführung mit genau einem der beiden Buchungssätze

24 PENNDORF, Buchhaltung, S. 186.

auf dem Warenkonto²⁵ verzeichnet worden waren, lag nun mit dem Saldo des Warenkontos der insgesamt erwirtschaftete Überschuß bzw. das erwirtschaftete Defizit vor, mit anderen Worten: Gewinn und Verlust. Dieser Betrag wurde zuletzt an das Kapitalkonto bzw. die beiden Kapitalkonten von Vater und Sohn übertragen. Größere, nicht das Geschäft betreffende Ausgaben konnten direkt vom Kapitalkonto abgebucht werden, zur besseren Übersicht wurden allerdings sogenannte „Correntkonten“ angelegt, auf denen die persönlichen Ausgaben verwaltet wurden.

Ein Abschluß aller Personenkonten war für die Gewinn- und Verlustrechnung nicht zwingend erforderlich. Die Höhe der ausstehenden Forderungen im Ganzen ließ sich gegebenenfalls sogar aus dem Ergebnis der Inventarisierung und den Salden der Sachkonten herausrechnen: Da aus der Saldierung des Warenkontos der Gesamtgewinn bzw. –verlust als eine erste Größe hervorgeht und durch die Inventur der Bestand des Vermögens abzüglich Forderungen ebenfalls bekannt ist, sich somit als eine zweite Größe die Veränderung des Vermögens abzüglich Forderungen im Rechnungsjahr ergibt, ist durch Abziehen der zweiten von der ersten Größe die Gesamthöhe der ausstehenden Forderungen gegeben.

2. AUSWAHL UND ERFASSUNG DER ZENTRALEN QUELLE

War schon beim Übertrag von den Kladden in die Journale eine Formalisierung und inhaltliche Verkürzung der Beschreibung des Geschäftsvorfalles vorgenommen worden, so beschränken sich die Buchungen im Hauptbuch auf die absolut notwendigen Informationen, an welchem Tag, mit welchem Gegenkonto und in welcher Höhe die Buchung erfolgte – nicht aber, ob und welche Waren gegebenenfalls gehandelt wurden. Aus diesem Grund sind die Hauptbücher, gerade weil sie – mit Ausnahme der Bilanz – die höchste Aggregationsebene der Buchhaltung darstellen, für die Untersuchung des Warenhandels absolut ungeeignet. Weiterhin hat nicht einmal eine auf den Umsätzen des Warenkontos basierende Abschätzung, wie umfangreich der Warenhandel denn als ganzes gewesen sei, eine hohe Aussagekraft, denn wie erwähnt diente etwa im Falle Ammans das Warenkonto eben nicht nur zum Verbuchen von Warengeschäften²⁶.

25 Bzw. auf dem Wechselkonto, dessen Saldo aber zuvor an das Warenkonto zurückgeführt worden war.

26 Im Falle Ammans machten die Warengeschäfte um 1750 nur knapp 50% der Umsätze, in den 1770er Jahren aber 80–90% der Umsätze auf der Habenseite des Warenkontos aus (vgl. *Tabelle 1* auf Seite 18).

Auf der anderen Seite bietet das System der Kladden zu jedem Geschäftsvorfall die größtmögliche Information, ist aber nur noch sehr unvollständig erhalten und erschwert durch seinen geringen Formalisierungsgrad die systematische Aufbereitung für eine quantitative Auswertung ganz erheblich. Somit rücken die Journale in den Vordergrund, die über die Geschäftsvorfälle vollständig, nicht zu knapp, aber doch hinreichend strukturiert berichten.

Wie angesprochen stehen vier Journale zur Verfügung, welche die Geschäftsaktivitäten in den Jahren 1748–1752, 1757–1761 und 1773–1779 dokumentieren. Im folgenden wird eine Beschränkung auf das erste und die beiden letzten Bücher vorgenommen, da andernfalls der ohnehin schon hohe Aufwand für die Datenaufnahme in einer hier nicht mehr zu vertretenden Weise ausufern würde, ohne daß sich noch weitere grundlegende Aspekte des Warenverkaufs dabei ergeben. Auch sollte die Entwicklung des Geschäfts schon aus dem Vergleich der weit auseinander liegenden Untersuchungsperioden 1748–1752 und 1773–1779 hinreichend deutlich werden. Für die Berücksichtigung beider Journale aus den 1770er Jahren spricht die recht gute Überlieferung paralleler Datenreihen – etwa Preisreihen – für diese Jahre. Nicht zu vergessen ist auch die Tatsache, daß das erste Journal einen Zeitraum von 50 Monaten umfaßt, das vierte z.B. aber nur von 36 Monaten. Durch das Zusammenziehen des dritten und vierten Journals entsteht eine Untersuchungsperiode von insgesamt 82 Monaten, die ein adäquates Gegenstück zur ersten Periode bildet und auch die Untersuchung kurzfristiger Entwicklungen, d.h. innerhalb einer Untersuchungsperiode, möglich macht. Somit verspricht diese Festlegung gegenüber der Alternative, eine weitere Untersuchungsperiode zwischen den beiden ausgewählten Zeiträumen hinzuzunehmen, doch einen größeren Ertrag.

Das auf der Umsatzentwicklung der Hauptbuchkonten fußende Urteil Zellfelders über das Bank- und Handelshaus Gebrüder Bethmann etwa, dieses habe bis 1806 im Schwerpunkt Bankgeschäfte, danach wieder vorrangig Warenhandel betrieben, steht auf recht tönernen Füßen.

Zellfelder selbst verweist auf die Möglichkeit, daß die Tatsache sehr niedriger Umsätze auf dem Warenkonto bis 1806 „auch buchhaltungstechnische Gründe haben kann“, ohne diese Möglichkeit aber ernstzunehmen: ZELLFELDER, Bethmann, S. 81, 141. An anderer Stelle (ebd., S. 38-40) werden für mehrere Untersuchungsperioden nach 1738 die aus dem Warenkonto ausgegliederten Konten für den Handel mit speziellen Waren aufgeführt, die mindestens bis 1794 auch eine erstaunliche Vielfalt aufweisen. In der dann folgenden Periode ab 1812 gibt es nur ein einheitliches Warenkonto, was in Verbindung mit den ab 1806 sprunghaft ansteigenden Umsätzen auf dem Warenkonto für eine schlichte, aber durchgreifende Umstellung der Buchhaltung spricht.

Leider gibt Zellfelder keine Bilanzsummen für die vor 1806 ausgegliederten Konten, so daß nicht einmal auf der ja schon mit großen Unsicherheiten behafteten Ebene der Hauptbuchkonten eine annähernde Aussage über das Verhältnis von Bank- und Handelsgeschäften getroffen werden kann.

Um die Journale nun in einer Datenbank für den schnellen Zugriff aufzubereiten, sind noch einige Vorüberlegungen notwendig. Die Form der Journale ist ihrem eigentlichen Zweck angepaßt; bei der Übertragung in eine Datenbank sollten diese aber in eine Form überführt werden, welche für die Zwecke der Untersuchung optimal ist. Da gleichzeitig die enthaltene Informationsstruktur möglichst erhalten bleiben soll²⁷, geht es hier also im wesentlichen um die Auswahl der zu erfassenden Abschnitte der Quelle. Da sich die Arbeit die Untersuchung des Warenhandels zum Ziel gesetzt hat, werden eine ganze Reihe von Buchungen nicht benötigt; hierzu zählen etwa Buchungen zwischen verschiedenen Personenkonten oder zwischen Cassakonto und einem Personenkonto. Umgekehrt formuliert: Höchstens diejenigen Buchungssätze, die einen Warenabgang betreffen, sind überhaupt relevant, oder mit den Termini der Buchhaltung: Höchstens die Buchungen auf der Habenseite des Warenkonto sind überhaupt zu berücksichtigen. Zwar wäre auch ein Überblick über andere Geschäftsvorfälle, etwa den Wareneinkauf, für die vorliegende Abhandlung von einem gewissen Interesse, der Arbeitsaufwand der Datenaufnahme stände allerdings in keinem Verhältnis zum Ertrag für die Fragestellung. Eine weitere Einschränkung ergibt sich aus der schon erwähnten Tatsache, daß auf dem Warenkonto keinesfalls nur Warengeschäfte verzeichnet wurden. Buchungen über Speditionsleistungen oder Wechselabgänge sind damit ebenso irrelevant wie Buchungen auf das Reisekonto oder das „Haushaltsunkostenkonto“, denn letztere stellen ja keine eigentlichen Warenverkäufe, sondern letztlich Warenentnahmen aus dem Lager für persönliche Zwecke dar. Etwas problematisch ist schließlich die Tatsache, daß die Buchungen zwischen *Cassa*- und Warenkonto nur sehr verkürzt im Journal erscheinen, so daß kaum noch aufzuschlüsseln ist, ob es sich bei den dahinterstehenden Geschäftsvorfällen um Warenverkauf gegen Bar oder Bareinnahmen aus anderen Quellen handelt. Diese Buchungen können letztlich nur mit ihrer monatlichen Gesamtsumme berücksichtigt werden, so daß ein gewisser, und leider keineswegs repräsentativer Teil der Warengeschäfte in der folgenden Auswertung unterschlagen werden wird.

27 Vgl. Einleitung, S. 7.

Tabelle 1: Die wertmäßigen Anteile der verschiedenen Typen von Buchungen auf der Habenseite des Warenkontos in den Journalen I, III und IV

Jahr	(1) Waren- geschäfte	(2) Speditions- geschäfte	(3) Wechsel- geschäfte	(4) Geschäfte mit Barzahlung	(5) Buchungen auf andere Sachkonten	(6) übrige Buchungen
1748	48,6%	7,3%	31,8%	10,3%	0,4%	1,7%
1749	48,5%	7,2%	34,7%	8,3%	0,3%	1,0%
1750	56,1%	6,7%	26,6%	9,8%	0,2%	0,6%
1751	56,4%	5,5%	31,1%	6,4%	0,3%	0,2%
1752	50,6%	4,3%	39,4%	4,5%	0,2%	1,0%
1773	94,5%	1,0%	0,0%	1,4%	1,6%	1,5%
1774	90,4%	0,8%	0,0%	1,1%	0,8%	6,9%
1775	87,4%	1,2%	0,0%	0,9%	0,5%	10,0%
1776	93,0%	0,2%	0,0%	0,9%	1,1%	4,7%
1777	85,1%	0,4%	0,0%	0,6%	8,9%	5,0%
1778	86,4%	0,2%	0,0%	1,0%	8,6%	3,7%
1779	82,6%	0,9%	0,0%	0,5%	13,0%	3,0%

Die Aufstellung in *Tabelle 1* zeigt, daß dem Problem der vernachlässigten Cassa-buchungen für die 1770er Jahre wenig Gewicht zukommt. Allerdings sind gerade noch zu Beginn des ersten Journals im Vergleich zu den Umsätzen auf dem Warenkonto recht große Summen zwischen Cassa- und Warenkonto gebucht worden. Würden sich hinter all diesen Buchungen wirkliche Warenverkäufe verstecken, so würden 10–20% der Warenverkäufe in der Zeit des ersten Journals in der folgenden Untersuchung nicht berücksichtigt. Der tatsächliche Anteil dürfte allerdings um einiges niedriger liegen, da ein Teil der Bareinnahmen aus Speditionsleistungen und vielleicht auch Wechselverkäufen herrührte – wieviel genau, ist kaum zu sagen. In jedem Fall schließt die Untersuchung für den genannten Zeitraum immerhin über 90% der Warenverkäufe ein.

Nach dem Gesagten beschränkt sich der Kern der Datenaufnahme auf die Erfassung derjenigen Buchungssätze, welche die Form „Person X soll an Warenkonto“ haben. Diese Buchungen enthalten außer den zwingend notwendigen Informationen Name, Ort, Buchungssumme und ihrer Zuordnung zu einem Monat immer:

- eine Benennung der abgegangenen Ware bzw. Warensorte
- eine Mengenangabe
- einen Preis.

Falls der Abgang verschiedener Waren unter einer Buchung zusammengefaßt ist, so hat man für jeden einzelnen Warenabgang eine Bezeichnung, eine Mengenangabe, einen Preis und eine Zwischensumme. Manchmal enthalten die Buchungen auch Angaben über die Form der Verpackung und gegebenenfalls eine Ausweisung, wieviel der Kunde für die Verpackung extra zu bezahlen hat. Die Form der Verpackung ist

verhältnismäßig uninteressant – für einen bestimmten Typus Ware ist es letztlich ohnehin immer dieselbe –, zu berücksichtigen sind aber die eventuell anfallenden Extrakosten für eine Verpackung. Als weitere Angaben können noch sonstige bei dem Geschäft angefallene und in die Buchungssumme eingeschlossene Kosten ausgewiesen werden.

Überführt man also die benötigten Daten aus dem Journal in eine Datenbank, so bietet sich zunächst eine zentrale Tabelle an, welche für jeden Warenverkauf einen Datensatz mit Feldern für das Buchungsdatum (Monat und Jahr), den Käufer (Name und Domizilort), Bezeichnung der verkauften Ware, Warenwert, Warenmenge, Preis und sonstige eingeschlossene Kosten vorhält. Dieser Entwurf muß allerdings noch etwas modifiziert werden. Zum ersten kann auf die Angabe der Warenmenge verzichtet werden, da sie durch Preis, Warenwert und Höhe der eingeschlossenen sonstigen Kosten eindeutig bestimmt ist. Zum zweiten ist die Hinzunahme eines binären Feldes von Vorteil, welches darüber Auskunft gibt, ob das Geschäft auf der Zurzacher Messe zustande kam – diese Information ist in der Buchführung nämlich dadurch enthalten, daß solche Geschäfte in Blöcken ‚zwischen den Monaten‘ gesondert notiert wurden. Zum dritten muß ein Feld für die bei der Preis- und Mengenangabe verwendeten Währungs- und Maßeinheiten geschaffen werden, damit die Datenfelder für den Preis und die Menge einen rein numerischen Datentyp erhalten können – schließlich soll mit den enthaltenen Werten auch gerechnet werden. Dieses Problem stellt sich bei der Angabe der gesamten Buchungssumme übrigens nicht, da diese in einer einheitlichen Rechnungswährung erfolgte (vgl. Kapitel A.3).

Die letzte und komplexeste Modifikation schließlich betrifft das Problem, daß in einer einzelnen Buchung die Verkäufe verschiedener Warensorten oder sogar Waren zusammengefaßt sein können. Wie sollte diese Ballung an Informationen für die Datenbank entflochten werden? Eine erste Möglichkeit bestände darin, den einen Buchungssatz so auf mehrere Datensätze zu verteilen, daß für jede auftretende Ware und Warensorte ein einzelner Datensatz zur Verfügung steht – in diesem Fall müßte die insgesamt gebuchte Summe im richtigen Verhältnis auf die Datensätze verteilt werden; es entstehen außerdem viele Redundanzen, da für jeden dieser Datensätze gleichlautende Informationen wie Name und Domizilort des Käufers wiederholt würden. Eine zweite Möglichkeit bestände darin, jedem Buchungssatz auch nur einen Datensatz zuzuordnen und jedem Datensatz wiederum eine gesonderte Auflistung der in dem einen Buchungssatz eingeschlossenen Verkäufe – auf diese Weise entfielen das Problem der Redundanzen. Der in dieser Abhandlung beschrittene Weg

greift auf beide Möglichkeiten zurück und macht die Entscheidung für eine von beiden davon abhängig, ob die in einem Buchungssatz zusammengefaßten Geschäfte unterschiedliche Waren oder nur unterschiedliche *Warensorten* betreffen. In ersterem Fall erfolgt eine Aufteilung auf verschiedene Datensätze, in letzterem werden die Verkäufe in einem einzigen Datensatz zusammengefaßt²⁸. Indem auf diese Weise jedem Warenverkauf genau ein Buchungssatz entspricht, wird eine Aggregation der Daten nach den verschiedenen Waren überhaupt erst möglich – andernfalls ließen sich in der Datenbank die verschiedenen Ebenen „Warensorten“, „Waren“ und „Warengattungen“ gar nicht unterscheiden.

Die zentrale Tabelle in ihrer endgültigen Form enthält also die folgenden Informationen:

- Jahr, Monat
- Abschluß auf Zurzacher Messe²
- Name und Domizilort des Kunden
- Warenbezeichnung
- Buchungssumme (Summe aller Warenwerte zzgl. sonstiger Kosten²⁹)
- Untertabelle mit den Feldern:
Sortenbezeichnung – Preis – Einheiten – Warenwert

Nach Eingabe der Journale I, II und IV umfaßt diese Tabelle 7.710 Datensätze.

3. AUFBEREITUNG DES ZENTRALEN QUELLENMATERIALS

Nach der Erfassung des zentralen Quellenmaterials muß dieses für eine Auswertung noch aufbereitet werden; zunächst liegt dabei die Vereinheitlichung der verschiedenen benutzten Maße, Gewichte und Währungen an.

Im Falle der Währung ist dieses Problem leicht gelöst, da die gesamte Buchführung durchgängig in einer einzigen Rechnungswährung gehalten ist. In einer Reihe von – auf der Seite des Warenverkaufs seltenen, beim Blick in die Einkäufe aber sehr häufigen – Fällen, wird die zu buchende Endsumme zunächst mit einer in französi-

28 So würden etwa Verkäufe von Zucker und Kaffee in zwei Datensätze geteilt, Verkäufe von Raffinade und Candis aber in einem Datensatz – unter der Warenbezeichnung „Zucker“ – zusammengefaßt. Zu einer genaueren Unterscheidung der Begriffe „Ware“ und „Warensorte“ vgl. S. 24f. weiter unten.

29 Die sonstigen Kosten müssen nicht gesondert aufgeführt werden, da sie durch Differenz zwischen Buchungssumme und der Summe der einzelnen Warenwerte eindeutig bestimmt ist.

scher Währung gehaltenen Zwischenrechnung bestimmt, was bei Einkäufen aus Orten der französischen Atlantikküste ja auch nicht weiter verwundert. Ist aus Preis, Menge und sonstigen Kosten der Endbetrag in *Livres tournois* errechnet, so wird dieser abschließend in die von Amman verwendete Guldenwahrung umgerechnet. Diese Rechnung ist für ihn sehr einfach, da der von ihm verwendete Gulden in einem festen Verhältnis zur französischen Währung steht. Es ist der „Gulden  11“, d.h. elf dieser Gulden gehen auf einen *Louisd'or*, also auf 24 *Livres tournois*³⁰. Da man in Frankreich von 1726 bis 1785 aus einer Kölnischen Mark Feingold 30 *Louisd'or* prägte und eine Gold-Silber-Relation von 1: 14½ galt, so entsprach die Ammansche Rechnungswährung im Wert etwa einem Silbergulden in einem 22¾-Gulden-Fu³¹. Zum Vergleich: Der ab 1753 ausgeprägte Konventionsgulden basierte auf einem 20-Gulden-Fuß, in Süd- und Westdeutschland ging man – im Gegensatz zu Österreich – bald auf einen 24-Gulden-Fuß („rheinischer Fuß“) uber³². Im folgenden werden alle Geldangaben, insbesondere auch Vergleichspreise etwa aus Amsterdam und Hamburg, soweit möglich auf den Gulden „ 11“ umgerechnet³³. Sofern nicht anders angegeben, ist unter „Gulden“ also stets die Ammansche Rechnungswährung zu verstehen.

Etwas aufwendiger ist die Umrechnung der verwendeten Maße und Gewichte. Die Mengenangaben bei den hier auszuwertenden Waren erfolgen stets als Gewichtsangaben, wobei aber zum ersten unterschiedliche Gewichte verwendet werden, zum zweiten unterschiedliche Kombinationen von Währungs- und Maßeinheiten – also etwa „Kreuzer je Pfund“ oder „Gulden je 100 Pfund“ – und zum dritten sogar unterschiedliche Währungen. Das letzte Problem ergibt sich aus der schon erwähnten Tatsache, daß Zwischenrechnungen bisweilen in anderen Währungen gemacht und erst die Endsumme in die Rechnungswährung umgerechnet werden. Doch läßt

30 Zu den Wahrungsverhaltnissen in Frankreich vgl. Oskar SCHWARZER / Markus A. DENZEL, Internationaler Zahlungsverkehr im 18. Jahrhundert: Amsterdam, London und Paris, in: Jürgen SCHNEIDER u.a. (Hrsg.) Währungen der Welt VI, Geld und Währungen in Europa im 18. Jahrhundert, Stuttgart 1992, S. 28-32.

31 Korrekter eigentlich 22 ²²/₂₉-Gulden-Fuß, denn da 11 Rechengulden einem *Louisd'or* und 30 von diesen einer Mark Feingold entsprechen, gehen 330 Gulden auf eine Mark Feingold und bei einem Verhältnis von 1: 14½ also 330 geteilt durch 14½ gleich 22 ²²/₂₉ Gulden auf eine Mark Feinsilber.

32 Vgl. Herbert RITTMANN, Deutsche Geldgeschichte 1484–1914, München 1975, S. 335-354.

33 Die Umrechnung erfolgt, ohne daß jeweils noch gesondert darauf hingewiesen wird, nach den Wechselkursen zwischen *Livres tournois* und den Hamburger bzw. Amsterdamer Währungen. Die angesprochenen Kurse – Notierungen in Paris, Usance jeweils ein Monat – finden sich bei SCHNEIDER u.a. (Hrsg.), Währungen der Welt VI, S. 224f., 230f.

sich durch Aufnahme beider Angaben der Endsumme, sowohl in der Rechnungswährung als auch in der Fremdwährung, ein Umrechnungskurs feststellen und das Problem somit lösen. Auch das Problem der Kombination unterschiedlicher Maßeinheiten ist lediglich eines der Umrechnung, wozu eine entsprechende Tabelle mit Umrechnungsfaktoren auf die Angabe „Gulden je 100 Pfund“ angelegt wurde. Somit verbleibt als letztes und eigentliches Problem das der verschiedenen verwendeten Gewichte. Mit Abstand am häufigsten erfolgt die Angabe in Nürnberger Pfund, es folgen das Wiener und das sogenannte „Zurzacher“ Pfund, schließlich das französische *Poid de marc*. In Einzelfällen, allerdings nur bei sehr kleinen Beträgen, entfällt eine nähere Bezeichnung des Pfunds oder ist nicht aufzulösen. Diese Datensätze können in Zusammenhängen, bei denen das Gewicht von Bedeutung ist, leider nicht in die Auswertung einbezogen werden. Dies ist angesichts der sehr geringen Zahl der Datensätze aber zu verschmerzen.

Das Nürnberger Pfund als das am häufigsten von Amman verwendete und neben dem Wiener Pfund auch als das bedeutendste Gewicht im Absatzraum wird im folgenden als Basisgewicht verwendet, alle anderen Gewichte also in Nürnberger Pfund umgerechnet. Das schließt auch die hier verwendeten Preisangaben aus Hamburg und Amsterdam ein, die ursprünglich je Hamburger bzw. Amsterdamer Pfund (oder 100 Pfund, Schiffspfund, etc.) notiert wurden. Die Verhältnisse der Gewichte lassen sich grundsätzlich aus zeitgenössischen Kaufmannshandbüchern bestimmen, wobei aber bedauerlicherweise von Handbuch zu Handbuch und auch von Ausgabe zu Ausgabe leicht verschiedene Werte auftreten können. Die Entscheidung für einen bestimmten Umrechnungsfaktor kann durch Mittelung verschiedener Angaben oder Entscheidung für die plausibelste geschehen, sie erfolgt in jedem Fall subjektiv. Die Angaben der einzelnen Werke werden hier nicht weiter diskutiert, die schließlich ausgewählten Faktoren finden sich in *Tabelle 2*. Gewisse Probleme ergaben sich mit dem sogenannten Zurzacher Pfund, welches in den zeitgenössischen Handbüchern nicht zu finden ist. An einigen Stellen in den Journalen sind aber Angaben sowohl in Zurzacher als auch in Nürnberger Pfund gemacht, und es lassen sich außerdem die in Gulden je Zurzacher und Gulden je Nürnberger notierten Preise vergleichen. Somit konnte das Verhältnis der beiden Gewichte annähernd bestimmt werden; das sogenannte Zurzacher Pfund stellte sich dabei als das schwere Zürcher Pfund heraus.

Tabelle 2: Umrechnungsfaktoren für andere Gewichte in Nürnberger Pfund

Bezeichnung	Faktor nach Nelkenbrecher (1775) ³⁴	Faktor nach Ricard (1784) ³⁵	Festsetzung des Verfassers
Wiener Handelspfund	1,1017	1,0993	1,100
„Zurzacher“ (=schweres Zürcher) Pfund	–	1,0348	1,035
<i>Poid de marc</i>	0,9598	0,9608	0,960
Hamburger Handelspfund	0,9477	0,9506	0,949
Amsterdamer Handelspfund	0,9696	0,9690	0,969

Nachdem nun die in der zentralen Tabelle der Datenbank verwalteten Daten in einer einheitlichen Währung, dem „Gulden à 11“ und in einer einheitlichen Maßeinheit – dem Nürnberger Pfund – angegeben werden können, sind die Daten untereinander kompatibel und summierbar. Um aber die Daten für eine Auswertung tatsächlich zu *aggregieren*, fehlt noch die Bildung geeigneter Kategorien für diejenigen Informationen, die zusammen mit der Angabe von Wert und Menge in jedem Datensatz der zentralen Tabelle der Datenbank erfaßt sind. Diese Informationen lassen sich drei Gruppen oder Dimensionen zuteilen: Erstens liegt eine Bezeichnung der *Ware* vor, die in betreffendem Wert und betreffender Menge verkauft wird. Zweitens erfolgt eine Zuordnung zum *Käufer* der Ware, was die Angabe seines Namens und seines Domizilortes einschließt. Drittens schließlich wird jeder Verkauf in der *Zeit* verortet, indem Monat und Jahr des Verkaufs angegeben werden. Benötigt werden also eine Periodisierung des Untersuchungszeitraums und zwei Kategoriensysteme: eines für das Warensortiment und eines für die Kundschaft³⁶.

Die Periodisierung des Untersuchungszeitraums ist durch die Auswahl von drei der vier Journale für die Auswertung schon vorgezeichnet. Das dritte und vierte Journal umfassen jeweils einen kürzeren Zeitraum als das erste, zusammengenommen aber übertreffen sie das erste mit 82 gegenüber 50 Monaten. Betrachtet man nun den Umfang der aufgezeichneten Daten, so entfallen auf das erste Journal allein 4.222 Datensätze, auf die beiden anderen – zusammen! – aber nur 3.488. Eine Unterteilung in zwei Perioden – das erste Journal für sich, die beiden letzten zusammen

34 M[arcus] R[udolf] B[althasar] GERHARD (Hrsg.), Johann Christian Nelkenbrechers Taschenbuch eines Banquiers und Kaufmanns, Berlin 1775.

35 Samuels RICARDS Handbuch der Kaufleute [...]. Nach der sechsten ganz umgearbeiteten französischen Ausgabe übersetzt von Thomas Heinrich Gadebusch, Bd. 2, Greifswald 1784.

36 Das Problem läßt sich mit mengentheoretischen Begriffen sehr gut beschreiben: Sei K die Menge aller Kunden, W die Menge aller Ware, $T := [a, b] \subset \mathbb{R}$ ein passender Abschnitt der Zeitachse. Ein einzelner Geschäftsvorgang läßt sich dann als Tupel $(k, w, t) \in K \times W \times T$ auffassen, dem eine Buchungssumme $s \in \mathbb{R}^+$ zugeordnet wird. Die Findung von Kategorien für die einzelnen Bereiche bedeutet, geeignete disjunkte Zerlegungen der Mengen K , W und T anzugeben und für jede Teilmenge die Buchungssummen der Elemente zu summieren.

– liegt also nahe. Folglich umfaßt die Periode I den Zeitraum von Mai 1748 bis Juni 1752, Periode II reicht von März 1773 bis Dezember 1779.

Was ein Kategoriensystem für die Abnehmerseite betrifft, so sind zwei Ebenen bereits in der Tabelle vorgegeben: In unterster Ebene lassen sich die Verkäufe eines einzelnen Kunden zusammenrechnen, eine Ebene darüber können die Daten für die einzelnen Domizilorte aggregiert werden. Problematisch wird es bei einer weiteren Abstraktion, welche eine Einteilung der Orte in Regionen bedeuten würde. A priori, also vor dem Betrachten der tatsächlichen geographischen Verteilung des Absatzes, gibt es verschiedene Möglichkeiten: beispielsweise das Zurückgreifen auf politische oder – schon schwieriger – kulturelle Grenzen. Dies erbringt allerdings keine Erkenntnis, da solche Grenzen für das Geschäft, wie sich zeigen läßt, kaum eine Bedeutung hatten. Versucht man eine Gruppierung nach eher ökonomischen Gesichtspunkten, könnte man etwa auf die Kaufholdsche Einteilung in Gewerblandschaften zurückgreifen³⁷. Allerdings ist es in Einzelfällen schwierig zu entscheiden, ob ein Ort einer Gewerblandschaft zuzuordnen ist oder nicht. Ferner besteht das Ammansche Sortiment auch zu großen Teilen aus Genußmitteln, die nicht zwingend in Gebiete gewerblicher Verdichtung gehandelt worden sind³⁸. Schließlich ist aber zu fragen, ob eine Einteilung in Regionen für die Auswertung zwingend erforderlich ist. Unter Umständen genügt die Darstellung der geographischen Verteilung des Absatzes in einer Karte dem Zweck ebensogut oder sogar besser.

Eine Kategorisierung des Warensortiments schließlich ist insofern relativ schwierig, als daß sich hier Ebenen kaum sauber voneinander trennen lassen. Versucht man eine Unterscheidung zu treffen in Warengattungen, die sich in verschiedene Waren gliedern, welche sich wiederum in verschiedene Sorten unterteilen, so ist zunächst unklar, auf welcher Ebene etwa Zucker einzuordnen ist. Man könnte ihn ebensogut als Ware wie als Warengattung auffassen; Raffinade, Candis u.ä. wären dann entweder Waren der Gattung Zucker oder eben Zuckersorten. Offensichtlich ist zunächst nur, daß von der Sorte über die Ware bis zur Warengattung die Gemeinsamkeiten

37 Karl Heinrich KAUFHOLD, *Gewerblandschaften in der frühen Neuzeit (1650–1800)*, in: Hans POHL (Hrsg.), *Gewerbe- und Industrielandschaften vom Spätmittelalter bis ins 20. Jahrhundert*, Stuttgart 1986, S. 112-202.

38 Obwohl es aber auch im Bereich der Nahrungs- und Genußmittel Gewerbe gibt, die regional unterschiedlich verteilt sein können, vgl. etwa: Markus A. DENZEL, *Nahrungs- und Genußmittelgewerbe im Kurfürstentum Baiern (1771–1805)*, in: Jörg BATEN / Markus A. DENZEL (Hrsg.), *Wirtschaftsstruktur und Ernährungslage 1770–1870. Anthropometrische, gewerbe- und agrarstatistische Forschungsansätze*, St. Katharinen 1996, S. 21-55.

zwischen Elementen derselben Ebene immer geringer werden³⁹. Es wird deutlich, daß die Kategorisierung des Warensortiments offensichtlich pragmatischen Grundsätzen folgen muß, daß im Rahmen dieser Arbeit die Einteilung also auch von der speziellen Gestalt des Ammanschen Warensortiments abhängt. Generell macht es keinerlei Sinn, Verkaufsobjekte wie etwa Grünspan zu Warengattungen zu erklären, wenn unterhalb dieser Ebene keine Differenzierung – hier eben in verschiedene Sorten des Grünspans – mehr erkennbar wird. Wenn infolgedessen Farbstoffe wie Grünspan und Krapp als Waren bezeichnet werden, so sollte ein Farbstoff wie Indigo – auch wenn er mehr als die Hälfte des Gesamtabsatzes ausmacht – auf der gleichen Ebene eingeordnet, sprich als Ware angesehen werden. Auf der Basis solcher Überlegungen ergibt sich für die vorliegende Arbeit im Ergebnis eine pragmatische Kategorisierung, die per se nicht optimal sein kann, aber ebensowenig willkürlich ist.

Im Zuge des folgenden Hauptkapitels werden beide Kategoriensysteme, das für die Abnehmerseite wie auch das für das Warensortiment, inhaltlich vorgestellt und näher erläutert.

³⁹ So haben etwa Genußmittel und Farbwaren als Warengattungen keine relevanten Gemeinsamkeiten, Zucker und Tabak teilen immerhin den Status des Genußmittels, während Raffinade und Candis sogar die Gemeinsamkeit aufweisen, Zuckersorten zu sein. Andersherum haben aber brauner und weißer Candis mehr Gemeinsamkeiten als Candis und Raffinade, womit Candis und Raffinade den Statuts einer Ware erhalten könnten, der Zucker dann folglich den einer Warengattung.

B. ÜBERBLICK ÜBER DIE AMMANSCHER HANDLUNG

1. BIOGRAPHISCHER RAHMEN

Im Untersuchungszeitraum treten uns zwei Firmeninhaber entgegen, der am 20.10.1699 in Schaffhausen geborene Johann Jacob Amman⁴⁰ – laut Taufregister eigentlich Hans Jacob, er unterzeichnete aber stets mit Johann Jacob – und sein erstgeborener Sohn Johann Heinrich⁴¹. Nach Rüedi finden sich unter den Vorfahren Johann Jacob Ammans keine Kaufleute⁴², in den Genealogischen Register aber wird sein Vater Hans Heinrich Amman (1673–1735) als „Kaufmanns-Director“ bezeichnet⁴³. Insofern ist auch die Schlußfolgerung Rüedis unrichtig, Johann Jacob sei von seinem Schwager Hans Conrad Rauschenbach mit Handelsgeschäften vertraut gemacht worden. Dieser war aber in der Tat ein Kaufmann, seit 1712 im Rat der Stadt, seit 1719 im kaufmännischen Direktorium und schon seit 1702 Besitzer des Hauses zur Silberburg in der Unterstadt – damit war er zum Nachbarn der Familie Amman geworden, die das Haus zum Goldenen Schlüssel besaß. Am 26.11.1722 heiratete Johann Jacob Amman die Tochter Rauschenbachs, Catharina, die ihm am 22.8. des Jahres einen Sohn, Johann Heinrich, gebar⁴⁴. Rauschenbach und Amman betrieben fortan eine gemeinsame Handlung. Johann Jacob Amman brachte es dabei in Schaffhausen zu einigem Ansehen, denn er wurde 1732 Mitglied des kaufmännischen Direktoriums und stand diesem – nach seinem Einzug in den kleinen Rat 1736 – sogar von 1737 bis 1762 als Direktor vor. Nach dem Tode Rauschenbachs trat dessen Sohn Heinrich in die Handlung ein, doch ging diese Verbindung schnell in die Brüche – im Jahre 1743 „separierten“ sich Amman und sein Schwager im Streit, Amman führte das Geschäft fortan allein.

