

Handel und Kaufleute in Europa

Der Handel der oberitalienischen Seestädte

■ Voraussetzungen

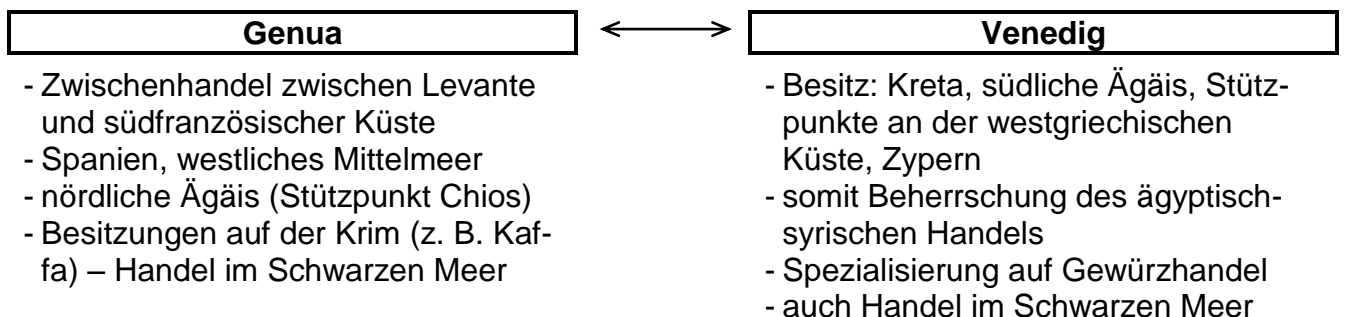
- **kulturell:**
 - Nachwirken des Erbes **römischer Urbanität**
 - wiedererwachender Geist **antiker** Bildung und Gesittung
 - **Schriftlichkeit** von Verwaltung und Geschäftsleben
 - moderne **Rechtswissenschaft** aus römischer Tradition (Universität Bologna)
 - Einflüsse aus **Byzanz** und der **arabischen Welt** (Rechenkunst, arabische Zahlen)
- **politisch:**
 - starke **Autonomie** der Städte, Freiheit von staatlichen Gewalten
 - Führung der Städte durch merkantilen Stadtadel und reiche Kaufleute
 - **Kolonialbesitz** sichert Zugang zu den Schätzen des Orients
- **wirtschaftlich:**
 - Existenz von anlagesuchenden **Kapitalien**
 - qualifizierte **Gewerbe**
 - rationaler kaufmännischer **Geist**

günstige **geographische Lage**

günstige **politische und kulturelle Voraussetzungen**

für die **Beherrschung des Mittelmeerhandels**

■ Handelsbereiche und Handelsgebiete



[weitere bedeutende Handelsstädte liegen in der **Toskana**: Pisa, Florenz, Siena, Lucca]

Handel zwischen Europa und dem Orient

- Ägypten und Syrien/Levante
- Schwarzes Meer
- Spanien

Die kommerzielle Revolution des Mittelalters in Deutschland

Ausgangslage um 1000: nur geringe Handelstätigkeit



Kommerzielle Revolution im 13. Jahrhundert:

■ 1. Phase (um 1200): Übergang vom Luxushandel zum Massenguthandel

- Massengüter: Fisch, Salz, Korn, Pelzwerk, Wachs, Honig, Wein, Wolle, Tuch
- Profit: nicht mehr aus dem Verkauf weniger Waren mit hoher Gewinnspanne sondern aus dem Absatz von Massen von Waren mit geringer Gewinnspanne

■ 2. Phase (ca. 1250 – 1300): Sesshaftigkeit der Kaufleute

- Verschriftlichung des Betriebs, Aufkommen moderner Buchführung
- Fremdkapital: Kredite
- bargeldloser Zahlungsverkehr
- Handelsgesellschaften
 - Verteilung, somit Verminderung der Handelsrisiken
 - Zusammenlegung von Kapital → Kapitalverstärkung
 - Beispiele: Ravensburger Handelsgesellschaft (15. Jh.)
Fugger (16. Jh.)
Welser (16. Jh.)
 - vgl. Handelskompanien im Merkantilismus: EIC, VOC
- Messen
 - Sammel- und Distributionsfunktion
 - räumliche Konzentration von Kaufkraft → Teilnahme lohnt sich
 - wichtigstes Beispiel: Champagne (günstig gelegen zwischen den flämischen Tuchzentren und Italien)