

Gabi Schopf, M.A.

Kaufen und Verkaufen – Zirkulation und lokale Aneignung von globalen Gütern in der Frühen Neuzeit am Beispiel von Calicos und Indienne in der Schweiz

Ziel des Doktoratsprojektes ist es aufzuzeigen, auf welchen Wegen sowohl aus Indien importierte als auch in der Schweiz produzierte bedruckte Baumwollstoffe ihre frühneuzeitlichen Konsumenten erreichten. Damit ist es an der Schnittstelle zwischen Handels- und Konsumgeschichte angesiedelt und untersucht wie zunehmende globale Vernetzung lokal wirksam wird.

Aufbauen kann das Projekt dabei auf umfangreiche Forschungen zur Konsumgeschichte und Geschichte des Detailhandels in Grossbritannien und den Niederlanden, die vor allem durch McKendricks These von einer „Konsumrevolution“ im 18. Jahrhundert ausgelöst wurden. Deutlich wurde hier, dass die Distribution der Konsumgüter eine zentrale Voraussetzung für die Einführung neuer Waren und den Wandel der Konsumbedürfnisse war. Die Verbreitung neuer Güter in grossen Teilen der Bevölkerung erforderte komplexe Strukturen in Handel und Vermarktung. Daher ging der Wandel der Konsummuster einher mit Innovationen im Einzelhandel wie der Entstehung von Läden und neuen Vermarktungstechniken sowie der Verdichtung von Vertriebsnetzwerken.

Für den Schweizer Raum sind diese Prozesse noch gänzlich unerforscht. Hier soll das Projekt ansetzen und anhand mehrerer Schweizer Städte und Indiennes Manufakturen die Zirkulation bedruckter Baumwollstoffe zwischen 1650 und 1800 aufzeigen. Kaufleute werden dabei vor allem als Mittler zwischen Produzenten und Konsumenten begriffen. Sie ermöglichen zum einen die Verfügbarkeit neuer Konsumgüter für breite Bevölkerungsschichten. Zum andern agieren sie zwischen Produzenten und Konsumenten als Vermittler von Wissen über Güter und Bedürfnisse der Kunden.

In einem ersten Schritt soll daher die Entwicklung der Distributionskanäle rekonstruiert werden über die bedruckte Baumwolltextilien im Schweizer Raum verbreitet wurden. Ziel ist dabei die Identifizierung von Händlern, Krämern, Ladenbesitzern und Vertretern von Indiennes Produzenten, die mit den Stoffen handelten. Gefragt wird nach ihren Verbindungen untereinander, ihren Bezugsquellen, Absatzmärkten und Zielgruppen. Daneben wird die Rolle von grossen Messen, kleinen Jahrmärkten, festen Läden, Hausierern und informellen Vertriebswegen bei der Verbreitung der Indiennes untersucht. Damit soll Verflechtungen zwischen lokalen und globalen Netzwerken und der Wandel der lokalen Strukturen durch neue Güter sichtbar gemacht werden.

In einem zweiten Schritt richtet sich der Blick auf die Interaktion zwischen Kunde und Händler. Gefragt wird hier nach der Rolle der Händler bei der Verbreitung neuer Güter auf der Ebene der Wissensübermittlung. Untersucht werden soll die Bedeutung von Werbung und Vermarktungsstrategien wie Zeitungsanzeigen, Werbezettel, Schaufenstergestaltung, Beratung im Laden oder Versand von Stoffmustern für die Bekanntmachung neuer Güter und ihre Einordnung in bestehende Konsumzusammenhänge. Daneben soll ausserdem der Kunde in den Blick genommen werden und nach dem Einfluss seines Einkaufsverhaltens auf Warenangebot und Vermarktungstechniken gefragt werden.

Als Quellen dienen Firmenkorrespondenz, städtische Überlieferung zu Handel und Gewerbe sowie Messen und Märkten, Konkursakten von Händlern, Intelligenzblätter und Reiseberichte.