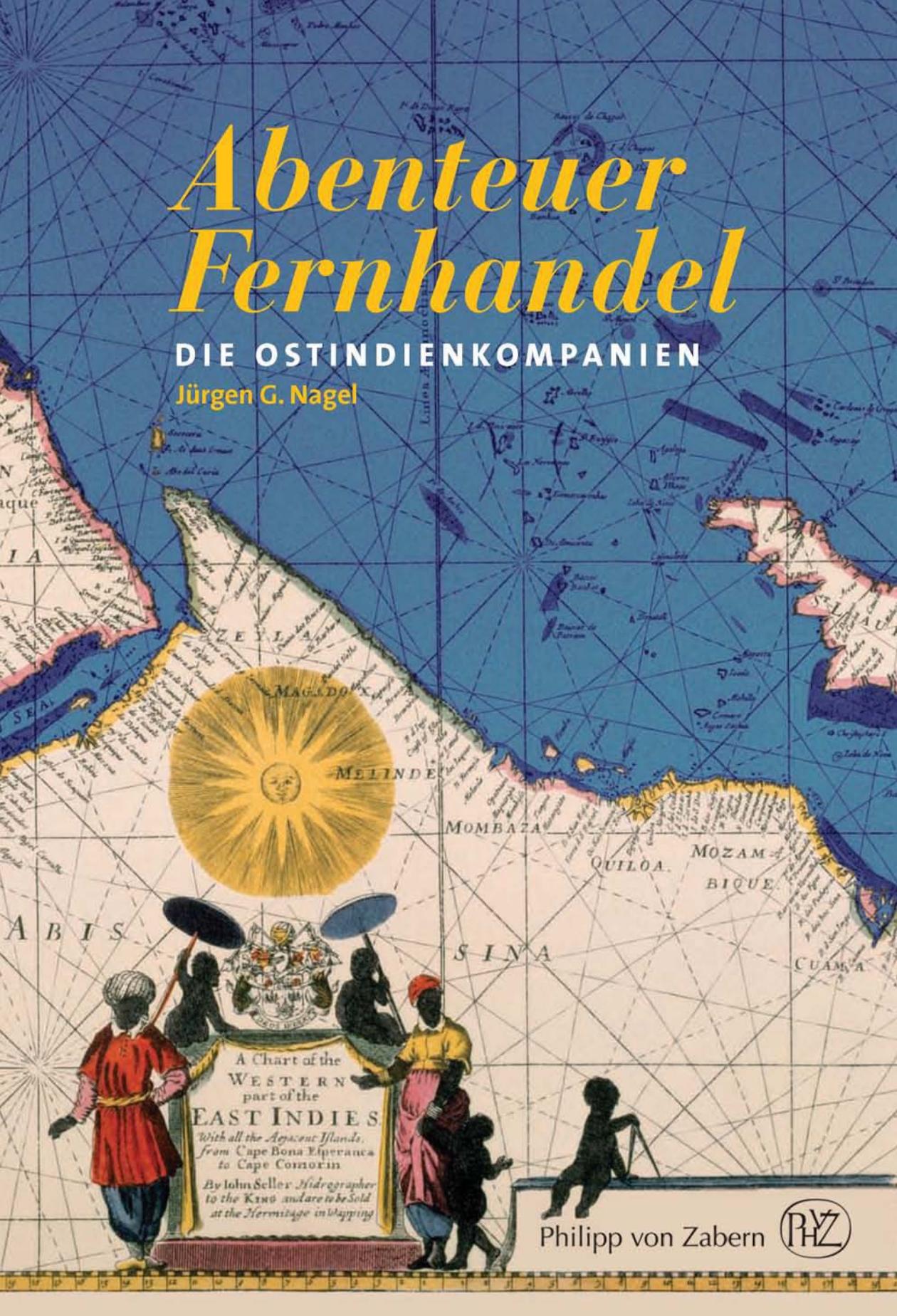


# Abenteuer Fernhandel

DIE OSTINDIENKOMPANIEN

Jürgen G. Nagel



Philipp von Zabern



Jürgen G. Nagel  
Abenteuer Fernhandel



Jürgen G. Nagel

# Abenteuer Fernhandel

Die Ostindienkompanien

2. Auflage

Abbildungsnachweis:  
akg-images: S. 11, 18, 78, 85, 95, 148, 175 / Bridgeman: S. 87, 123, 147 /  
Jürgen G. Nagel: S. 15, 33, 73, 103, 105, 151 / picture-alliance: S. 43, 169, 179 /  
WBG-Archiv: S. 20, 40, 48, 61, 114, 118, 132, 134, 157.

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation  
in der Deutschen Nationalbibliografie;  
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über  
<http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Das Werk ist in allen seinen Teilen urheberrechtlich geschützt.  
Jede Verwertung ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig.  
Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen,  
Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung in  
und Verarbeitung durch elektronische Systeme.

2., bibliographisch aktualisierte Auflage 2011  
© 2011 by WBG (Wissenschaftliche Buchgesellschaft), Darmstadt  
1. Auflage 2007

Die Herausgabe des Werkes wurde durch  
die Vereinsmitglieder der WBG ermöglicht.

Redaktion: Rebecca Schaarschmidt, Berlin

Umschlaggestaltung: Peter Lohse, Heppenheim.

Umschlagabbildung: Ankunft des Schiffes „Acushnet“ auf den Marquesas-Inseln,  
Polynesien, im Jahre 1841. Gemälde, undat., von Louis Dodd.  
akg-images.

Gedruckt auf säurefreiem und alterungsbeständigem Papier  
Printed in Germany

Besuchen Sie uns im Internet: [www.wbg-wissenverbindet.de](http://www.wbg-wissenverbindet.de)

ISBN 978-3-534-24029-6

Die Buchhandelsausgabe erscheint beim Verlag Philipp von Zabern,  
Darmstadt/Mainz

Umschlaggestaltung: Ines von Ketelhodt, k und m design

Umschlagabbildung: Indischer Ozean / Landkarte n. Seller 1675;

akg-images; Bearbeitung: Ines von Ketelhodt, k und m design

ISBN 978-3-8053-4320-6

[www.zabern.de](http://www.zabern.de)

Elektronisch sind folgende Ausgaben erhältlich:  
eBook (PDF): 978-3-534-71598-5 (für Mitglieder der WBG)  
eBook (epub): 978-3-534-71600-5 (für Mitglieder der WBG)  
eBook (PDF): 978-3-8053-4339-8 (Buchhandel)  
eBook (epub): 978-3-8053-4338-1 (Buchhandel)

# Inhalt

I. Einleitung . . . . .	7
II. Der frühe Handel in Asien . . . . .	9
Raum und Handel . . . . .	9
Die Waren Ostindiens . . . . .	14
Produzenten und Kaufleute . . . . .	21
Wege und Transport . . . . .	28
Märkte und Städte . . . . .	32
III. Die Ostindien-Kompanien . . . . .	37
Privilegien und Freihandel . . . . .	37
Kaufleute und Börsen . . . . .	42
Kammern und Kontore . . . . .	47
Gemeine und Spezialisten . . . . .	55
Diplomaten und Kriegsherren . . . . .	60
Handelsdiaspora und Monopolisten . . . . .	68
IV. Tee, Opium und Baumwolle – Die britischen Kompanien . . . . .	71
Die angloniederländische Rivalität . . . . .	71
Die Etablierung in Indien . . . . .	76
Die Blüte des Handelsunternehmens . . . . .	81
Der Übergang zur Kolonialagentur . . . . .	90
V. Gewürze, das Gold des Ostens – Die niederländischen Kompanien . . . . .	100
Die Vorkompanien . . . . .	100
Die Etablierung der VOC . . . . .	103
Die Blüte der VOC . . . . .	113
Der Niedergang der VOC . . . . .	122
VI. Verspätete Händler – Die Konkurrenz Europas . . . . .	127
Die französischen Kompanien . . . . .	127
Die dänischen Kompanien . . . . .	131
Die Kompanie von Ostende . . . . .	136
Die schwedischen Kompanien . . . . .	138
Randerscheinungen und gescheiterte Versuche . . . . .	140

