

Inhaltsverzeichnis

I.	EINLEITUNG	1
	1. Farbe als Thema einer kulturwissenschaftlichen Mediävistik	1
	2. Segmentierte Forschungstraditionen.....	7
	3. Ein ökonomischer Zugang zur Geschichte der Farbe ..	13
II.	FARBORDNUNGEN	19
	1. Farbe als anthropologische Konstante?	19
	2. Ein «farbstarres» Mittelalter?	25
	a) Liturgische Farbordnung	27
	b) Höfische Farbsymbolik	31
	3. Folgerungen und Neuansatz: Farbige Kleidung als Konsumgut	36
III.	FARBKONSUM	41
	1. Farbwechsel: Farbige Stoffe und ihre Käufer	41
	a) Kleidungsfarben in spätmittelalterlichen Städten	41
	b) Kleidungsfarben in hansischen Städten 1300–1440	57
	c) Farbwahl im Vergleich: Kleidungsfarben in oberdeutschen Städten	82
	2. Farbeinsatz: Das Hofgewand	98
	a) Beobachtungsstoffe	98
	b) Der Farbträger: Das Hofgewand	100

c) Das mediale Potential des Hofkleids	129
d) Farbe als Zeichen	141
e) Farbe als politisches Bindungsmittel:	
Grafen im fürstlichen Hofkleid	182
f) Städtische Adaptionen höfischer Farbpraktiken	200
3. Farbentscheidungen als Konsumententscheidungen	212
IV. FARBWERK: WAID – EIN MITTELDEUTSCHES PRODUKT	
FÜR DEN EUROPÄISCHEN MARKT	253
1. Farbpraxis: Färber im spätmittelalterlichen Reich	253
a) Textilfarbstoffe des Mittelalters	253
b) Vergessene Spezialisten: Die Färber	258
c) Farbrezepte	265
d) Farbkosten	270
2. Farbstoffbezug: Die Käufer des Erfurter Waides	276
a) Farbstoffkauf im Nahbereich	276
b) Drehscheiben des Farbstoffhandels I: Nürnberg	290
c) Drehscheiben des Farbstoffhandels II: Frankfurt am Main	301
d) Drehscheiben des Farbstoffhandels III: Görlitz	310
e) Bezugsbedingungen des Erfurter Waides	316
3. Farbkraft: Erfurt und die	
stadtprägende Wirkung des Waides	322
a) Fernmärkte und Straßen	322
b) Farbstoffanbau	331
c) Städtische Veredlung	342
4. Farbstoffinteressen	353
a) Thüringer Eigenhandel: Das Beispiel Görlitz	353
b) Konkurrenz im Anbaugebiet: Die Frankfurter	361
c) Nürnberger Hochfinanz und Erfurter Waidhändler	363
d) Internationale Farbmärkte: Antwerpen und Bergen-op-Zoom	377
5. Farbstoffpolitik	394
a) Großenhain	394
b) Der Kampf mit dem Indigo	397

	6. Farbwünsche und Farbstoffe	413
V.	BLAU: ÖKONOMIE EINER FARBE	419
	– Zusammenfassung	419
	– Summary	423
VI.	ANLAGEN	425
	1. Karten	426
	2. Tabellenverzeichnis	428
VII.	BIBLIOGRAPHIE	433
	1. Quellen	433
	2. Literatur	437
VIII.	REGISTER	525
	1. Orte	525
	2. Personen	531
	3. Ausgewählte Sachbegriffe	541