

## Inhalt

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

*Gregor Rohmann (Rostock)*

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

*Rebecca Müller (Heidelberg)*

Mittelalterliche Künstlersignaturen als Werbestrategie? .....	341
SUMMARY .....	376

*Sabine von Heusinger (Köln)*

Unterkäufer als Makler des Vertrauens. ....	379
SUMMARY .....	407

*Julia Exarchos (Aachen)*

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

*Paul Schweitzer-Martin (München)*

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

*Colin Arnaud (Münster)*

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