40 Vgl. StadtA Schaffhausen, Genealogische Register der Stadt Schaffhausen (Bartenschlag'sche Genealogie), A 29; Ernst RÜEDI, Hans (Johann) Jacob Ammann, Kaufherr, in: Schaffhauser Biographien des 18. und 19. Jahrhunderts, Erster Teil = Schaffhauser Beiträge zur vaterländischen Geschichte 33 (1956), S. 40-46.

41 Ebd., S. 45f.; Genealogische Register, A 35. Der Einfachheit halber ist auch im folgenden trotzdem immer nur von *einem* Amman die Rede. Im Zweifelsfall kann ohnehin nicht entschieden werden, ob ein Geschäft vom Vater, vom Sohn oder von beiden abgeschlossen worden ist.

42 RÜEDI, Schaffhauser Handelshaus, S. 109.

43 Genealogische Register, A 25.

44 Möglicherweise liegt hier auch ein Schreibfehler in den Genealogischen Registern vor, denn von einem Hochzeitstermin 26.11.1721 bis zum Geburtstermin Johann Heinrichs am 22.8.1722 sind es ziemlich genau neun Monate.

Ein eigentlich unbedeutender Zwischenfall am Heiligen Abend 1739 wirft ein schmales Licht auf das Sortiment der Handlung zu dieser Zeit⁴⁵. Eine für Amman bestimmte Lieferung von zwei Fässern, laut Begleitpapieren mit italienischen Mandeln gefüllt, hatte Schaffhausen per Schiff aus Bregenz erreicht. Da Mandeln normalerweise nicht über Bregenz eingeführt wurden und im Vorjahr größere Mengen Knopper⁴⁶ durch den Zoll geschmuggelt worden waren, wurden die Zollbeamten mißtrauisch und öffneten die Fässer – sie enthielten tatsächlich nur Mandeln. Über diesen ehrenrührigen Vorfall erbost trug Amman die Angelegenheit bei der nächsten Ratssitzung vor und verlangte Konsequenzen, bei welcher Gelegenheit natürlich Protokoll geführt wurde, so daß uns die Episode überliefert ist. Deutlich wird dabei, daß Amman schon um 1740 Einkäufe im weiter entfernten Ausland – in diesem Fall Italien – tätigte, und daß er sowohl Genußmittel (eben die Mandeln) als auch Farbwaren (man traute ihm ja den Knopper-Schmuggel zu) vertrieb. Genauere Aussagen über das Sortiment lassen sich dann anhand der Journale ab 1748 machen.

Welchen Rang die Ammansche Handlung zu dieser und in der folgenden Zeit einnahm, läßt nicht nur Ammans Rang und Einfluß als Vorsitzender des kaufmännischen Direktoriums erahnen. Nach dem Reisebericht des österreichischen Hofbeamten Karl Graf von Zinzendorf, der im Jahr 1764 im Auftrag des Hof- und Staatskanzlers Wenzel Fürst Kaunitz-Rietenberg eine „Kommerzialreise“ durch die Schweiz unternahm⁴⁷, gab es zu jener Zeit in Schaffhausen fünf bis sechs „Speditours“ – hier unzweifelhaft im Sinne von Handelsherr verwendet –, die „vornehmsten darunter sind der *Job. Jac. Ammann* und der *Job. Heinr. Ott.*“⁴⁸ Es folgt eine zweiseitige Beschreibung ihres Handels mit Baumwolle und westindischen Farbwaren. Diese Beschreibung bekam Zinzendorf sicher aus erster Hand, wie sich aus einem Brief an seinen Vorgesetzten vom 28. Juli 1764 ergibt, in dem als eine von zwei Reiseadressen „Jean Jacques Ammann“ in Schaffhausen angegeben wird⁴⁹. Vier Wochen

45 Vgl. RÜEDI, Schaffhauser Handelshaus, S. 110.

46 Knopper sind Mißbildungen in den Blütenkelchen der Eiche, sie werden aus Südosteuropa auf den Markt gebracht und finden Verwendung in der Gerberei und beim Färben: vgl. Art. „Knopper“, in: Johann Christian SCHEDELS neues und vollständiges, allgemeines Waaren-Lexikon [...], 2 Bde.: Erster Theil. A bis L, Offenbach 1800; Zweyter Theil. M bis Z, Offenbach 1791 (hier: Bd. 1, S. 752).

47 Des Grafen Karl von Zinzendorf eingesammelte Nachrichten, den Handel und Waaren-Zug in einem Theile von Schwaben, in der Schweiz und in Bündten betreffend, hrsg. v. Otto ERICH DEUTSCH, in: Basler Zeitschrift für Geschichte und Altertumskunde 35 (1936), S. 151-354.

48 Ebd., S. 289.

49 Ebd., S. 166.

später, am 24. August, erreichte Zinzendorf tatsächlich Schaffhausen. Nach seinen Erkundigungen faßte er einen auf den 28. August datierten Bericht ab und zog am selben Tag (zusammen mit Amman?) weiter auf die Zurzacher Messe⁵⁰.

Seinem gewachsenen Prestige entsprechend verlegte Amman im Folgejahr 1765 seinen Wohnsitz in das Haus zum Thiergarten am Münsterplatz, für welches er 16.200 Gulden zu bezahlen hatte. Wahrscheinlich schon in dieser Zeit war Johann Jacobs erstgeborener Sohn Johann Heinrich am Geschäft beteiligt, ein sicherer Nachweis findet sich zumindest für die 1770er Jahre. Aus den Buchungen auf das Kapitalkonto geht hervor, daß die erzielten Gewinne zu zwei Dritteln dem Vater, zu einem Drittel dem Sohn zustanden. Am 20. März 1777 starb Johann Jacob Amman, mit der Jahresabrechnung 1777 wurde sein Vermögen durch den Sohn an die Erben verteilt⁵¹. Die Handlung war laut Rechnungslegung 200.371 fl. 23 xr. wert, der Anteil des Vaters belief sich auf 142.000 Gulden. Von dieser Summe gingen je 24.000 an seine Schwiegersöhne Johann Jacob Pfister (Besitzer einer Seidenspinnerei) und die Lindauer Kaufleute Eberhard Gaupp und Johann Rudolph Frey⁵². Der zweite Sohn, Johann Conrad Amman, der 1749 in Leiden zum Doktor der Medizin promoviert worden war⁵³ und in Schaffhausen praktizierte, erhielt ebenfalls 24.000 fl. zuzüglich eines halben „Vorthail Pfenning“ in Höhe von 8.875 fl. (also genau $\frac{1}{16}$ der Erbmasse). Die von den 142.000 fl. noch verbliebenen gut 37.000 fl. zuzüglich seiner eigenen Einlage verblieb Johann Heinrich Amman als künftiges Betriebsvermögen. Weiterhin hatte er Anteile am elterlichen Haus zum Thiergarten und an einem Landgut erhalten, beide überließ er seinem Bruder für 10.000 bzw. 4.000 Gulden. 1784 kaufte Johann Heinrich dafür das imposante Gebäude zur Zieglerburg (Vordergasse 28) und benannte es in Anlehnung an das Elternhaus in „zum vordern Thiergarten“ um – das Elternhaus firmierte nun unter der Bezeichnung „zum hinteren Thiergarten“.

50 Ebd., S. 162, 166. Die beiden Zurzacher Messen (Pfingst- und Verena-) dauerten im 18. Jahrhundert wohl eine Woche, was sich u.a. aus der 1749 verordneten, aber nur zwischenzeitlich gültigen Verlängerung auf zehn Tage (unter Hinzunahme des Donnerstags, Freitags und Sonnabends der Vorwoche) ergibt. Nach Rücknahme dieses Mandats dürfte die Messe wieder am letzten Montag im August für den Handel eröffnet worden sein: vgl. Walter BODMER, Die Zurzacher Messen von 1530–1856, Aarau 1962, S. 78-81. – Der 28.08.1764 war ein Sonnabend, und demnach wirklich der geeignete Anreisetermin, um sich am nächsten Morgen in der Kirche zur gemeinsamen (Eröffnungs-)Messe einzufinden.

51 Stadtarchiv Schaffhausen, G.02.09 Familienarchiv Frey, Bestand „Bankhaus Heinrich von Amman“, Journal IV, S. 165.

52 Zu den Familienverhältnissen der Amm'anschen Töchter vgl. RÜEDI, Ammann, S. 46.

53 RÜEDI, Schaffhauser Handelshaus, S. 126 FN 24.

Bereits ein Jahr nach dem Tod seines Vaters wurde Johann Heinrich für seine Verdienste als Salzfaktor in den Adelsstand erhoben; er erhielt im Juni 1778 – noch von Maria Theresia – einen Adels- und Wappenbrief. Im Oktober desselben Jahres legte ihm Joseph II. in seinem Adelsbrief den Beinamen „von Hohlenbaum“ bei⁵⁴. Inwieweit der Salzhandel für Amman nicht nur Prestige-, sondern auch gewinnträchtig gewesen ist, ließe sich durch die Auswertung des für die Jahre 1775–1777 erhaltenen Salzpeditionsbuches ermitteln. Die in den Journalen verzeichneten Einnahmen aus dem Salzgeschäft sind als eher gering anzusehen, doch womöglich ist dieses mehr von Johann Heinrich als von seinem Vater betriebene Geschäft nicht vollständig über die Bücher der Handlung abgerechnet worden. Jedenfalls erschien seinen Zeitgenossen das Salzgeschäft als so wichtig, daß Johann Heinrich Amman in den Genealogischen Registern als „Privatbanquier und Salzfactor“ charakterisiert wird.

Ende 1779 schließt das letzte uns überlieferte Journal und die weitere Entwicklung des Geschäfts liegt somit einigermaßen im dunklen. Allerdings findet sich auf einer Bittschrift mit Datum vom 1. Juni 1784, welche die Zurzacher Messe betrifft und von einer langen Liste dort erscheinender Kaufleute unterzeichnet wurde, für die Rubrik Schaffhausen an erster Stelle das Unternehmen „Amman & Frey“⁵⁵. Angesichts der Tatsache, daß die Unterlagen über die Ammansche Handlung integrierter Bestandteil des Familienarchivs Frey sind, hat man es hier sicher mit der in dieser Abhandlung behandelten Unternehmung zu tun. Hinter dem zwischen 1779 und 1784 gewonnenen Kompagnon Johann Heinrich Ammans hat man den schon erwähnten Schwager Johann Rudolf Frey zu vermuten.

Johann Heinrich Amman starb am 2. Mai 1794. Obschon er verheiratet war, hatte er keine Kinder, so daß wohl ein Neffe aus dem Haus zum hinteren Thiergarten das Geschäft weiterführte. Knapp sechzig Jahre später, also noch eine Generation weiter, wurde ein Bankhaus Ammann [*sic*] & Frey in das Schaffhauser Handelsregister eingetragen. 1867 starb der namensgebende Ammann und das Unternehmen wurde bis zu seiner Liquidation im Jahre 1921 von Mitgliedern der Familie Frey weitergeführt⁵⁶.

54 Genealogische Register, A 35.

55 BODMER, Zurzacher Messen, S. 127-130.

56 Martin BRAUMANDL, Zur Geschichte des Bank- und Kreditwesens im Kanton Schaffhausen, Zürich 1946, S. 50.

2. DIE ALLGEMEINE ENTWICKLUNG DES GESCHÄFTS

Johann Jacob und Johann Heinrich Amman können nicht in einem ausschließenden Sinn als Kaufleute bezeichnet werden, da sie neben dem eigentlichen Warenhandel auch in geringem Umfang Speditionshandel und im Laufe der Zeit auch immer stärker den Handel mit Wechseln, also im Grunde Bankgeschäfte betrieben. Eine solche Kombination von Geschäftszweigen ist typisch und auch für viele Geschäftspartner Ammans festzustellen, wobei hier häufig noch ein weiterer Zweig hinzutritt, nämlich der Betrieb von Manufakturen. Letzteres ist für Amman nicht nachzuweisen und angesichts der Dichte der Quellen für den Untersuchungszeitraum somit auszuschließen. Auch Ammans Geschäftspartner haben selten alle Geschäftszweige gleichzeitig wahrgenommen, wie es etwa bei dem Leipziger Christian Gottlob Frege der Fall war, der zumindest im Jahr 1800 sowohl als Waren- wie auch als Speditionshändler, als Manufakturbetreiber wie als Bankier nachweisbar ist⁵⁷. Im allgemeinen kann man wohl dahingehend eine Entwicklung annehmen, daß aus Krämern und Kaufleuten durch Expansion und Spezialisierung Handelsherren, Spediteure, Bankiers oder Manufakturbetreiber⁵⁸ hervorgingen, die neben einer Haupttätigkeit eingespielte und ertragreiche Geschäftsbereiche weiterbetreiben.

Für das Haus Amman läßt sich diese Entwicklung aus der Buchhaltung heraus abbilden, indem man den Wert der ausgehenden Waren bzw. Wechsel und die Höhe der von Amman in Rechnung gestellten Speditionsleistungen einander gegenüberstellt. Für die Zeit um 1750 finden sich die entsprechenden Buchungen auf der Habenseite des Warenkontos, für die 1770er Jahre müssen noch die Umsätze auf dem dann ausgegliederten Wechselkonto hinzugenommen werden⁵⁹, insgesamt ergibt sich folgendes Bild⁶⁰:

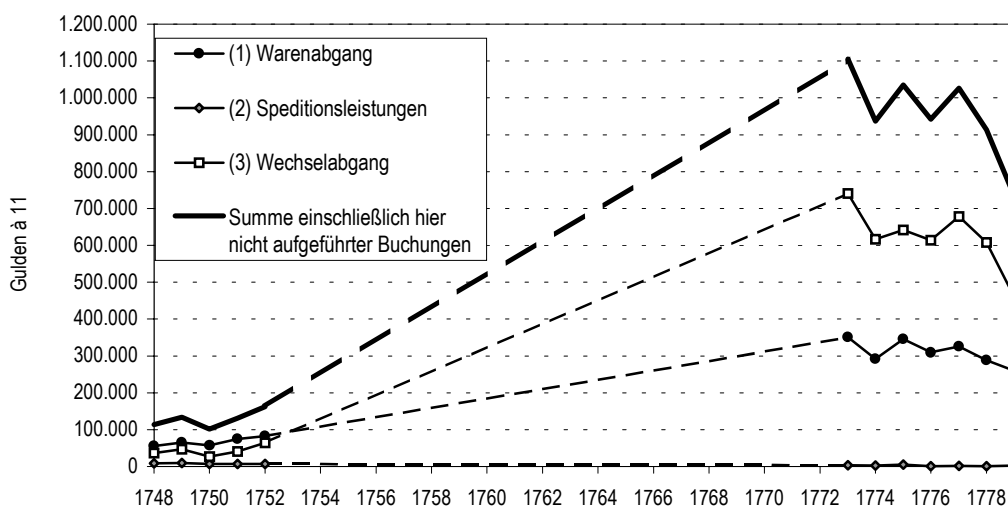
57 Das gewerbefleißige Deutschland oder systematisch geordnetes Verzeichniß der jetzt lebenden Kaufleute, Fabrikanten, Manufakturisten, ..., 10 Bde., Leipzig 1800–1807, hier: Bd. 1, Allgemeines Handlungs- und Fabriken-Addressbuch von Obersachsen [1800], S. 269, 275, 277.

58 Manufakturbetreiber müssen dabei nicht aus dem Kreis der Handeltreibenden erwachsen, sehr häufig findet man hier auch ehemalige Handwerker, die ihr Gewerbe auf die Fabrikebene erheben.

59 Dies ist wenig aufwendig, da die Umsätze auf den einzelnen Konten für jede Journalseite summiert sind. Die Habenseite des Wechselkontos ist in der Zeit vom April 1773 bis Dezember 1779 auf knapp 200 Journalseiten vorhanden, es sind also nur knapp 200 Angaben aufzunehmen.

60 Die Werte der nicht vollständig vorhandenen Jahre 1748, 1752 und 1773 wurden auf zwölf Monate extrapoliert.

Graphik 1: Entwicklung der Geschäftssparten und des Gesamtgeschäfts



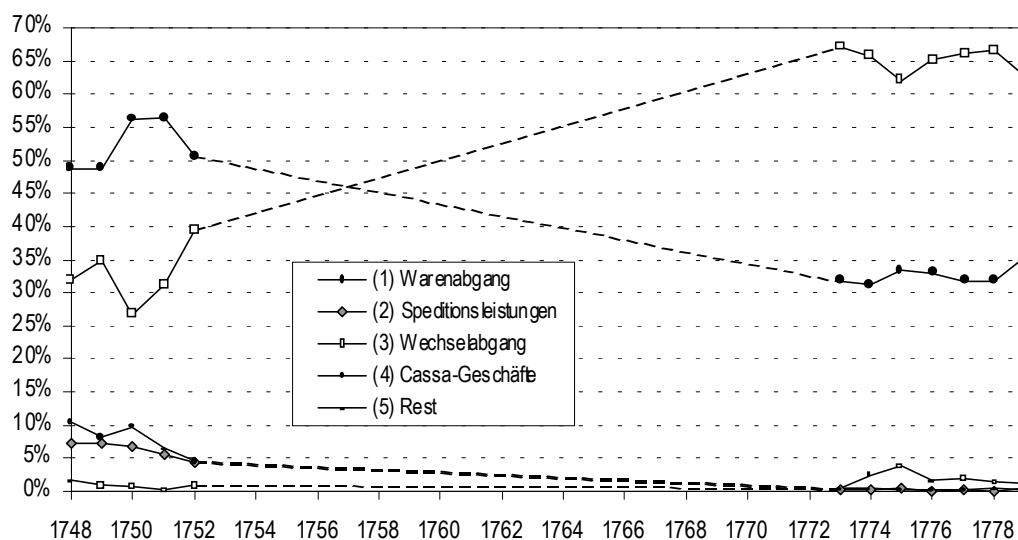
Quelle: Buchungen auf den Habenseiten von Waren- und Wechselkonto (Journale I, III und IV).

Bemerkenswert ist zunächst einmal die enorme Vergrößerung des Geschäfts im Untersuchungszeitraum. Wurden um 1750 noch etwa 130.000 fl. im Jahr umgesetzt, so waren es in den 1770er Jahren knapp 960.000 fl., der Umsatz ist also etwa um den Faktor 7,4 gestiegen⁶¹. Um die Entwicklung plastischer zu machen: Die Umsatzsteigerung um den Faktor 6,8 von 1752 bis 1773 entspricht einem durchschnittlichen jährlichen Wachstum von 9,6%, also fast 10%! Erklärungsbedürftig bleibt der Abfall gegen Ende des Zeitraums, wahrscheinlich ist hier ein gewisser Einbruch des Geschäfts nach dem Tod von Johann Jacob Amman im März 1777 zu bemerken.

Die Gesamtentwicklung wird sowohl von einem Ausbau des Waren- als auch des Wechselhandels getragen, einzig der ohnehin wenig bedeutende Speditionshandel ist auch nach absoluten Zahlen rückläufig. Allerdings fällt das Wachstum im Bereich des Wechselhandels viel deutlicher aus als im Bereich des Warenhandels. Während der Umsatz im letzteren von durchschnittlich 67.000 fl. um das 4,6-fache auf 310.000 fl. im Jahr steigt, explodiert das Wechselgeschäft förmlich von 43.000 fl. auf 623.000 fl. jährlich, was einer Steigerung auf das 14,6-fache gleichkommt! Das durchschnittliche jährliche Wachstum zwischen 1752 und 1773 beträgt für den Wechselhandel 12,4%, für den Warenhandel immerhin noch 7,2%. Durch diese Entwicklung läuft der Wechselhandel dem Warenhandel den Rang als wichtigste Geschäftssparte ab, wie ein Blick auf die Anteile der verschiedenen Sparten über die Jahre noch verdeutlicht:

Graphik 2: Die Anteile der Geschäftssparten an den Gesamteinnahmen

⁶¹ Angesichts der relativen Stabilität der zugrundeliegenden Währung dürfte dieses rechnerische Wachstum zumindest in der Größenordnung auch dem realen Wachstum entsprechen.



Quelle: Buchungen auf den Habenseiten von Waren- und Wechselkonto (Journale I, III und IV).

Trägt für die Zeit um 1750 der Warenhandel noch gut die Hälfte der Einnahmen, so ist es in den 1770ern nur noch ein Drittel, während der Wechselhandel seinen Anteil von einem auf zwei Drittel verdoppelt. Zu dieser Entwicklung passend nehmen auch die ihrem Inhalt nach nicht näher spezifizierbaren, aber vermutlich eher den Warenverkauf betreffenden Cassa-Geschäfte von fast 10% in der ersten Hälfte der ersten Periode über 5% an deren Ende bis auf unter einem halben Prozent in den 1770ern ab – wobei übrigens auch in dieser Zeit ihr Anteil noch stetig, von anfangs 0,5% bis auf schließlich nur noch 0,2% sinkt. Die unter ‚Rest‘ zusammengefaßten, den übrigen Geschäftssparten nicht direkt zuzuordnenden Buchungen bleiben stets unter 5%, ihr Anteil liegt in den 1770er Jahren etwas höher als in der ersten Periode. Dies ist nicht überraschend, denn diese Buchungen umfassen mehrheitlich eher den Finanzgeschäften zuzuordnende Einnahmen wie Zinsen oder Agiogewinne.

Die rückgängige Bedeutung der Speditionsgeschäfte schließlich wird in der relativen Perspektive noch deutlicher als in der absoluten, denn der Rückgang von etwa 7.500 fl. pro Jahr um 1750 auf ein Drittel dieses Wertes in den 1770ern bedeutet effektiv einen Rückgang von gut 6% auf nur noch 0,2% Anteil am Geschäft. Betont werden sollte dennoch, daß auch die verbliebenen 0,2% überwiegend eigenständiges Speditionsgeschäft, und nur zu geringen Teilen Inrechnungstellungen der Kosten sind, die Amman durch den Versand der von ihm verkauften Waren entstanden. Etwa 40% der Einnahmen aus Speditionen machen die im Journal verzeichneten Einnahmen aus dem Salztransport aus, wobei noch unklar ist, ob nicht ein größerer Teil der Salzspedition von der eigentlichen Buchhaltung getrennt abgerechnet wurde. Die

übrigen etwa 60% werden überwiegend von Personen beigesteuert, die nicht als Käufer von Waren in Erscheinung treten⁶².

Doch so interessant der Speditionshandel in seinen Details auch sein mag, für die Ammansche Handlung hat er wie gezeigt zu keiner Zeit eine tragende Rolle gespielt: Waren- und Wechselhandel machten das Geschäft aus. Insofern kann man beide Amman also als *marchand banquier* bezeichnen, wobei man die Betonung für den Vater – der das Geschäft um 1750 leitete – sicher stärker auf *marchand*, für den Sohn stärker auf *banquier* zu legen hat. Diese Entwicklung von Handels- zu Bankgeschäften erscheint noch schärfer, wenn man einbezieht, daß der Wechselhandel um 1750 dem Warenhandel nicht nur in der Umsatzhöhe, sondern wohl auch dem Zweck nach untergeordnet gewesen ist. Vergleicht man nämlich die auf dem Warenkonto im Soll erscheinenden Geschäftspartner mit den Abnehmern der Wechsel, so stellt man große Übereinstimmungen fest, die Wechselabgänge dienten also in dieser Zeit vor allem der Bezahlung der von Amman eingekauften Waren. Andererseits war die Spezialisierung auf Bankgeschäfte 1779 sicher noch nicht abgeschlossen – zu all diesen Beobachtungen paßt es also nur zu gut, wenn in den Genealogischen Registern der Vater Johann Jacob Amman als „Kaufmanns-Director“, der Sohn Johann Heinrich Amman dagegen als „Banquier und Salzfactor“ bezeichnet wird⁶³.

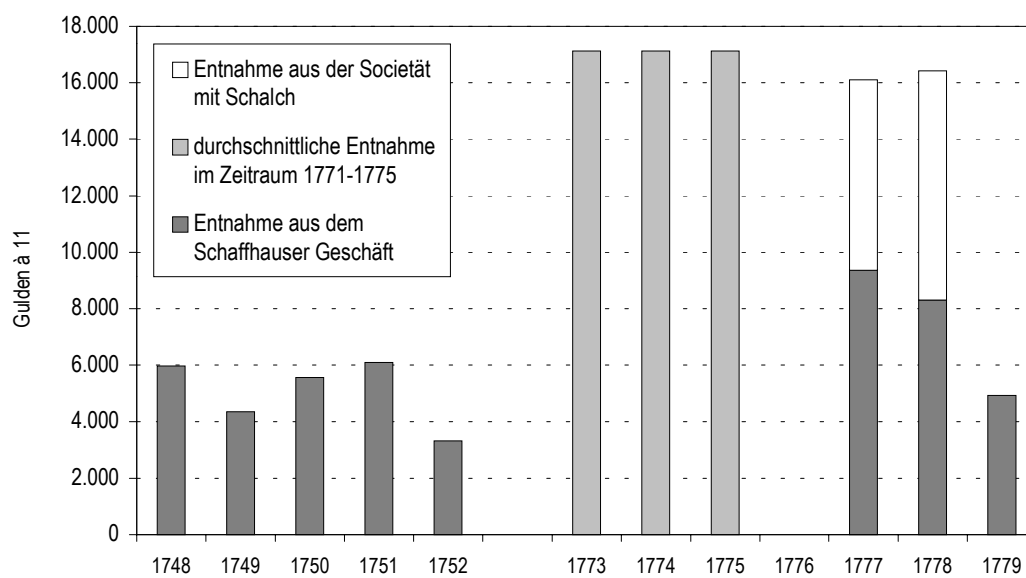
Nachdem nun Größe und Art des Ammanschen Unternehmens – auch in ihrer Entwicklung – dargestellt wurden, verbleibt noch die Frage nach dem Erfolg des Unternehmens. Wie in Kapitel A.1 geschildert, liegen hierfür keine Bilanzen vor, aber es wurden doch regelmäßig Gewinne und Verluste festgestellt und an das Kapitalkonto gebucht. Für einen Vergleich dieser Buchungen im Untersuchungszeitraum ist es nur bedauerlich, daß in der Zeit von Juli 1771 bis Dezember 1775 abweichend vom Prinzip des Rechnungsjahres keine Inventur vorgenommen, der in diesen fast 4½ Jahren erwirtschaftete Ertrag also auf einen Schlag nach der Inventur vom Jah-

62 Häufigster, wenn auch bei weitem nicht umsatzstärkster Kunde war Alexander Huninger aus Schaffhausen. Er überließ Amman jeden Monat die Spedition einzelner Gegenstände, womit auf ihn etwa 70 der ca. 300 Buchungen entfallen – weiterhin verbergen sich hinter jeder Buchung, im Gegensatz zu den meisten anderen Kunden, mehrere Transportaufträge, üblicherweise fünf bis zehn pro Monat. Einen der ausgefallensten stellt dabei sicher derjenige dar, welche Amman für den 20. Juni 1775 in ihrem Warenausgangsbuch verzeichnen (Stadtarchiv Schaffhausen, G.02.09 Familienarchiv Frey, Bestand „Bankhaus Heinrich von Amman“, Stück 29, Ausgangs-Buch, S. 86): Es handelt sich um die Lieferung eines Klaviers nach Lausanne, welche Amman durch den Fuhrmann Ludwig Oschmid besorgen ließen. Amman berechneten Huninger 28 Gulden. Empfänger des Klaviers war der Kammerherr des preußischen Königs, von Pölnitz, der offenbar zu dieser Zeit im Fürstentum Neuchâtel weilte, welches sich seit 1707 in Personalunion mit Preußen befand.

63 Genealogische Register, A 29, A 35.

resende 1775 entnommen wurde. Um die Vergleichbarkeit der Daten nicht zu beeinträchtigen, wurde diese einmalige Entnahme in der folgenden Graphik auf die Länge des betreffenden Zeitraums umgelegt und als jährlicher Durchschnittsertrag – unter Auslassung der nicht in die Betrachtung eingeschlossenen Jahre 1771 und 1772 – eingezeichnet⁶⁴:

Graphik 3: Die aus dem Geschäft jährlich entnommenen Überschüsse



Quelle: Buchungen vom Waren- bzw. Societätskonto auf das Capitalkonto bzw. die Capitalkonten (Journale I, III, IV).

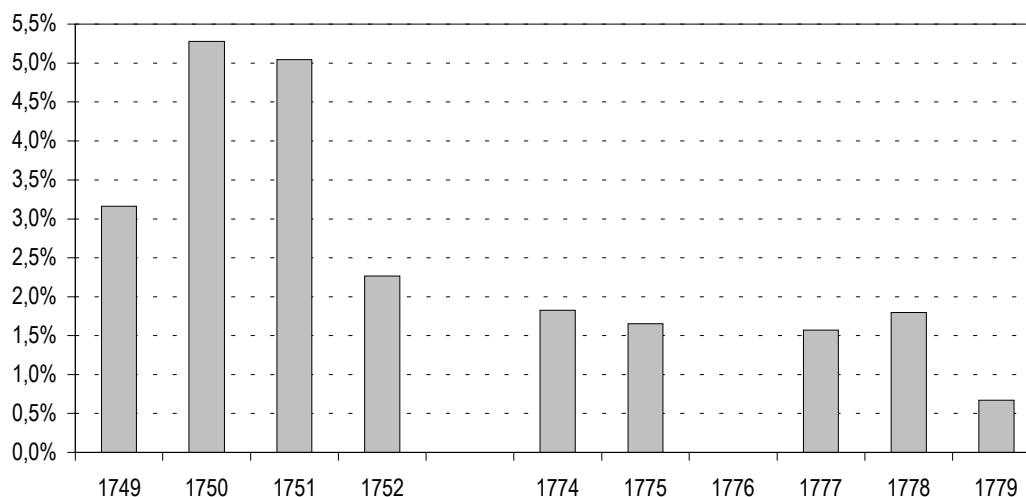
Offenbar machte das Unternehmen recht konstant Gewinne, sie liegen für die Zeit um 1750 bei etwa 5.000 Gulden jährlich, in den 1770ern in ‚Normaljahren‘ um die 16.000–17.000 Gulden, unter Berücksichtigung der Jahre 1776 und 1779 immerhin bei durchschnittlich 12.700 Gulden. Die höheren Gewinne in den 1770er Jahren erklären sich aus dem weit intensiveren Geschäftsbetrieb, oder besser: sie gehen konform mit dem weit höheren Umsatz in den Jahren der zweiten Untersuchungsperiode.

Graphik 4: Die Umsatzrendite im Untersuchungszeitraum

64 Die Angaben für die Zeit um 1750 beziehen sich auf das Ammansche Rechnungsjahr von Juli bis Juni, die Angabe etwa für 1748 also auf den Zeitraum vom 01.07.1747 bis 30.06.1748.

Die Entnahme für den Zeitraum Juli 1771 bis Dezember 1775 erfolgte auf einen Schlag am 31.12.1775 in Höhe von 75633.12 fl., was einer durchschnittlichen jährlichen Entnahme von 17024.30 fl. entspricht.

In den Jahren 1777 und 1778 wurden die Erträge aus der Societät mit Schalch nicht dem Warenkonto, sondern direkt dem Kapitalkonto gutgeschrieben, für 1779 wurden diese Erträge gar nicht im Journal erwähnt.



Setzt man die Erträge mit den Umsätzen in Beziehung und betrachtet also die Umsatzrendite (*Graphik 4*), so scheint das Unternehmen dagegen sein wenn auch geringeres Kapital um 1750 erfolgreicher eingesetzt zu haben. Ob dies vielleicht der Konjunktur anzulasten ist – immerhin hat Amman von 1771–1775, in einer Zeit allgemeiner wirtschaftlicher Krise, bewußt keine Erträge aus dem Geschäft abgeschöpft –, oder ob die Ursache in einer eventuell geringeren Gewinnspanne des kapitalintensiven und in den 1770er Jahren ja in den Vordergrund rückenden Wechselhandels, oder schlicht in geringerem unternehmerischen Glück oder Geschick zu suchen ist, muß vorerst dahingestellt bleiben. Nach einer kompletten Aufnahme aller Sachkonten der Journale in eine Datenbank wäre eine Analyse der Gewinnspannen in verschiedenen Bereichen zwar ohne weiteres möglich; im Rahmen der hier behandelten Fragestellung ließe sich der dafür nötige Arbeitsaufwand aber kaum vertreten.

Schon die Umsatzrendite läßt die zweite Untersuchungsperiode im Vergleich zur ersten als die weniger erfolgreiche erscheinen, ein Blick in die Endabrechnung des Jahres 1776 zeichnet aber noch ein viel ungünstigeres Bild von der Lage des Geschäfts in jener Zeit. Dies hängt mit der Bequemlichkeit Ammans zusammen, für seine Gewinn- und Verlustrechnung nur die Sachkonten, nicht aber die Personenkonten zu schließen. Während etwa das Vorhandensein unbrauchbarer Ware oder ‚fauler‘ Wechsel im Geschäftsbetrieb recht schnell oder für die Waren spätestens bei der Inventur zu Tage tritt, so daß dies in den Sachkonten als Abschreibung vermerkt und in der Endabrechnung berücksichtigt wird, verhält es sich bei den in den Büchern vermerkten Forderungen an die Geschäftspartner anders. Ob eine Forderung tatsächlich beglichen wird oder abgeschrieben werden muß, zeigt sich im Allgemeinen erst bei der Saldierung eines Personenkontos und der anschließenden expliziten Einforderung des Saldos. Zufälligerweise stand Ende 1776 sowohl der Abschluß des

Journals als auch des Hauptbuchs an, bei welcher Gelegenheit auch die Personenkonten geschlossen und die ausstehenden Forderungen überblickt wurden. Das schließliche Ergebnis kann nur als verheerend bezeichnet werden, Wut und Frustration über die Einbuße sprechen aus der ansonsten eher nüchternen Buchführung: „Waren Conto Soll an folgende 51 Creditores. Schreibe bey diesen Respective Chicaners und Lumpen als verloren ab: [...] fl. 86351.48“⁶⁵. Bei einzelnen noch nachfolgenden Abschreibungen wird zu noch wüsterem Vokabular gegriffen. Offenbar hatten sich diese verlorenen Posten seit der Eröffnung des Hauptbuchs im Juli 1770 angesammelt, den mit Abstand größten etwa in Höhe von 17760 fl. 50 xr. blieb ihm der Augsburger Kattendrucker Georg Christoph Gleich schuldig, der schon im Jahre 1770 Konkurs gemacht hatte und aus der Stadt geflohen war⁶⁶. Für den Zeitraum Juli 1771 bis Dezember 1775 wurde wie erwähnt am 31.12.1775 ein Betrag von 75633.12 fl. aus dem Geschäft entnommen, unterstellt man weiterhin für die Zeit von Juli 1770 bis Juni 1771 eine für diese Zeit ‚normale‘ Gewinnentnahme in der Größenordnung von 10.000–20.000 fl., so kam Amman aus der Zeit von 1770–1776 also gerade mit einer ‚schwarzen Null‘ heraus. Die Ursache dafür dürfte aber eben nicht in kaufmännischem Ungeschick oder einer mangelnden Ertragsfähigkeit des Geschäfts zu suchen sein – weswegen der Verlust von 1776 auch nicht in *Graphik 3* berücksichtigt worden ist –, sondern eher in einer unglücklichen Häufung von Konkursen Ammanscher Geschäftspartner.