VII. Piraten, Moguln, Stammesführer – Die Reaktion Ostindiens . . . . .	144
Herrscher . . . . .	144
Mittelsleute . . . . .	150
Konkurrenten . . . . .	154
Feinde . . . . .	159
Untertanen . . . . .	164
Betroffene . . . . .	170
VIII. Wegbereiter der Globalisierung – Ein Schlusswort . . . . .	177
Anmerkungen . . . . .	181
Kommentierte Auswahlbibliografie . . . . .	187
Personenregister . . . . .	197
Sachregister . . . . .	199
Ortsregister . . . . .	203

# I. Einleitung

Mehr als zwei Jahrhunderte prägten staatlich privilegierte Handelsgesellschaften die Beziehungen zwischen Asien und Europa. Diese Ostindien-Kompanien waren ein historisch einmaliges Phänomen, das Zeitgenossen gleichermaßen faszinierte wie heute Wissenschaftler und interessierte Laien. Faszination und Singularität beruhen nicht zuletzt auf der Doppelgesichtigkeit der Unternehmen. So galt es Coenraad van Beuningen, einem Direktor der niederländischen *Verenigde Oostindische Compagnie* (VOC), als „allgemeines und in gewissem Sinne wahres Wort, dass die Niederländische Ostindische Kompanie nicht nur eine Handelsgesellschaft, sondern auch eine Kompanie der Herrschaftsausübung ist.“<sup>1</sup> Eben dieser Charakter veranlasste den Historiker Reinout Vos, die VOC als „Gentle Janus“, als doppelgesichtige Erscheinung, zu personifizieren.<sup>2</sup> Mehr noch als das Machtinstrument beeindruckt die ökonomische Institution die Geschichtswissenschaftler. Altmeister Charles R. Boxer sah in der VOC „eine kolossale Organisation, vergleichbar mit einer modernen multinationalen Firma“, die in der Lage war, „das Beste beider Welten in Krieg und Frieden“ für sich zu nutzen.<sup>3</sup> Den kommerziellen Erfolg des englischen Konkurrenten *East India Company* (EIC) führte der indische Historiker Kirti N. Chaudhuri auf ein System der Entscheidungsfindung zurück, das die „logische Anwendung theoretischer Prinzipien auf die Lösung unternehmerischer Probleme“ zum Grundsatz gemacht hatte.<sup>4</sup> Der dänische Wirtschaftshistoriker Niels Steensgaard brachte es schließlich auf den Punkt: „Ohne Zweifel repräsentieren die Kompanien das Beispiel einer institutionellen Innovation oder, wenn man so will, einen Fall von Fortschritt im Sinne einer Institution, die es ermöglichte, Güter mit möglichst ökonomischem Einsatz knapper Ressourcen zu beschaffen.“<sup>5</sup> Der seit dem Mittelalter bestehende Ostindienhandel – man denke nur an Marco Polo – war stets ein Abenteuer; daran hatte sich auch in der Frühen Neuzeit nichts geändert. Die große Innovation der Ostindien-Kompanien bestand gerade darin, das Abenteuerliche an diesem Fernhandel zu reduzieren, wenngleich es im vorindustriellen Zeitalter nicht gänzlich zu beseitigen war.

Unter diesen Leitgedanken wurden 1602 in den Niederlanden mehrere kleinere Handelsgesellschaften zur VOC zusammengeführt, die in den beiden folgenden Jahrhunderten vor allem im Malaiischen Archipel, auf Ceylon und dem indischen Subkontinent, aber auch im Persischen Golf, auf der Arabischen Halbinsel, auf Taiwan (Formosa), am Kap der Guten Hoffnung und in den Häfen von Kanton und Nagasaki aktiv war. Erst 1799 wurde sie nach jahrelanger Krise endgültig zahlungsunfähig und musste aufgelöst werden.

Bereits seit 1600 bestand die britische EIC, die sich, als ihre niederländische Konkurrenz längst Geschichte war, kontinuierlich zur indischen Kolonialagentur weiterent-

wickelte, bis sie Mitte des 19. Jahrhunderts von staatlichen Verwaltungsstrukturen abgelöst wurde. Daneben war die EIC in ganz Südostasien und zunehmend in China aktiv.

Die beiden Großkompanien prägten das zeitgenössische wie das moderne Bild der ostindischen Kompanien, waren jedoch nicht die einzigen Vertreter ihrer Art. Den Dänen gelang die Festsetzung in Indien und vorübergehend in der malaiischen Inselwelt; die französische *Compagnie des Indes* war in Indien und Südostasien aktiv. Auch Schweden und Belgier waren bemüht, sich mit Hilfe der „institutionellen Innovation“ ein Stück vom großen Kuchen des Asienhandels zu sichern. Solche recht erfolgreichen Bestrebungen wie auch einige vergebliche Versuche veranschaulichen die hohe Attraktivität der Organisationsform „Ostindien-Kompanie“ in der Frühen Neuzeit. Mit ihr gewann der Globalisierungsprozess eine Qualität, die erstmals eine solche Bezeichnung überhaupt rechtfertigte. Die Verknüpfung von europäischen und asiatischen Märkten in einem bis dahin nicht bekannten Ausmaße bedeutete einen Schub für die weltwirtschaftliche Entwicklung, wie er durch ältere Expansionsformen, sei es die spanische *Konquista* in Amerika oder der portugiesische *Estado da India* in Asien, noch nicht erreicht worden war.

Eine Darstellung, die der Geschichte des Phänomens in seiner ganzen Komplexität gerecht werden will, braucht die Frühphase der Globalisierung als wesentlichen Bezugspunkt, darf jedoch nicht auf der globalen Ebene stehen bleiben. Die Akteure dieses Buches bewegten sich ebenso in der asiatischen wie in der europäischen Welt. Entsprechend sind Kenntnisse der Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur in den asiatischen Operationsgebieten ebenso unverzichtbar wie Informationen über die Bedingungen in den europäischen Herkunftsländern. Das folgende Kapitel geht daher auf die Welt des asiatischen Handels ein, ehe die Ostindien-Kompanien in einer systematischen Darstellung als spezifischer Unternehmenstypus vorgestellt werden. Da sie je nach Nation unterschiedliche Ausprägungen aufwiesen, folgt die Darstellung der wichtigsten Einzelkompanien – jeweils eingebettet in die asiatischen wie europäischen Rahmenbedingungen, unter denen sie agieren mussten und ihren Erfolg entfalten konnten. Nicht nur den runden Abschluss eines Überblicks, sondern einen zentralen Aspekt für die gesamthistorische Einordnung stellen schließlich die Reaktionen in der asiatischen Welt dar.

Das Zeitalter der Globalisierung begann, so viel Einigkeit kann unter Historikern mittlerweile vorausgesetzt werden, spätestens in der Frühen Neuzeit. Verbindungen, die bereits seit der Antike oder dem Mittelalter bestanden, gewannen durch die Europäische Expansion eine neue Dynamik, wodurch die erste Phase der Globalisierung eingeläutet wurde.<sup>6</sup> Geprägt wurde diese von den Ostindien-Kompanien, die so zu den ersten Agenten der Globalisierung wurden. In diesem Sinne zeigt auch der vorliegende Band ein doppeltes Gesicht: einerseits als Baustein der Globalisierungsgeschichte, andererseits als Beitrag zu einem nicht-eurozentrischem Geschichtsverständnis.