Wie beeindruckend der Erfolg der Ammanschen Unternehmung auf das Ganze gesehen dann schließlich doch war, läßt sich etwa an der Entwicklung des Kapitalkontos ablesen: Dies stand am Ende der ersten Untersuchungsperiode auf rund 13.000 Gulden, in der Endabrechnung des Todesjahrs von Johann Jacob Amman, 1777, standen wie schon oben erwähnt etwa 200.000 fl. zu Buche – das Vermögen hatte sich somit in diesem Zeitraum etwa verfünzfach.

65 Journal III, S. 647

66 Claus-Peter CLASEN, *Textilherstellung in Augsburg in der frühen Neuzeit*, Bd. 2: *Textilveredlung*, Augsburg 1995, S. 453 FN 53. Gleich war der zweite Ehemann von Anna Barbara Gleich oder Gignoux, die von 1771 bis zu ihrem Tod die erfolgreiche Firma „Johann Friedrich Gignoux seel. Erben“ leitete und mit der auch das Haus Amman gute Geschäfte machte – ohne aber offenbar die Schulden von Gleich bei ihr einfordern zu können.

3. ÜBERBLICK ÜBER DAS WARENSORTIMENT

In Kapitel A.3 wurde die Notwendigkeit dargelegt, für die verschiedenen Informationsdimensionen – Zeitachse, Warensortiment, Abnehmerseite – Kategoriensysteme zu bilden. Vor der eigentlichen Datenauswertung sollen nun das Warensortiment und – im folgenden Kapitel – der Absatzraum näher vorgestellt werden.

Die wichtigsten Waren des Ammanschen Sortiments sind in *Tabelle 3* zusammengestellt, wobei eine Rangfolge durch das Mitteln der Absatzanteile beider Untersuchungsperioden bestimmt wurde⁶⁷. Die Tabelle enthält nur solche Waren, die im Schnitt auf über 0,2% Absatzanteil kommen. Damit sind nur in Einzelfällen gehandelte Waren ausgeschlossen und dennoch für Periode I 96,5% und für Periode II sogar 98,8% der Waren – nach dem Wert des Absatzes gerechnet – erfaßt. Zur besseren Vergleichbarkeit der beiden Untersuchungsperioden wurden die absoluten Zahlen – Wert des Absatzes in Gulden, Zahl der Buchungen – auf einen Monat normiert.

Als die mit großem Abstand wichtigste Ware erscheint Indigo, der schon in Periode I gut die Hälfte, in der zweiten Periode sogar über 60% des Warenabsatzes ausmacht. Ihm wird im folgenden Hauptkapitel ein eigener Abschnitt gewidmet sein. Desweiteren sind Farbwaren allgemein stark vertreten, es finden sich Krapp, Grünspan, Orseille, Cochenille, Schmalten, Graines d'Avignon, Orléan, Blauholz und Galläpfel⁶⁸. Cochenille, Orléan, Farbholz und Galläpfeln waren außereuropäischen Ursprungs. Grünspan und Schmalte basieren auf Produkten des europäischen Bergbaus, nämlich Kupfer bzw. Kobalt, während Krapp, Orseille und Graines d'Avignon eine organische Basis haben. Die blaue Schmalte, eine zu Pulver gemahlene Schmelze aus Kobalt und Glas, eignet sich als Basis für Malerfarben, dient aber vor allem der Färbung von Porzellan und bisweilen auch Leinentüchern. Grünspan, eigentlich „Spanisch Grün“, entsteht durch Oxidation von Kupfer, und dürfte die wohl verbreitetste Basis für grüne Farbe in jener Zeit gewesen sein. Bezogen wurde der Grünspan fast ausschließlich aus Frankreich, wo man ihn aus geeigneten Kupferplatten

67 Diese Rangfolge dient lediglich als Orientierungshilfe. Sie bildet einen Indikator dafür, welche Waren im Rahmen dieser Untersuchung, also bei gleicher Berücksichtigung beider Untersuchungsperioden von Bedeutung sind. Die ersten vier Waren dieser Rangfolge werden in Hauptkapitel C näher untersucht.

68 Vgl. SCHEDEL, Art. „Färberröthe“ (Bd. 1, S. 456-458), „Grünspan“ (Bd. 1, S. 595f.), „Orseille“ (Bd. 2, S. 165), „Cochenille“ (Bd. 1, S. 329f.), „Blaue Farbe, blaue Smalte“ (Bd. 1, S. 186-190), „Avignonsbeeren“ (Bd. 1, S. 91), „Orlean“ (Bd. 2, S. 162-164), „Blauholz“ (Bd. 1, S. 190-192) und „Brasilienholz, Rotholz“ (Bd. 1, S. 229f.).

Tabelle 3: Der Absatz der wichtigsten Waren im Ammanschen Sortiment (über 0,2% gemitteltem Anteil)

Bezeichnung	1748–1752			1773–1779			insgesamt	
	monatlicher Absatz in Gulden Anteil an allen Waren Buchungen je Monat			monatlicher Absatz in Gulden Anteil an allen Waren Buchungen je Monat			gemittelter Anteil dito kumuliert	
1. Indigo	2.889,3	52,5%	13,0	15.879,3	61,6%	21,0	57,1%	57,1%
2. Baumwolle	12,5	0,2%	0,1	4.051,7	15,7%	4,8	8,0%	65,0%
3. Zucker	448,4	8,2%	9,6	383,8	1,5%	1,1	4,8%	69,9%
4. Kaffee	163,6	3,0%	6,4	1.444,8	5,6%	4,5	4,3%	74,1%
5. Krapp	85,1	1,5%	1,9	1.686,5	6,5%	1,3	4,0%	78,2%
6. Grünspan	235,0	4,3%	4,4	401,8	1,6%	2,3	2,9%	81,1%
7. Gummi	143,2	2,6%	1,6	401,0	1,6%	0,8	2,1%	83,2%
8. Orseille	165,5	3,0%	1,6	–	0,0%	–	1,5%	84,7%
9. Tabak	158,1	2,9%	6,4	1,0	0,0%	0,1	1,4%	86,1%
10. Cochenille	7,7	0,1%	0,2	671,5	2,6%	2,8	1,4%	87,5%
11. Blech	124,8	2,3%	2,8	–	0,0%	–	1,1%	88,6%
12. Mandeln	115,5	2,1%	3,2	0,1	0,0%	0,0	1,0%	89,7%
13. Safran	108,8	2,0%	1,3	18,8	0,1%	0,0	1,0%	90,7%
14. Schmalte	112,2	2,0%	1,9	–	0,0%	–	1,0%	91,7%
15. Pfeffer	103,1	1,9%	3,5	0,2	0,0%	0,0	0,9%	92,7%
16. Stahl	77,2	1,4%	0,8	–	0,0%	–	0,7%	93,4%
17. Graines d'Avignon	17,7	0,3%	0,3	224,5	0,9%	0,8	0,6%	94,0%
18. Öl	51,2	0,9%	1,3	20,3	0,1%	0,1	0,5%	94,5%
19. Orléan	39,3	0,7%	2,3	25,0	0,1%	0,3	0,4%	94,9%
20. Schneidwerkzeuge	44,2	0,8%	0,3	–	0,0%	–	0,4%	95,3%
21. Pottasche	41,3	0,8%	0,6	–	0,0%	–	0,4%	95,7%
22. Alaun	10,7	0,2%	0,9	135,8	0,5%	0,4	0,4%	96,0%
23. Juchten	36,6	0,7%	0,7	–	0,0%	–	0,3%	96,4%
24. Farbholz	34,7	0,6%	0,9	0,6	0,0%	0,0	0,3%	96,7%
25. Tee	8,6	0,2%	1,4	107,1	0,4%	0,5	0,3%	97,0%
26. Galläpfel	24,2	0,4%	1,0	29,0	0,1%	0,2	0,3%	97,3%
27. Kupfer	27,9	0,5%	0,0	–	0,0%	–	0,3%	97,5%
28. Wein	22,6	0,4%	0,7	11,7	0,0%	0,1	0,2%	97,8%

künstlich herzustellen vermochte. Bei den Graines d'Avignon handelt es sich um Gelbbeeren, die zwar auch aus Spanien und der Levante in den Handel kamen, aber qualitativ hinter denen aus dem Raum Avignon weit zurückstanden. Orseille wurde aus einer Flechte gewonnen und erzielte ein, allerdings wenig beständiges, Purpurrot. Als bedeutendere Rotfarbe, und vielleicht als wichtigster Farbstoff der Zeit überhaupt, ist Krapp anzusehen. Er wurde aus der Wurzel der Färberröte gewonnen und vorrangig in den Niederlanden und in Sachsen auf den Markt gebracht. Von den außereuropäischen Farbstoffen sind die Galläpfel insofern gesondert zu betrachten, als sie im Gegensatz zu Indigo, Cochenille, Orléan und Blauholz nicht aus Übersee, sondern – in ihren besten Sorten – aus Aleppo und Tripolis auf den europäischen Markt gelangten. Bei Galläpfeln handelt es sich um Gewebemißbildungen an Pflanzen, sogenannten Zezidien, die durch Bakterien oder Eiablage von Insekten entste-

hen; sie dienten als Basis für schwarze und graue Farben, etwa auch für gute Tinte. Als letztes seien an dieser Stelle noch kurz Ursprung und Verwendung von Cochenille, Orléan und Farbholz erläutert⁶⁹: Farbhölzer lassen sich in zwei Gruppen unterscheiden, in Blau- und Rothölzer. Das Blauholz oder Campeche-Holz wurde in Mittelamerika gewonnen, in Honduras und auf der Halbinsel Yucatán einschließlich der weiteren Küste der namensgebenden Campechebai. Das wichtigste und beste Rot- oder Brasilholz stammt aus Pernambuco. Es folgt „Siems Sappanholz“ aus dem ostasiatischen Raum. Amman hatte alle drei beschriebenen Farbhölzer im Sortiment. Orléan oder Rocou ist ein vor allem aus Cayenne nach Europa gehandelter Farbstoff auf organischer Basis, der Rot- und Orangetöne ermöglicht, die allerdings von geringer Beständigkeit sind. Die Cochenille schließlich war der wohl teuerste Farbstoff der Zeit, sie wurde aus Schildläusen gewonnen und ausschließlich von Spanien aus seinen mittelamerikanischen Kolonien nach Europa importiert. Die Qualität dieser Farbe wurde von keinem anderen in Europa bekannten roten Farbstoff übertroffen.

Während viele der Farbstoffe im Ammanschen Sortiment auch eine geeignete Basis für Malerfarben abgaben, dürfte die Hauptverwendung im Bereich der Textilfärbung gelegen haben. Im Zuge der zu beobachtenden Verengung des gesamten Warensortiments in Periode II gegenüber Periode I erfolgt eine Konzentration auf bestimmte Farbwaren, und zwar mit Indigo, Krapp, Cochenille und Gelbbeere gerade auf die verbreitetsten qualitätvollen Textilfarben. Als Ergänzung zu den Farben vertrieb Amman auch Chemikalien, die im Zuge der Farbaufbereitung und des eigentlichen Färbevorgangs vonnöten sind⁷⁰, so etwa das unverzichtbare Beizmittel Alaun, die auf der Bleiche und für die Appretur wichtige Pottasche oder das Verdickungsmittel Gummi⁷¹. Letzteres wurde ursprünglich aus Arabien auf den europäischen Markt gebracht, in der Mitte des 18. Jahrhunderts aber langsam durch senegalesisches Gummi verdrängt. Gummi und Alaun blieben faktisch als einzige dieser ‚Textilchemikalien‘ in den 1770er Jahren im Ammanschen Sortiment.

69 Zu den überseeischen Farbstoffen vgl. auch Thomas BECK, Indigo, Cochenille und Brasilholz. Farbstoffhandel und Technologietransfer im Ersten Kolonialzeitalter, in: *Kultur & Technik* 4 (1988), S. 222-229.

70 Eine ausführliche Beschreibung der Arbeitsvorgänge und der nötigen Materialien beim Kattundrucken sowie beim Schön- und Seidenfärben findet sich etwa bei Johann Carl Gottfried JACOBSON (Hrsg.), *Schauplatz der Preußischen Zeugmanufacturen* [...], 4 Bde., Berlin 1773–1776, hier: Bd. 1, S. 166-212, 299-554.

71 SCHEDEL, Artikel „Alaun“ (Bd. 1, S. 34-38), „Pottasche“ (Bd. 2, S. 300-305) und „Arabisches Baumharz“ (Bd. 1, S. 75f.).

Als einen weiteren Zweig des Handels mit Produkten des Textilgewerbes tritt für die zweite Periode der Vertrieb von (Roh-)Baumwolle hinzu. Obwohl Amman in der ersten Untersuchungsperiode praktisch nicht mit ihr gehandelt hat, erreicht sie im Mittel beider Perioden mit großem Abstand vor den anderen Waren den zweiten Rang hinter Indigo, weswegen ihr im folgenden Hauptkapitel auch ein eigener Abschnitt gewidmet ist.

Als zweites Standbein neben dem Vertrieb der Produkte des Textilssektors erscheint der Handel mit Nahrungs- und Genußmitteln, und zwar überwiegend überseeischer Herkunft. Zucker und Kaffee als die mit Abstand wichtigsten Waren in dieser Gattung werden im nächsten Hauptkapitel behandelt. Die übrigen Genußmittel wie vor allem Tabak, Mandeln, Pfeffer und Wein verschwinden für die zweite Untersuchungsperiode praktisch aus dem Sortiment – es gibt nur eine Ausnahme: chinesischen Tee. Für diesen sinkt zwar die durchschnittliche Zahl der Verkäufe je Monat in Periode II auf fast ein Drittel ab, dafür verzwölffacht sich aber die je Monat abgesetzte Menge, oder genauer, der Wert der abgesetzten Menge.

Eine letzte Warengattung, die nur in Periode I gehandelt wurde, stellen Metalle und Metallhalbzeuge dar. In erster Linie waren dies Blech und Stahl, die vorrangig nach Italien gingen. Hinzu kamen Sicheln und Sensen, die hier unter der Bezeichnung „Schneidwerkzeuge“ zusammengefaßt sind und nur *en gros* verkauft wurden.

Einen noch deutlicheren Überblick über die Gesamtentwicklung des Sortiments bietet *Tabelle 4*, in der das Sortiment nach Warengattungen aufgeschlüsselt ist. Dabei wurden Farbstoffe, ‚Textilchemikalien‘ und Textilfasern⁷² bewußt getrennt gefaßt, um die Ammansche Spezialisierung auf die Farbstoffe hervorzuheben und die gegenläufigen Entwicklungstendenzen deutlich zu machen: Während der Farbwarenhandel expandierte, schrumpfte der Handel mit Textilchemikalien auf ein Drittel ein, daneben etablierte sich mit dem Baumwollhandel sozusagen ‚aus dem Nichts‘ ein eigener Geschäftszweig, welcher den Handel mit Genuß- und Nahrungsmitteln in den 1770er Jahren um das Doppelte übertraf. Zusammengenommen stieg der Handel mit Produkten für das Textilgewerbe von 70% um 1750 auf über 90% in den 1770er Jahren an. Allein die Farbstoffe machten schon um 1750 etwa zwei Drittel, in den 1770ern schließlich fast drei Viertel des Absatzes aus.

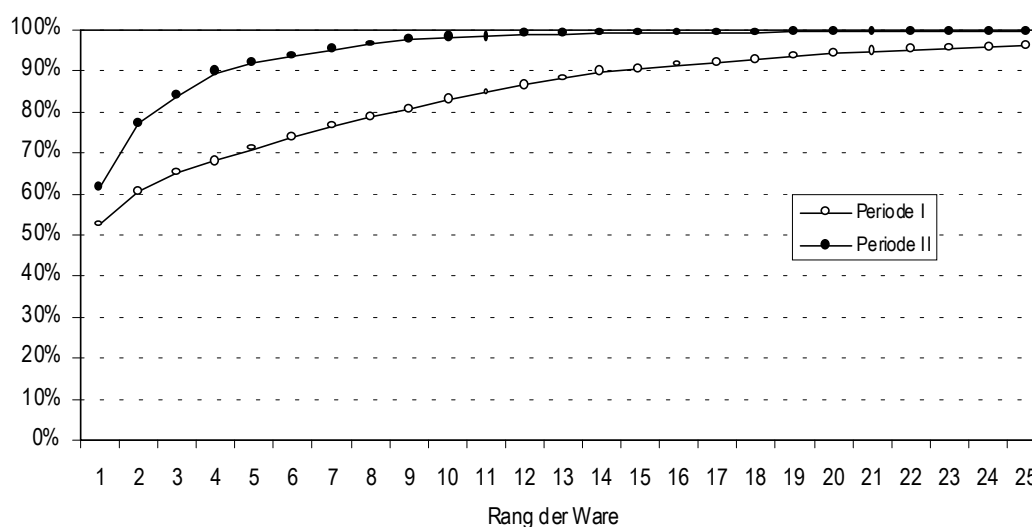
72 Diese Gattung umfaßt praktisch nur die Baumwolle, allerdings ist auch Schafwolle – obschon in sehr kleinen Mengen – darin eingeschlossen.

Tabelle 4: Der Absatz der verschiedenen Warengruppen

Bezeichnung	1748–1752			1773–1779			insgesamt	
	monatlicher Absatz in Gulden Anteil an allen Waren Buchungen je Monat			monatlicher Absatz in Gulden Anteil an allen Waren Buchungen je Monat			gemittelter Anteil dito kumuliert	
Farbstoffe	3.491	63,4%	25,3	18.889	73,3%	28,5	68,4%	68,4%
Genuß- und Nahrungsmittel	1.161	21,1%	33,8	2.085	8,1%	6,6	14,6%	83,0%
Textilfasern	14	0,3%	0,1	4.069	15,8%	4,8	8,0%	91,0%
„Textilchemikalien“	347	6,3%	5,6	566	2,2%	1,5	4,3%	95,2%
Metalle und Metallwaren	282	5,1%	4,4	6	0,0%	0,0	2,6%	97,8%
Rest	206	3,7%	15,3	158	0,6%	1,1	2,2%	100,0%

Die tabellarische Darstellung der Waren wie auch der Warengattungen zeigt, daß auf beiden Ebenen eine Verengung des Sortiments, also eine Spezialisierung des Warenhandels stattgefunden hat. Während die vier wichtigsten Waren der 1770er Jahre – Indigo, Baumwolle, Kaffee und Krapp – in dieser Zeit allein 89,5% des Absatzes ausmachen, kommen die vier wichtigsten Waren um 1750 – Indigo, Zucker, Orseille und Grünspan – gerade auf 68,0% des Absatzes in Periode I. Eine Verallgemeinerung dieses Vergleichs ist in *Graphik 5* festgehalten:

Graphik 5: Kumulierte Anteile der für jede Periode wichtigsten Waren



Hierbei wurden für beide Perioden getrennt die Waren nach ihrem Umsatzanteil sortiert und sodann kumuliert. In Periode II bestand das Sortiment demnach im wesentlichen aus noch etwa zehn Waren, die zusammen schon über 98% des Absatzes ausmachten. Nur fünf Waren hatten übrigens einen Anteil von über 2%, in der Zeit um 1750 sind es noch elf gewesen.

Ein weiteres Spezifikum des Ammanschen Warenhandels ist der hohe Anteil außereuropäischer Waren, wobei neben Gummi und Galläpfeln aus dem arabischen und afrikanischen Bereich sowie Tee und einigen Farbhölzern aus Ostasien im we-

sentlichen die ‚klassischen‘ Produkte Westindiens – Baumwolle, Indigo, Kaffee und Zucker – im Vordergrund stehen. In bezug auf die Baumwolle muß im Vorgriff auf Kapitel C.2 allerdings einschränkend bemerkt werden, daß ein Teil der Baumwolle nicht aus Westindien, sondern der Levante stammte. Dieser Raum nimmt eine Zwischenposition zwischen Europa und Außereuropa ein. Für die folgende Tabelle wurde alle Baumwolle zu den außereuropäischen Waren gerechnet, der Begriff ‚Europa‘ somit auf das christliche Abendland verengt:

Tabelle 5: Der Anteil ‚außereuropäischer‘ Waren am Absatz einzelner Warengattungen

Gattung	Periode I	Periode II
Farbstoffe	85,1%	87,8%
Genuß- und Nahrungsmittel	75,9%	92,9%
Textilfasern	86,9%	99,6%
‚Textilchemikalien‘	41,3%	70,9%
insgesamt	72,9%	89,1%

Schon um 1750 stammten fast drei Viertel der von Amman verkauften Waren nicht aus dem europäischen Raum. Im Zuge der Verengung des Warenspektrums erfolgte offenbar eine zunehmende Konzentration auf solche Waren, so daß sie in den 1770er Jahren etwa 90% der Produktpalette ausmachten. Daß dieser Anteil nicht noch näher an 100% liegt, ist vor allem dem florierenden Krapphandel mit einem auf 6,5% gestiegenen Anteil sowie in geringerem Maße dem Handel mit Grünspan, Gelbbeeren und Alaun (zusammen 3,0%) anzurechnen, während mit den Metallwaren die einzige Gattung, die im Ammanschen Fall keinen Bezug zu Außereuropa hatte, zur Gänze aus dem Sortiment verschwunden ist. Im Falle der europäischen Farbwaren und des Alauns wirkte offenbar die eine Entwicklung des Ammanschen Geschäfts, den Handel in immer noch wachsendem Maße am Textilgewerbe auszurichten, der anderen Entwicklung, der Spezialisierung auf über große Entfernungen zu beschaffenden Waren, entgegen.

4. ABSATZRAUM UND KUNDENKREIS

Wenn man die Absatzsummen für die jeweiligen Domizilorte der Abnehmer aggregiert, kann man leicht einen Eindruck von der geographischen Verteilung des Absatzes gewinnen. Analog zum Überblick über die Waren wurde auch hier wieder eine Rangfolge durch Mitteln der Anteile am Absatz beider Perioden gebildet:

Tabelle 6: Die wichtigsten Absatzorte (über 1,0% gemitteltem Anteil)

Bezeichnung	1748–1752			1773–1779			insgesamt	
	monatlicher Absatz in fl. Anteil an allen Waren Buchungen je Monat			monatlicher Absatz in fl. Anteil an allen Waren Buchungen je Monat			gemittelter Anteil dito kumuliert	
1. Augsburg	771,5	14,0%	2,60	2.327,7	9,0%	2,99	11,5%	11,5%
2. Nürnberg	202,4	3,7%	0,78	3.584,7	13,9%	4,61	8,8%	20,3%
3. Zürich	523,2	9,5%	5,44	1.228,9	4,8%	2,17	7,1%	27,5%
4. Fürth	286,2	5,2%	0,48	1.047,0	4,1%	0,68	4,6%	32,1%
5. Schaffhausen	232,9	4,2%	5,06	1.231,5	4,8%	3,07	4,5%	36,6%
6. Herisau	279,5	5,1%	3,64	730,5	2,8%	1,04	4,0%	40,6%
7. Wien	–	0,0%	–	1.799,5	7,0%	1,12	3,5%	44,0%
8. St. Gallen	291,8	5,3%	3,48	429,8	1,7%	1,56	3,5%	47,5%
9. Ulm	230,6	4,2%	2,70	678,0	2,6%	2,12	3,4%	50,9%
10. Nördlingen	147,3	2,7%	0,64	964,3	3,7%	2,61	3,2%	54,2%
11. Stuttgart	206,5	3,8%	1,02	136,4	0,5%	0,29	2,1%	56,3%
12. Memmingen	143,5	2,6%	1,50	360,2	1,4%	1,29	2,0%	58,3%
13. Venedig	–	0,0%	–	831,0	3,2%	0,26	1,6%	59,9%
14. Lindau	126,0	2,3%	4,24	212,2	0,8%	0,91	1,6%	61,5%
15. Basel	60,8	1,1%	0,98	505,3	2,0%	0,27	1,5%	63,0%
16. Hauptwil	152,2	2,8%	0,76	35,4	0,1%	0,18	1,5%	64,5%
17. Hohenems	100,4	1,8%	1,96	266,8	1,0%	0,60	1,4%	65,9%
18. Konstanz	132,3	2,4%	4,32	11,0	0,0%	0,12	1,2%	67,1%
19. Kaufbeuren	118,7	2,2%	0,66	10,0	0,0%	0,06	1,1%	68,2%
20. Preßburg	–	0,0%	–	565,0	2,2%	0,54	1,1%	69,3%
21. Prag	–	0,0%	–	557,2	2,2%	0,38	1,1%	70,4%

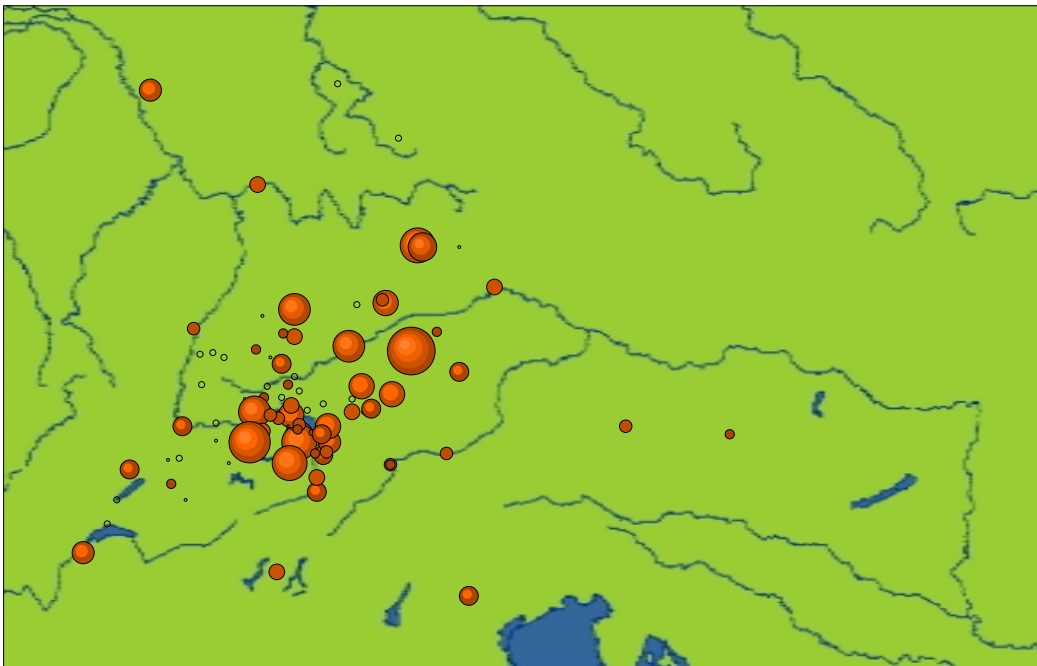
Schaffhausen selbst hielt über die gesamte Zeit einen Anteil von gut 4%, liegt in der Zahl der Buchungen in beiden Perioden sogar auf dem zweiten Rang – dies bedeutet einen im Vergleich zu anderen Orten niedrigen Umfang eines durchschnittlichen Verkaufs. Für den Verkauf ‚vor der eigenen Haustür‘ ist eine solche stärkere Betonung auf Detailgeschäften ja auch gerade zu erwarten. Als wichtigster Ort über beide Perioden erscheint Augsburg, was vor allem auf die Spitzenposition in der ersten Periode zurückzuführen ist. Für die zweite Periode hatte Nürnberg dieselbe Bedeutung wie Augsburg für die erste. Betrachtet man den Großraum Nürnberg-Fürth als ganzes, so reicht er für die erste Periode immer noch nicht ganz an Augsburg heran, überflügelt die Stadt aber im Mittel beider Perioden. Neben Augsburg finden sich noch eine Reihe von Orten in Schwaben als Abnehmer Ammanscher Waren, so etwa Memmingen, Lindau und Kaufbeuren. Für alle diese Städte einschließlich Augsburg läßt sich ein deutlicher Rückgang des Anteils am Umsatz feststellen. Allein für die vier Orte, welche in *Tabelle 6* aufgeführt sind, trat praktisch eine Halbierung ein – von 21,1% auf 11,2%. Im Gegenzug erhöhte sich nicht nur der Anteil des Großraums Nürnberg-Fürth, sondern auch der der zwischen Schwaben und dem fränkischen Raum vermittelnden Messestadt Nördlingen.

Eine ähnliche Entwicklung wie in Schwaben läßt sich auch für die für Amman wichtigen schweizerischen Orte Zürich, St. Gallen und Herisau feststellen, deren gemeinsamer Anteil sich von 19,9% auf 9,3% sogar mehr als halbierte. Mit wenigen Ausnahmen – etwa Basel – zeigt sich diese Tendenz auch für die für den Amman-schen Warenverkauf weniger wichtigen Orte der Schweiz, übrigens auch Schwabens. Parallel zum Abstieg der Schweizer und schwäbischen Plätze erfolgte der Aufstieg der Habsburger Städte Wien, Preßburg und Prag, wobei diese Orte in Periode I noch kein einziges Mal aufgetreten waren. Umso erstaunlicher ist es, daß Wien in Periode II den dritten Rang einnimmt und im Jahr 1777 sogar der Ort mit dem stärksten Absatz war. Ähnlich wie die habsburgischen Städte erscheint auch Venedig noch nicht in der ersten Periode, ist dafür aber in der zweiten Periode der achtwichtigste Absatzort.

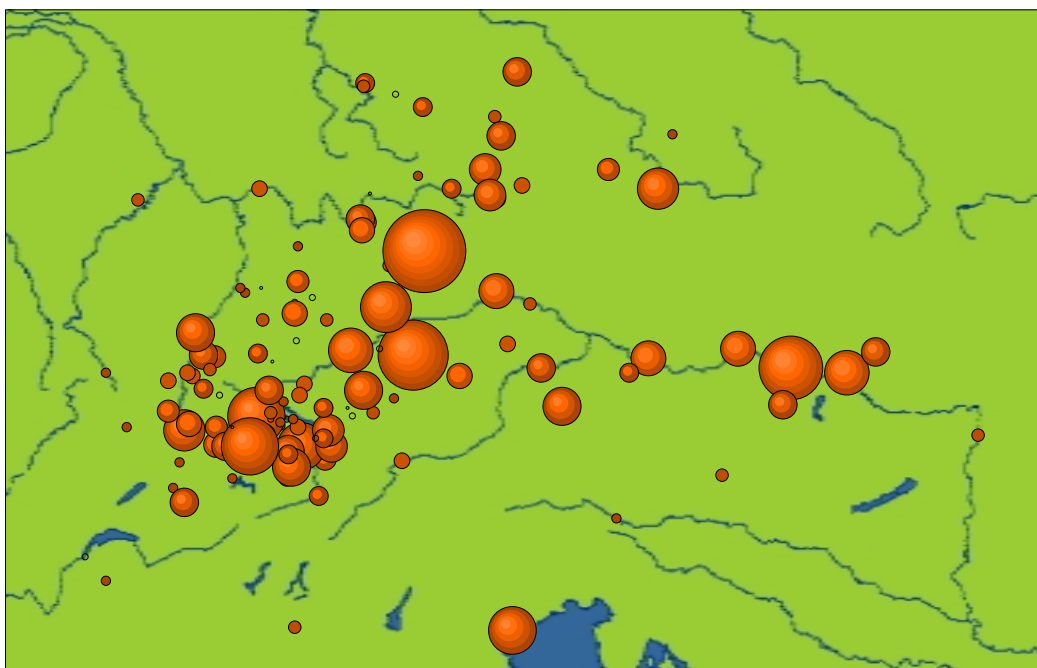
Die regionalen Verschiebungen werden noch deutlicher, wenn man für beide Perioden die Absatzorte in eine Karte einzeichnet (*Karten 1a* und *1b*). Für die erste Periode konnten gut 99% der Orte – nach dem Umsatz gerechnet – berücksichtigt werden, die übrigen werfen zumeist das Problem auf, daß es mehrere Orte mit demselben Namen gibt, ohne daß einer davon besonders wahrscheinlich der richtige ist. Für Periode II liegt der Anteil bei etwa 97%. Um die Entwicklung einzelner Orte über die Zeit besser beurteilen zu können, wurden nicht die Anteile am Absatz, sondern die durchschnittlichen monatliche Absatzsummen in die Karten eingezeichnet.

Deutlich wird, daß die Expansion des Warenhandels nicht allein auf eine Expansion des Absatzraumes zurückgeführt werden kann. Auch in den ursprünglichen Kernräumen des Absatzes, in der Nordschweiz und in Schwaben, nimmt der Absatz in absoluten Zahlen zu. Das gleiche gilt für den weniger wichtigen Raum des östlichen Schwarzwalds, während im Großraum Stuttgart der Absatz stagniert. Auch die wenigen ‚Ausreißer‘ im Nordwesten, der Westschweiz und Italien verlieren relativ an Bedeutung. Nach Italien läuft der Handel eigentlich kaum, mit der einzigen Ausnahme Venedigs in Periode II. Wie bereits anhand der wichtigeren Orte erläutert, verschiebt sich im süddeutschen Raum das Gewicht vom schwäbischen Bereich in das Dreieck Ulm – Augsburg – Nürnberg/Fürth mit Nördlingen in der Mitte. Darüber hinaus geht der Absatz weiter bis ins Vogtland und sogar nach Leipzig sowie westlich davon ins Thüringische und östlich davon nach Böhmen und Mähren mit Prag im Mittelpunkt. Am Auffälligsten ist aber die Expansion nach Osten die Donau entlang

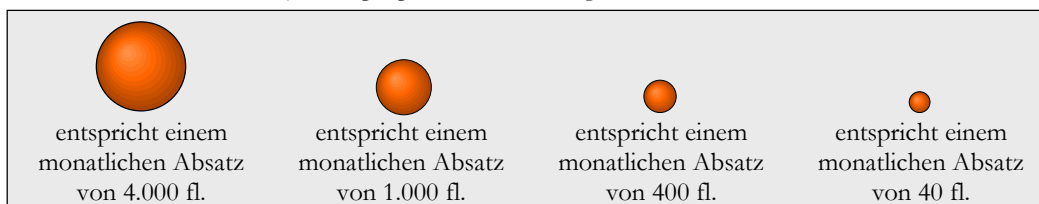
Karte 1a: Die Absatzorte 1748–1752



Karte 1b: Die Absatzorte 1773–1779



Die Höhe des Absatzes ist jeweils proportional zum Kugelvolumen:



bis Wien, und darüber hinaus nach Preßburg, Tyrnau und sogar bis nach Pest. Der Schwerpunkt des Geschäfts verlagerte sich damit weiter in Richtung Osten.

Angesichts der starken Konzentration des Ammanschen Handels auf die Rohstoffe des Textilgewerbes stellt sich die Frage, inwieweit die Gebiete des Warenabsatzes auch Räume textilgewerblicher Verdichtung waren. Für die Nord- und Ostschweiz als einer Hauptabsatzregion ist dieser Zusammenhang unübersehbar; der Aufstieg dieser ursprünglich von der Leinwandproduktion geprägten Landschaft zur führenden Baumwollregion Mitteleuropas nach 1760 ist bekannt und gut erforscht⁷³. Im deutschen Raum waren die rheinischen und westfälischen Gewerblandschaften, die wegen ihrer Nähe zu den Niederlanden offensichtlich in anderen Zuliefernetzen integriert waren, von geringem Interesse für Amman. Betrachtet man die übrigen deutschen Gewerblandschaften mit einer gewissen Verdichtung des Baumwollgewerbes, so gruppieren sich diese fast zu einem Gürtel, der von Teilen Thüringens und Sachsens – das Vogtland sowie Chemnitz und Gera mit ihrer Umgebung – über den fränkischen Raum und Augsburg bis ins Allgäu reicht⁷⁴. Gerade diesen Gürtel entlang breitete sich der wichtigste Absatzraum der Ammanschen Handlung – vielleicht abgesehen von der Ostschweiz – aus. Für den sehr stark vertretenen fränkischen Raum und die nördlich und östlich anschließenden Gebiete darf man annehmen, daß die in den Niederlanden eingekauften Waren über Rhein und Main – ohne Umweg über Schaffhausen – ihr Ziel direkt erreichten⁷⁵.

Erstaunlich ist der vergleichsweise geringe Absatz in den Schwarzwald. Immerhin fand sich für Amman hier doch gleichsam ‚vor der Haustür‘ eine Region mit ausgeprägtem Baumwollgewerbe, welches noch dazu „überwiegend von Schweizer Unternehmen beherrscht“ wurde⁷⁶. Vielleicht erfolgte die Versorgung mit den notwendigen Rohstoffen eher über Basel und Straßburg, aber gerade in diese Orte entlang der Rheinschiene steigerten sich die Verkäufe. Eine plausible Erklärung dafür wäre,

73 Vgl. Béatrice VEYRASSAT, *L'industrialisation dans le secteur cotonnier en Suisse (1760–1830/40)*, Lausanne 1982.

74 KAUFHOLD, *Gewerblandschaften*, S. 125-127, 129f., 135, 138-140, 143f.

75 Dafür spricht der für die Größe und Entfernung der Orte von Schaffhausen recht starke und ausschließlich auf die zweite Periode beschränkte Absatz in die Orte Kitzingen, Mainstockheim und Marktstef, die zusammen einen Anteil von 1,7% (in Periode II) erreichen – genau soviel wie St. Gallen zu dieser Zeit. Die drei Orte sind am Knie des Mains südlich von Würzburg gelegen und damit an derjenigen Stelle, an der der Main – mit Ausnahme des Zusammenflusses mit der Regnitz bei Bamberg – dem Großraum Nürnberg–Fürth am nächsten kommt. Somit dürften dort große Mengen Ammanscher Waren vom Main auf die Landstraße umgesetzt, und als Nebeneffekt gleich einiges vor Ort – evtl. zum Weiterverkauf – abgesetzt worden sein.

76 Ebd., S. 146.

daß das Haus Amman das Textilgewerbe im Schwarzwald indirekt, also über Zwischenhändler in den größeren Orten bediente. In diesem Zusammenhang ist die noch zu erörternde Frage von Interesse, inwieweit Amman *en détail* oder *en gros* verkaufte und ob und wie sich die Gewichte dabei verschoben.

Läßt man diese Frage zunächst offen, so kann festgehalten werden, daß eigentlich alle vom Baumwollgewerbe geprägten Regionen in Deutschland mit Ausnahme derjenigen im Rheinland und in Westfalen Teil des Ammanschen Absatzraumes waren oder zumindest wurden. Für die vom Leinwandgewerbe geprägten Landschaften ergeben sich solche Überschneidungen dagegen kaum.

Die Konzentration auf die Belieferung des Baumwollgewerbes zeigt sich, soweit dies erkennbar ist, auch in der Zusammensetzung des Kundenkreises (vgl. *Tabellen 7a* und *7b*). Einige potentielle Käufergruppen wie etwa Färber sind zwar über die Literatur nur schwer zu identifizieren, dafür sind Manufakturbesitzer und andere Textilgroßhändler leichter auszumachen. Unter den für jede Periode 20 wichtigsten Kunden finden sich mehrere Kattundrucker, aus Süddeutschland etwa die Augsburger Abraham Neuhofer, Johann Heinrich Schüle und die von Barbara Gleich geleitete

Tabelle 7a: Die 20 wichtigsten Warenabnehmer 1748–1752

Name	Domizilort	Absatz in Gulden à 11 je Monat	Anzahl der Buchungen je Monat	Anteil am Absatz	dito kumuliert
1. Eberhardt, Franz Dominicus	Fürth	286,2	0,48	5,2%	5,2%
2. Neuhofer, Georg Abraham	Augsburg	278,8	0,36	5,1%	10,3%
3. Hillenbrand, Hans Georg seel. Erben	Augsburg	184,4	0,58	3,4%	13,6%
4. Lobzacher, Hans Ulrich	Herisau	176,1	0,82	3,2%	16,8%
5. Gonzenbach Gebr.	Hauptwil	152,2	0,76	2,8%	19,6%
6. Rordorf, Johann Heinrich	Zürich	124,3	0,36	2,3%	21,8%
7. Glintz, Ottmar de Joachim	St. Gallen	108,2	0,32	2,0%	23,8%
8. Stör, J. Pius	Nürnberg	106,4	0,34	1,9%	25,7%
9. Ufenheimer, Mayer Jonathan	Hohenems	93,5	1,54	1,7%	27,4%
10. Hommel, Joseph	Memmingen	78,5	0,22	1,4%	28,9%
11. Halbgebauer, Johann Benjamin	Burscheid	72,3	0,16	1,3%	30,2%
12. Ferrari, Zusanne	Bassano	64,1	0,08	1,2%	31,4%
13. Meyer, Johann Caspar	Zürich	59,9	0,56	1,1%	32,4%
14. Ruedorfer, Dominicus	München	58,0	0,32	1,1%	33,5%
15. Klotz & Plouquet	Stuttgart	57,9	0,16	1,1%	34,6%
16. Schöps, Philipp Jacob	Stuttgart	55,2	0,42	1,0%	35,6%
17. Mühlshlegel, Johannes	Stuttgart	52,2	0,04	0,9%	36,5%
18. Hiller, Heinrich	St. Gallen	52,1	0,52	0,9%	37,5%
19. Wucherer, Benedict Jacob	Nördlingen	51,2	0,24	0,9%	38,4%
20. Günther, Joh. Wolfgang	Nürnberg	50,6	0,14	0,9%	39,3%

Tabelle 7b: Die 20 wichtigsten Warenabnehmer 1773–1779

Name	Domizilort	Absatz in	Anzahl der	Anteil am	dito ku-
------	------------	-----------	------------	-----------	----------

		Gulden à 11 je Monat	Buchungen je Monat	Absatz	multiert
1. Schüle, Johann Heinrich	Augsburg	1.007,8	0,50	3,9%	3,9%
2. Levi, Benedic seel. Söhne	Fürth	914,5	0,35	3,5%	7,5%
3. Heinzelmann, Johannes	Venedig	685,1	0,22	2,7%	10,1%
4. Wolrab, Georg & Herzogenrath	Nürnberg	632,5	0,37	2,5%	12,6%
5. Schätzler, Christoph Michael	Nürnberg	519,5	0,37	2,0%	14,6%
6. Mertz, Johannes	Herisau	446,4	0,49	1,7%	16,3%
7. Kuner & Comp.	Wien	415,7	0,13	1,6%	17,9%
8. Werthemann, Lucas	Basel	398,8	0,04	1,5%	19,5%
9. Platner, Georg	Nürnberg	366,6	0,15	1,4%	20,9%
10. Barbenes, Johannes	Straßburg	336,0	0,16	1,3%	22,2%
11. Wucherer, Johann Friedrich	Nördlingen	321,2	0,34	1,2%	23,5%
12. Gignoux, Johann Friedrich seel. Erben	Augsburg	303,0	0,40	1,2%	24,6%
13. Mertz, Georg Nicolas von	Nürnberg	288,4	0,23	1,1%	25,7%
14. Schwechater Cotton Fabrique	Wien	283,2	0,06	1,1%	26,8%
15. Zarabarra, Sebastian	Prag	270,7	0,12	1,1%	27,9%
16. Dieboldt, Christian Carl	Regensburg	263,2	0,27	1,0%	28,9%
17. Holtzhalb, Antoni	Zürich	256,2	0,17	1,0%	29,9%
18. Schelling & Burgauer	Schaffhausen	250,8	0,15	1,0%	30,9%
19. Gerlach, Johann Gottfried	Ulm	245,0	0,26	1,0%	31,8%
20. Kuhn, Johann Jacob	Degersheim	235,7	0,22	0,9%	32,7%

Firma Gignoux seel. Erben⁷⁷, aus der Ostschweiz die Herisauer Hans Ulrich Lobzacher und Johannes Mertz⁷⁸ oder im Habsburger Raum die *Schwechater Cotton Fabrique* bei Wien.

Eine systematische Auswertung des Kundennetzes ist, wie in der Einleitung dargelegt, weder hier möglich noch sonderlich ertragreich. Zumindest an einem Einzelfall soll aber die Bedeutung der Ammanschen Lieferungen für den Betrieb des Kunden abgeschätzt werden. Das Beispiel widmet sich dem wichtigsten Warenabnehmer Ammans in den 1770er Jahren, zugleich dem wohl bekanntesten Manufakturbetreiber im deutschen Raum überhaupt: Johann Heinrich Schüle in Augsburg.

Um einen Eindruck von der Bedeutung der Ammanschen Lieferungen für Schüle zu gewinnen, kann man aufgrund der Produktionsstatistik von Schüle einige Angaben machen. Im Jahr 1771 kaufte Schüle insgesamt 67.000 Kattune, dazu für etwa 124.000 fl. ziemlich genau 100.000 Pfund Krapp und für knapp 60.000 fl. Gummi und Gelbbeere, also Graines d'Avignon, die aber eher zur Ergänzung des Krapprot durch gelb-orangene Farbtöne dienten⁷⁹. Mithin benötigte Schüle für das Bedrucken eines Kattuns im Jahr 1771 etwa anderthalb (Nürnberger) Pfund Krapp, ein Wert, welcher so in etwa auch auf die unmittelbar folgenden Jahre übertragbar

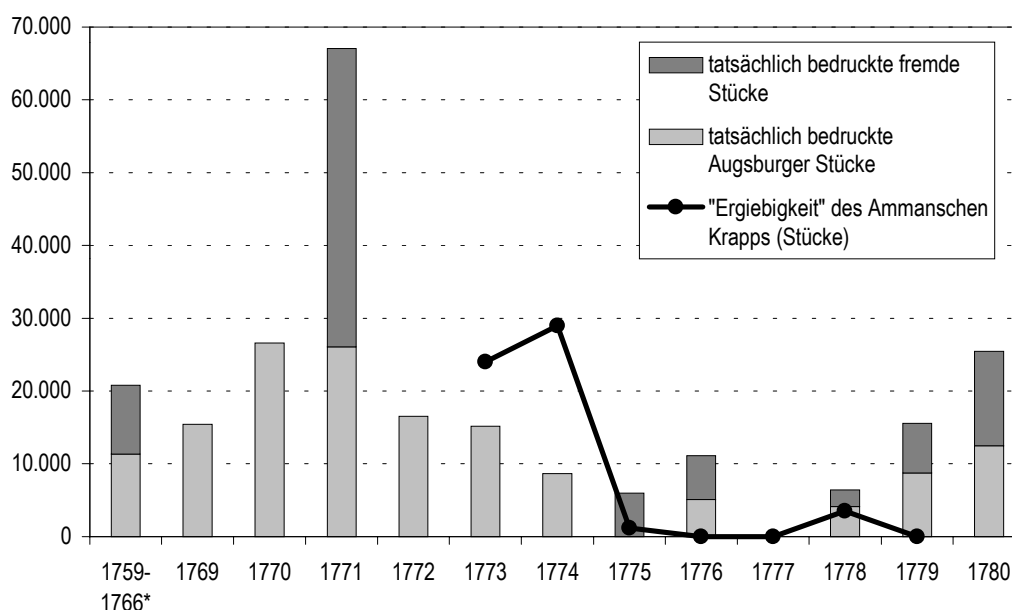
77 CLASEN, Textilherstellung, Bd. 2, S. 353-500.

78 August EUGSTER, Die Gemeinde Herisau im Kanton Appenzell a.Rh., Herisau 1870, S. 243, 360.

79 CLASEN, Textilherstellung, Bd. 2, S. 420.

sein dürfte. Teilt man die von Amman gelieferte Menge Krapp in Nürnberger Pfund durch $1\frac{1}{2}$, so erhält man einen Überschlag für die ‚Ergiebigkeit‘ des von Amman gelieferten Krapp. Diese Werte können dann mit den insgesamt bearbeiteten Stücken verglichen werden:

Graphik 6: Die Produktion Johann Heinrich Schüles 1759–1780⁸⁰ und die Ammanschen Krapp-Lieferungen an ihn 1773–1779



* Mittelwert dieser Jahre.

Die Interpretation der Daten fällt einigermaßen schwer, da ausgerechnet für die interessanten Jahre die Produktionsstatistik dahingehend unvollständig ist, daß fast immer entweder die Zahl der bearbeiteten fremden – also nach Augsburg importierten – oder die der bearbeiteten Kattune aus Augsburg selbst unbekannt ist. Außerdem liegen selbst die wenigen vollständigen Zahlen weit auseinander. So bedruckte Schüle etwa in den frühen 1760er Jahren gut 20.000 Stücke pro Jahr, 1771 aber fast 70.000, 1776 nur noch etwa 10.000⁸¹. Die Zahl der Augsburgischen Stücke ist recht durchgängig bekannt und läuft ungefähr parallel zur Gesamtzahl der Tuche in den Jahren 1759–1766, 1771 und 1776, wobei in Zeiten geringerer Produktion die einheimischen Kattune etwas über die Hälfte, im Jahr 1771 dagegen deutlich weniger als die Hälfte ausmachen. Dies ist einleuchtend, denn in der Zeit der Hochkonjunktur der frühen 1770er – eine solche kann man wohl unterstellen – kaufte Schüle bereits etwa 40% aller Augsburgischen Kattune und war damit wohl an eine obere Grenze gera-

80 Daten aus: Peter FASSL, *Konfession, Wirtschaft und Politik. Von der Reichsstadt zur Industriestadt, Augsburg 1750–1850*, Sigmaringen 1988, S. 423.

81 Die Zahl der auswärtigen Stücke ist für 1775 und 1776 nur summarisch bekannt.

ten, so daß der darüberliegende Bedarf in überdurchschnittlichem Maße von außen gedeckt werden mußte. Die von Amman in den Jahren 1773 und 1774 gelieferten Krappmengen genügten für das Einfärben von weit mehr als nur den Augsburger Stücken, allein 1774 hätte man die dreifache Menge bedrucken können. Wenn nun zwar die Zahl der fremden Stücke für 1773 und 1774 unbekannt ist, so dürfte sie doch eher unter- als oberhalb der Zahl von 1771 gelegen haben, sozusagen ‚auf dem Weg‘ zum niedrigen Wert Mitte der 1770er. Demnach hätte Amman mindestens am Ende der Schüle’schen Hochzeit den Löwenanteil der von diesem benötigten Farbe geliefert. Betrachtet man die noch hinter 1773 zurückreichenden Buchungen auf dem Warenkonto des Hauptbuchs, so zeigen sich nicht nur für 1773 und 1774, sondern auch für 1771 und 1772 Buchungen in Höhe von jeweils insgesamt 23.000–24.000 Gulden, für 1769 und 1770 auch schon knapp 7.000 Gulden. Wenn man wie für die Jahre 1773 und 1774 unterstellt, daß etwa 80% dieser Summe aus Krappverkäufen rührte, dann lieferte Amman 1771–1774 alljährlich Farbwaren zum Färben von etwa 25.000–30.000 Stücken an Schüle, womit Amman als ein wesentlicher Lieferant, vielleicht sogar als Hauptlieferant von Farbstoffen für die Fabrik Johann Heinrich Schüles in ihrer Hochblüte erschiene.

C. DER HANDEL MIT EINZELNEN PRODUKTEN

1. INDIGO

Der blaue Farbstoff Indigo war bereits in der Antike bekannt und ist in verschiedenen europäischen Ländern ab dem 12. und 13. Jahrhundert nachweisbar⁸². Zunächst wurde er nur für die Herstellung hochwertiger Farbe etwa für das Kunsthandwerk verwendet, während als blaue Textilfarbe der europäische Waid allgemein verbreitet war⁸³. Dies ist im wesentlichen auf die zunächst sehr hohen Preise des außereuropäischen Gutes Indigo zurückzuführen, aber auch auf den technisch schwierigen Prozeß des Textilfärbens mit Indigo⁸⁴: Genau wie Waid war auch Indigo ein Küpenfarbstoff, d.h. er konnte im Gegensatz zu den meisten übrigen Farbstoffen, welche Beizfarben waren, ohne die Vorbehandlung des Gewebes durch einen Beizstoff aufgetragen werden. Dies vereinfachte zunächst den Färbeprozess, brachte aber ein anderes Problem mit sich: Beizfarben sind wasserlöslich, Küpenfarben nicht. Zum Färben mußten die festen Farbstoffe aber in eine flüssige Form gebracht werden, also ein Färbebad zum Eintauchen der Textilien angerichtet werden. Während eine Waidküpe durch Gärung der Waidpflanzenstücke in einer Brühe hergestellt werden konnte, bedurfte es beim Indigo der Verwendung einer hochgiftigen und ätzenden Schwefelarsenlösung. Bei nicht sachgemäßer Handhabung zerfraß das Färbebad das zu färbende Gewebe. Die Probleme mit diesem Färbevorgang waren so groß, daß Verbote des Indigos diskutiert⁸⁵ und – etwa in England vom beginnenden bis ins späte 17. Jahrhundert⁸⁶ – auch erlassen wurden. Technologische Fortschritte führten Ende des 17. Jahrhunderts zur Aufhebung der Verbote und einer immer massenhafteren Verbreitung. Ende des 18. Jahrhunderts wird nach Schedel „die Waare jetzt in erstaunlicher Menge angewandt“⁸⁷. Zunächst importierten vor allem

82 BECK, Farbstoffhandel, S. 223.

83 Der blaue Farbstoff ist in Waid und Indigo identisch. Die Waidpflanze enthält ihn allerdings in weit schwächerer Konzentration als außereuropäische Indigofera-Arten wie vor allem *indigofera tinctora*. Aus letzterer wurde ein Pulver mit hoher Farbstoffkonzentration extrahiert, erstere kam in unbehandelten Stücken in den Handel und auch direkt in die Küpe.

84 Sergio AIOLFI, Calicos und gedrucktes Zeug. Die Entwicklung der englischen Textilveredelung und des Tuchhandels der East India Company 1650–1750, Stuttgart 1987, S. 40f.

85 CLASEN, Textilherstellung Bd. 2, S. 239f.

86 AIOLFI, Calicos, 43.

87 SCHEDEL, Art. „Indig, Indigo“, hier: Bd. 1, S. 690.

Niederländer und Portugiesen indischen Indigo⁸⁸, als einheimische Kulturpflanze kam Indigo aber auch in Westindien vor. In Guatemala und auf St. Dominque, seit der Mitte des 18. Jahrhunderts auch in Brasilien und in South Carolina wurden große Plantagen angelegt⁸⁹.

Eine Sortendifferenzierung ergibt sich beim Aufbereitungsprozeß der geernteten Blätter der Indigopflanze. Diese werden in Wannen eingeweicht und einem mehrstündigen Gärungsprozeß überlassen, die Brühe dann abgeschöpft und gefiltert. Mit dem abgetrockneten Filtersatzes erhält man den pulvrigen Indigo, dessen Qualität von der Sorgfalt und Länge des Gärungsprozesses abhängig ist⁹⁰:

„Durch eine gelinde, nur 7 bis 8 Stunden dauernde Fäulniß bekommt man den leichten Indigo, der im Wasser schwimmt, und dies ist die beste und feinste Sorte; eine noch weiter getriebene Fäulniß von 9 bis 10 Stunden macht den taubenhalsfarbenen Indigo entstehen, oder die zweite Sorte; durch eine noch längere erhält man den gefeuerten oder kupferfärbigen; und auf diese Sorten folgen nacheinander endlich der schiefergraue und kohlschwärzliche. Der schiefergraue ist der schlechteste unter den gefeuerten; und der kohlschwärzliche entstehet von mißlungenen Küpen, in welchen die Gährung und Fäulniß übertrieben worden ist.“

Betrachtet man die von Amman in den 1770er Jahren getätigten Indigoverkäufe, so kann man für 78,2% der verkauften Menge eine Zuordnung zu einer Sortenbezeichnung vornehmen. Zu 89,5% handelte es sich um gefeuerten Indigo, zu 10,0% um violett-blauen Indigo und zu 0,5% um Indigo aus Guatemala. Diese Sorten erzielten unterschiedliche Preise (*Graphik 7*). Der in der Qualität geringere gefeuerte Indigo wurde von Amman zu vier bis knapp fünf Gulden je Nürnberger Pfund, der bessere violett-blaue zu gut fünf bis gut sechs Gulden verkauft. Derjenige aus Guatemala erreichte sogar bis zu neun Gulden, denn „[u]nter den amerikanischen [Sorten] ist der von Guatemala [*sic*] in Neuspanien der vorzüglichste“⁹¹. Für preishistorische Fragestellungen müssen diese Sorten also getrennt betrachtet werden. Für Aussagen von einiger Allgemeinheit über die Ammansche Handlung genügt schon eine Beschränkung auf den gefeuerten Indigo, da dieser ja $\frac{9}{10}$ des mit Sortenbezeichnungen versehenen und somit mindestens 70%, eher mehr, des gesamten Indigovertriebs ausmacht.

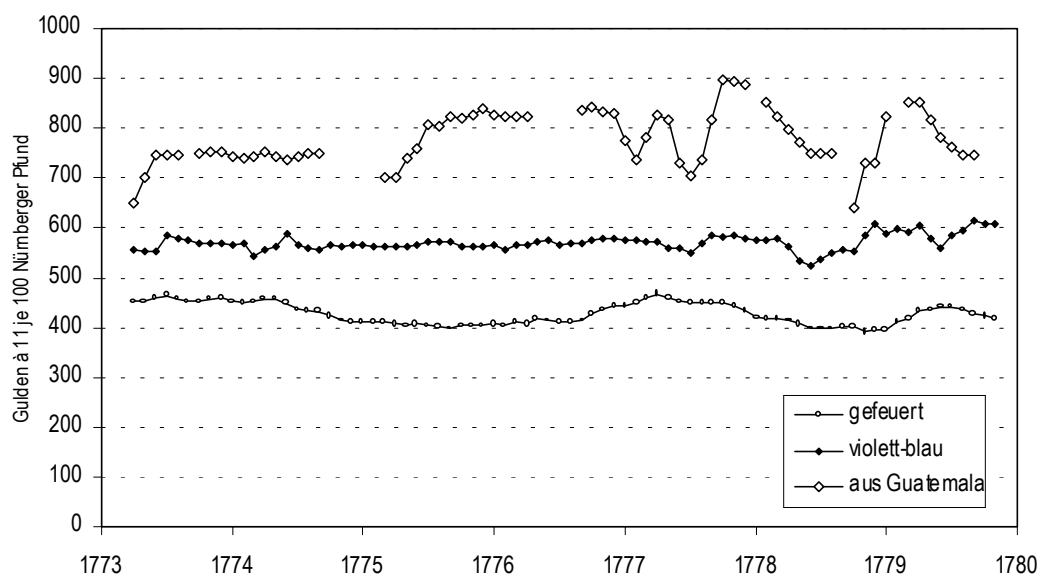
88 BECK, Farbstoffhandel, S. 229.

89 Susanne PETERSEN-GOTTHARDT / Thomas SCHLEICH, Mißwirtschaft auf einer Indigo-Plantage in Westindien, in: Eberhard SCHMITT (Hrsg.), Dokumente zur Geschichte der europäischen Expansion. Bd. 4: Wirtschaft und Handel der Kolonialreiche, München 1988 (*im Folgenden: DGEE 4*), S. 589f.

90 SCHEDEL, Art. „Indig, Indigo“, hier: Bd. 2, S. 688.

91 Ebd., S. 689.

Graphik 7: Monatsweise gewichtetes Mittel der Verkaufspreise der für Amman wichtigsten Indigosorten (März 1773 – Dezember 1779), dreimonatig gleitende Durchschnitte



Um zu Aussagen über Gewinnspannen im Handel mit gefeuertem Indigo zu gelangen, bedarf es neben der Verkaufspreise auch der Einkaufspreise. Diese finden sich vollständig auf der Sollseite des Ammanschen Warenkontos, doch kann eine zur Habenseite des Warenkontos analoge Erfassung und Aufbereitung dieser Daten, wie einleitend dargelegt, im Zuge dieser Abhandlung nicht geleistet werden. Dennoch lassen sich überschlägige Resultate erzielen, wenn man die Verkaufspreise stattdessen mit den Großhandelspreisen in den Orten des Einkaufs vergleicht. Da Amman, wie eine Durchsicht der Sollseite des Warenkontos ergibt, seinen Indigo vorrangig von der französischen Atlantikküste bezog, kann hier auf den Preiskurant der Nantenser Firma Pelloutier & C^{ie} zurückgegriffen werden, der für den Zeitraum 1763–1793 vorliegt⁹². Tatsächlich hat Amman etwa 5% seines Indigos bei Pelloutier eingekauft; die dabei gezahlten Preise fallen im Vergleich mit den stichprobenhaft überprüften Preisen anderer Einkäufe nicht aus dem Rahmen. Um zumindest an diesem einen Beispiel einen detaillierten Einblick in die Kosten der Warenbeschaffung zu gewinnen, sind alle bei Pelloutier gemachten Einkäufe an Indigo in der folgenden Tabelle zusammengefaßt. Den einzelnen Geschäften ist der Listenpreis des jeweiligen *Vormonats* der Buchung beigegeben, da zwischen Abschluß des Geschäfts per Brief und dem Eintreffen und Verbuchen der Ware einige Tage vergangen sein dürften.

92 Markus A. DENZEL (Hrsg.), *Der Preiskurant des Handelshauses Pelloutier & C^{ie} aus Nantes (1763–1793)*, Stuttgart 1997. Da diese Quelle für die Atlantikküste im Untersuchungszeitraum einmalig ist, können die Ammanschen Verkäufe der Jahre 1748–1752 nicht in die hier behandelten Fragen einbezogen werden.

Tabelle 8a: Die Indigoeinkäufe bei Pelloutier in Nantes – Sorten und Preise

Jahr	Monat	Sorte	Summe inkl. Spesen (livre tournois)	Menge (poid de marc)	Abnahme- preis (lt/pdm)	Listenpreis Vormonat (lt)	Abnahme- unter Listenpreis	Preis (fl à 11 je 100 Nbg. Pfd.)
1775	Juni	cuivré	13.210	1.803	7,15	8,10	-13,3%	314,6
1775	Juli	cuivré	10.840 {	1.402	7,15	8,10	-13,3%	314,6
		commun ord.		100	5,50	(?)		242,0
1775	Okt.	cuivré	14.296	2.020	6,90	7,83	-13,5%	303,6
1776	Januar	cuivré	4.937	678	7,10	7,67	-8,0%	312,4
1776	April	cuivré	22.965 {	1.375	7,25	8,03	-10,8%	319,0
		cuivré		1.648	7,50	8,03	-7,1%	330,0
1777	Juni	bon cuivré	33.864	3.935	8,40	9,10	-8,3%	369,6
1778	März	bon cuivré	24.236	3.259	7,25	8,45	-16,6%	319,0
1778	April	melangé	13.690	1.407	9,50	10,25	-7,9%	418,0
1778	Juni	St. Dom.	17.879	2.404	7,25	(?)		319,0

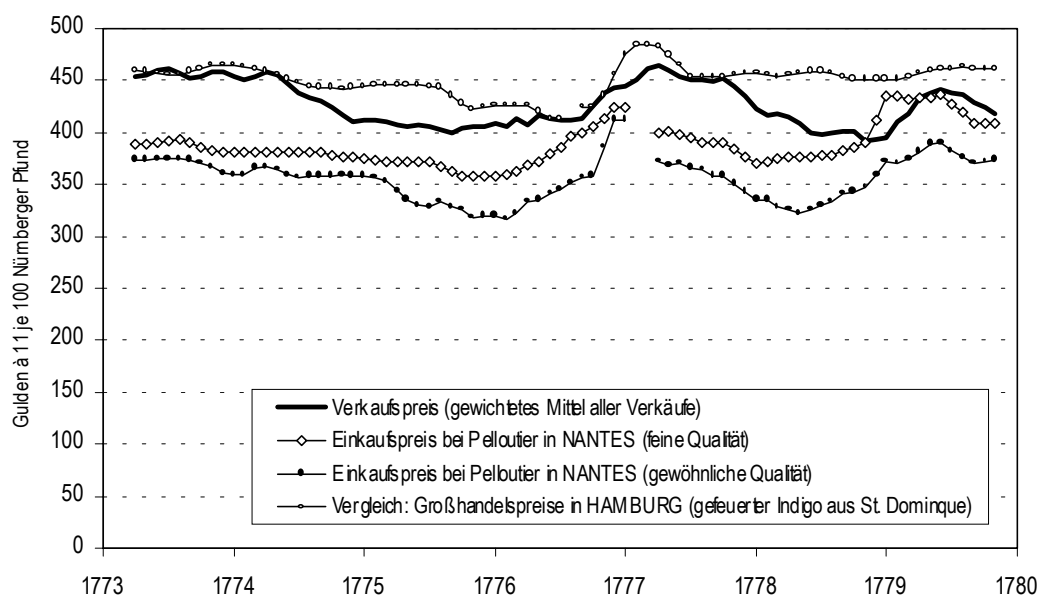
Ann.: Für den Juni 1775 konnte kein Vormonatspreis ermittelt werden, es wurde der vom Juni verwendet.

Tabelle 8b: Die Indigoeinkäufe bei Pelloutier in Nantes – Spesen und Frachten

Jahr	Monat	Warenwert (fl à 11)	Spesen (fl à 11)	Fracht (fl à 11)	zusammen	Anteil Spesen	Anteil Fracht	zusammen	ergo Auf- schlag auf Warenwert
1775	Juni	5.909,57	146,09	141,05	6.195,72	2,4%	2,3%	4,6%	4,9%
1775	Juli	4.846,54	121,71	118,73	5.086,98	2,4%	2,3%	4,7%	5,0%
1775	Okt.	6.388,25	164,08	151,67	6.704,00	2,4%	2,3%	4,7%	4,9%
1776	Januar	2.206,33	56,60	60,12	2.323,05	2,4%	2,6%	5,0%	5,3%
1776	April	10.234,00	291,73	260,35	10.786,08	2,7%	2,4%	5,1%	5,4%
1777	Juni	15.149,75	371,14	563,03	16.083,92	2,3%	3,5%	5,8%	6,2%
1778	März	10.829,38	278,58	275,43	11.383,38	2,4%	2,4%	4,9%	5,1%
1778	April	6.126,32	148,48	127,77	6.402,57	2,3%	2,0%	4,3%	4,5%
1778	Juni	7.988,28	206,07	248,03	8.442,38	2,4%	2,9%	5,4%	5,7%
	gesamt	69.677,43	1.784	1.946	73.408,08	2,4%	2,7%	5,1%	5,4%

Es fällt auf, daß der tatsächliche Abnahmepreis stets um einiges unter dem Listenpreis liegt, in der Größenordnung von um die 10%. Berücksichtigt man neben den Preisen noch die an Pelloutier zu zahlenden Spesen, die bei zwei bis drei Prozent des Warenwertes liegen, und die Kosten für die Spedition der Ware von Pelloutier zu Amman in etwa derselben Größenordnung, so liegen die tatsächlichen Einkaufspreise einschließlich aller Kosten immer noch leicht unter den Listenpreisen Pelloutiers. Unklar ist, ob Amman insgesamt überwiegend fein gefeuerten oder eher gewöhnlichen gefeuerten Indigo vertrieben hat. Im ersten Fall wären die Listenpreise für Indigo „bon cuivré“, im zweiten die für Indigo „cuivré“ die bessere Annäherung an die tatsächlichen Einkaufspreise Ammans.

Graphik 8: Monatspreise für gefeuerten Indigo (März 1773 – Dezember 1779)
(dreimonatig gleitende Durchschnitte)



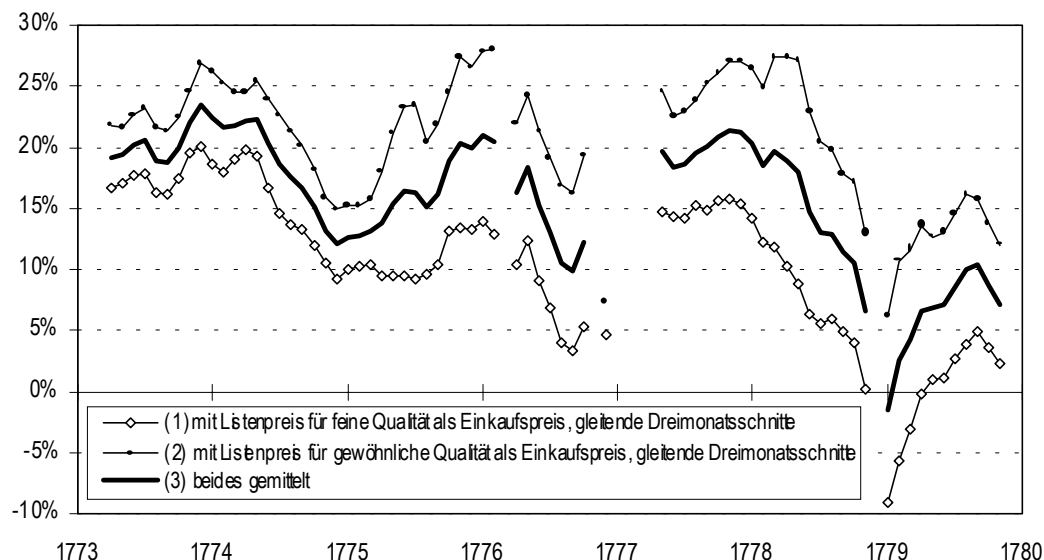
In *Graphik 8* wurden beide Listenpreise, für den Vergleich zusammen mit den Preisen des Hamburger Großhandels den tatsächlich erzielten Verkaufspreisen gegenübergestellt⁹³. Während die Verkaufspreise zu Beginn von Periode II schon auf demselben Niveau wie die Hamburger Großhandelspreise verlaufen, liegen sie ab Ende 1774 fast immer deutlich darunter. Da das nördliche Mitteleuropa vorrangig über die Einfuhrhäfen Hamburg und Amsterdam mit Indigo beliefert worden sein dürfte, ist für diesen Raum überhaupt ein höheres Preisniveau als für das südliche Mitteleuropa zu vermuten, in dem Amman ja seine Preise vorrangig erzielte. Eine Expansion des Absatzraumes nach Norden konnte für Amman dann also trotz steigender Transportkosten lohnend gewesen sein.