## II. Der frühe Handel in Asien

### Raum und Handel

Die Europäer trafen in Asien auf eine alte und komplexe Handelswelt, die weder geopolitisch noch wirtschaftsgeografisch eine Einheit bildete. Der Aktionsradius der Kompanien, der vom Persischen Golf bis nach Japan reichte, brachte sie mit den unterschiedlichsten Klimazonen, Verkehrswegen und Ansprechpartnern in Berührung. Auf der schier unendlichen Festlandmasse bestanden traditionsreiche Staatswesen wie das Kaiserreich China, das Reich der Moguln in Indien und das safawidische Persien. Mit dem auf Abschottung bedachten Japan hatte sich ein weiterer konsolidierter Nationalstaat etabliert. Daneben existierten zahlreiche kleinere Königtümer in Südostasien sowie Stadtstaaten an den Küsten, die als Handelsemporien für die Europäer von besonderer Bedeutung waren.

Zwischen all diesen Staaten bestand ein Geflecht aus Beziehungen und Abhängigkeiten, das von Neuankömmlingen nur schwer zu durchschauen war. Bevor die chinesische Ming-Dynastie im 15. Jahrhundert abermals zu einer Abschottungspolitik zurückkehrte, die nur noch wenigen Handelshäusern der Provinz Fukien Überseekontakte gestattete, hatte sie durch gewaltige Flottenexpeditionen erfolgreich die Vasallentreue zahlreicher Herrscher bis hin nach Persien eingefordert, ohne außerhalb der eigenen Landesgrenzen eine dauerhafte Präsenz aufzubauen. In Indien herrschten die muslimischen Moguln nach dem Prinzip „divide et impera“ und standen wechselnden Allianzen hinduistischer Herrscher gegenüber. Auch in der malaiischen Inselwelt stiegen Staaten auf, deren Einflussbereiche mehr auf Vasallenverhältnissen als Gebietseroberungen beruhten. Srivijaya im 15. Jahrhundert und Majapahit im 16. Jahrhundert beherrschten so den Westen des maritimen Südostasiens; Makassar und Ternate teilten sich im späten 16. und frühen 17. Jahrhundert dessen Osten.

Landwege nach Asien waren in Europa seit der Antike bekannt. Christliche Missionare ebenso wie italienische Kaufleute kamen während des europäischen Mittelalters bis nach China. Die wichtigste Verbindung war die Seidenstraße, deren Haupttroute das Reich der Mitte und Zentralasien mit der syrischen Mittelmeerküste verband. Der Weg war jedoch beschwerlich und teuer. Er führte durch unwegsames Gelände wie die extrem wasserarmen Wüsten Zentralasiens sowie durch zahlreiche Städte und Reiche, deren Machthaber nicht nur den Bestand wichtiger Märkte garantierten, sondern auch den ständigen Fluss ihrer Staatseinnahmen sicherten.

Der Wunsch, einen Weg zu den Märkten Asiens zu finden, der die hohen Transaktionskosten des Landweges ebenso umging wie das faktische Marktmonopol der Vene-

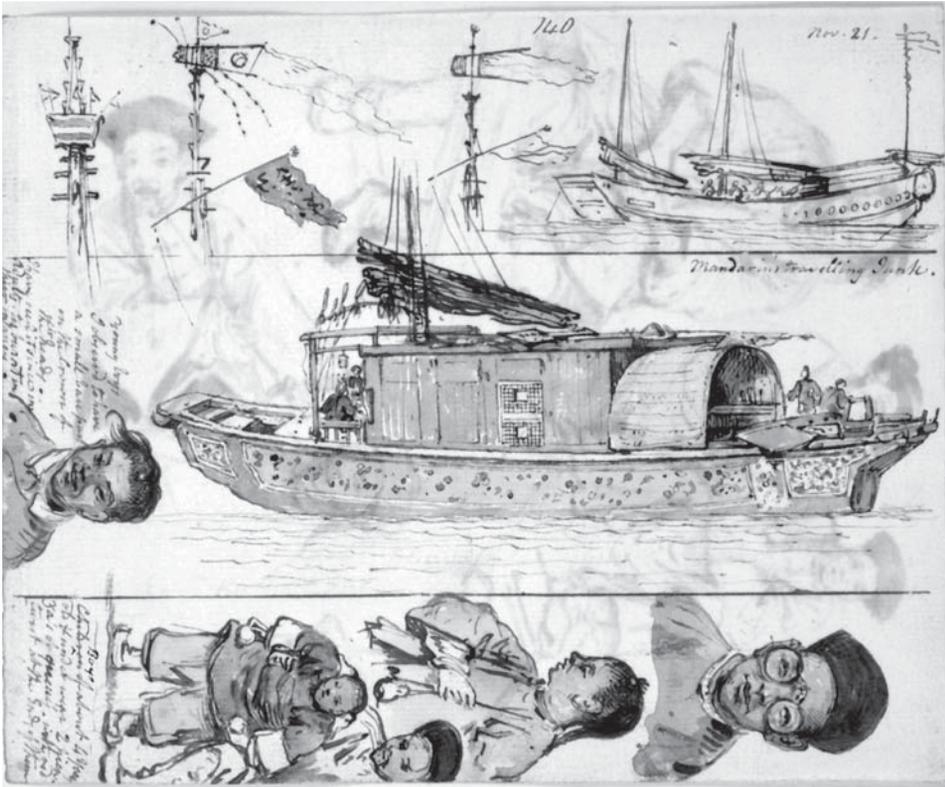
zianer im Mittelmeer, war eine der mächtigsten Triebfedern der Europäischen Expansion. Seit der Portugiese Vasco da Gama 1498 das indische Kalikut erreicht hatte, war der Seeweg nicht mehr nur theoretisch bekannt. Die Fahrt um Afrika öffnete zunächst den Portugiesen und ein Jahrhundert später den westeuropäischen Ostindien-Kompanien den Zugang zu den asiatischen Märkten; die traditionellen Karawanenwege verloren ihre Bedeutung.

Gerade für Seefahrer gliederte sich der Kontinent allein geografisch in mehrere Welten, die zwar untereinander in Beziehung standen, doch ihr jeweils eigenes Gepräge entwickelt hatten. Die Durchquerung des Indischen Ozeans eröffnete zunächst den Zugang zum Roten Meer, wo vor allem der Hafen von Mokka für europäische Handelsreisende interessant war, und zum Golf von Oman, an dem die Hafenstadt Maskat eine vergleichbare Rolle spielte. Auf der östlichen Seite des Arabischen Meeres lockte die Malabar-Küste mit ihren Handelszentren Goa, Kalikut oder Cochin sowie das Indus-Delta mit der Metropole Diu. Eine Umrundung des indischen Subkontinents führte an die Koromandel-Küste und zu den bengalischen Wirtschaftszentren. Ganz eigene maritime Räume bildeten das Südchinesische Meer und die Inselwelt des Malaiischen Archipels.