Vergleicht man die Verkaufs- mit den möglichen Einkaufspreisen, so scheinen sich erstere immer weiter auf letztere zubewegt zu haben. Anfang 1779 unterschneidet die Verkaufskurve sogar die für den Einkauf fein gefeuerten Indigos. Die aus diesen Preisreihen resultierenden möglichen Gewinnspannen wurden in *Graphik 9* abgetragen. Dabei wurde die Gewinnspanne einmal unter der Annahme berechnet, daß aller eingekaufte Indigo gewöhnlicher gefeuerter gewesen ist, und einmal, daß es nur

93 Die Preise stammen aus dem Hamburger Preiskuranten in den Lohn- und Preisgeschichtlichen Sammlungen des Instituts für Wirtschafts und Sozialgeschichte an der Universität Göttingen, demnächst in Auszügen veröffentlicht in: Hans-Jürgen GERHARD / Karl Heinrich KAUFHOLD, (Hrsg.), Preise im vor- und frühindustriellen Deutschland. Nahrungsmittel – Getränke – Gewürze. Rohstoffe und Gewerbeprodukte, Stuttgart 2000 (*in Vorbereitung*).

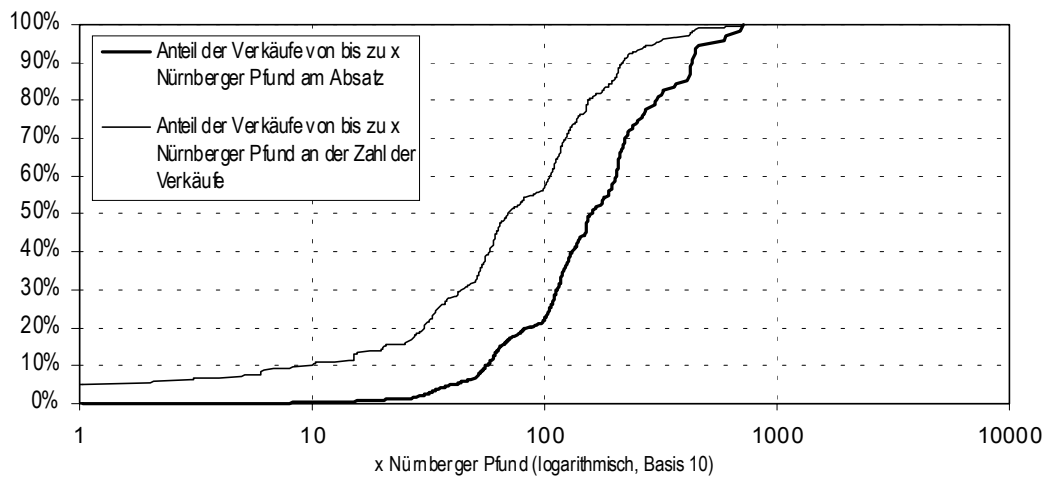
fein gefeuerter gewesen ist. Schließlich wurden beide Kurven gemittelt, was dem tatsächlichen Sachverhalt näher kommen dürfte:

Graphik 9: Theoretische Gewinnspanne beim Handel mit gefeuertem Indigo (1773–1779)
(basierend auf den dreimonatig gleitenden Durchschnitts)



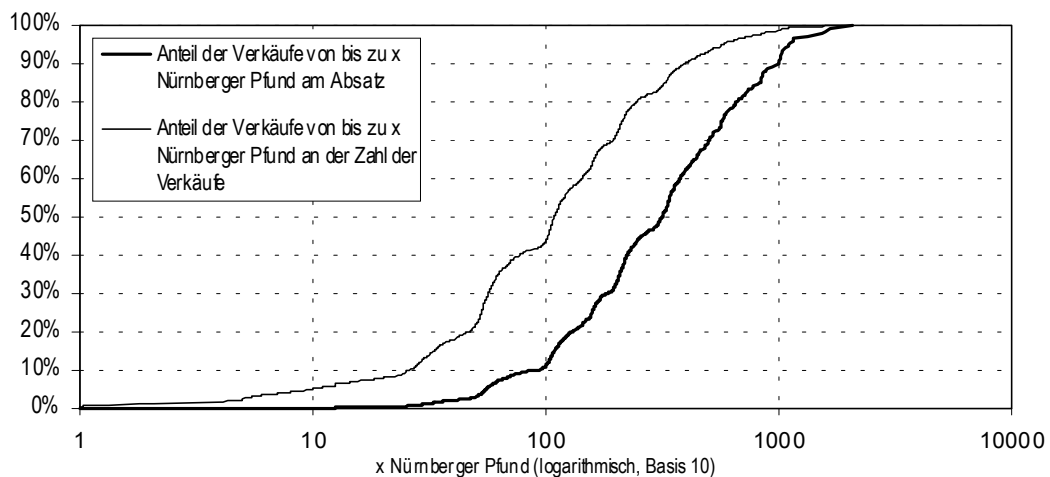
Es ist demnach für den Beginn von Periode II noch von einer Gewinnspanne von etwa 20% auszugehen, die sich aber, trotz zwischenzeitlicher Erholung, in der Tendenz deutlich verringerte. Zur Jahreswende 1778/79 dürfte der Indigohandel angesichts der zu erzielenden Preise sogar nahezu unrentabel gewesen sein, in jedem Fall sank die für die Ammansche Handlung erzielbare Gewinnspanne bis zum Ende der 1770er Jahre deutlich ab. Diese Entwicklung kann Johann Heinrich Amman durchaus einen Anstoß gegeben haben, sich künftig noch stärker als bisher auf Bankgeschäfte zu verlegen.

Für den Untersuchungszeitraum bildet der Indigohandel aber noch eine wesentliche Säule des Geschäfts. Um die Frage nach dem Charakter der Handlung als ganzes zu bestimmen, ist also zunächst nach dem Charakter des Indigohandels zu fragen: Erfolgte dieser Verkauf *en détail*, *en demi-gros* oder *en gros*? Die Frage läßt sich beantworten, wenn man – für beide Perioden getrennt – die Verteilungsfunktion der Verkäufe nach deren Umfang bestimmt, also für jeden denkbaren Umfang eines Geschäftes bestimmt, wie viele Geschäfte bzw. welcher Anteil am Gesamtabsatz mit Geschäften getätigt wurde, welche den gleichen oder einen geringeren Umfang haben. Um eine Vergleichbarkeit der ersten und zweiten Untersuchungsperiode zu ermöglichen, wurden statt der Warenwerte Warenmengen angegeben, denn die Indigopreise lagen in Periode I nur etwa halb so hoch wie in Periode II.



Graphik 10a: Verteilungsfunktionen der Verkäufe von Indigo (1748–1752)

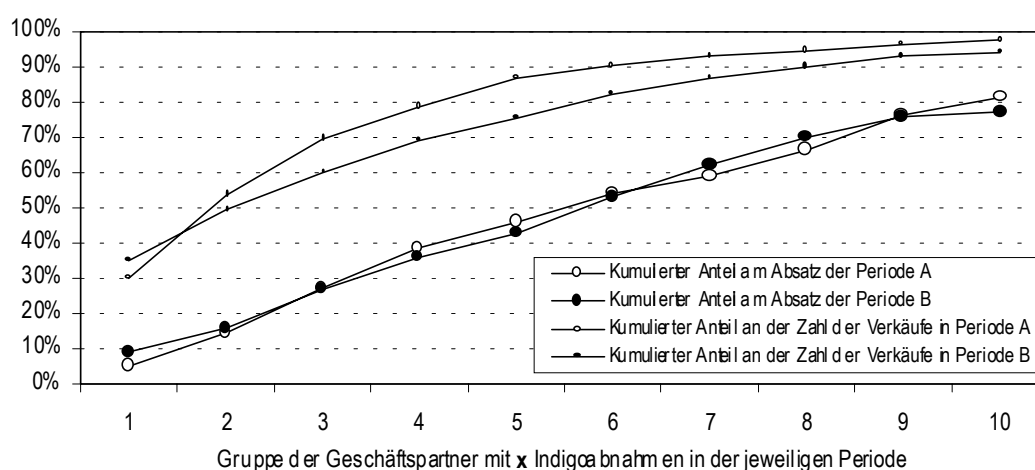
Graphik 10b: Verteilungsfunktionen der Verkäufe von Indigo (1773–1779)



Geht man nach der Anzahl der getätigten Geschäfte, so wurden schon in Periode I nur 10% des Handels mit Mengen unterhalb von zehn Pfund getätigt, in der zweiten Periode sinkt der Anteil auf 5% ab. Knapp 50% der Geschäfte in Periode I und bereits über 50% in Periode II hatten einen Umfang von mehr als 100 Pfund. Geht man von der Zahl der Verkäufe auf die verkauften Mengen über, so sind sogar zunächst nur 20%, später nur noch 10% des Indigos in Portionen unter 100 Pfund abgegeben worden. Wiewohl die Grenzen zwischen Detail-, *Demi-gros*- und Großhandel fließend sind und Unterschiede zwischen verschiedenen Waren bestehen, kann im Falle des recht teuren Indigos bei Mengen über zehn Pfund sicher nicht mehr von Detail-, bei Mengen über 100 Pfund auch nicht mehr von *Demi-gros*-handel gesprochen werden. Zumindest für den Bereich des Indigos kann Amman also schon für die Zeit um 1750 als Großhändler gelten. Zwar sind die in den 1770er Jahren ge-

handelten Mengen noch etwas größer als um 1750, doch stellt dies nur noch eine Akzentverschiebung, keine Umstrukturierung des Verkaufs mehr dar.

Im Gegensatz zum Detailhandel, in dem breitere Kundenschichten angesprochen und Verkäufe gegen unmittelbare Bezahlung getätigt werden können, müssen Verkäufe *en gros* mit mehr Aufwand angebahnt und können selten unmittelbar bezahlt werden, was Vertrauen auf Seiten des Verkäufers voraussetzt. Ein erfolgreicher Großhandel ist damit letztlich auf die Entwicklung eines festen Kundenstamms angewiesen. Wie gut gelang dies im vorliegenden Fall? Zur Beantwortung dieser Frage wurden zwei gleich lange, nämlich genau drei Jahre umfassende ‚Sub-Perioden‘ innerhalb der beiden Untersuchungsperioden gebildet und für sie jeweils ausgewertet, welcher Anteil des Gesamtverkaufs auf Kunden entfiel, die in diesen 36 Monaten nur einmal bzw. zweimal, dreimal, etc. bei Amman Indigo gekauft haben:



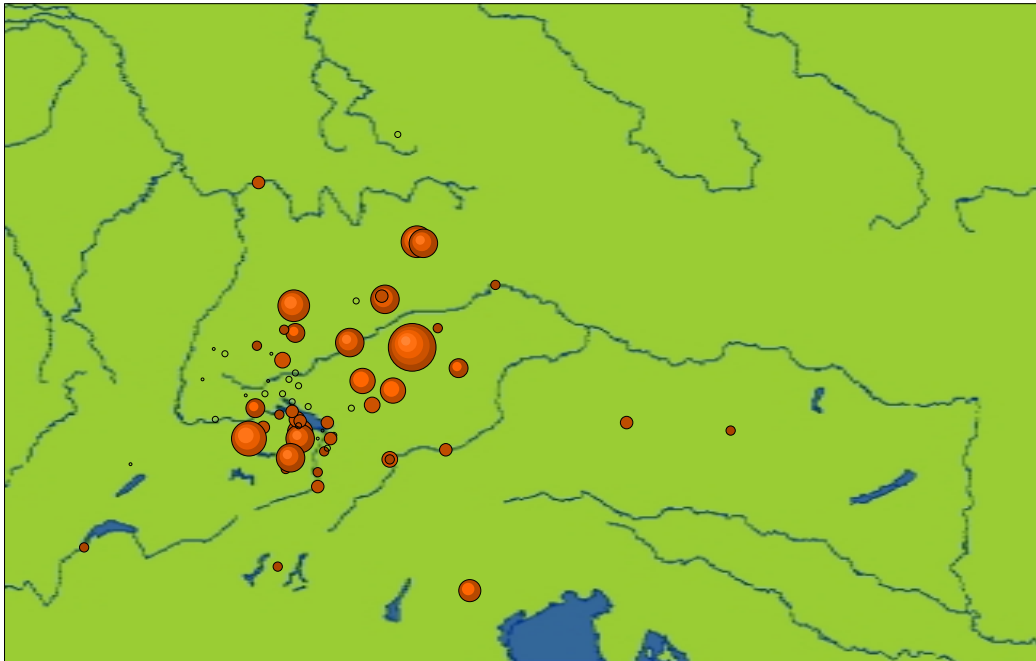
Graphik 11: Kundenbindung bei Indigoverkäufen

Periode A: Januar 1749 – Dezember 1751

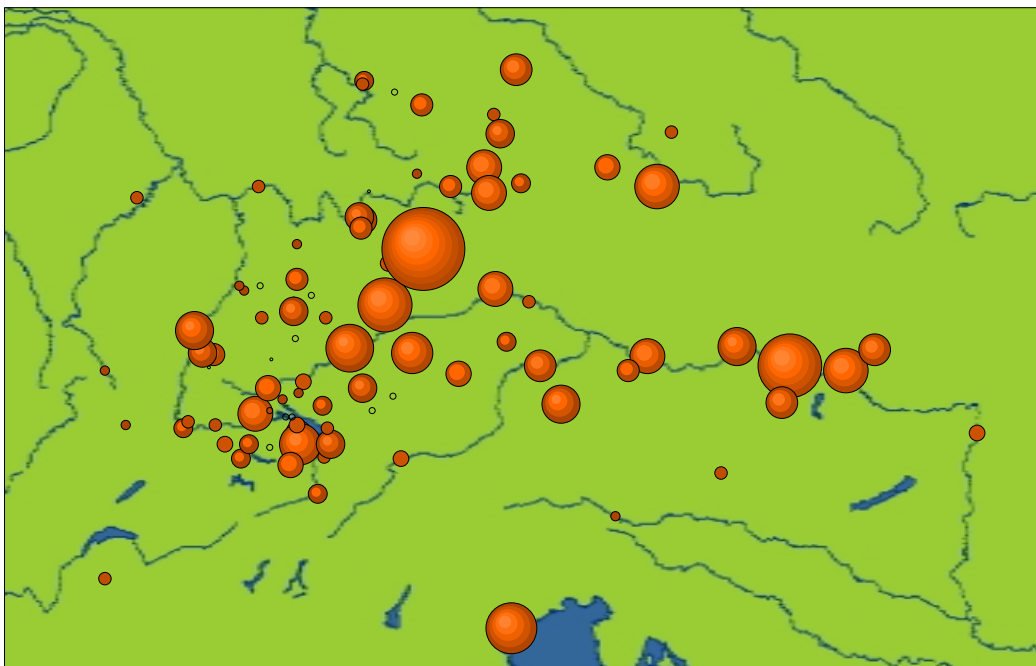
Periode B: Arithmetisches Mittel aus den Kalenderjahren 1774–1776 und 1777–1779

Zwar muß für gut 30% der Verkäufe in beiden Perioden festgestellt werden, daß der Käufer in der jeweiligen Periode kein zweites Mal als Indigokäufer nachzuweisen ist. Dafür ging in beiden Perioden weniger als 20% der insgesamt verkauften Menge an Kunden, die nur ein- oder zweimal in der jeweiligen Periode bei Amman Indigo gekauft haben, umgekehrt also über 80% an Kunden, die dreimal oder öfter kamen. Offenbar gelang es Amman also in hinlänglichem Maße Kunden an sich zu binden. Dies ist umso weniger selbstverständlich, als der Absatzraum des Indigos von der Zeit um 1750 bis in die 1770er Jahre erheblich ausgeweitet wurde:

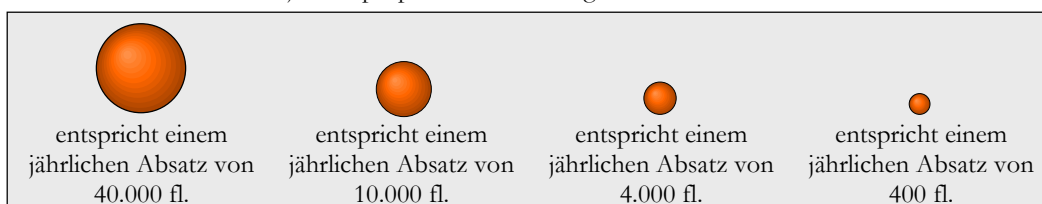
Karte 2a: Die Absatzorte für Indigo (1748–1752)



Karte 2b: Die Absatzorte für Indigo (1773–1779)



Die Höhe des Absatzes ist jeweils proportional zum Kugelvolumen:



Anders als für das Warensortiment im Ganzen erfolgte die Expansion hier nur durch die Gewinnung neuen Absatzraumes, nicht auch durch verstärkten Absatz innerhalb des ursprünglichen Absatzraumes. Im Vergleich der *Karten 1b* und *2b* wird zudem deutlich, daß die Ausdehnung des Warenhandels im Ganzen im wesentlichen von der Ausdehnung des Indigohandels getragen wurde.

Die Voraussetzungen für diese Ausdehnung waren überaus günstig, denn in der Spezialisierung auf den Indigohandel und mit Blick auf die etablierten Großhandelsbeziehungen war das Haus Amman sicher schon um 1750 ein Begriff für das Textilgewerbe und den Zwischenhandel im Raum von Schaffhausen bis Nürnberg. Das offenbar Richtung Norden ansteigende Preisniveau dürfte die Ausweitung des Verkaufes attraktiv gemacht haben. Zum Aufbau neuer Kontakte besuchte er, wie Zinzendorf berichtet, in den 1760er Jahren nicht nur die Messen von Zurzach, sondern auch die von Frankfurt und Leipzig⁹⁴. Solange die Konkurrenz am Markt nicht zu drückend war und also die erzielbaren Preise hinreichend hoch über den Einkaufspreisen lagen, stand der Ammansche Handel durch sein Kerngeschäft, den Indigohandel, auf sicheren Beinen.

2. BAUMWOLLE

Im Gegensatz zum Indigo war Baumwolle in der Zeit um 1750 noch nicht im Sortiment, aber Zinzendorf nennt bei seinem Besuch Schaffhausens 1764 für die Handlungen Ammans und Johann Heinrich Otts Baumwolle und Farbwaren – und zwar in dieser Reihenfolge – als die „stärksten Artikel ihrer Spedition“⁹⁵. Zu dieser Zeit führte Johann Jacob Amman sogar ein eigenes Baumwollkonto. Mit dem Wiedereinsetzen der Journale 1773 findet sich Baumwolle als die nach Indigo wichtigste Ware im Ammanschen Sortiment, welche knapp $\frac{1}{6}$ des Absatzes ausmacht.

Ausbreitung und Aufstieg des Baumwollgewerbes in der Schweiz erhielten Ende des 17. Jahrhunderts ihren entscheidenden Anstoß durch die Immigration von Hugenotten, die spätestens nach der Aufhebung des Toleranzedikts von Nantes 1685 Frankreich in Scharen verließen⁹⁶. Im frühen 18. Jahrhundert blühte das Gewerbe auf – Zeitgenossen meinten, die Schweiz habe von 1720–1770 ebensoviel Baumwolle

94 Des Grafen Karl von Zinzendorf eingesammelte Nachrichten, S. 289.

95 Ebd.

96 Walter BODMER, Die Entwicklung der schweizerischen Textilwirtschaft im Rahmen der übrigen Industrien und Wirtschaftszweige, Zürich 1960, S. 161-166.

importiert wie England⁹⁷ – und breitete sich allmählich nach Osten, in die zentral-schweizerischen, und ab der Jahrhundertmitte auch in die ursprünglich vom Leinwandgewerbe geprägten ostschweizerischen Gebiete aus. Um 1770 „le coton domine le paysage industriel“⁹⁸. Als nach 1759 Emigrationen aus der Westschweiz nach Frankreich zunahmen und parallel das Baumwollgewerbe im Osten der Schweiz Fuß zu fassen begann, verschoben sich allmählich die Gewichte: „[L]e premier centre de gravité, fixé le long du Jura, se déplace à l’est de l’Aar“⁹⁹. Nun hatte schon 1750 die östliche Schweiz – eigentlich sogar erst östlich der Reuß, nicht schon der Aar – zum Ammanschen Absatzraum gehört, weniger dagegen die ‚welsche‘ Schweiz. Als nun in jenem Raum die Nachfrage nach Baumwolle lauter wurde, schaltete sich Amman in diesen Handel ein. Wie wichtig ihm dieses Geschäft gewesen sein muß, zeigen die schon erwähnte Einrichtung eines gesonderten Baumwollkontos zur besseren Kontrolle und der dem Grafen Zinzendorf 1764 gegebene Bericht, der den Baumwollhandel – wiewohl vom Umsatz her sicher auch in dieser Zeit hinter dem Farbstoffhandel – auffällig in den Mittelpunkt rückt¹⁰⁰. Mehrere kam den Amman beim Einstieg in diesen neuen Geschäftszweig zupass: Erstens hatten sie die nötigen Kontakte zum Einkauf der Baumwolle, denn ihr Warenverkauf hatte ja schon um 1750 zu drei Vierteln aus Kolonialwaren bestanden, welche von der französischen Atlantikküste und in den Niederlanden bezogen wurden; zweitens war ohnehin ein großer Teil ihrer Abnehmerschaft im Textilwarenhandel oder zumindest im Textilgewerbe tätig; und drittens hatten sie schlicht den Vorteil der großen Nähe zum aufblühenden Absatzgebiet.

Auch wenn Schedel meint, daß die Baumwolle „jetzt fast in allen Gegenden der Erde (ausgenommen unter der Eiszone und in einigen Strichen des gemäßigten Erdgürtels, wo es an Wärme gebricht) gewonnen, und häufig zum Handel gebracht wird“¹⁰¹, so lassen sich doch zwei Hauptbezugsregionen unterscheiden: Westindien und die Levante. Ein Blick auf den Absatz der Baumwolle in der zweiten Untersuchungsperiode zeigt, daß beide Hauptsorten in etwa gleich stark vertreten waren:

97 VEYRASSAT, *Secteur cotonnier en Suisse*, S. 17.

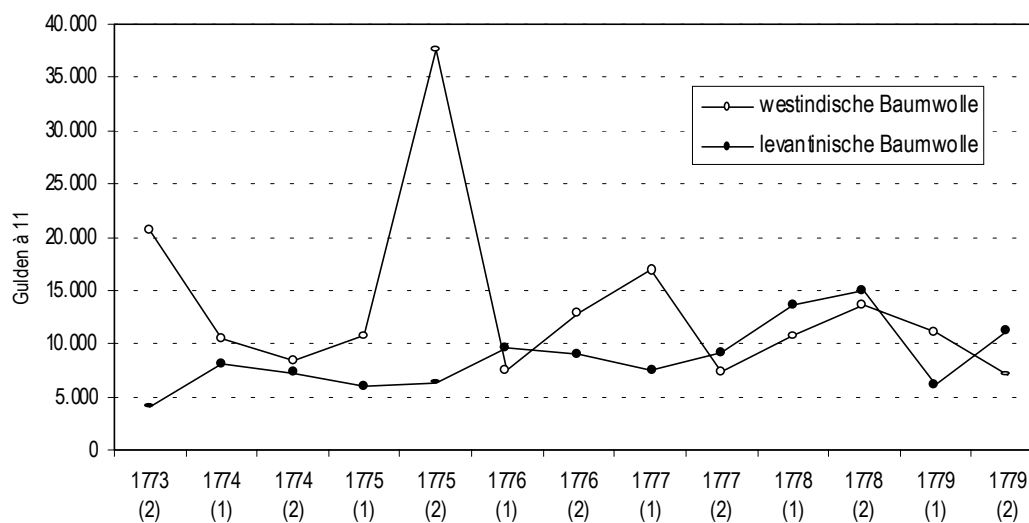
98 Ebd., S. 18.

99 Ebd.

100 Zinzendorf breitet den Baumwollhandel im Detail über mehr als eine Seite aus, dem Farbstoffhandel widmet er weniger als eine halbe: Des Grafen Karl von Zinzendorf eingesammelte Nachrichten, S. 289f.

101 SCHEDEL, Art. „Baumwolle“, hier: Bd. 1, S. 136.

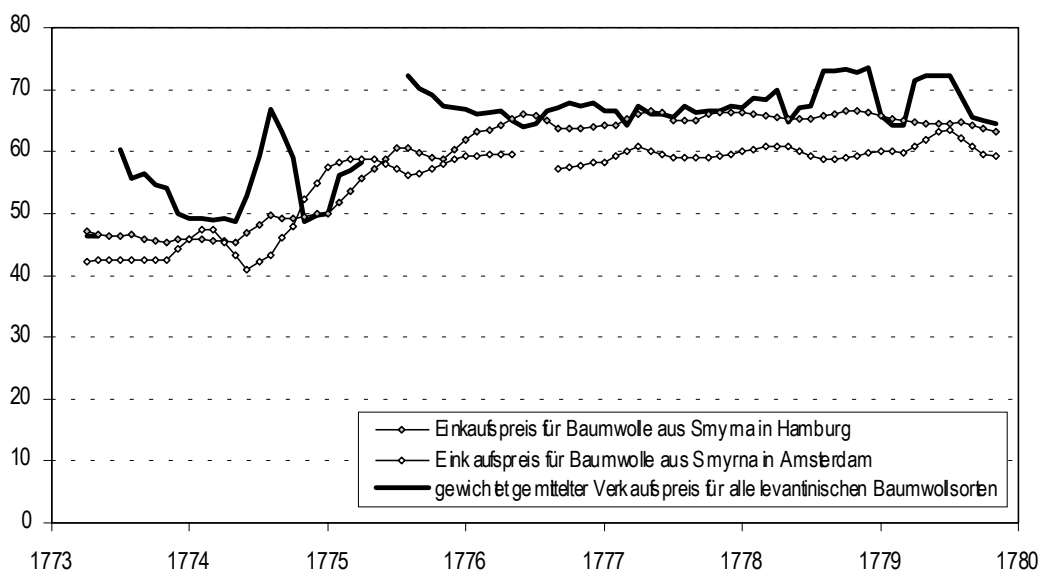
Graphik 12: Der Wert der in den Halbjahren von 1773–1779 abgesetzten westindischen und levantinischen Baumwolle



In der Qualität war auch die beste levantinische Sorte noch der schlechtesten westindischen unterlegen. Im Ammanschen Sortiment werden drei Sorten unterschieden, die sich in ihrer Bezeichnung vor allem an den Exportplätzen orientieren: Baumwolle aus Saloniki – also mazedonische –, aus Smyrna – also anatolische – und schließlich zyprische. Auf die erste entfielen etwa 69% des Absatzes, auf die zweite 14% und die letzte 17%. Geht man allerdings nach den in den Hamburger und Amsterdamer Preiskuranten geführten Sorten, so scheint Baumwolle aus Smyrna die gängigste gewesen zu sein¹⁰². Nimmt man die entsprechenden Preisreihen aus Hamburg und Amsterdam und stellt ihnen einen gewichtet gemittelten Verkaufspreis der levantinischen Baumwolle als ganzes gegenüber (*Graphik 13*), so bewegen sich diese Preise auf ähnlichem Niveau. Die deutlich größere Entfernung von den Anbaugeländen scheint also nur eine geringe Rolle zu spielen, oder die Mehrkosten werden von einer gegenüber dem nördlichen Mitteleuropa höheren Nachfrage im Ammanschen Absatzraum wieder aufgewogen. In jedem Fall dürfte im Gegensatz zum Indigo eine weite Ausdehnung des Verkaufs levantinischer Baumwolle nach Norden für Amman kaum profitabel gewesen sein.

Graphik 13: Monatspreise für levantinische Baumwolle (März 1773 – Dezember 1779) (dreimonatig gleitende Durchschnitte)

102 Vgl. Nicolaas Wilhelmus POSTHUMUS (Hrsg.), *Inquiry into the History of Prices in Holland*, vol. I, Leiden 1946; *Hamburger Preiskurant in den Lohn- und Preisgeschichtlichen Sammlungen des Instituts für Wirtschafts und Sozialgeschichte an der Universität Göttingen* (vgl. FN 93).



Für die westindische Baumwolle trifft Schedel folgende Sortendifferenzierung¹⁰³:

„[D]ie von Cayenne ist die Primsorte, und wird zu feinen Musselinen und Nesseltüchern verwebt. Sie geht vorzüglich nach der Schweiz, nach Rouen u.s.w.; die von Curassac [sic] gibt ihr wenig nach, wird aber nicht in sonderlicher Menge nach Europa gebracht. Hierauf folgt die von St. Domingo, Jacquemel sc. [=scilicet, hier etwa „wird sie genannt“; A.d.A.], und auf diese die Martiniksche und von Guadeloupe. Die von Surinam und Demerarn [sic] gleicht der St. Domingosorte“.

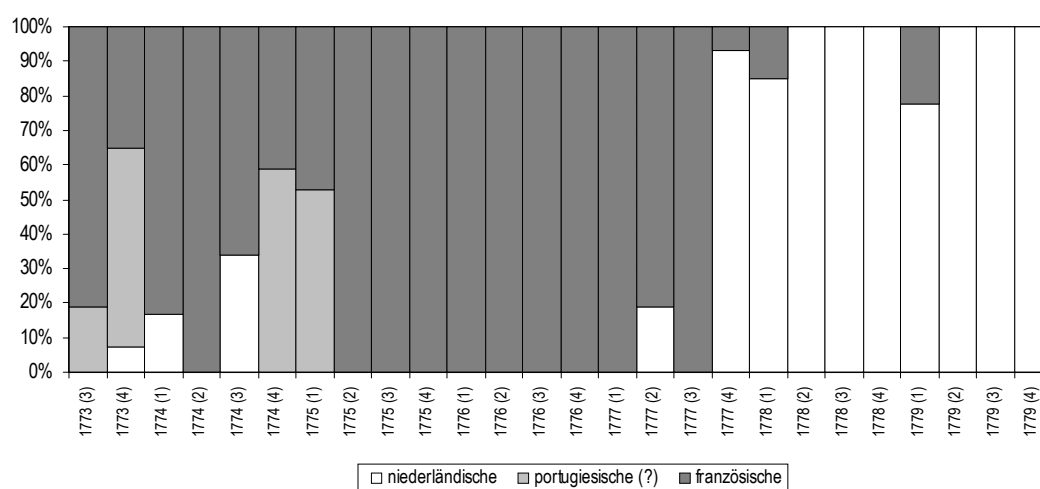
Von der von Amman verkauften westindischen Baumwolle entfielen 31% auf die Cayenne-Baumwolle als bester Sorte, während die von Curaçao tatsächlich so gut wie nicht nachzuweisen ist. Jacquemelle-Baumwolle und die surinamschen Sorten – sie wurden oft noch mit ihrer genaueren Herkunft, also etwa *Berbice* oder *Essequibo* bezeichnet – machten 21% bzw. 35% des Absatzes aus. Nur gut ein Prozent der Baumwolle stammte aus Guadeloupe, während die übrigen knapp 12% die Bezeichnung *Maragnam* trugen, was, französisch ausgesprochen, sehr an die nordbrasilianische Region *Maranhão* erinnert. Ob die betreffende Baumwolle tatsächlich aus dem – ab 1774 auch offiziell zum portugiesischen Kolonialreich gehörigen – *Estado do Maranhão* stammte, ist kaum zu belegen, aber wahrscheinlich¹⁰⁴.

In seinem Bericht hatte Zinzendorf 1764 eine Dreiteilung der westindischen Sorten vorgenommen, wonach die beste Baumwolle aus Curaçao und Berbice, die mittlere Qualität von Martinique und St. Dominique und die schlechteste aus Barba-

103 SCHEDEL, Art. „Baumwolle“, hier: Bd. 1, S. 140.

104 Zeitgenössische Warenlexika erwähnen keinen Baumwollanbau in Brasilien, zumindest war er aber aufgrund der geologischen und klimatischen Verhältnisse in Maranhão möglich. Gegen eine Verwechslung mit den eigentlich sehr viel weiter westlich gelegenen niederländischen Kolonien spricht auch die Tatsache, daß diese Sorte – soweit dies nach Durchsicht der Sollseite des Ammanschen Warenkontos erkennbar wird – aus Genua, nicht aber aus den Niederlanden bezogen wurde.

dos stamme¹⁰⁵ – letztere ist in den 1770er Jahren auch nicht im Ammanschen Sortiment zu finden. Baumwolle aus dem französischen Cayenne und aus Maranhão waren zu dieser Zeit wohl wenig verbreitet oder noch unbekannt¹⁰⁶. Die Dreiteilung von Zinzendorf – d.h. faktisch von Amman – ist eigentlich eine Teilung nach den einzelnen Kolonialreichen, da die ersten beiden Sorten aus den niederländischen, die mittleren aus den französischen und die letzte aus den englischen Kolonien auf den Markt kamen. Gruppiert man die westindischen Sorten auch für die 1770er Jahre nach den Kolonialmächten, so ergibt sich ein bemerkenswerter Befund:



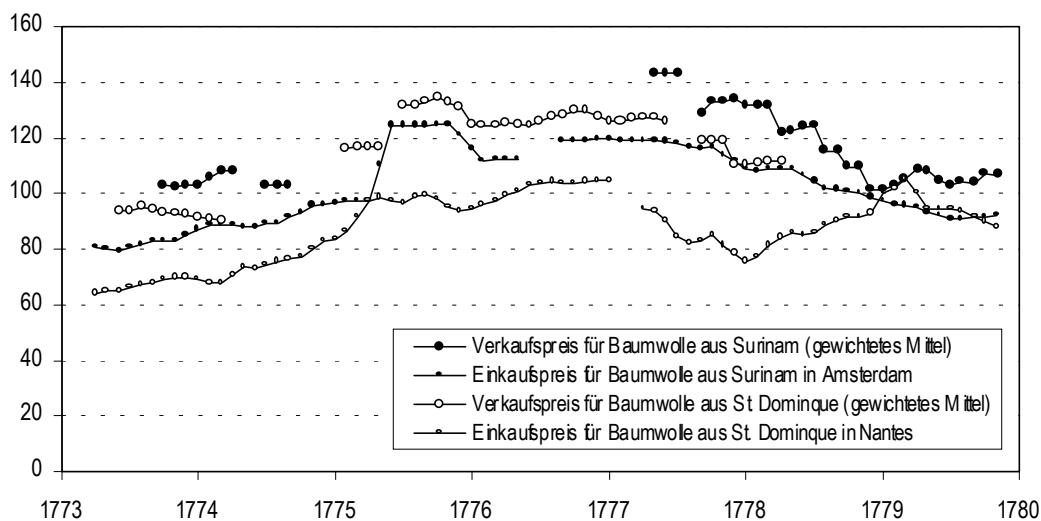
Graphik 14: Die Herkunft der verkauften westindischen Baumwolle nach Quartalen (1773–1779)

Während die französischen Sorten schon 1773/74 den Großteil des Absatzes ausmachen, verschwindet die niederländische und portugiesische Baumwolle Anfang 1775 völlig aus dem Sortiment. Doch schon im erstem Quartal nach dem Tode Johann Jacob Ammans im März 1777 setzen vereinzelt Verkäufe von Baumwolle aus Surinam wieder ein, Ende 1777 wird die französische Baumwolle fast vollständig aus dem Sortiment verdrängt. Um eine Erklärung für dieses Phänomen zu finden, bietet sich als ein erster Ansatzpunkt der Vergleich der Preisentwicklung an:

105 Des Grafen Karl von Zinzendorf eingesammelte Nachrichten, S. 289.

106 Baumwolle aus Cayenne findet sich auch im Preiskurant von Pelloutier erst nach 1782 häufiger: DENZEL (Hrsg.), Pelloutier, S. 97f.