Häufig waren es nur enge Seestraßen, welche die verschiedenen maritimen Zonen Asiens miteinander verbanden. An solchen vielbefahrenen Meerengen hatten sich urbane Stapelplätze etabliert, denen es dort ein Leichtes war, den Schiffsverkehr zu kontrollieren und Profit aus ihm zu ziehen. An der Straße von Hormuz dominierte die gleichnamige Hafenstadt die lukrative Zufahrt zum Persischen Golf. Nach der englischen Eroberung 1622 übernahm Bandar Abbas diese Rolle. Andere prominente Beispiele waren Malakka an der Meerenge zwischen Sumatra und der Malaiischen Halbinsel sowie Banten an der Sunda-Straße zwischen Sumatra und Java, welche die wichtigsten Seerouten vom Indischen Ozean in die malaiischen und chinesischen Gewässer kontrollierten. Dabei blieb es nicht bei der Abschöpfung von Abgaben. Ähnlich den großen Stapelplätzen des vormodernen Europas etablierten sich hier bedeutende Handelszentren. Und auch die Europäer machten sich in den folgenden Jahrhunderten diese Standortvorteile zu Nutzen, wie das niederländische Batavia (gegründet 1619) und das britische Singapur (gegründet 1819) zeigen.

Neben den unverrückbaren Gegebenheiten des Kontinents, seiner Inseln und der Ozeane bestimmte ein weiteres Naturphänomen die Welt des asiatischen Handels: der Monsun. Im Frühjahr wehte er als Nordostmonsun von der indischen und als Nordwestmonsun von der chinesischen Küste auf das Meer hinaus. Im Herbst bescherten der Südwestmonsun auf dem Indischen Ozean und der Südostmonsun auf dem Chinesischen Meer allen, die aus dem Westen kommend die Küsten entlang bis nach Japan segelten, günstige Fahrtbedingungen. Reisen, die Indien mit China verbanden, konnten nicht in einer Saison zurückgelegt werden; in den großen Häfen am Südende der Chinesischen See mussten Kapitäne oft monatelang auf den Wechsel der Windrichtung warten.

Insbesondere im Malaiischen Archipel, der wie keine andere Region auf maritime Verbindungen angewiesen war, bestimmte das Wechselspiel der Winde den Jahresrhyth-



Dschunke eines Mandarin. Aquarellierte Federzeichnung um 1793 von William Alexander.

mus. Bis Ende März brachte der Monsun nicht nur die jährliche Regenzeit, sondern auch günstige Winde für die West-Ost-Passage durch den Archipel und die Meerengen, die ihn mit den großen Ozeanen verbanden. Mit Beginn des Sommers blies den Seefahrern der Ostmonsun entgegen, so dass viele von ihnen eine Wartezeit dem mühseligen Kreuzen gegen den Wind vorzogen. Bis Ende Dezember hatten sich die meisten Kapitäne in ihre Heimathäfen zurückgezogen, wo sie ihre Schiffe auf die nächste Saison vorbereiteten. Im Malaiischen Archipel beeinflussten zudem die zahlreichen Inseln die Windströmungen, so dass neben der West-Ost-Richtung auch die Süd-Nord-Richtung unter das Diktat der Jahreszeiten gezwungen wurde. Auf dem südostasiatischen Festland hingegen bedeutete der jahreszeitliche Wechsel der Windrichtung einen Wechsel zwischen Land- und Seewinden. Der küstennahe Verkehr war damit erheblichen Einschränkungen unterworfen, wenn er auch nie ganz zum Erliegen kam.

Vor dem Hintergrund der geografischen Struktur des Kontinents und den Gegebenheiten des Monsuns, der gleichermaßen Verbindungen schuf wie Restriktionen auferlegte, hatten sich lange vor dem Eintreffen der Europäer verschiedene regionale Wirtschaftssysteme herausgebildet. Janet Abu-Lughod beschreibt in ihrer Rekonstruktion des

mittelalterlichen Weltsystems drei Zirkel, in die sich die Handelswelt Asiens gliederte. Der erste Zirkel verband den Persischen Golf, die Arabische Halbinsel und Ostafrika mit Indien. Der zweite Zirkel stellte die Verbindung zwischen dem indischen Subkontinent und dem südostasiatischen Festland her und umfasste dabei den westlichen Teil des Malaiischen Archipels. Der gesamte Archipel war schließlich Bestandteil des dritten Zirkels, der Südostasien und China in wirtschaftliche Beziehung zueinander setzte.<sup>7</sup>

Fernand Braudel geht für das 15. Jahrhundert ebenfalls von drei traditionellen, sich überschneidenden Wirtschaftszonen in Asien aus. Hierzu zählt er einerseits den islamischen Bereich, der den Indischen Ozean, das Rote Meer und den Persischen Golf sowie den Wüstengürtel von Arabien bis China umfasst, und andererseits Indien, dessen Einflussbereich sich auf den ganzen Indik westlich und östlich von Kap Komorin erstreckte. Als dritte Wirtschaftszone führt er China an, das als Kontinentalmacht den Osten Asiens sowie als Seemacht die nördlichen Randbereiche des Pazifiks dominierte.<sup>8</sup>

Bei allen Unterschieden in den Ansätzen sind sich Abu-Lughod und Braudel in der Grundstruktur einig. Weitgehend unbestritten sind die Eigenständigkeit und Bedeutung des asiatischen Handels, ebenso seine räumliche Gliederung und die zugrunde liegende Vorrangstellung des Seeverkehrs. Beide Modelle veranschaulichen sowohl die arabische, indische sowie chinesische Dominanz in einzelnen Wirtschaftszonen als auch den überregional verbindenden Charakter dieser Räume. Insgesamt wurde der Kontinent mehrheitlich in eine umfassende räumliche Struktur einbezogen, die sich auch nach dem Eintreffen der Europäer zunächst gar nicht und später nur allmählich wandelte.

Allerdings verharrt diese Sichtweise in der Vogelperspektive, indem sich die Aufmerksamkeit ganz auf Prozesse konzentriert, die weit entfernte Räume miteinander verknüpften. Nicht nur der vorindustrielle asiatische Handel wird häufig so gesehen, sondern auch die Geschichte der ostindischen Kompanien. Ein solcher Blick kann leicht verzerrend sein, da er Entwicklungen in kleinräumigen Zusammenhängen und somit vor Ort die spezifischen Bedingungen für und die konkreten Veränderungen durch die Kompanien außer Acht lässt. Es bedarf einer dritten räumlichen Dimension, die als vertikale Ergänzung des zweidimensionalen Zirkel-Konzeptes dienen kann und Entwicklungen oder Strukturen sichtbar macht, die ansonsten von den Ereignissen auf der globalen Ebene überdeckt würden.

Handel lässt sich nicht nur sinnvoll nach Organisationsformen differenzieren, sondern auch nach Ebenen, die sich zunächst in der räumlichen Reichweite ihrer kommerziellen Akteure und der von ihnen bewegten Waren unterscheiden.<sup>9</sup> Dadurch werden auf verschiedenen Ebenen verschieden große Räume in einen Handelszusammenhang eingebunden, wodurch die Ebenen auch unterschiedliche Funktionen hinsichtlich der einbezogenen Warenmärkte erhalten. Sie stehen keineswegs unverbunden nebeneinander, sondern sind an verschiedenen Punkten auf vielfältige Weise miteinander verknüpft und gewinnen gerade dadurch ihre Funktionalität. Solche Verbindungselemente, die den Austausch zwischen den Ebenen garantieren – seien es große Hafenstädte, Märkte in Wüstenmetropolen oder herrschaftliche Höfe –, sind für die Geschichte der Ostindien-Kompanien von besonderem Interesse.