Graphik 15: Ein- und Verkaufspreise für Baumwolle aus Surinam und St Dominique (1773–1779) (dreimonatig gleitende Durchschnitte)

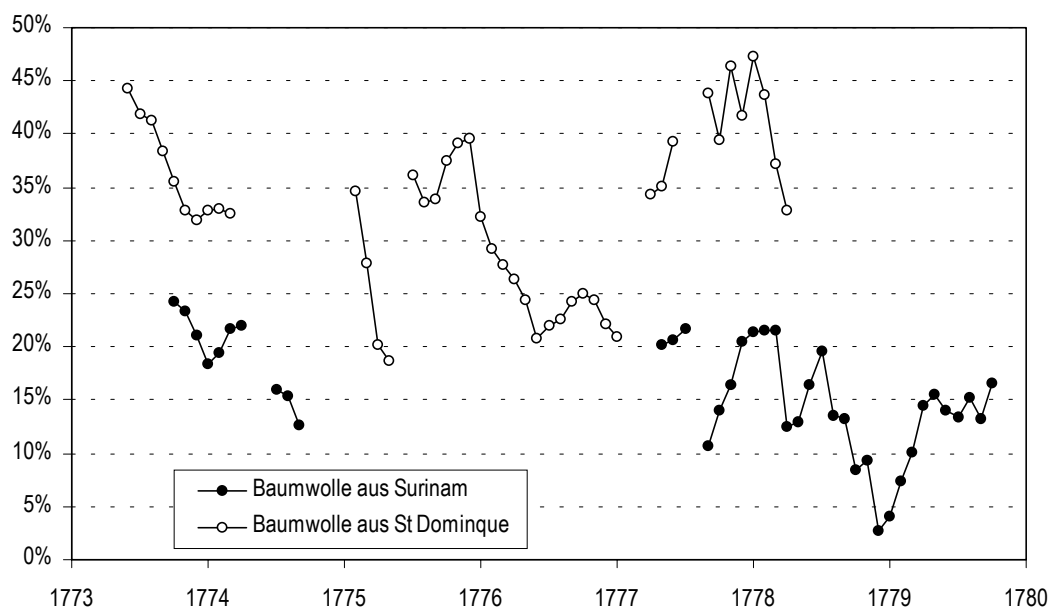


Um eine geeignete Vergleichsreihe für den Einkauf zu haben, mußte bei den französischen Sorten auf die zweitwichtigste Sorte, Jacquemelle, ausgewichen werden, denn, wie erwähnt, häufen sich die Angaben für Cayenne-Baumwolle im Preisurkunden Pelloutiers erst in den 1780er Jahren. Die niederländische Baumwolle wurde von Amman auch direkt aus den Niederlanden bezogen; im Amsterdamer Preisurkunden steht eine geeignete Preisreihe zur Verfügung. Nach Schedel sollte die Baumwolle aus Surinam in der Qualität derjenigen aus St. Dominique entsprechen, tatsächlich erzielte sie auf dem Markt deutlich bessere Preise. Im Laufe des Jahres 1777 fallen zunächst die Einkaufs-, dann auch die Verkaufspreise für die französische Sorte noch weiter ab, um dann aber im Laufe des Jahres 1778 wieder anzuziehen und das Niveau der seit 1777 langsam, aber stetig fallenden Preise der niederländischen Sorte zu erreichen und zu übertreffen. Dies ist auch insofern interessant, als mit dem gefeuerten Indigo ein anderes französisches Kolonialprodukt ebenfalls 1777 im Preis leicht fällt, um ab 1778 stärker anzuziehen. Unter Umständen sind diese Preisbewegungen auf eine gemeinsame Ursache zurückzuführen, etwa auf generelle Zu- und Abnahmen der Lieferungen aus den Kolonien.

Eine Veränderung des Preisniveaus allein ist aber noch keine Erklärung für wachsende oder sinkende Rentabilität des Geschäftes. Betrachtet man die bei beiden Sorten theoretisch mögliche Gewinnspanne, so ist das Ergebnis allerdings verblüffend (Graphik 16). Es ist die Jacquemelle-Baumwolle, für die eigentlich während der gesamten Zeit von 1773–1779 Gewinnspannen von mindestens 20%, im Jahr 1777 sogar bis fast 50% zu erzielen sind. Die Verkaufspreise für die Sorte aus Surinam lagen dagegen nie über 25%, Anfang 1779 sogar nahe null. Wenn nun zwar die mögli-

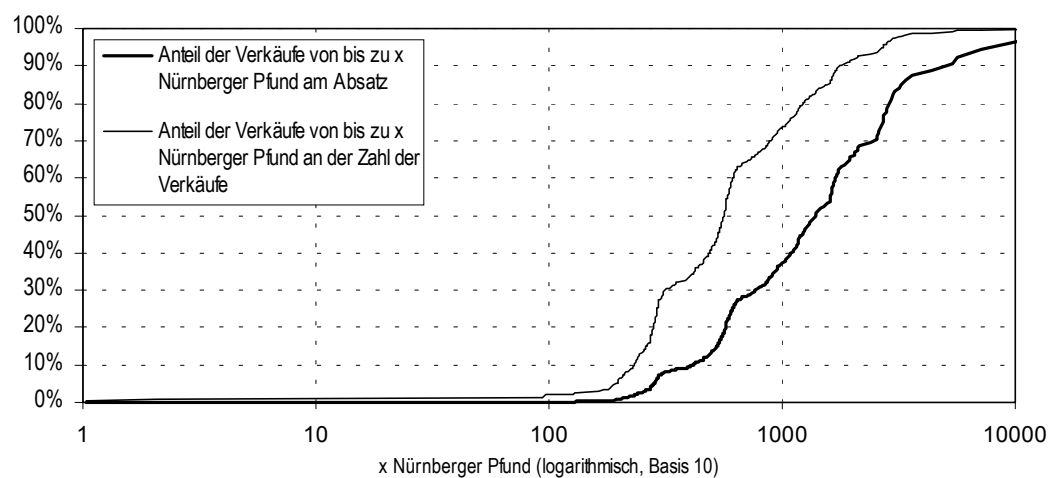
che Gewinnspanne für Cayenne-Baumwolle als der für Amman wichtigsten französischen Sorte nicht bekannt ist, so scheint die so plötzliche Verdrängung der gesamten französischen Baumwolle – eben auch der profitablen Jacquemelle – durch die niederländische Ende 1777 ihre Ursache nicht in zu geringer Lukrativität zu haben.

Graphik 16: Theoretische Gewinnspanne beim Handel mit westindischer Baumwolle (1773–1779)
(basierend auf den dreimonatig gleitenden Durchschnitten)



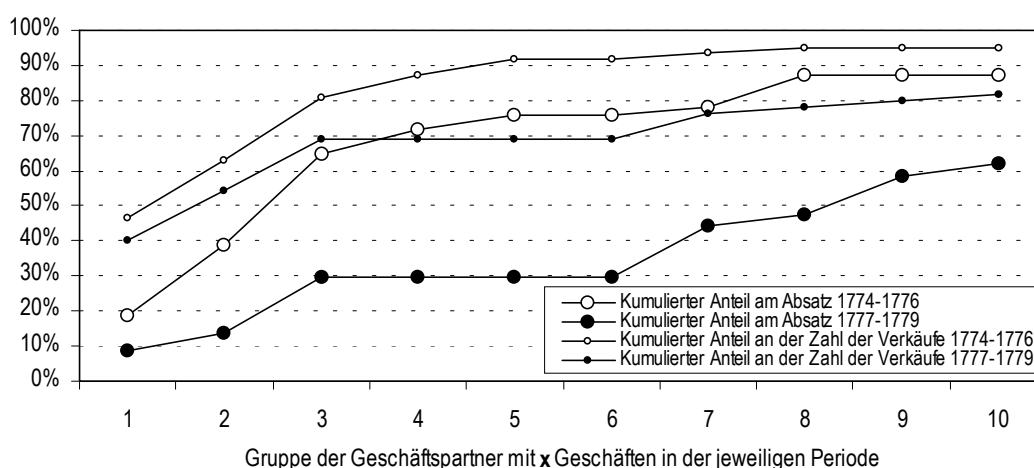
Bevor dieser Punkt weiter diskutiert wird, soll noch kurz die Frage nach der Struktur des Baumwollhandels angerissen werden. Analog zum Indigo (*Graphik 10b*) hier die Verteilungsfunktion der Baumwollverkäufe für die Untersuchungsperiode II:

Graphik 17: Verteilungsfunktionen der Verkäufe von Baumwolle (1773–1779)



Nur bei 3% der Verkäufe wurden weniger als 150 Pfund abgesetzt, zwei Drittel der Baumwolle wurden in Portionen von mindestens 800 Pfund verkauft. Über den

Großhandelscharakter des Ammanschen Baumwollverkaufs muß also nicht diskutiert werden. Allerdings war es Amman in den Jahren 1773–1776 noch nicht gelungen, einen dem Indigogroßhandel vergleichbaren Kundenstamm aufzubauen. 20% der Baumwolle wurde an Kunden verkauft, die in diesen drei Jahren nicht wieder als Käufer von Baumwolle nachweisbar sind, weitere 20% an Kunden, die zweimal in dieser Zeit bei ihm kauften:

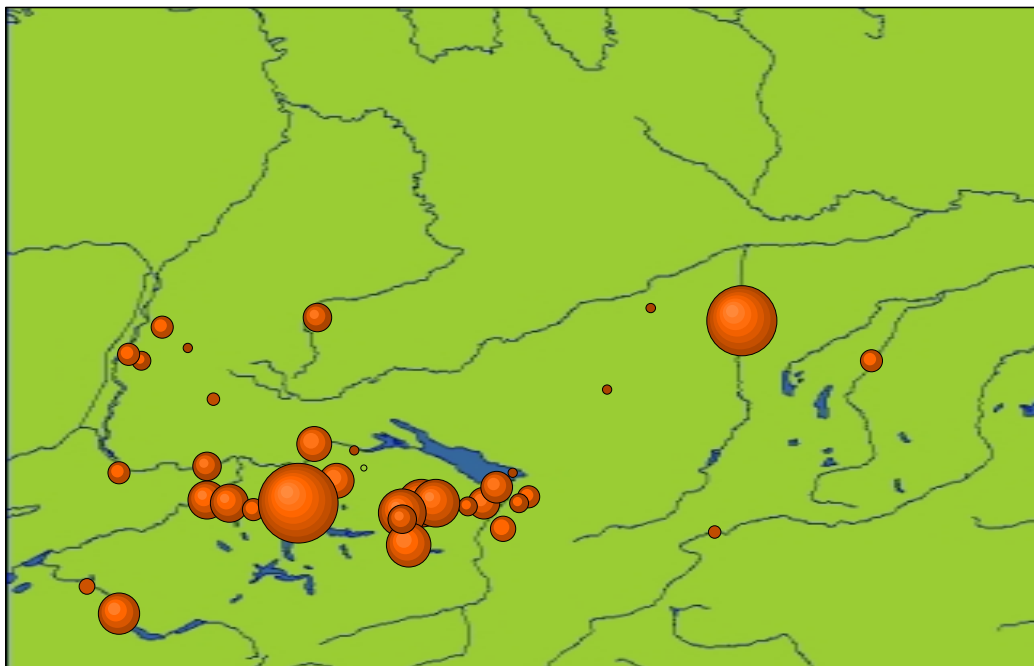


Graphik 18: Kundenbindung bei Baumwollverkäufen (1773–1779)

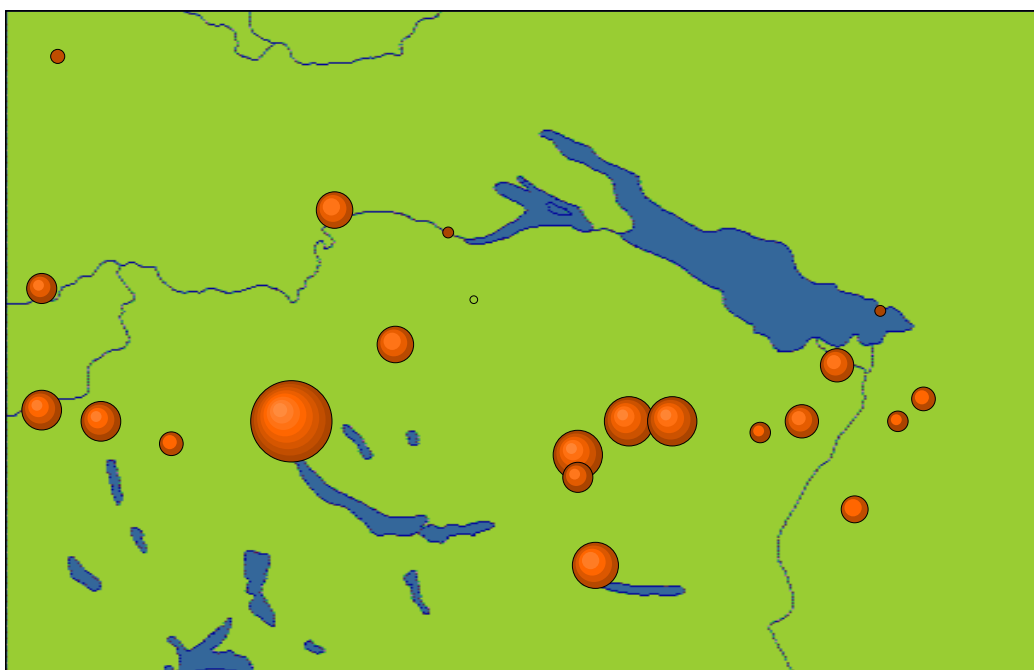
Die Lage ändert sich mit dem Umstieg von französischer auf niederländische Baumwolle, denn in den Jahren 1777–1779 ging, wie beim Indigo, über 80% der Ware an Kunden, die dreimal oder öfter in dieser Zeit Baumwolle kauften. Fast vierzig Prozent der Baumwolle wurde sogar an Käufer gehandelt, die zehnmal und öfter in den drei Jahren Baumwolle bei Amman bezogen – eine solche Kundenbindung gelang nicht einmal beim Hauptgeschäft, dem Indigohandel.

Im Unterschied zum Indigohandel war der Kundenkreis auf einen recht kleinen Raum beschränkt, außerhalb der Zentral- und Ostschweiz fanden sich nur vereinzelt Abnehmer (*Karte 3a*). Eine Ausnahme bildet Augsburg, mit 17,6% des Absatzes zweitgrößter Abnehmer nach Zürich (26,4%). Ein Drittel der Baumwolle im Gesamtwert von rund 67.000 fl. ging – in nur zwei Verkäufen – an den bereits vorgestellten Johann Heinrich Schüle. Dies ist insofern erstaunlich, als Schüle eigentlich eine Kattundruckerei betrieb und somit nicht Rohbaumwolle, sondern fertig gewebte Tuche als Rohware benötigte. Man darf hier wohl die in Augsburg geübte,

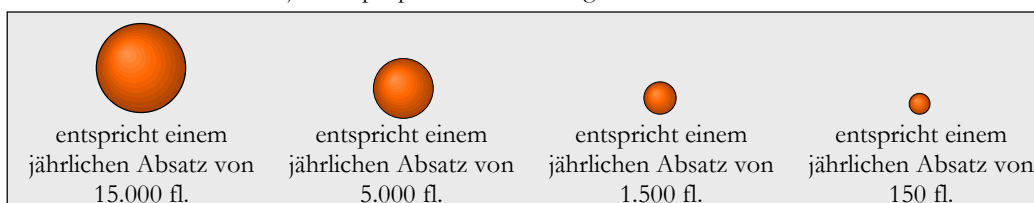
Karte 3a: Die Absatzorte für Baumwolle (1773–1779) – Überblick



Karte 3b: Die Absatzorte der Baumwolle in der Ostschweiz (1773–1779)



Die Höhe des Absatzes ist jeweils proportional zum Kugelvolumen:



dem Verlagssystem nahekommende Praxis vermuten, daß den Webern ihre fertigen Tuche von den Kaufleuten und Kattundruckern häufig nicht mit Geld bezahlt, sondern im Tauschgeschäft gegen Baumwolle abgenommen wurden¹⁰⁷.

Im Schweizer Raum lassen sich einige Schwerpunkte feststellen: Zum ersten die Stadt Zürich, dann westlich davon einige Orte im Aargau; im Osten hauptsächlich Toggenburg – das Untertanenland von St. Gallen –, aber auch Appenzell mit Herisau, schließlich einige Orte ganz im Nordosten, bis über den Rhein nach Voralberg. Auffallend gering ist der Absatz im Raum zwischen Schaffhausen und Zürich sowie im Thurgau. Wieso eine Ausrichtung auf gerade diese Gebiete erfolgte, warum der Aufbau eines Kundenstammes gerade in den späten 1770er Jahren gelang, und aus welchen Gründen mit welchen Konsequenzen das Sortiment Ende 1777 von französischer auf niederländische Baumwolle umgestellt wurde – diese Fragen lassen sich mit dem hier ausgewerteten Material zunächst nur aufwerfen, nicht aber hinreichend beantworten.

3. ZUCKER UND KAFFEE

Zucker und Kaffee waren neben dem Pfeffer sicher die wichtigsten außereuropäischen Genußmittel im Europa des 18. Jahrhunderts. Als die Engländer im Siebenjährigen Krieg die französischen Kolonien Martinique und Guadeloupe besetzten, tauschten die Franzosen diese vergleichsweise winzigen Inseln gegen ihre kompletten kanadischen Besitzungen zurück: Ihre Bedeutung für die Produktion des von Frankreich nach Europa importierten Zuckers und Kaffees war es allemal wert.

Zucker war in Europa lange vor dem Kaffee bekannt; seit dem späten Mittelalter erschlossen sich ihm durch die Ausweitung von Produktion und Handel, und folglich fallenden Preisen immer weitere Konsumentenschichten¹⁰⁸. Bis zur Gewinnung von Zucker aus Zuckerrüben im frühen 19. Jahrhundert bedurfte es für die Herstellung des nur in tropischem und subtropischem Klima wachsenden Zuckerrohrs. Als im Zuge der Europäischen Expansion tropische Gebiete in Übersee in europäische Hände gelangten, wurde die Zuckerproduktion hierher ausgeweitet: „Im Lauf von drei Jahrhunderten vom 16. bis 19. Jahrhundert nahmen der Anbau und der Vertrieb

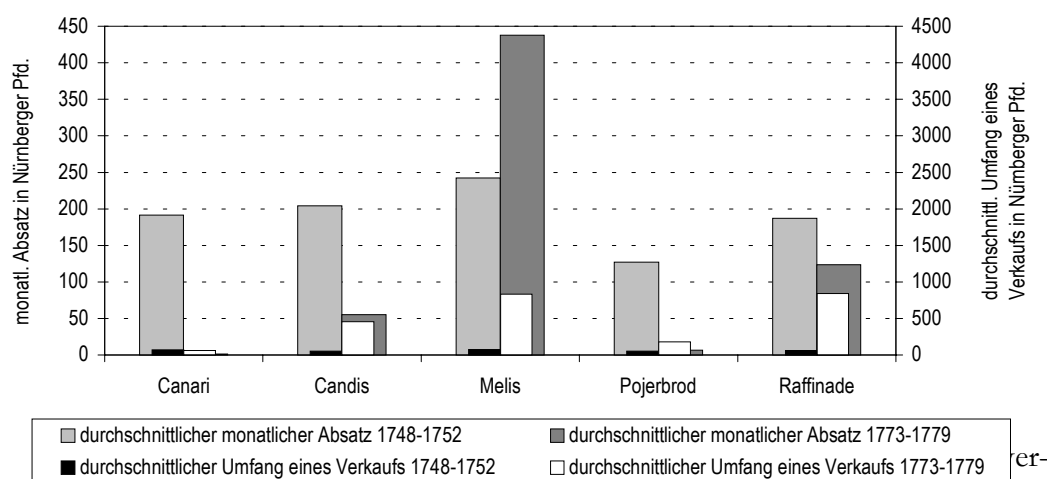
107 CLASEN, *Textilherstellung*, Bd. 1, S. 305-317.

108 Vgl. Hans Heinrich MAURUSCHAT, *Gewürze, Zucker und Salz im vorindustriellen Europa. Eine preisgeschichtliche Untersuchung*, Göttingen 1975, S. 143-146; Hans Jürgen TEUTEBERG, *Zucker und Süßwaren im Zivilisationsprozeß der Neuzeit*, in: ders. / Günter WIEGELMANN (Hrsg.), *Unsere tägliche Kost. Geschichte und regionale Prägung*, Münster 1986, S. 135-152, hier: S. 142-145.

von Zucker eine Schlüsselrolle in der Wirtschaft der Kolonien vor allen anderen Tropenkulturen ein¹⁰⁹. Bis in das späte 17. Jahrhundert dominierte brasilianischer Zucker den europäischen Markt, dann wurden er von englischem und vor allem französischem Zucker abgelöst: Die Zuckerproduktion der englischen Kolonien machte in der zweite Hälfte des 18. Jahrhunderts etwa 40% der Weltproduktion aus¹¹⁰, und die der französischen Kolonien könnte diese Quote noch gut übertroffen haben. Nach Meinung von Zeitgenossen hatten die Franzosen „jetzt diesen Zweig größtenteils in Händen, und verlegen mit ihren Zuckern die Marktplätze in Europa und der Levante“¹¹¹. Der nach Europa importierte Zucker war allerdings vielfach noch nicht raffiniert, da dieser komplexe Vorgang „kostbarere Gebäude, mehr Geräte und Hände erfordern würde, als sie [*die Zuckerpflanze; A.d.A.*] daran verwenden können“¹¹². Raffinerien fanden sich vor allem in den Niederlanden und in Hamburg, das Handelshaus Amman bezog seinen Zucker offenbar vorrangig aus Amsterdam.

Die Sortendifferenzierung des raffinierten Zuckers war außerordentlich hoch, den „holländischen unterscheidet man in Candisbrod, Puderbrod [*ndl. „Pojerbrod“; A.d.A.*] Raffinade, Melis, Lumpen, gestoßenen Puderzucker und Bastert“¹¹³. Die höherwertigen dieser Sorten finden sich auch im Ammanschen Sortiment wieder, hinzu tritt ein weiterer hochwertiger Raffinadezucker, der Canari:

Graphik 19: Die Entwicklung des Absatzes der für Amman wichtigsten Zuckersorten



treten sind, erfolgt bis in die 1770er Jahre eine Konzentration auf den Meliszucker,

109 Susanne PETERSEN-GOTTHARDT / Thomas SCHLEICH, Entstehung und Ausbreitung der Plantagenwirtschaft in Amerika und Westindien, in: DGEE 4, S. 495-512, hier: S. 500.

110 Ebd., S. 501-504.

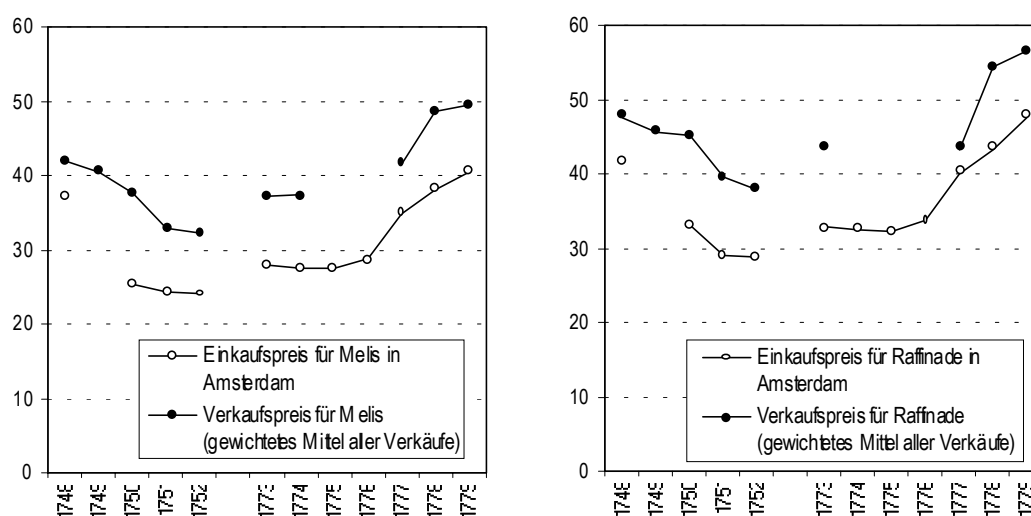
111 SCHEDEL, Art. „Zucker“, hier: Bd. 2, S. 883.

112 Ebd., S. 881.

113 Ebd., S. 885.

bei dem sich das Gewicht zudem vom Handel *en détail* oder *en demi-gros* eindeutig auf den Großhandel verschiebt. Eine ähnliche Entwicklung, bei allerdings auch absolutem Rückgang des Absatzes, zeigt sich immerhin noch bei Raffinade und mit noch stärkeren Abstrichen auch bei Candis. Canari und Pojerbrod verschwinden dagegen praktisch aus dem Sortiment. Die Preisentwicklung bei den verschiedenen Zuckersorten ist, soweit man dies beurteilen kann, recht ähnlich. Für die beiden wichtigsten Sorten werden hier die erzielten Verkaufspreise und die Einkaufspreise in Amsterdam einander gegenübergestellt:

Graphik 20: Entwicklung der Ein- und Verkaufspreise für Melis und Raffinade



Bei beiden Sorten zeigt sich eine Stagnation der Preise in der Untersuchungsperiode I. Das Preisniveau zu Beginn der Periode II ist dagegen wieder etwa höher; ab 1776/77 beginnen die Preise bemerkenswert stark anzuziehen. Ehe die Frage diskutiert wird, ob diese Preisentwicklung Einfluß auf den Ammanschen Zuckerhandel genommen hat, soll diesem Befund kurz das Bild bei dem anderen hier diskutierten Genußmittel, dem Kaffee, gegenübergestellt werden.

Der Kaffeegenuß begann sich in Europa ab der Mitte des 17. Jahrhunderts auszubreiten, was im allgemeinen an der Gründung von Kaffeehäusern in den verschiedenen Städten Europas nachvollzogen wird¹¹⁴. Während die hohen Preise Kaffee anfänglich zum Luxusartikel machten, erschlossen sich ihm im 18. Jahrhundert dank fallender Preise weitere Konsumentenschichten. Behindert wurde diese Ausdehnung ab der Jahrhundertmitte durch eine zunehmend breite Debatte über die angeblichen

114 Jürgen SCHNEIDER, Produktion, Handel und Konsum von Kaffee (15. bis Ende 18. Jh.), in: Hans POHL (Hrsg.), *The European discovery of the world and its economic effects on pre-industrial society: 1500–1800*, Stuttgart 1990, S. 122–140, hier: S. 128–133.

medizinischen und vor allem volkswirtschaftlichen Schäden des massenhaften Kaffeegenußes, die bis hin zu allerdings wenig erfolgreichen und wenig dauerhaften Verboten des Kaffeetrinkens führte¹¹⁵. Die geographische Ausbreitung des Kaffeetrinkens in Mitteleuropa ist nicht leicht nachzuvollziehen. Betrachtet man die Ausfuhr französischer Kolonialwaren nach Mitteleuropa durch die Nantenser Firma Breton frères Anfang der 1760er Jahre, so ergibt sich ein deutliches Nord-Süd-Gefälle, was den Kaffee anbelangt: Für das nördliche Mitteleuropa bildet Kaffee den Hauptausfuhrartikel, im Habsburger Raum und im südlichen Deutschland ist der Anteil minimal¹¹⁶. Albrecht kommt zu einem vergleichbaren Ergebnis: „Im 18. und 19. Jahrhundert, soviel ist sicher, tranken die Hannoveraner und mit ihnen wohl die Niedersachsen überhaupt [...] mehr Kaffee als alle anderen Deutschen, jedenfalls im Durchschnitt.“ Den Grund für dieses Nord-Südgefälle sieht Teuteberg in unterschiedlichen Ernährungsgewohnheiten: „Insgesamt gelang der Einbruch in das herkömmliche Mahlzeitsystem zunächst sehr viel eher in Nord- und Mittel- als in Süddeutschland. Die süddeutsche Küche mit ihren vielen Mehlspeisen behinderte [...] die Eingliederung des Kaffees“¹¹⁷. Tatsächlich kann auch nur von einer Behinderung, nicht aber Verhinderung der Ausbreitung des Kaffeekonsums im südlichen Mitteleuropa die Rede sein. So wurde bei den reichen Bauern auf der Berner Landschaft das Heißgetränk ebenso Teil der Festtagsmahlzeiten wie bei denen in Norddeutschland. Beim Übergang von zwei zu drei Mahlzeiten im Laufe des 18. Jahrhunderts wurde Kaffee auf verschiedene Weise in das Frühstück integriert, etwa in Form der Schweizer ‚Kaffeemöcke‘, also einer Suppe aus Milchkaffee und Brotstücken¹¹⁸. Auch das Vordringen von Kaffee in untere soziale Schichten – wenn auch vielleicht nur als sehr dünner Aufguß von Bohnenkaffee oder eher von Kaffeesubstituten – läßt sich beobachten: „Für die Voralberger Textilheimarbeiter war der Kaffee schon in der Konjunkturzeit der Hausindustrie im späten 18. Jahrhundert zu einem allgemein verbreiteten Getränk geworden“¹¹⁹.

115 Peter ALBRECHT, Wieviel Kaffee tranken die Hannoveraner zwischen 1750 und 1850 denn nun wirklich?, in: Karl Heinrich KAUFHOLD / Markus A. DENZEL (Hrsg.), *Zum Handel im Kurfürstentum / Königreich Hannover (1780–1850)*, Stuttgart 2000, S. 139-181, hier: S. 179.

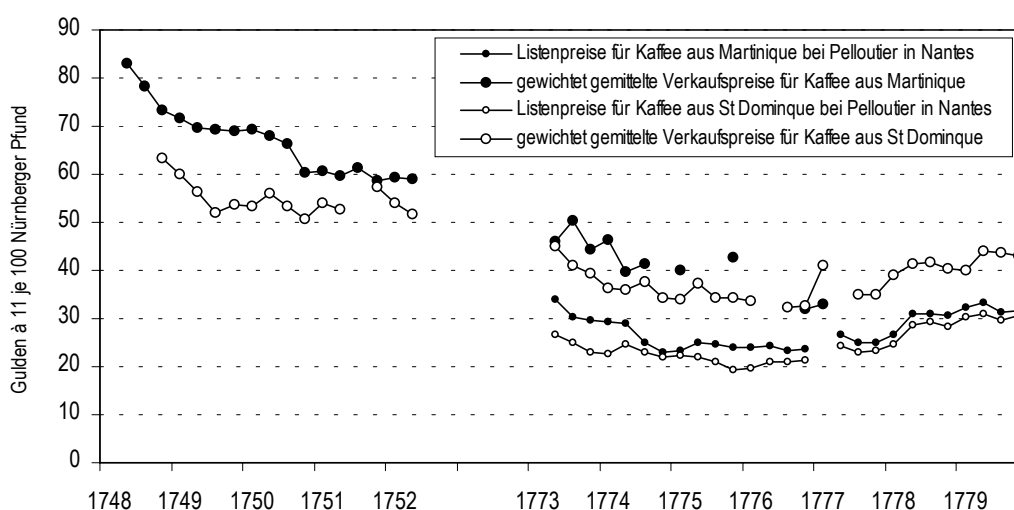
116 Peter HÖFER, *Deutsch-französische Handelsbeziehungen*, S. 265, 267.

117 Hans Jürgen TEUTEBERG, *Kaffeetrinken sozialgeschichtlich betrachtet*, in: *Scripta Mercaturae* 14 (1980), S. 27-54, hier: S. 41.

118 Daniela U. BALL, *Einleitung zu: dies. (Hrsg.), Kaffee im Spiegel europäischer Trinksitten*, Zürich 1991, S.11-16, hier: S. 14.

119 Roman SANDGRUBER, *Kaffeekaffee und „kleiner Brauner“*. Sozialgeschichte des Kaffeekonsums in Österreich, in: *Ebd.*, S. 53-67, hier: S. 61.

Der Prozeß der Ausweitung des Kaffeekonsums läßt sich aus der Buchhaltung Ammans als stetiger Preisverfall des Kaffees nachvollziehen. Neben geringen Quantitäten Mocca handelte Amman vorrangig mit französischem Kaffee, der über die französische Atlantikküste bezogen wurde. Man unterschied zwei Sorten, den etwas teureren von Martinique und den von St Dominique. Über die Präferenz der Sorten in Süddeutschland und der Schweiz ist wenig bekannt, in den Habsburger Landen war nach Schedel besonders der aus Martinique beliebt¹²⁰. Im Ammanschen Sortiment hielt sich diese Sorte um 1750 mit 41% Anteil des Absatzes mit der Sorte von St Dominique – 56% – noch halbwegs die Waage, in den 1770er stammten nur noch gut 4% des verkauften Kaffees von Martinique, 93% von St Dominique.