Um die facettenreichen Erscheinungsformen des asiatischen Handels in der Frühen Neuzeit zu strukturieren, erweist sich ein Vier-Ebenen-Modell als sinnvoll. Die oberste Ebene, die Ebene des interkontinentalen Handels, war im 17. und 18. Jahrhundert vor allem die Domäne der Kompanien; in den Jahrhunderten zuvor hatten hier die Langstreckenkarawanen dominiert, wie sie auf der Seidenstraße verkehrten. Die zentrale Funktion dieser Ebene bestand in der Verbindung geografisch weit entfernter Wirtschaftsräume einer expandierenden Weltwirtschaft. Auf der zweiten Ebene spielte sich der überregionale Handel ab. Kann man heute von einer Ebene der Weltmärkte ohne scharfe Grenzen zwischen erster und zweiter Ebene sprechen, galten für die Frühe Neuzeit noch andere Bedingungen. Die Europäer begegneten einer komplexen asiatischen Handelswelt mit eigenen Märkten, Akteuren, Organisationen und Strukturen, die von sich aus wenig mit Europa zu tun hatte, aber einen ganzen Kontinent verband. Sowohl die arabische Welt wie der indische Subkontinent, das chinesische Reich und das maritime Südostasien brachten Kaufleute hervor, die in verschiedenen Handelssektoren und auf vielfältigen Wegen den asiatischen Kontinent kommerziell integrierten. Diese Handelswelt wurde mit dem Erscheinen der Europäer zur See durch viele europäische Privatiers sowie vor allem durch die Beteiligung der Kompanien, die einen beträchtlichen Teil ihrer Einnahmen aus dem innerasiatischen Handel (*country trade*) bezogen, beträchtlich erweitert.

Die dritte Ebene, die Ebene des regionalen Handels, umfasste überschaubarere Räume und nahm eine Schanierfunktion zwischen den Ebenen des Fernhandels und des lokalen Markthandels ein. Auf dieser Ebene wurden Waren an zentralen Marktplätzen gesammelt und für den überregionalen Handel bereitgestellt. Ebenso trafen hier umgekehrt die Güter des Fernhandels ein, um auf die einzelnen lokalen Märkte verteilt zu werden. Während sich hier eine unüberschaubare Vielzahl asiatischer Kaufleute mit den unterschiedlichsten Spezialisierungen tummelte, beteiligten sich die europäischen Kompanien nur selten unmittelbar an diesem Handel. Gleichwohl hatte er in seiner Zulieferfunktion entscheidende Bedeutung für ihre Geschichte. Ähnliches gilt für die vierte Ebene, die Ebene des lokalen Markthandels, begann doch der Weg der begehrten Luxuswaren häufig mit dem kleinen Einzelhändler vor Ort. Die konkreten Strukturen der Ebene alltäglicher Austauschbeziehungen und Versorgungsfunktionen, welche die unmittelbare Verbindung zu den Plätzen der Warenproduktion und des Konsums herstellte, blieb dem europäischen Einfluss lange Zeit weitgehend entzogen.

Die ostindischen Kompanien spielten auf mehreren Ebenen eine Rolle. Beschränkt man sich für den Augenblick auf die geografische Perspektive, bestand ihre eigentliche Aufgabe in der Verknüpfung asiatischer und europäischer Märkte und lag damit auf der ersten Ebene. Um diese Aufgabe erfüllen zu können, hatten sie sich jedoch intensiv mit den Akteuren und Gegebenheiten auf den Ebenen darunter auseinanderzusetzen. Die besten Ansatzpunkte hierfür bestanden an den Verbindungselementen zwischen den Ebenen, den zentralen Marktplätzen und bedeutenden Seehäfen.

Eine Geschichte der Ostindien-Kompanien als reine Institutionengeschichte würde

die komplexen Verflechtungen, deren Auswirkungen ihre historische Gestalt maßgeblich prägten, zu gering schätzen. Im Folgenden werden die Kompanien deshalb vor allem als Teilnehmer asiatischer Märkte geschildert. Hierfür ist es notwendig, zunächst ein Bild der „Gegenseite“, der asiatischen Handelswelt dieser Epoche, zu skizzieren.

## Die Waren Ostindiens

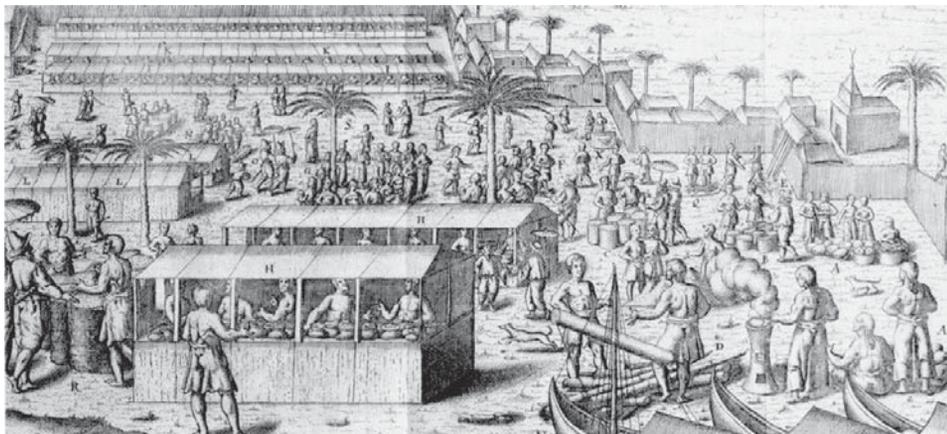
Zunächst empfiehlt sich ein Blick auf die Warenpalette, die auf den verschiedenen Ebenen umgeschlagen wurde und europäische Kaufleute nach Asien lockte. Die Ostindien-Kompanien entstanden erst, als bereits ein umfangreiches Wissen darüber vorlag, was einen Kaufmann im Osten erwartete. Trotz aller Geheimhaltungspolitik sorgte im 16. Jahrhundert vor allem die portugiesische Präsenz für grundlegende Kenntnisse. Aber bereits seit dem Mittelalter bestanden Kontakte von Kaufleuten nach Asien, die mehr als nur Mythen nach Europa brachten. Keine Informationsquelle war verbreiteter als das *Il Millione* des Venezianers Marco Polo, der 1271 mit Vater und Onkel nach China reiste, wo er 16 Jahre in Diensten Kublai Khans stand. Auch wenn gelegentlich angezweifelt wird, dass Polo tatsächlich so weit gekommen war und die von ihm beschriebenen Länder mit eigenen Augen gesehen hat, geben seine Informationen doch den Kenntnisstand seiner Zeit wieder. Über das chinesische Quanzhou (Zaitum oder Çaitun) weiß er zu berichten:

„Nach fünf Tagen erreicht man die edle und schöne Stadt Zaitum mit ihrem berühmten Seehafen, von dem aus sich die Waren der zahllosen Schiffe über die ganze Provinz Mangi verteilen. Der Pfeffer, der von Alexandria in alle Länder des Westens geht, macht nur ein Hundertstel dessen aus, der hier entladen wird. Es ist unmöglich, sich eine Vorstellung von der Zahl der Kaufleute und der Menge der Güter in diesem Hafen zu machen, der als einer der größten und günstigsten der Welt gilt. Dem Großkhan verschafft er gewaltige Einnahmen, denn jeder Kaufmann muß zehn Prozent des Wertes seiner Waren an ihn abführen. Der Schiffseigner verlangt für Feinwaren 30 Prozent, für Pfeffer 44 Prozent, für Aloë, Sandelholz und andere Spezereien und Güter 40 Prozent, so daß die Abgaben der Kaufleute – Zoll und Fracht – sich zusammen auf die Hälfte ihrer Ladung belaufen; und trotzdem schlagen sie aus der ihnen verbleibenden Hälfte noch so große Gewinne, daß sie jederzeit mit anderen Waren wiederkommen.“<sup>10</sup>

Neben Schilderungen von Orten, die er selbst besucht haben will, bezog Marco Polo auch Berichte über weitere wichtige Handelsplätze in sein Werk ein, so auch über eine Insel namens Java, bei der es sich wahrscheinlich um Sumatra handelt:

„Die Insel ist sehr reich. Es gibt Pfeffer, Muskatnüsse, Spiege, Galgant, Zibeben, Gewürznelken und viele andere köstliche Spezereien. Viele Schiffe steuern die Insel an und erzielen große Gewinne, weil Gold im Überfluß vorhanden ist. Der Großkhan unternahm wegen des langen und gefährlichen Seewegs keinen Versuch, sie zu unterwerfen. Die Kaufleute von Zaitum und aus der Provinz Mangi haben viel Gold von dort geholt und holen es noch heute, so wie man den größten Teil der Gewürze, deren die Welt bedarf, von der Insel bezieht.“<sup>11</sup>

Es ist nur verständlich, dass solch verlockende Aussichten das Interesse Europas weckten und die Fantasie anregten. Doch war dies eine spezifisch europäische Sicht, ein Blick



Gewürzmarkt auf der Insel Banda (1646).

auf die Highlights des asiatischen Handels, ohne dessen Rückgrat zu erkennen. Es dürfte kaum überraschen, dass die Luxusgüter, an denen Marco Polo den Reichtum der damals größten chinesischen Hafenstadt verdeutlicht, nur einen Bruchteil des Güterverkehrs ausmachten, der den asiatischen Kontinent durchlief. Der Alltag des Warenhandels wurde von Massengütern geprägt, wobei Nahrungsmittel eine zentrale Rolle spielten, insbesondere der Reis. Dieser stellte ein besonders günstiges Handelsgut dar, weil er auch auf längeren Schiffsreisen nicht verdarb und seinen Geschmack beibehielt oder, wie manche sagten, sogar verbesserte. Da er drei grundlegend verschiedene Anbauarten erlaubt, konnte er sich spätestens seit dem 15. Jahrhundert fast überall in Asien als Grundnahrungsmittel durchsetzen. Die Intensivierung des Reisanbaus brachte eine große Vielfalt und einen spezialisierten Handel mit sich. Bis zu 3000 Sorten sollen es gewesen sein, die auf den Marktplätzen feilgeboten wurden und so manchen Basarhändler dazu veranlassten, sich ganz auf den Import und Verkauf möglichst vieler und hochwertiger Reisvarianten zu konzentrieren.

Daneben fand sich auch Getreide, das in den trockenen Zonen Asien angebaut wurde, auf den überregionalen Märkten. Eine besonders wichtige Rolle spielte Weizen, der vor allem aus zentral- und westasiatischen Anbaugebieten stammte. Und auch andere Nahrungsmittel fanden ihren mitunter weiten Weg bis auf die großen Märkte, insbesondere dann, wenn sie nur mit Aufwand gewonnen werden konnten und von daher selten und entsprechend wertvoll waren – wie dies für das unentbehrliche Salz zutraf. Auch wenn die geringe Transportfähigkeit von Frischeprodukten wie Obst, Gemüse oder Fisch einen ähnlich weiträumigen Verkauf verhinderte, waren sie durchaus wichtige Handelsgüter auf den unteren Ebenen – nicht zuletzt dort, wo exportorientierte Agrarökonomien wie auf den molukkischen Gewürzinseln mit Nahrungsmitteln versorgt werden mussten. Fleisch hingegen konnte vielerorts lebend die Märkte erreichen, vor allem auf dem Festland. Hier stellte die Viehzucht nomadischer Völker die Versorgung sicher. Der

exportorientierte Anbau spezialisierter Landwirtschaften brachte nicht nur unmittelbar verwertbare Nahrungsmittel auf den Markt, sondern, neben dem Gewürzhanbau, eine ganze Reihe lukrativer *cash crops*. Nennenswert sind Produkte wie Ölsaaten, Zuckerrohr, Baumwolle, Rohseide, Indigo oder Hanf.

Textilien waren die zweite große Produktgruppe, die den asiatischen Handel bestimmte. Zwei der bedeutendsten Textilregionen der frühneuzeitlichen Welt waren hier zu finden: Indien mit seinen feinen Woll- und Baumwolltuchen, die in allen küstennahen Regionen des Subkontinents für den Export hergestellt wurden, und China mit seiner hochwertigen Seidenproduktion für nationale wie internationale Luxusmärkte. Solche Produkte waren von Anfang an auf den Langstreckenhandel ausgerichtet, der auch hochwertigen Textilprodukten von geringerer Stückzahl, beispielsweise Teppichen aus Zentralasien, eine vergleichbare Reichweite ermöglichte. Es darf allerdings nicht übersehen werden, dass viele dieser Waren aufgrund ihrer Qualität so teuer waren, dass sie als Luxusgut nur von bestimmten Schichten erstanden werden konnten. Der rein mengenmäßige Absatz darf daher nicht überschätzt werden. Für den Alltagsbedarf wurde auf dem Land im Wesentlichen selbst gewebt. In der Stadt war dies teilweise auch möglich, doch wurden hier im größeren Ausmaß die benötigten Textilien eingehandelt. So behielten regionale Produkte stets ihren Markt, nicht zuletzt dadurch, daß für viele Regionen der Transport von einfachen Textilien aus Indien oder China zu teuer war.

Zwischen den Kernregionen des Textilgewerbes verblasste Südostasien als Produzent und wurde lange lediglich als Konsument angesehen, obwohl es über eine Eigenproduktion verfügte, die nicht nur dem eigenen Verbrauch diente. Im Malaiischen Archipel waren während des 16. Jahrhunderts wahrscheinlich Ostjava, Bali und Sumbawa die Hauptexporteure von Textilien. Javanische Gewebe waren seit dem frühen 15. Jahrhundert in Nordsumatra, gestreifte Stoffe aus der javanischen Region um Panarukan und Pasuruan Ende des 16. Jahrhunderts in Malakka populär. Für den molukkischen Markt kauften javanische Händler in Gresik sowie auf Bali und Sumbawa farbenfrohe Tuche ein. Die traditionellen *batik*-Stoffe aus Java waren hingegen nicht konkurrenzfähig, da die Färbemethode einen enormen Arbeitseinsatz erforderte.

Neben vielen anderen Funktionen, die China in wirtschaftlicher Hinsicht wahrnahm, erwies sich das Reich der Mitte auch als Motor für die Entwicklung von Handelskeramik. Einerseits hatte es auf diesem Feld neben großen Mengen und einer erstaunlichen Vielfalt auch besonders anspruchsvolle Produkte zu bieten. China lieferte dem breiten Geschmack angepasste Massenwaren, die nach ihrem Exporthafen Swatow-Keramik genannt wurden, und es lieferte Porzellan, das bis ins frühe 18. Jahrhundert ein exklusiv chinesisches Produkt blieb. Zudem hatte das Reich weitreichende Einflüsse auf Produktionsstätten in der weiteren Nachbarschaft. So lebte in Vietnam die Okkupation durch die Ming-Dynastie in einfarbigen, schwarz-weiß oder blau-weiß glasierten Keramiken weiter, die nach chinesischem Vorbild für den Export hergestellt wurden. In Thailand hingegen entwickelten sich im Königreich Sukhotai zwei eigenständige Stilrichtungen, die bis weit in das östliche Indonesien hinein zu finden waren. Asiatische Handelskera-

mik für jeden Zweck und auf jedem Preisniveau machte einen europäischen Marktzugang zunächst weitgehend unmöglich, bis sich im 19. Jahrhundert industriell hergestellte Massenwaren aus Europa auf den asiatischen Märkten etablieren konnten.