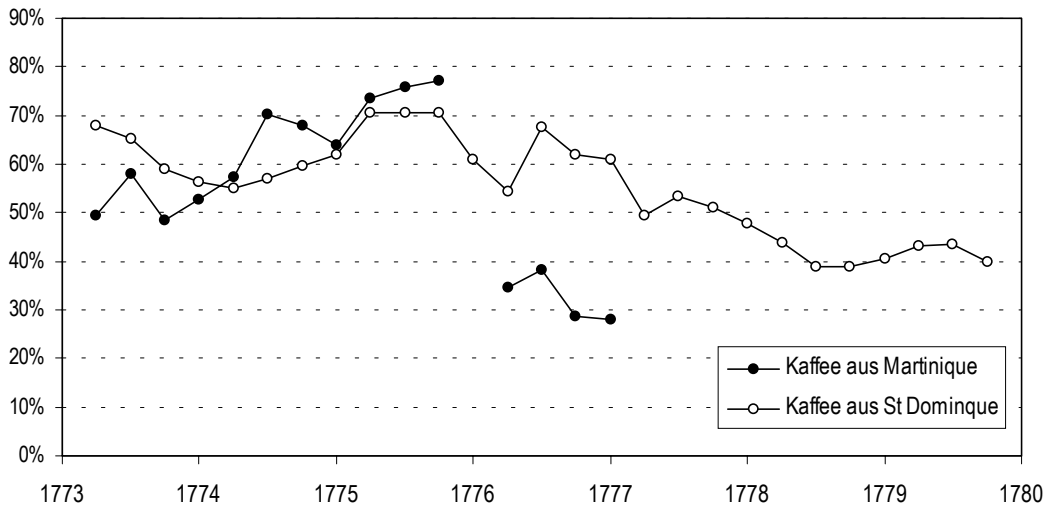


Graphik 21: Entwicklung der Ein- und Verkaufspreise für Kaffee

Während zur Jahrhundertmitte die Verkaufspreise noch bei über sechs bzw. über acht Gulden je Pfund gelegen hatten, waren sie bis zu den 1770er Jahren auf rund vier Gulden abgesunken. Beachtlich ist, wie hohe Verkaufspreise im Vergleich zu den Einkaufspreisen erzielt werden konnten. Die theoretische Gewinnspanne für den Kaffee aus St Dominique bewegte sich selbst 1778/79 noch bei 40%, während zu Beginn der 1770er Jahre der Kaffeehandel mit geradezu sagenhaften Spannen von teilweise über 70% selbst den Baumwollhandel an Lukrativität überbot:

Graphik 22: Theoretische Gewinnspanne beim Handel mit Kaffee (1773–1779)

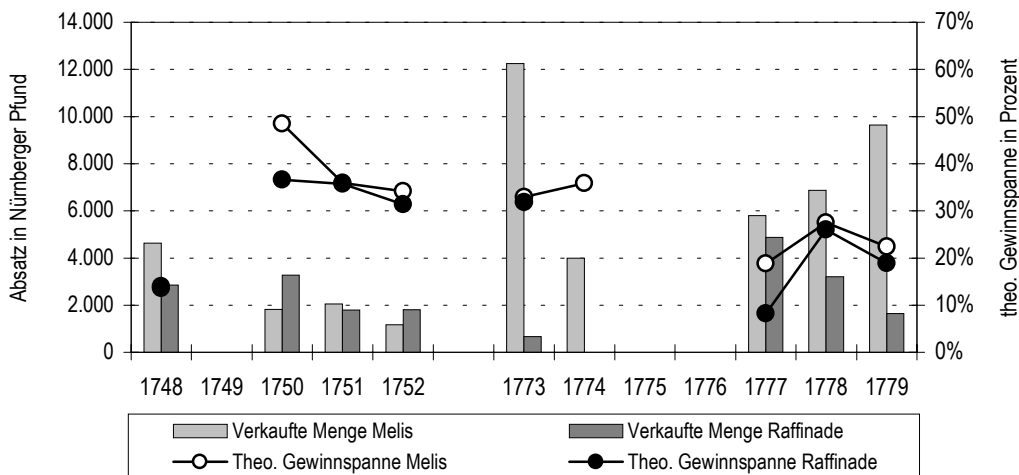
120 SCHEDEL, Art. „Caffe, oder Kaffe“, Bd. 1, S. 269-272, hier: S. 270.



Die 1776 nur vergleichsweise dramatisch absinkenden Gewinnmöglichkeiten bei Kaffee aus Martinique erklären sich sicher aus einer deutlich sinkenden Nachfrage für diese Sorte, im Ammanschen Absatzgebiet scheinen sich zu dieser Zeit die Präferenzen für St Dominque-Kaffee endgültig herausgebildet zu haben.

Im Vergleich zu den Gewinnspannen des Kaffeehandels liegen diejenigen für den Zuckerhandel deutlich niedriger, ohne sich aber von der ersten zur zweiten Untersuchungsperiode wesentlich zu verändern:

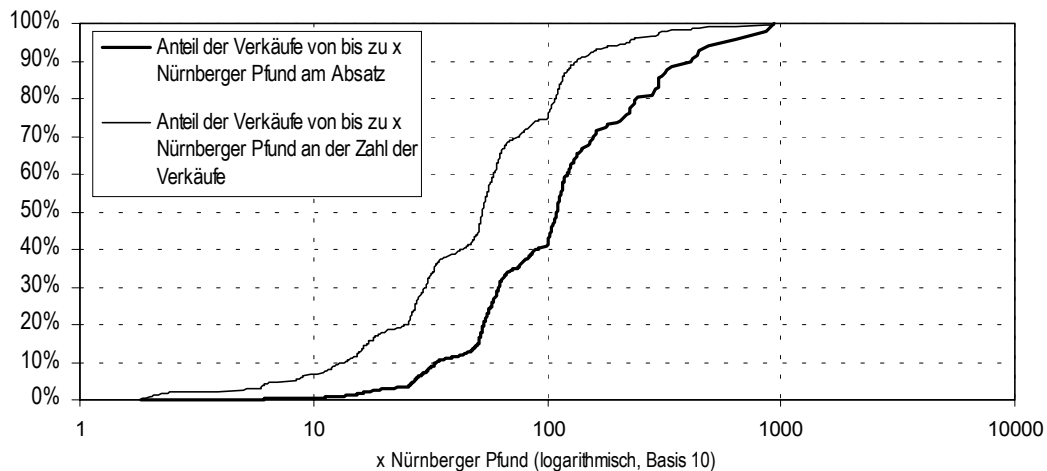
Graphik 23: Absatzmengen und theoretische Gewinnspanne beim Handel mit Melis und Raffinade



In Periode I hatte Zucker noch einen Anteil von 8,2% am gesamten Absatz und war damit hinter Indigo die zweitwichtigste Ware (vgl. *Tabelle 3*). Mit dem Rückgang des monatlichen Zuckerabsatzes von knapp 450 auf gut 380 Gulden ist angesichts der Vergrößerung des gesamten Warenhandels ein Absinken des Anteils am Absatz der Periode II auf 1,5% verbunden, während die Verneunfachung des Kaffeeabsatzes von monatlich gut 160 auf etwa 1.450 Gulden fast eine Verdoppelung des Anteils am

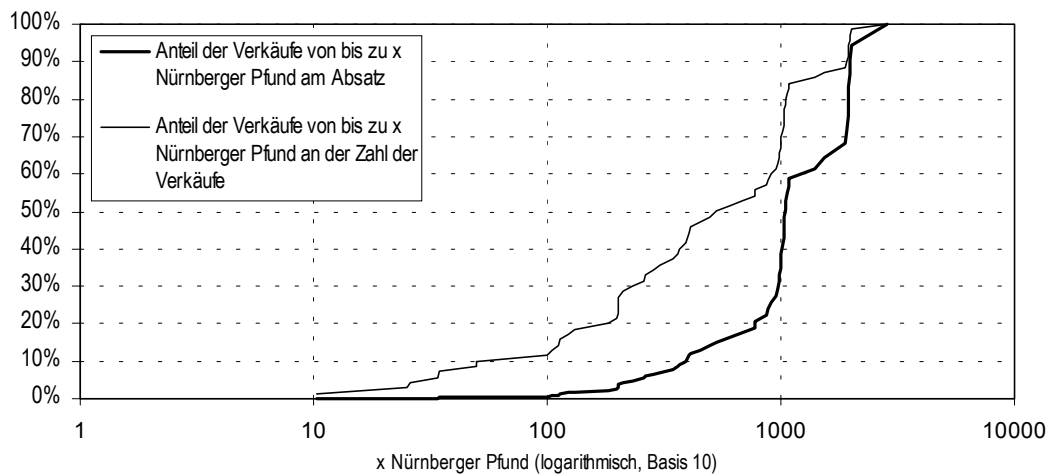
Absatz von 3,0% auf 5,6% bedeutet. Die Erklärung für diese Ablösung des Zuckers durch den Kaffeehandel kann aber nicht allein im Unterschied der Handelsspannen gesehen werden, denn mit 30–40% lag diese für den Meliszucker in den Jahren 1773 und 1774 sogar klar über der des Indigos mit um die 20% (vgl. *Graphik 9*) und auch nur knapp unter der für Baumwolle aus St Dominque mit 35–45% (vgl. *Graphik 16*).

Ein Blick auf die Verteilungsfunktionen der Zuckerverkäufe zeigt, daß der Zuckerhandel in der Untersuchungsperiode I im wesentlichen *en demi-gros* erfolgte. Weniger als 10% aller Verkäufe waren Detailverkäufe mit Abgabemengen von bis zu 10 Pfund, in den 1770er Jahren kommen solche überhaupt nicht mehr vor. Zunächst wurde nur ein Viertel des Zuckers in Portionen über 200 Pfund veräußert, in Periode II waren es dagegen 99,6%. Auch der Zuckerhandel wurde zu einem Großhandel.



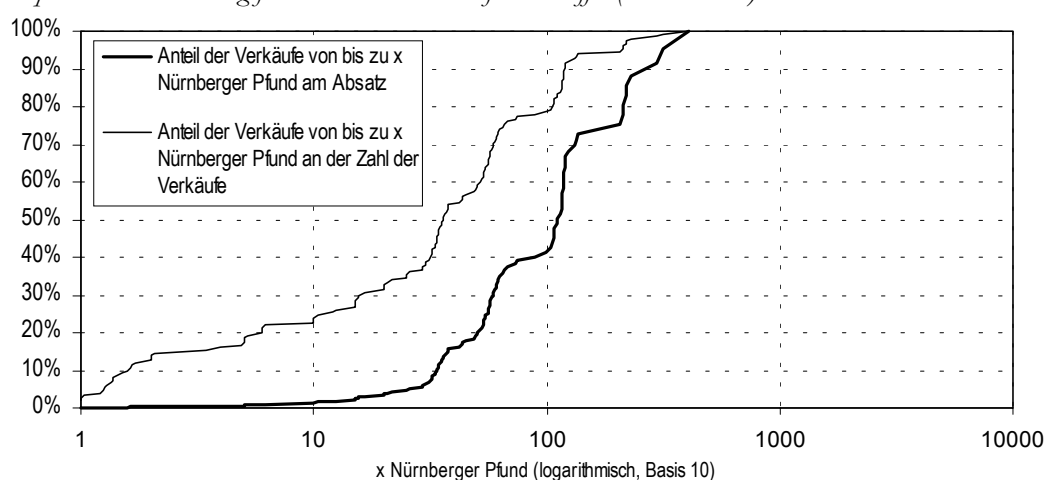
Graphik 24a: Verteilungsfunktionen der Verkäufe von Zucker (1748–1752)

Graphik 24b: Verteilungsfunktionen der Verkäufe von Zucker (1773–1779)

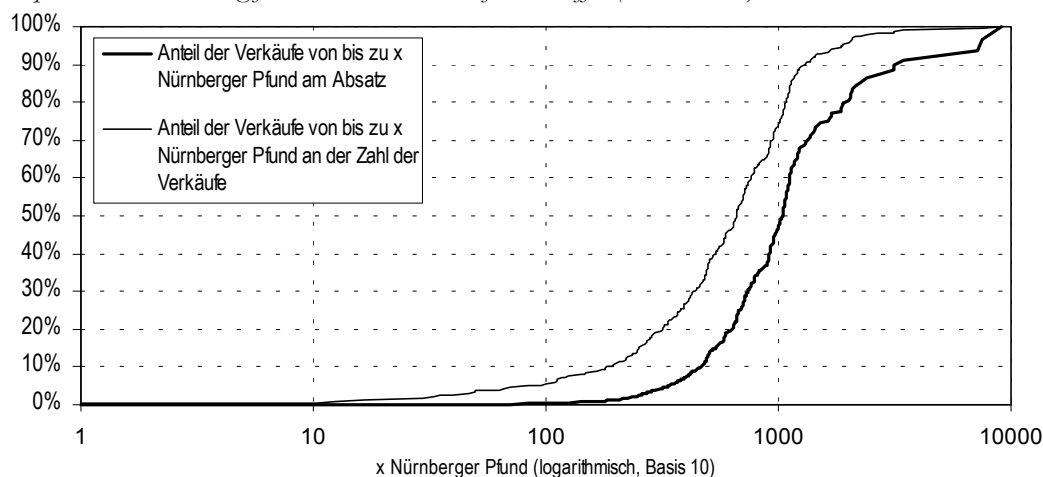


Im Falle des Kaffees läßt sich sogar noch ein schärferer Wandel beobachten. In den Jahren 1748–1752 erfolgten 25% der Verkäufe in Portionen unter 10 Pfund, bei $\frac{1}{6}$ der Verkäufe lag das Quantum sogar unter fünf Pfund. Hält man sich den Aufwand für den Verkauf, aber auch die fein säuberliche Verbuchung dieser Detailgeschäfte vor Augen, so muß man dieser Ausrichtung des Verkaufs eine im Vergleich äußerst niedrige Rentabilität attestieren. Immerhin entfielen so auf eine Viertel aller Verkäufe nur 1,5% der insgesamt abgesetzten Kaffeemenge. Um 1750 wurden 72,5% allen Kaffees *en demi-gros* in Mengen von 30 bis 140 Pfund verkauft:

Graphik 25a: Verteilungsfunktionen der Verkäufe von Kaffee (1748–1752)



Graphik 25b: Verteilungsfunktionen der Verkäufe von Kaffee (1773–1779)

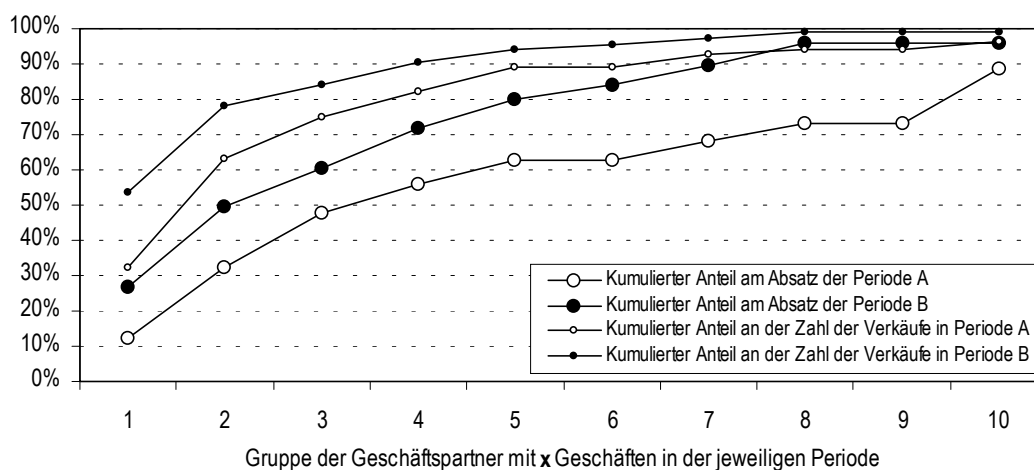


Diese Ausrichtung des Kaffeehandels ist 25 Jahre später nicht einmal in Ansätzen wiederzuerkennen. Nur bei gut 5% aller Verkäufe gingen überhaupt Mengen von weniger als 100 Pfund über den Ladentisch. Die Hälfte der Gesamtmenge wurde in Portionen zu mehr als 1.000 Pfund veräußert, weniger als ein Promille (!) dieser Menge mit einem Quantum von weniger als 250 Pfund. Kaffeehandel in den 1770er

Jahren war bei Amman, deutlicher fast noch als bei anderen Waren, ein reines Großhandelsgeschäft.

Damit ist die Untersuchung bei der Frage angelangt, wie gut die Kundenbindung im Bereich des Kaffee- und des Zuckerhandels gewesen ist. Im Falle des Kaffees (*Graphik 26*) ist für die Zeit um 1750 eine relativ hohe Bindung festzustellen, wenn man etwa an die starke Komponente des Detaillhandels denkt. Gut 30% der gesamten Menge ging an Kunden, die nur ein- oder zweimal in der betreffenden Periode bei Amman Kaffee gekauft haben. Umso ungünstiger erscheint es, daß mit der Umstellung auf den Großhandel diese Quote in den 1770er Jahren auf 50% ansteigt. Im Kerngeschäft, dem Indigogroßhandel, lag dieser Wert stabil bei weniger als 20% der abgesetzten Menge.

Graphik 26: Kundenbindung bei Kaffeeverkäufen

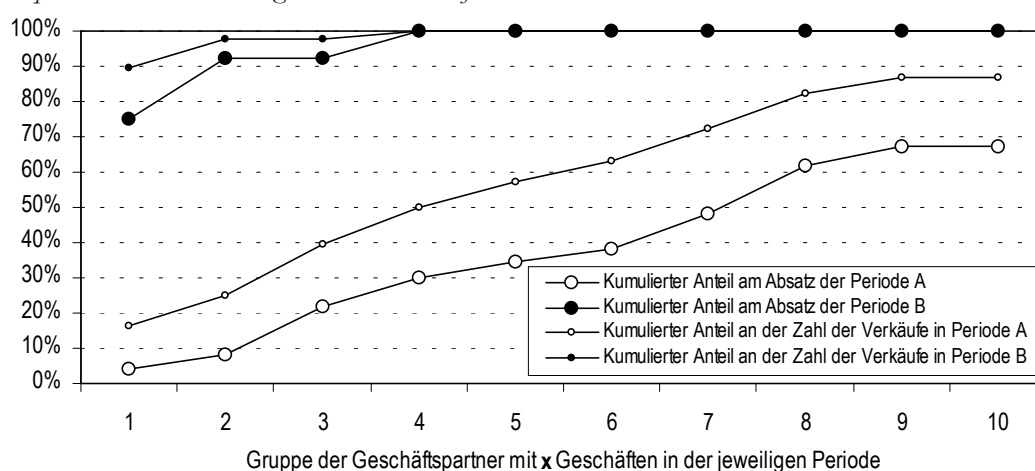


Periode A: Januar 1749 – Dezember 1751

Periode B: Aritmetisches Mittel aus den Kalenderjahren 1774–1776 und 1777–1779

Doch ist das Bild für den Kaffeehandel eigentlich recht erfreulich, wenn man es direkt mit dem des Zuckerhandels vergleicht (*Graphik 27*). Noch in den Jahren um 1750 war die Kundenbindung besser als bei jeder anderen hier betrachteten Ware zu irgendeinem Zeitpunkt. Mehr als 90% des Zucker ging an Käufer, die mindestens dreimal in den drei Jahren Zucker von Amman bezogen, weniger als 20% der Verkäufe waren ‚Gelegenheitsverkäufe‘ an Kunden, die kein zweites Mal als Käufer nachzuweisen sind. Diese Bindung ist mit dem Umstieg auf den Großhandelsvertrieb vollkommen verloren gegangen. Nur 25% der abgesetzten Menge ging an Mehrfachkäufer, nur in zehn Prozent aller Geschäftsabschlüsse hatte Amman es mit einem Kunden zu tun, der in dem Dreijahreszeitraum noch ein anderes Mal bereit war, Zucker zu kaufen.

Graphik 27: Kundenbindung bei Zuckerverkäufen



Periode A: Januar 1749 – Dezember 1751

Periode B: Arithmetisches Mittel aus den Kalenderjahren 1774–1776 und 1777–1779

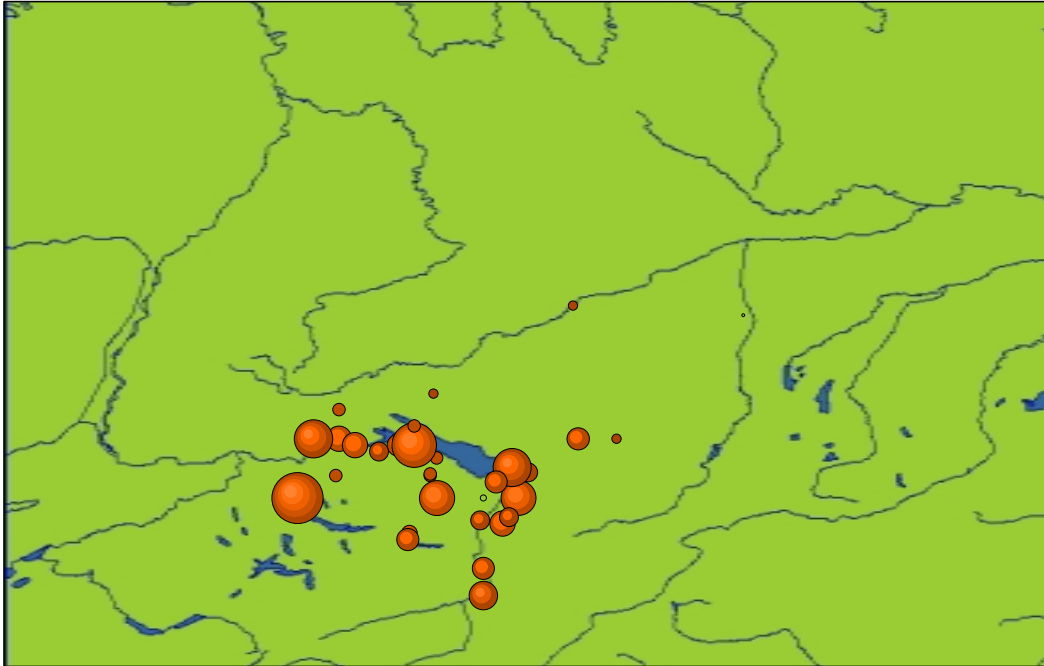
Es ist also keineswegs mangelnder Rentabilität anzulasten, daß der Zuckerverkauf 1774 gegenüber 1773 halbiert und in den beiden Folgejahren sogar völlig eingestellt wurde (vgl. *Graphik 23*). Es gelang offenbar nicht, im Zuckergroßhandel hinreichend Abnehmer zu finden.

Vergleicht man die geographische Verteilung des Absatzes in den Untersuchungsperioden I und II (*Karten 4a* und *4b*), so stellt man für die erste Periode eine Ausrichtung des Zuckerhandels auf das Viereck zwischen Schaffhausen, Zürich, Chur und Lindau fest. Schwerpunkte liegen auf den kleineren Ortschaften des Thurgau und Voralbergs. In den 1770er Jahren sind diese Ortschaften dann nicht mehr Ziel der Verkäufe, diese konzentrieren sich auf wenige größere Orte und vor allem auf Schaffhausen selbst. Nimmt man die geographische Verteilung und die Verteilungsfunktionen zusammen, so steht zu vermuten, daß Amman in der Distribution des Zuckers um 1750 noch die Rolle eines Zwischenhändlers innehatte, der die in den kleineren Ortschaften sitzenden Detailhändler mit Ware versorgte¹²¹. Bis in die

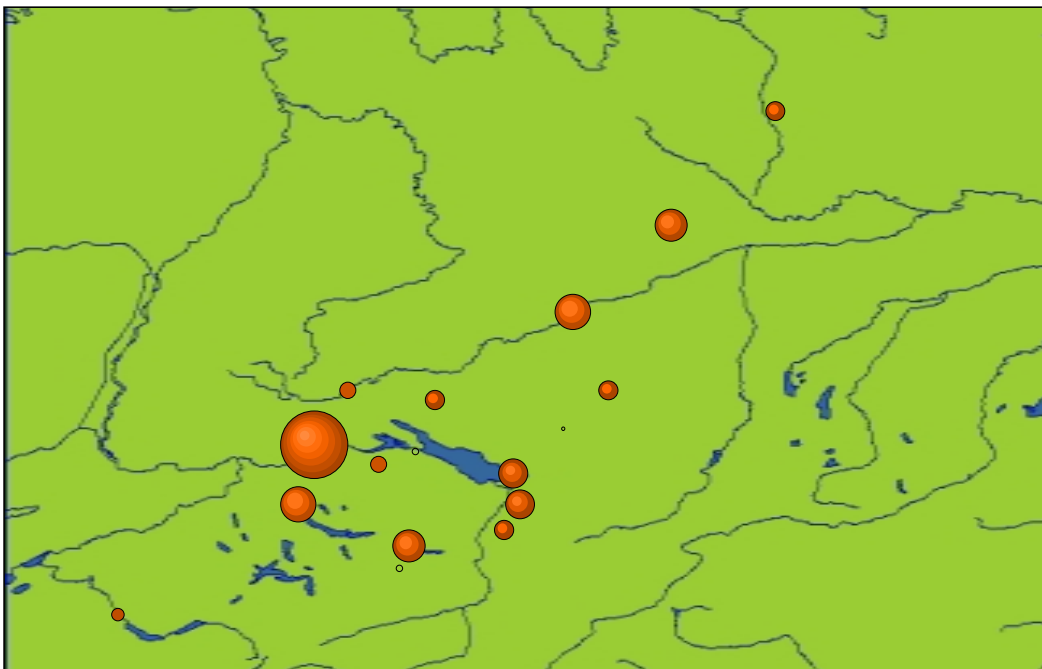
121 Zum Detailhandel vgl. Anne RADEFF, *Du café dans le chaudron. Economie globale d'Ancien Régime (Suisse occidentale, Franche-Comté et Savoie)*, Lausanne 1996; dies., *Gewürzhandel en détail am Ende des Ancien Régime: Handeln und Wandern*, in: Markus A. DENZEL (Hrsg.), *Gewürze: Produktion, Handel und Konsum in der Frühen Neuzeit*, Stuttgart 1999, S. 187-204. Radeff betont, daß die Güterverteilung nicht unbedingt durch eine strenge Hierarchie im Christallerschen Sinn, also von Großhändlern zu Detaillisten bzw. von Groß- über Mittel- zu Kleinstädten und Dörfern erfolgen muß: ebd., S. 198-202.

Das ordnende Prinzip in der Warendistribution ist natürlich auch nicht die Auswahl des Verkäufers primär nach der größeren Nähe, sondern erst einmal nach dem besseren Preis. In größerer Menge wird die Ware billiger, aber jeder Verbraucher oder Zwischenhändler benötigt nur eine bestimmte Menge. So kauft der Endverbraucher *en détail*, der Detaillist *en demi-gros* ein usw. Im Endeffekt entsteht, wenn auch weniger streng hierarchisiert, eben doch wieder eine Pyramide.

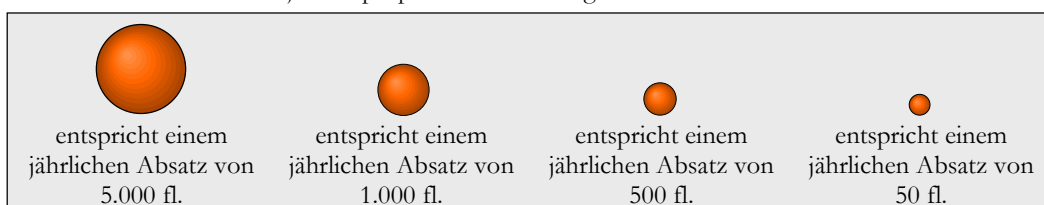
Karte 4a: Die Absatzorte für Zucker (1748–1752)



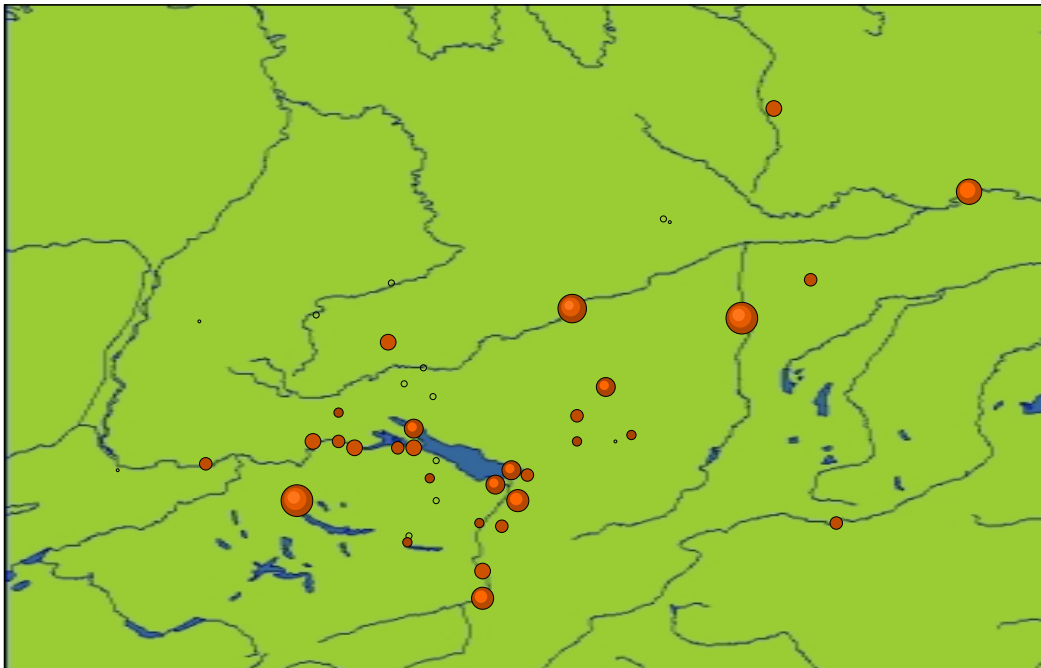
Karte 4b: Die Absatzorte für Zucker (1773–1779)



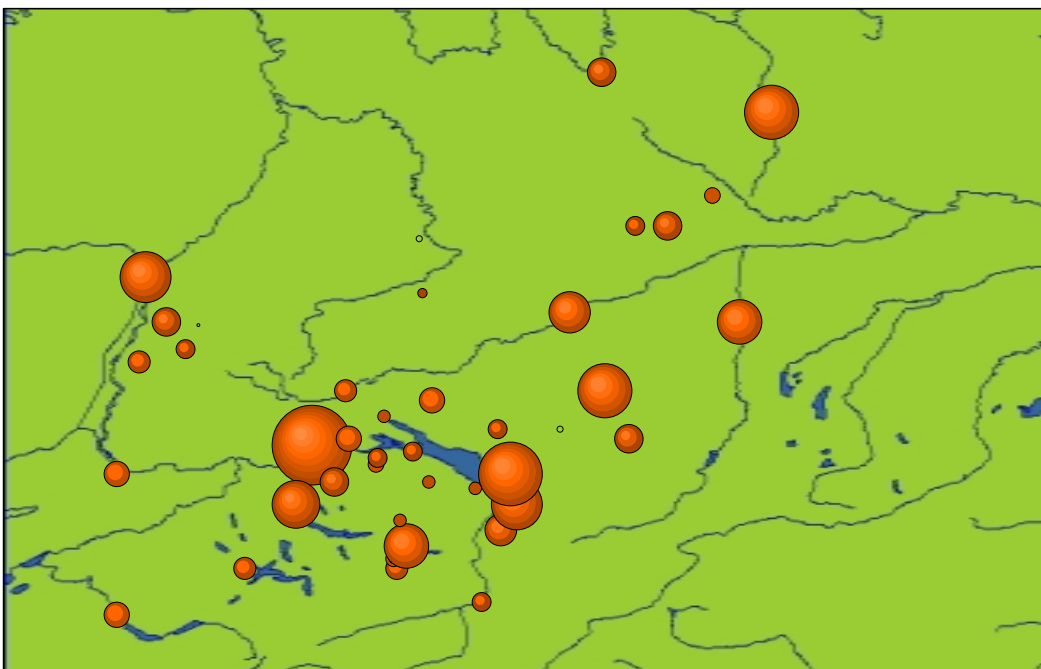
Die Höhe des Absatzes ist jeweils proportional zum Kugelvolumen:



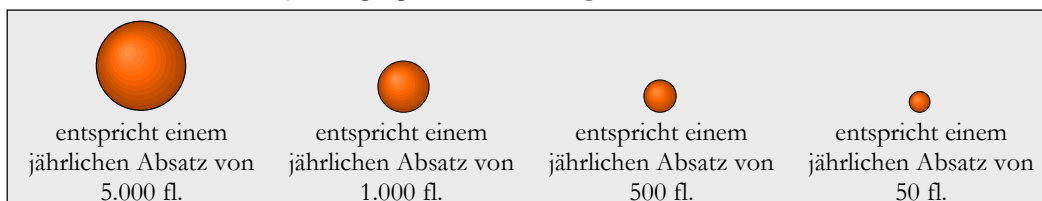
Karte 5a: Die Absatzorte für Kaffee (1748–1752)



Karte 5b: Die Absatzorte für Kaffee (1773–1779)



Die Höhe des Absatzes ist jeweils proportional zum Kugelvolumen:



1770er Jahre versuchte er in der ‚Distributionspyramide‘ eine Stufe aufzusteigen und selbst zum Lieferanten solcher von größeren Orten aus operierenden Zwischenhändlern zu werden. Unter diesen fand er, wie *Graphik 27* belegt, keine dauerhaften Kunden. Da der Handel *en demi-gros* für den nun über das ganze Sortiment im Großhandel operierenden Amman zu unattraktiv geworden war, stellte er ihn lieber ganz ein. Umso bemerkenswerter ist es, daß nach dem Tode Johann Jacob Ammans der Zuckerhandel von seinem Sohn 1777 wieder aufgenommen wurde – mit einer niedrigeren Gewinnspanne, aber in recht konstantem Umfang.

Für den Raum der Ostschweiz läßt sich beim Kaffeehandel eine ähnliche Tendenz wie beim Zuckerhandel ausmachen: Um 1750 geht ein nicht allzu umfangreicher Verkauf in viele kleinere Orte, in der zweiten Periode gewinnen die größeren Orte die Oberhand. Allerdings liegt der Absatz in diese Orte verhältnismäßig hoch, und für einige kleinere Orte bleibt er nach wie vor bestehen. Über diesen Raum hinaus gibt es mit Schwaben noch eine weitere große und mit dem nördlichen Schwarzwald und Straßburg noch eine dritte, etwas kleinere Absatzregion. Im Unterschied zum Zucker lieferte Amman schon frühzeitig, nämlich um etwa 1750, Ware auch in die Gebiete Schwabens aus. Vielleicht war dadurch der Wechsel vom Detail- und Zwischenhändler zum Großhändler besser vorbereitet, in jedem Fall dürfte sich dieser Prozeß ähnlich wie beim Zucker, nur eben ein wenig erfolgreicher, entwickelt haben.

ZUSAMMENFASSUNG UND SCHLUSSFOLGERUNGEN

Aus der Untersuchung der zeitgenössischen Buchhaltungstechnik – und damit auch der Ammanschen Buchhaltung, denn diese befand sich auf dem neuesten Stand der Technik – hat sich ergeben, daß zur Herausarbeitung der allgemeinen Geschäftsentwicklung letztendlich die Journale als einziger Bestandteil der Buchhaltung eine brauchbare Quelle darstellen. Während das System der Kladden bei einiger Vollständigkeit und der Bereitschaft des Bearbeiters zu einem höheren Arbeitsaufwand zumindest noch annähernd ähnlich umfassend Auskunft geben kann, fehlen in den Hauptbüchern für dieses Unterfangen bereits absolut notwendige Informationen wie eine zuverlässige Zuordnung der gebuchten Summen zu den einzelnen Geschäftsbereichen. Angaben über Menge, Preis und Art der verkauften Waren sind nicht mehr rekonstruierbar.

Nach der Entscheidung für die Journale als zentrale Quelle müssen ihr Aufbau und ihre Struktur hinreichend analysiert werden, um eine für die Auswertung adäquate Abbildung der Quelle in eine Datenbank vornehmen zu können. Zunächst folgt dann die Entscheidung, welche Teile der Quelle überhaupt berücksichtigt werden sollen: Für die Untersuchung des Warenverkaufs etwa sind z.B. die Wechselkonten zunächst einmal uninteressant. Diese Auswahl verstößt keineswegs gegen die Forderung Levermanns, die „Quellen in dem Zustand, in dem sie sind, auf den Rechner abzubilden“¹²²: Sie zerlegt die Quelle lediglich in konsistente und in sich abgeschlossene ‚Subquellen‘. Diese Zerlegung sollte allerdings so erfolgen, daß zunächst nicht berücksichtigte Subquellen auch nachträglich problemlos in die Datenbank ergänzt werden können, falls eine Ausweitung der Fragestellung – etwa vom Warenverkauf auch auf den Wareneinkauf – den Arbeitsaufwand geboten erscheinen läßt. Bei der Abbildung der einzelnen Subquelle in die Datenbank sollte dann im Sinne Levermanns darauf geachtet werden, daß die ursprüngliche Informationsstruktur möglichst originalgetreu im Rechner erhalten bleibt. Beispielsweise sollten Vereinheitlichungen der Maße, Gewichte und Währungen erst im Rahmen der Datenaufbereitung in der Datenbank selbst erfolgen, und zwar schon allein aus Gründen der Arbeitsökonomie: Werden bei einer Umwandlung der Daten vor der Erfassung im Rechner Fehler gemacht, oder haben verschiedene Benutzer der Datenbank unter-

122 LEVERMANN, Kontextsensitive Datenverwaltung, S. 4.

schiedliche Auffassungen über die anzuwendenden Umrechnungen, so können die bei der Datenaufnahme getätigten Umwandlungen nicht mehr ohne eine Neuaufnahme der Originalinformationen revidiert werden. Durch die Erhaltung der Originalinformationen in der Datenbank können dann auch verschiedene Aufbereitungsansätze schnell realisiert und nebeneinander verwaltet werden.

„Ausgehend von der Maxime einer größtmöglichen Originaltreue muß die quellenorientierte Datenverarbeitung [...] es auch erlauben, das für das Verständnis einer Quelle benötigte Hintergrundwissen im Zusammenhang mit den eigentlichen Quelldaten so auf den Rechner abzubilden, daß es während der Arbeit mit diesen Daten verfügbar ist und eingesetzt werden kann, wann immer es die Bearbeitung des Materials erfordert“¹²³. Im Falle einer Bearbeitung von Buchhaltungsunterlagen besteht dieses Hintergrundwissen etwa in Umrechnungsfaktoren für verschiedene Maße, gegebenenfalls kontextsensitiven – nämlich vom Zeitpunkt der Buchungen abhängigen – Umrechnungsfaktoren zwischen Währungen, also Wechselkursen, oder schließlich auch Informationen über Schreib- oder gar Bezeichnungsvarianten verschiedener Firmennamen: So bezeichnen im Falle der Ammanschen Buchhaltung z.B. der Personennamen „Barbara Gleich“ und der Firmenname „Johann Friedrich Gignoux seel. Erben“ denselben Kunden. Das System von eigentlichen Quelldaten und Hintergrundwissen läßt sich *im Falle von Buchhaltungsunterlagen* im Prinzip in jedem relationalen Datenbanksystem einigermaßen annehmbar realisieren. Im Falle von Quellen, die einen weniger schematischen Aufbau haben, ist dies im allgemeinen nicht vertretbar¹²⁴.

Nach der Erfassung und Aufbereitung der Quelle müssen für die Auswertung des Zahlenmaterials geeignete Kategorien definiert werden; dies betrifft hier drei Informationsdimensionen: Zeit, Kunde und Ware. Die Bildung von Kategorien in der Zeit meint nichts anderes als eine Periodisierung des Untersuchungszeitraums. Das Kategoriensystem für die Kunden ist zur Hälfte bereits gegeben, da eine Zusammenfassung der Kunden nach ihren Domizilorten naheliegt. Eine Einteilung der Orte in Regionen muß bei Bedarf aber noch festgelegt werden. Das Kategoriensystem für das Warensortiment ist am schwierigsten zu realisieren, weil sich eine Gliederung etwa in Warengattungen, Waren und Warensorten nicht per se ergibt. Eine solche

123 Ebd., S. 5.

124 Vgl. THALLER, Fachspezifische Datenverarbeitung, S. 70f.

Einteilung kann nur nach pragmatischen Gesichtspunkten und muß für jedes Handelshaus gesondert erfolgen.

Nach der Erfassung und Aufbereitung der Quelle kann diese nun ausgewertet werden. Ein erste Charakterisierung der Handlung ergibt sich bereits durch das Aufsummieren der Umsätze nach den einzelnen Kunden, Orte und gegebenenfalls Regionen sowie nach den einzelnen Waren und Warengattungen – und zwar jeweils für die verschiedenen Untersuchungsperioden. Für den konkreten Fall des Handelshauses Amman lassen sich zusammenfassend drei Hauptkenntnisse festhalten: Zum ersten stellte der Ammansche Warenverkauf zum überwiegenden Teil eine Zulieferung an das Textilgewerbe dar, ob nun direkt oder vielleicht auch über Zwischenhändler. Hierbei traten Farbstoffe als die bei weitem dominierende Warengattung auf. Der Indigo erscheint sowohl unter den Farbstoffen als auch im Gesamtsortiment als die bei weitem dominierende Ware. Zum zweiten läßt sich sowohl auf der Ebene der Warengattungen wie auf der Ebene der Waren selbst eine deutliche Verengung des Sortiments, also eine Spezialisierung beobachten. Dagegen weitet sich der Absatzraum als ganzes aus. Drittens hat sich Amman auf außereuropäische Waren konzentriert, was nach der Verengung des Warenspektrums bis zu den 1770er Jahren noch stärker zum Tragen kommt.

Konzentriert man den Blick nun auf die wichtigsten Waren, können auch preis-historische Auswertungsansätze eingebracht werden. Dazu ist zunächst die Differenzierung der Ware in Sorten zu diskutieren, da verschiedene Sorten einer Ware ja sehr unterschiedliche Preise am Markt erzielen können. Die Auswahl der in die Betrachtung einzubeziehenden Sorten sollte natürlich so erfolgen, daß einigermaßen repräsentative Aussagen über die Ware als ganzes getroffen werden können. Im Vergleich von Einkaufs- und Verkaufspreisen läßt sich die Größenordnung der möglichen Gewinnspanne und damit die Lukrativität des Handels abschätzen. Komplexere Auswertungsstrategien erlauben einerseits eine Charakterisierung der Organisation des Handels – wurde *en gros*, *en demi-gros* oder *en détail* verkauft? – und andererseits eine Einschätzung, wie gut die Bindung von Kunden gelang. Mit den Anteilen am gesamten Warenhandel, der geographischen Verteilung des Absatzes und der Beschreibung der Organisationsform ist der Handel mit einer einzelnen Ware aus Sicht des untersuchten Handelshauses hinreichend charakterisiert; mit der möglichen Gewinnspanne und der Kundenbindung liegen zwei wichtige Indikatoren vor, um die Entwicklung dieses Handels zu erklären.

Die Hauptsäule des Ammanschen Warenhandels, der Indigohandel, wird im Laufe des Untersuchungszeitraums weiter ausgeweitet, und zwar sowohl in den absoluten wie den relativen Absatzmengen und auch hinsichtlich des Absatzraums. Die sehr weite Expansion nach Norden ist dabei vermutlich durch ein in diese Richtung deutlich ansteigendes Preisniveau motiviert; für die 1770er Jahre liegt die insgesamt erzielbare Gewinnspanne aber unter der mancher anderer gehandelten Ware. Dafür ist die Kundenbindung in diesem schon zu Beginn des Zeitraums als Großhandel organisierten Geschäftszweig konstant gut. Gerade diese ‚Eingespeltheit‘ des Indigohandels mit seinen nicht nur kurz-, sondern auch mittel- bis langfristig zu erwartenden Einnahmen dürfte das Motiv gewesen sein, diese Geschäftssparte trotz einer im Vergleich zu anderen Waren niedrigeren Gewinnspanne als Standbein der Handlung auszubauen. Wie sehr der Aufbau eines Kundennetzes dafür entscheidend ist, ob sich der Handel mit einer Ware ‚unter dem Strich‘ lohnt, zeigt das Beispiel des Zuckerhandels. Um 1750 noch die zweitwichtigste Ware im Sortiment mit einer enorm hohen Kundenbindung, verschwindet der Zucker in den 1770er Jahren sogar für einige Jahre aus dem Sortiment – und dies, obwohl die möglichen Gewinnspannen noch über denen des Indigos lagen. Der Grund für die Aufgabe des Zuckerhandels ist einfach darin zu finden, daß es Amman in keiner Weise mehr gelungen ist, eine Stammkundschaft zu halten.

Solange sich aber Kundschaft in ausreichendem Maße finden läßt, steigt die Luokrativität des Warenhandels mit der Höhe der in Relation zu den Einkaufspreisen erzielbaren Verkaufspreise. Über die Ein- und Verkaufspreise und damit über die Gewinnspanne entscheidet aber letztlich nicht der Kaufmann selbst, sondern der Markt. Verhandlungsgeschick kann die Spanne ein wenig vergrößern, aber in ihrer Größenordnung liegt sie durch den Konkurrenzdruck fest. Eine andere Möglichkeit zur Erhöhung der Rentabilität ist die Senkung von Kosten, und zwar in erster Linie von Transaktionskosten: Je größer die in einem Geschäftsvorfall verkaufte Menge, desto geringer schlägt relativ gesehen der Aufwand für dieses Geschäft zu Buche. Der Großhandel erfordert allerdings viel Kapital und gute Kontakte in die Ferne zum Einkauf der Waren. Beides ist einem Kaufmann im Normalfall nicht schon von Anfang an gegeben, so daß ein Kaufmann im allgemeinen seine Tätigkeit zunächst als Detaillist aufnimmt. Nach Möglichkeit wird er dann Stück um Stück sein Kapital vergrößern, Kontakte knüpfen und danach trachten, von *en détail* gehandelten Mengen allmählich zu *en demi-gros* und schließlich *en gros* getätigten Geschäften zu kommen. Im Falle der Ammanschen Handlung zeigt sich diese Entwicklung am deutlich-

sten am Kaffeehandel. Um 1750 hatte noch ein Viertel aller Verkäufe einen Umfang von weniger als 10 Pfund, während in den 1770er Jahren 95% aller Verkäufe in Mengen über 100 Pfund erfolgten. Mit jenen 25% der Verkäufe wurden nur 1,5% der insgesamt verkauften Kaffeemenge in Untersuchungsperiode I abgesetzt – weniger als mit jedem der zwölf größten Einzelverkäufe in dieser Zeit. Selbst wenn man die bei Detailverkäufen etwas höheren erzielbaren Preise berücksichtigt, wird doch die Ineffizienz im Hinblick auf die Transaktionskosten bei Detail- im Vergleich zu Großhandelsverkäufen deutlich.

Einem Kaufmann ein bestimmtes Stadium auf dem Weg vom Detail- zum Großhändler zuzuordnen ist per se kaum möglich, da der Prozeß bei einzelnen Waren zeitversetzt und auch in unterschiedlicher Geschwindigkeit verläuft. So ist beim Indigo bereits bis 1750 der Handel *en gros* erreicht, während Kaffee zur selben Zeit noch größtenteils *en détail* verkauft wird. Darüber hinaus besteht auch für die einzelne Ware eine ‚Gleichzeitigkeit des Ungleichzeitigen‘, ein gewisses Nebeneinander von Detail-, *Demi-gros*- und Großhandelsverkäufen. Sowohl für die einzelne Ware als auch für das Gesamtgeschäft ist somit nur eine differenzierende, Schwerpunkte betonende Einschätzung möglich. Modelle zur Güterverteilung, wie sie etwa Radeff diskutiert¹²⁵, müssen diese Vielschichtigkeit des einzelnen Akteurs miteinbeziehen. Eine strikte Klassifizierung und Hierarchisierung der Akteure in Großhändler, Zwischenhändler, Detaillisten und Endverbraucher stellt, soviel wurde gezeigt, eine nicht vertretbare Vereinfachung dar.

Als weitere Aufgaben bei der Aufarbeitung des Quellenbestands zum Bank- und Handelshaus Amman scheinen dem Verfasser neben der Überführung der hier entwickelten Innen- in eine Außensicht des Unternehmens zwei Bereiche besonders lohnend zu sein. Zum ersten lassen sich unter Hinzuziehung der Korrespondenz, des Bestellbuchs und der Warenausgangsbücher *die Mechanismen* der Warendistribution im Ancien Régime studieren. Von der ‚Werbung‘ per Korrespondenz, ‚Hausbesuchen‘ durch Ammansche Bediente bei (potentiellen) Kunden vor Ort und dem Zusenden von Warenproben über die Aushandlung von Mengen und Preisen, der Warenallokation durch Amman, der Organisation und den Kosten der Spedition dieser Waren bis hin zu den Modalitäten von Bezahlung und Finanzierung sind die Ammanschen Geschäfte rekonstruierbar. Zum zweiten kann auf die für den Zeitraum zwischen den in dieser Untersuchung gewählten Perioden vorhandenen Bestände wie etwa das

125 Vgl. FN 121.

verbliebene Journal zurückgegriffen werden, um die Prozeßhaftigkeit des Wandels vom Detaillisten zum Großhändler zu untersuchen. Die vorliegende Untersuchung konnte bisher nur den Befund einer Entwicklung durch den Vergleich der Zustände des Geschäfts in verschiedenen Punkten der Zeit erbringen. Auf welche Weise erfolgte aber die Ablösung von vorrangig *en détail* getätigten Verkäufen durch *en demi-gros* und schließlich *en gros* abgewickelte Geschäfte; auf welche Weise wurden neue Kunden erreicht und neue Kundenschichten erschlossen?

In der Zusammenschau aller Ergebnisse sollte die Erarbeitung von fundierten Modellen zur Güterverteilung über einzelne Akteure in der Vorphase der Industriel-
len Revolution möglich werden. In jedem Fall wird man durch die Untersuchung des Handelshauses Amman als einem exemplarischen Träger des Warenaustausches in dieser Zeit vertiefte Erkenntnisse über die Funktionen des einzelnen Akteurs im gesamten Prozeß des Wirtschaftens gewinnen.

ANHANG

1. QUELLEN- UND LITERATURVERZEICHNIS

1.1 Unveröffentlichte Quellen

Stadtarchiv Schaffhausen, G.02.09 Familienarchiv Frey, Bestand „Bankhaus Heinrich von Amman“:

- Journal I-IV (1748–1752; 1757–1761; 1773–1776; 1777–1779)
- Hauptbücher I und II (1762–1770; 1770–1776)
- Warenausgangsbücher I und II (1764–1770; 1775–1781)
- Bestellbuch (1761–1772)
- Messbuch (1756–1767)
- Briefkopierbücher, Stücke 13–25.

Stadtarchiv Schaffhausen, Genealogische Register der Stadt Schaffhausen (Bartenschlag'sche Genealogie), angelegt 1744.

1.2 Gedruckte Quellen

Des Grafen Karl von Zinzendorf eingesammelte Nachrichten, den Handel und Waaren-Zug in einem Theile von Schwaben, in der Schweiz und in Bündten betreffend, hrsg. v. Otto Erich **DEUTSCH**, in: Basler Zeitschrift für Geschichte und Altertumskunde 35 (1936), S. 151-354.

Hans-Jürgen **GERHARD** / Karl Heinrich **KAUFHOLD**, (Hrsg.), Preise im vor- und frühindustriellen Deutschland. Nahrungsmittel – Getränke – Gewürze. Rohstoffe und Gewerbecprodukte, Stuttgart 2000 (*in Vorbereitung*).

Nicolaas Wilhelmus **POSTHUMUS** (Hrsg.), Inquiry into the History of Prices in Holland, vol. I, Leiden 1946.

1.3 Zeitgenössische Nachschlagewerke

M[arcus] R[udolf] B[althasar] **GERHARD** (Hrsg.), Johann Christian Nelkenbrechers Taschenbuch eines Banquiers und Kaufmanns, Berlin 1775.

Johann Carl Gottfried **JACOBSON** (Hrsg.), Schauplatz der Preußischen Zeugmanufacturen [...], 4 Bde., Berlin 1773–1776.

Samuels **RICARDS** Handbuch der Kaufleute oder Allgemeine Übersicht und Beschreibung des Handels der vornehmsten Europäischen Staaten nebst Nachrichten von ihren natürlichen Produkten, Manufakturen und Fabriken. Nach der sechsten ganz umgearbeiteten französischen Ausgabe übersetzt von Thomas Heinrich Gadebusch, Bd. 2, Greifswald 1784.

Johann Christian **SCHAEDEL**s neues und vollständiges, allgemeines Waaren-Lexikon [...], 2 Bde.: Erster Theil. A bis L, Offenbach 1800; Zweyter Theil. M bis Z, Offenbach 1791.

Das gewerbfleißige Deutschland: oder systematisch geordnetes Verzeichniß der jetzt lebenden Kaufleute, Fabrikanten, Manufakturisten, Buch- und Kunsthändler, Buch- und Kupferdrucker, der Mäcker, Apotheker, Besitzer von Leihbibliotheken, Eisen- Kupfer- Messing- Vitriol- und andern ähnlichen Werken, 10 Bde., Leipzig 1800-1807, insb.:

- Bd. 1: Allgemeines Handlungs- und Fabriken-Addressbuch von Obersachsen [1800].
- Bd. 2: Allgemeines Handlungs- und Fabriken-Addressbuch, auch Handlungs-Erdbeschreibung von Francken [1801].
- Bd. 4: Allgemeine merkantilitische Erdbeschreibung, auch Handlungs- und Fabriken-Addressbuch von Böhmen und Mähren [1802].
- Bde. 5 u. 6: Allgemeine merkantilitische Erdbeschreibung, auch Handlungs- und Fabriken-Addressbuch der österreichischen Kreislande [1803/04].

1.4 Literatur

Sergio **AIOLFI**, Calicos und gedrucktes Zeug. Die Entwicklung der englischen Textilveredelung und des Tuchhandels der East India Company 1650–1750, Stuttgart 1987.

Peter **ALBRECHT**, Zur Sozialgeschichte eines Getränks. Eine Ausstellung des Braunschweigischen Landesmuseums, Braunschweig 1980.

ders., Wieviel Kaffee tranken die Hannoveraner zwischen 1750 und 1850 denn nun wirklich?, in: Karl Heinrich KAUFHOLD / Markus A. DENZEL (Hrsg.), Zum Handel im Kurfürstentum / Königreich Hannover (1780–1850), Stuttgart 2000, S. 139-181.

Daniela U. **BALL**, Einleitung zu: dies. (Hrsg.), Kaffee im Spiegel europäischer Trinksitten, Zürich 1991.

Thomas **BECK**, Indigo, Cochenille und Brasilholz. Farbstoffhandel und Technologietransfer im Ersten Kolonialzeitalter, in: Kultur & Technik 4 (1988), S. 222-229.

Louis **BERGERON**, « Pourtalès & Cie » (1753–1801) : Apogée et déclin d'un capitalisme, in: Annales É.S.C. 25 (1970), S. 498-517.

Walter **BODMER**, Die Entwicklung der schweizerischen Textilwirtschaft im Rahmen der übrigen Industrien und Wirtschaftszweige, Zürich 1960.

ders., Die Zurzacher Messen von 1530–1856, Aarau 1962.

Robert **BOHN**, Das Handelshaus Donner in Visby und der gotländische Außenhandel im 18. Jahrhundert, Köln 1988.

Martin **BRAUMANDL**, Zur Geschichte des Bank- und Kreditwesens im Kanton Schaffhausen, Zürich 1946, S. 50.

Claus-Peter **CLASEN**, Textilherstellung in Augsburg in der frühen Neuzeit, 2 Bde., Augsburg 1995.

Markus A. **DENZEL**, Nahrungs- und Genußmittelgewerbe im Kurfürstentum Baiern (1771–1805), in: Jörg **BATEN** / Markus A. **DENZEL** (Hrsg.), Wirtschaftsstruktur und Ernährungslage 1770–1870. Anthropometrische, gewerbe- und agrarstatistische Forschungsansätze, St. Katharinen 1996, S. 21-55.

ders., Der Preiskurant des Handelshauses Pelloutier & C^e aus Nantes (1763–1793), Stuttgart 1997.

August **EUGSTER**, Die Gemeinde Herisau im Kanton Appenzell a.Rh., Herisau 1870.

Peter **FASSL**, Konfession, Wirtschaft und Politik. Von der Reichsstadt zur Industriestadt, Augsburg 1750–1850, Sigmaringen 1988.

Peter **FIERZ**, Eine Basler Handelsfirma im ausgehenden 18. und zu Beginn des 19. Jahrhunderts. Christoph Burckhardt & Co. und verwandte Firmen, Zürich 1994.

Eberhard **GOTHEIN**, Wirtschaftsgeschichte des Schwarzwaldes und der angrenzenden Landschaften, Bd. 1: Städte- und Gewerbegeschichte, Straßburg 1892.

Peter **HÖFER**, Deutsch-französische Handelsbeziehungen im 18. Jahrhundert. Die Familie Breton frères in Nantes (1763–1766), Wiesbaden 1982.

Rita **HUBER-SPERL**, Memmingen zwischen Zunfthandwerk und Unternehmertum. Ein Beitrag zur reichsstädtischen Gewerbegeschichte 1648 bis 1802. Memmingen 1995.

Fritz **JUNGINGER**, Geschichte der Reichsstadt Kaufbeuren im 17. und 18. Jahrhundert, Neustadt a. d. Aisch 1965.

Karl Heinrich **KAUFHOLD**, Gewerbelandschaften in der frühen Neuzeit (1650–1800), in: Hans **POHL** (Hrsg.), Gewerbe- und Industrielandschaften vom Spätmittelalter bis ins 20. Jahrhundert, Stuttgart 1986, S. 112-202.

Martin **KÖRNER**, Das System der Jahrmärkte und Messen in der Schweiz 1500–1800, in: Jahrbuch für Regionalgeschichte und Landeskunde, 19 (1993/1994), S. 13-34.

Fritz **LENDENMANN**, Schweizer Handelsleute in Leipzig. Ein Beitrag zur Handels- und Bevölkerungsgeschichte Leipzigs und Kursachsens vom beginnenden 16. Jh. bis 1815, Frankfurt am Main 1978.

Wolfgang **LEVERMANN**, Kontextsensitive Datenverwaltung, Göttingen 1991.

Hans Heinrich **MAURUSCHAT**, Gewürze, Zucker und Salz im vorindustriellen Europa. Eine preisgeschichtliche Untersuchung, Göttingen 1975.

Balduin **PENNDORF**, Geschichte der Buchhaltung in Deutschland, Leipzig 1913 (ND Stuttgart 1966).

Susanne **PETERSEN-GOTTHARDT** / Thomas **SCHLEICH**, Entstehung und Ausbreitung der Plantagenwirtschaft in Amerika und Westindien, in: Eberhard **SCHMITT** (Hrsg.), Dokumente zur Geschichte der europäischen Expansion. Bd. 4: Wirtschaft und Handel der Kolonialreiche, München 1988, S. 495-512.

dieselben, Mißwirtschaft auf einer Indigo-Plantage in Westindien, in: ebd., S. 589f.

Hans Conrad **PEYER**, Von Handel und Bank im alten Zürich, Zürich 1968.

Anne **RADEFF**, Du café dans le chaudron. Economie globale d'Ancien Régime (Suisse occidentale, Franche-Comté et Savoie), Lausanne 1996.

dies., Gewürzhandel *en détail* am Ende des Ancien Régime: Handeln und Wandern, in: Markus A. DENZEL (Hrsg.), Gewürze: Produktion, Handel und Konsum in der Frühen Neuzeit, Stuttgart 2000, S. 187-204.

Herbert **RITTMANN**, Deutsche Geldgeschichte 1484–1914, München 1975.

Niklaus **RÖTHLIN**, Die Basler Handelspolitik und deren Träger in der zweiten Hälfte des 17. und im 18. Jahrhundert, Basel 1979.

ders., Ein Blick auf die Bezugs- und Absatzgebiete des schweizerischen Grosshandels anhand einiger Bilanzen aus dem 18. Jahrhundert, in: Paul BAIROCH / Martin KÖRNER (Hrsg.), Die Schweiz in der Weltwirtschaft (15.–20. Jh.), Zürich 1990.

Ernst **RÜEDI**, Hans (Johann) Jacob Ammann, Kaufherr, in: Schaffhauser Biographien des 18. und 19. Jahrhunderts, Erster Teil = Schaffhauser Beiträge zur vaterländischen Geschichte 33 (1956), S. 40-46.

ders., Ein Schaffhauser Handelshaus auf den Zurzacher Messen des 18. Jahrhunderts, in: Schaffhauser Beiträge zur vaterländischen Geschichte 35 (1958), S. 107-126.

Roman **SANDGRUBER**, Kaffeesuppe und „kleiner Brauner“. Sozialgeschichte des Kaffeekonsums in Österreich, in: Daniela U. BALL (Hrsg.), Kaffee im Spiegel europäischer Trinksitten, Zürich 1991, S. 53-67.

Walter **SCHINDLER**, Zur Geschichte von Schweizer Handel und Industrie unter besonderer Berücksichtigung der Privilegien der eidgenössischen Kaufleute in Frankreich im 17. und 18. Jahrhundert, Calw 1922.

Eberhard **SCHMITT** (Hrsg.), Dokumente zur Geschichte der europäischen Expansion. Bd. 4: Wirtschaft und Handel der Kolonialreiche, München 1988.

Jürgen **SCHNEIDER**, „... macht munter und vertreibt den Schlaf ...“. Produktion, Handel und Konsum von Kaffee vom 15. bis zum 19. Jahrhundert, in: Kultur & Technik 4 (1988), S. 230-237.

ders., Produktion, Handel und Konsum von Kaffee (15. bis Ende 18. Jh.), in: Hans POHL (Hrsg.), The European discovery of the world and its economic effects on pre-industrial society: 1500–1800, Stuttgart 1990.

ders. u.a. (Hrsg.) Währungen der Welt VI, Geld und Währungen in Europa im 18. Jahrhundert, Stuttgart 1992.

Eckart **SCHREMMER**, Die Wirtschaft Bayerns. Vom hohen Mittelalter bis zum Beginn der Industrialisierung. Bergbau, Gewerbe, Handel, München 1970.

Oskar **SCHWARZER** / Markus A. **DENZEL**, Internationaler Zahlungsverkehr im 18. Jahrhundert: Amsterdam, London und Paris, in: Jürgen SCHNEIDER u.a. (Hrsg.) Währungen der Welt VI, Geld und Währungen in Europa im 18. Jahrhundert, Stuttgart 1992, S. 28-32.

Manfred **THALLER**, Gibt es eine fachspezifische Datenverarbeitung in den historischen Wissenschaften? – Quellenbanktechniken in der Geschichtswissenschaft, in: Karl Heinrich Kaufhold / Jürgen Schneider (Hrsg.), Geschichtswissenschaft und historische Datenverarbeitung, Stuttgart 1988, S. 45-83.

Hans Jürgen **TEUTEBERG**, Kaffeetrinken sozialgeschichtlich betrachtet, in: Scripta Mercatoriae 14 (1980), S. 27-54.

ders., Zucker und Süßwaren im Zivilisationsprozeß der Neuzeit, in: ders. / Günter WIEGELMANN (Hrsg.), Unsere tägliche Kost. Geschichte und regionale Prägung, Münster 1986, S. 135-152.

Béatrice **VEYRASSAT**, L'industrialisation dans le secteur cotonnier en Suisse (1760–1830/40), Lausanne 1982.

Friedrich **ZELLFELDER**, Das Kundennetz des Bankhauses Gebrüder Bethmann, Frankfurt am Main, im Spiegel der Hauptbücher (1738–1816), Stuttgart 1994.

Wolfgang **ZORN**, Handels- und Industriegeschichte Bayerisch-Schwabens 1648–1870. Wirtschafts-, Sozial- und Kulturgeschichte des schwäbischen Unternehmertums, Augsburg 1961.

VERZEICHNIS DER TABELLEN, GRAPHIKEN UND ABBILDUNGEN

2.1 Tabellen

Tabelle 1:	Die wertmäßigen Anteile der verschiedenen Typen von Buchungen auf der Habenseite des Warenkontos in den Journalen I, III und IV	18
Tabelle 2:	Umrechnungsfaktoren für andere Gewichte in Nürnberger Pfund	23
Tabelle 3:	Der Absatz der wichtigsten Waren im Ammanschen Sortiment (über 0,2% gemitteltem Anteil)	38
Tabelle 4:	Der Absatz der verschiedenen Warengruppen	41
Tabelle 5:	Der Anteil ‚außereuropäischer‘ Waren am Absatz einzelner Warengattungen	42
Tabelle 6:	Die wichtigsten Absatzorte (über 1,0% gemitteltem Anteil)	42
Tabelle 7a:	Die 20 wichtigsten Warenabnehmer 1748–1752	47
Tabelle 7b:	Die 20 wichtigsten Warenabnehmer 1773–1779	47
Tabelle 8a:	Die Indigoeinkäufe bei Pelloutier in Nantes – Sorten und Preise	54
Tabelle 8b:	Die Indigoeinkäufe bei Pelloutier in Nantes – Spesen und Frachten	54

2.2 Graphiken

Graphik 1:	Entwicklung der Geschäftssparten und des Gesamtgeschäfts	31
Graphik 2:	Die Anteile der Geschäftssparten an den Gesamteinnahmen	31
Graphik 3:	Die aus dem Geschäft jährlich entnommenen Überschüsse	34
Graphik 4:	Die Umsatzrendite im Untersuchungszeitraum	34
Graphik 5:	Kumulierte Anteile der für jede Periode wichtigsten Waren	41
Graphik 6:	Die Produktion Johann Heinrich Schüles 1759–1780 und die Ammanschen Krapp-Lieferungen an ihn 1773–1779	49
Graphik 7:	Monatsweise gewichtetes Mittel der Verkaufspreise der für Amman wichtigsten Indigosorten (März 1773 – Dezember 1779), dreimonatig gleitende Durchschnitte	53
Graphik 8:	Monatspreise für gefeuerten Indigo (März 1773 – Dezember 1779) (dreimonatig gleitende Durchschnitte)	55
Graphik 9:	Theoretische Gewinnspanne beim Handel mit gefeuertem Indigo (1773–1779) (basierend auf den dreimonatig gleitenden Durchschnitten)	56
Graphik 10a:	Verteilungsfunktionen der Verkäufe von Indigo (1748–1752)	57
Graphik 10b:	Verteilungsfunktionen der Verkäufe von Indigo (1773–1779)	57
Graphik 11:	Kundenbindung bei Indigoverkäufen	58
Graphik 12:	Der Wert der in den Halbjahren von 1773–1779 abgesetzten westindischen und levantinischen Baumwolle	62
Graphik 13:	Monatspreise für levantinische Baumwolle (März 1773 – Dezember 1779) (dreimonatig gleitende Durchschnitte)	62

Graphik 14:	Die Herkunft der verkauften westindischen Baumwolle nach Quartalen (1773–1779)	64
Graphik 15:	Ein- und Verkaufspreise für Baumwolle aus Surinam und St Dominque (1773–1779) (dreimonatig gleitende Durchschnitte)	65
Graphik 16:	Theoretische Gewinnspanne beim Handel mit westindischer Baumwolle (1773–1779) (basierend auf den dreimonatig gleitenden Durchschnitten)	66
Graphik 17:	Verteilungsfunktionen der Verkäufe von Baumwolle (1773–1779)	66
Graphik 18:	Kundenbindung bei Baumwollverkäufen (1773–1779)	67
Graphik 19:	Die Entwicklung des Absatzes der für Amman wichtigsten Zuckersorten	70
Graphik 20:	Entwicklung der Ein- und Verkaufspreise für Melis und Raffinade	71
Graphik 21:	Entwicklung der Ein- und Verkaufspreise für Kaffee	73
Graphik 22:	Theoretische Gewinnspanne beim Handel mit Kaffee (1773–1779)	73
Graphik 23:	Absatzmengen und theoretische Gewinnspanne beim Handel mit Melis und Raffinade	74
Graphik 24a:	Verteilungsfunktionen der Verkäufe von Zucker (1748–1752)	75
Graphik 24b:	Verteilungsfunktionen der Verkäufe von Zucker (1773–1779)	75
Graphik 25a:	Verteilungsfunktionen der Verkäufe von Kaffee (1748–1752)	76
Graphik 25b:	Verteilungsfunktionen der Verkäufe von Kaffee (1773–1779)	76
Graphik 26:	Kundenbindung bei Kaffeeverkäufen	77
Graphik 27:	Kundenbindung bei Zuckerverkäufen	78

2.3 Karten und Abbildungen

Abbildung:	Auszug aus dem Journal – Buchungen auf der Habenseite des Warenkontos	13
Karte 1a:	Die Absatzorte 1748–1752	45
Karte 1b:	Die Absatzorte 1773–1779	45
Karte 2a:	Die Absatzorte für Indigo (1748–1752)	59
Karte 2b:	Die Absatzorte für Indigo (1773–1779)	59
Karte 3a:	Die Absatzorte für Baumwolle (1773–1779) – Überblick	68
Karte 3b:	Die Absatzorte der Baumwolle in der Ostschweiz (1773–1779)	68
Karte 4a:	Die Absatzorte für Zucker (1748–1752)	79
Karte 4b:	Die Absatzorte für Zucker (1773–1779)	79
Karte 5a:	Die Absatzorte für Kaffee (1748–1752)	80
Karte 5b:	Die Absatzorte für Kaffee (1773–1779)	80

Ich versichere, daß ich die Arbeit selbständig verfaßt
und keine anderen als die angegeben Hilfsmittel benutzt habe.
Auch alle eingeschlossenen Tabellen, Graphiken und Karten
habe ich eigenständig angefertigt.

Göttingen, den 5. Juni 2000