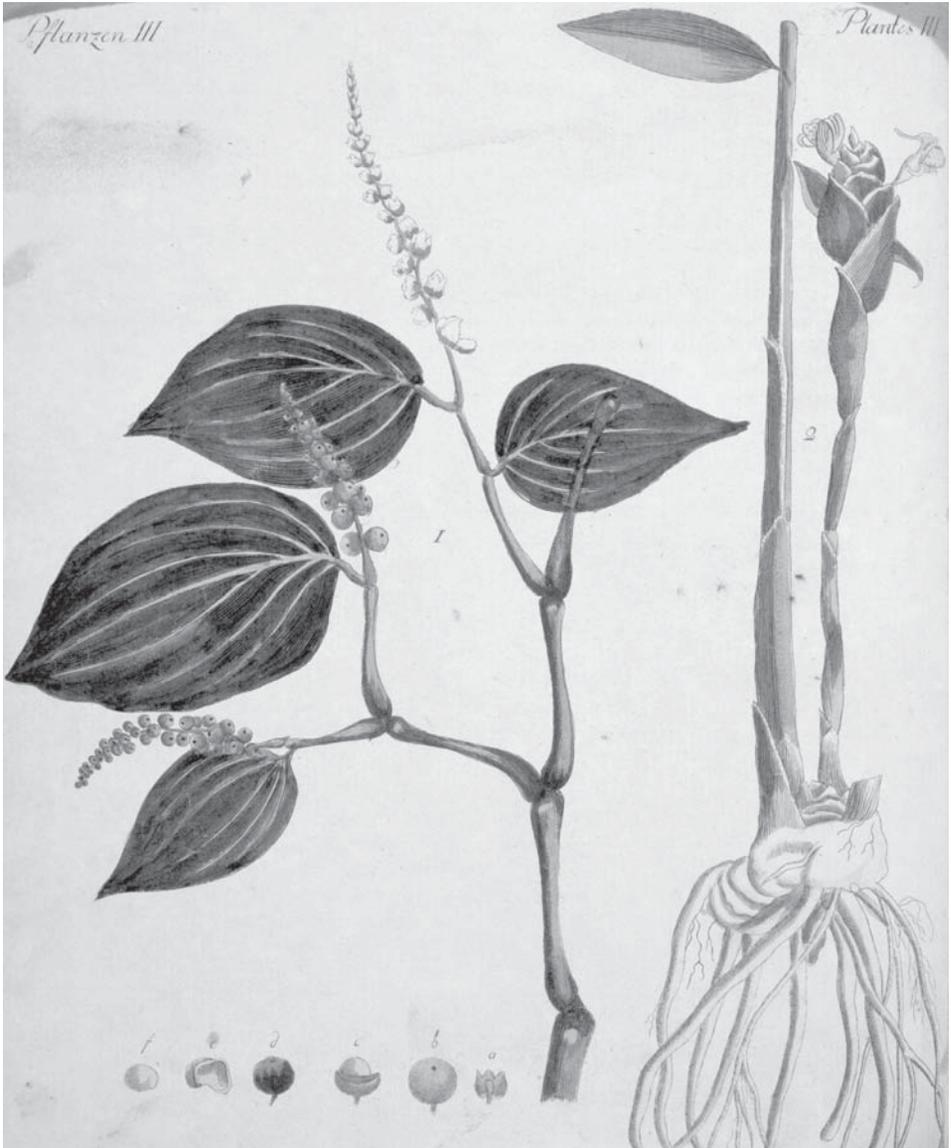
Ein ganz besonderes Handelsgut stellten Menschen dar. In Asien gab es keinen Handel mit Sklaven, der in Art und Umfang mit dem Atlantischen System vergleichbar gewesen wäre. Dennoch wurden zahllose Menschen aufgrund von Schulden und Strafurteilen, aber auch von Beutezügen ihrer Freiheit beraubt. Die Mehrheit von ihnen fand sich in Gesellschaften wieder, in denen sie keine Freiheitsrechte mehr genossen und sich ihr ökonomischer Nutzwert auf den Einsatz ihrer Arbeitskraft, zumeist in der Landwirtschaft, beschränkte. Eine Minderheit wurde allerdings auch zum Handelsgut degradiert, sei es auf den Dienstbotenmärkten in China, im sozioökonomisch und kulturell bedingten Sklavenexport der überbevölkerten Insel Bali oder in den arabischen Handelsbeziehungen nach Ostafrika. Die weltwirtschaftliche Einbindung vieler Regionen, an der die Ostindien-Kompanien maßgeblichen Anteil hatten, und die dadurch bedingte Steigerung des Arbeitskräftebedarfs verstärkte bis zur Abolition im 19. Jahrhundert die Tendenz, unfreie Menschen als Ware anzusehen und auf Märkten feilzubieten.

Vor dem Hintergrund der breiten, diversifizierten Warenpaletten, die im asiatischen Handel anzutreffen waren, setzten die europäischen Interessen an einem sehr schmalen Ausschnitt an. Es waren zunächst die Luxusgüter, die ihnen das Abenteuer des Fernhandels lohnend erscheinen ließen. Dabei konnte es sich um Edelmetalle handeln – Gold und Silber verloren niemals ihre Attraktivität und waren in China, im Malaiischen Archipel und in Japan zu finden –, mehr aber noch um kulinarisch wertvolle Waren, befeuert durch die wachsende Nachfrage nach „Spezereien“ in Europa.

Pfeffer war bereits seit der Antike in Europa bekannt, wo er über die weitverzweigten Wege des römischen Reichs verbreitet worden war. Er stammte insbesondere aus den Waldgebieten Südindiens, Sumatras und Borneos. Ersatzweise konnte auch „langer Pfeffer“ aus Nordindien, sogenannter Bengalpfeffer, erstanden werden. Dieser wurde von Europäern jedoch nicht als gleichwertig anerkannt und nur als Ersatz bei völlig leeren Märkten akzeptiert, war in Asien aber recht beliebt und ebenfalls ein wichtiges Handelsgut. Man kann hierin ein Indiz dafür sehen, dass die Europäer mit sehr klar gefassten Vorstellungen nach Asien kamen und sich wenig mit der Verwendung und Bedeutung der Produkte im Herkunftsgebiet auseinandersetzten.

Neben dem Pfeffer waren es die molukkischen Gewürze, die zunächst Portugiesen und Spanier und danach die Ostindien-Kompanien auf den Plan riefen. Die Muskatpflanze, die sowohl die „echten“ Muskatnüsse als auch den Mazis lieferte, war nach dem Kenntnisstand der Europäer nur auf den Inseln des winzigen Banda-Archipels im Osten Indonesiens zu finden. Ebenfalls nur auf wenigen Inseln wurden Gewürznelken gewonnen – einerseits auf Ambon und den Inseln in unmittelbarer Umgebung, andererseits auf einigen Vulkaninseln in den nördlichen Molukken.

Der Bericht *Suma Oriental* des Portugiesen Tomé Pires, der zwischen 1511 und 1515 im indischen Cochin und im malaiischen Malakka entstand, repräsentiert den europäi-



Botanisches Blatt mit Darstellung von Pfeffer und Ingwer.

schen Wissensstand zu Beginn des 16. Jahrhunderts.<sup>12</sup> In ihm beschreibt Pires die fünf nördlichen Molukken-Inseln, auf die sich neben Ambon die Produktion von Gewürznelken konzentrierte: Ternate, Tidore, Moti, Makian und Bacan. Der Gewürzbanbau nahm die gesamte agrarische Kapazität der Inseln in Anspruch. Lediglich im Falle Motis erwähnt Pires ausdrücklich die überdurchschnittliche Verfügbarkeit von Lebensmitteln, die zur Versorgung der anderen Inseln beitrugen. Ähnliche Funktionen schrieb Pires den

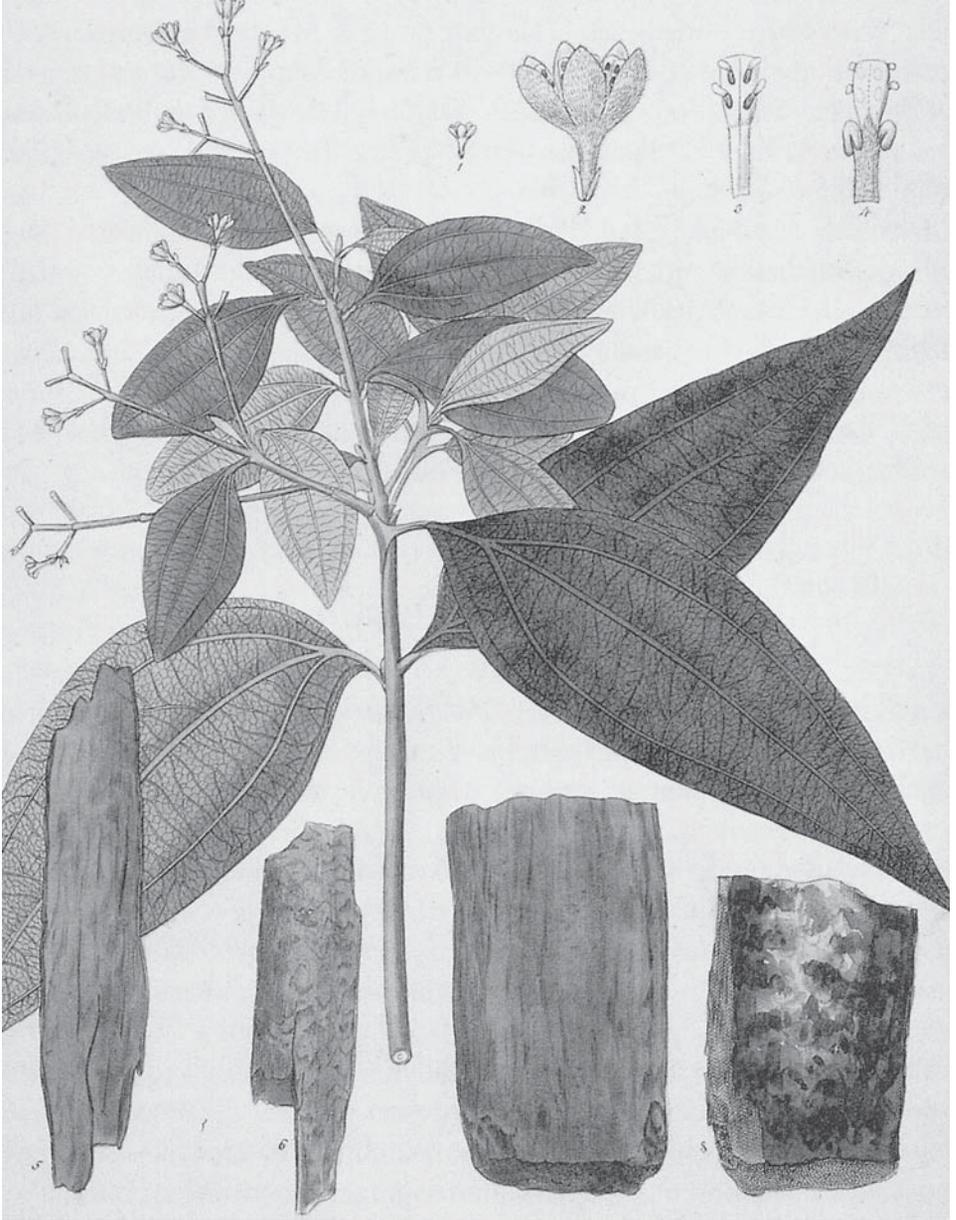
Nachbarinseln Halmahera und Morotai zu, auf denen Nelken nur wild wuchsen. Die weit überdurchschnittliche Fruchtbarkeit der Vulkaninseln wirkte sich günstig auf den Nelkenanbau aus und erlaubte bis zu sechs Ernten pro Jahr. Erst der Franzose Pierre Poivre konnte Ende der 1760er Jahre die enge räumliche Beschränkung des Nelkenanbaus auf die Molukken, die durch die VOC nur noch gefördert wurde, durchbrechen, als er Nelkenpflanzen stehlen ließ und auf Mauritius heimisch machte.

Im Zimthandel war für Europäer der Kaneel oder Ceylonzimt vorrangig, der auf Ceylon und an der Südwestküste Indiens kultiviert wurde. Ersatzweise kamen das so genannte Kassie aus China, das in Asien länger schon als der Kaneel gehandelt wurde, und Padangzimt aus Indonesien, der zumindest den frühneuzeitlichen Europäern als minderwertig erschien, in Frage.

Daneben bot der asiatische Handel eine Reihe Waren an, die für europäische Kaufleute interessant waren, jedoch keinen entscheidenden Impetus für eine kommerzielle Expansion geben konnten. Eher „im Vorübergehen“ wurden weit verbreitete Spezereien wie Ingwer oder Kampfer mitgenommen. Zudem fanden verschiedene Farbstoffe großes Interesse sowie Edelhölzer und Gummi aus den tropischen Gefilden Südasiens.

All diese Güter waren auf den asiatischen Märkten präsent. Es bedurfte nicht der europäischen Nachfrage, um daraus exportorientiert angebaute Produkte zu machen. Folgt man Tomé Pires, so hatte die Kultivierung der zuvor wild wachsenden Gewürznelken in den Molukken nur wenige Jahre vor seiner Ankunft im Malaiischen Archipel eingesetzt. Demnach wäre die Nachfrage durch die Portugiesen das ausschlaggebende Moment für einen exportorientierten Anbau gewesen, eine Interpretation, die auch in der Wissenschaft immer wieder vertreten wird. Andererseits finden sich schon in indischen und chinesischen Schriften des ersten nachchristlichen Jahrhunderts Hinweise auf den Gebrauch der Gewürznelken. Importe in beide Länder lassen sich für die Zeit des europäischen Mittelalters ebenso nachweisen wie deren Bedeutung für den Aufstieg maritimer Königreiche wie Srivijaya im westlichen Indonesien. Hinzu kommen die bekannten Transporte auf dem Landweg in die Levante und nach Ägypten. In Anbetracht dieser weit zurückreichenden Nachfrage in Asien wie in Europa sowie der extrem geringen potentiellen Anbauflächen auf den kleinen Molukkeninseln ist es durchaus wahrscheinlich, dass bereits im 14. und 15. Jahrhundert Gewürznelken als *cash crop* angebaut wurden, davon jedoch mangels europäischer Berichterstatter keine schriftlichen Überlieferungen bekannt sind.

Die Ostindien-Kompanien gestalteten also keinen neuen Markt in Asien, sondern wurden geschaffen, um effektiv an einem bestehenden teilzunehmen. Im 16. Jahrhundert, als die Portugiesen die Produktion entscheidend angeregt haben sollen, wurde lediglich ein Viertel bis ein Drittel der aus Südostasien exportierten Nelken nach Europa verschifft. Abnehmer waren mehrheitlich Asiaten einschließlich der Araber, die auch Ostafrika belieferten. An der geschätzten Gesamtproduktion war der europäische Anteil extrem niedrig. Allerdings sind wegen der schwachen Quellengrundlage teilweise kaum mehr als Mutmaßungen möglich. Es kann jedoch mit Sicherheit davon ausgegangen



Botanisches Blatt mit Darstellung der Zimtpflanze.