

# Inhalt

VORWORT .....	9
I. EINLEITUNG .....	11
1. Forschungsstand .....	17
2. Untersuchungsgebiet und methodische Überlegungen .....	27
3. Quellen .....	30
4. Die Agrarreformen im Hochstift Osnabrück im politischen und ideengeschichtlichen Kontext der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts .....	36
4.1. Das Hochstift Osnabrück und die Durchführung von Agrarreformen in Europa .....	36
4.2. Ideengeschichte der Agrarreformen .....	45
4.3. Agrarreformen im Hochstift: Von der „Conservirung“ natürlicher Ressourcen zur Intensivierung der landwirtschaftlichen Produktion .....	52
4.3.1. Die Diskussion um die Markenteilungen auf politischer Ebene: Georg III. und die Landstände .....	55
4.3.2. Die Diskussion um die Markenteilungen auf literarisch- publizistischer Ebene .....	58
a) Die Lenkung des öffentlichen Diskurses zu den Markenteilungen durch Justus Möser .....	59
b) Die bürgerliche Beamtenschaft als Träger der Markenteilungen	61
4.3.3. Chronologie der Teilungen .....	65
a) Landesvermessung .....	65
b) Die Durchführung von Markenteilungen .....	68
II. DAS HOCHSTIFT OSNABRÜCK .....	71
1. Verfassung, Verwaltung und Justiz im Hochstift Osnabrück .....	71
1.1. Nach dem Dreißigjährigen Krieg bis 1802 .....	71
1.1.1. Landesherrschaft und Regierung .....	71
1.1.2. Die Landstände und der Landtag .....	73
1.1.3. Verwaltung .....	76
1.1.4. Gesetzgebung und Gerichtsbarkeit .....	78
1.1.5. Finanzwesen .....	79
1.2. Zwischen französischer und hannöwerischer Verwaltung (bis 1820) .....	82

2.	Agrarverfassung und Landwirtschaft im Hochstift Osnabrück .....	84
2.1.	Grundzüge der Agrarverfassung .....	85
2.1.1.	Grundherrschaft .....	85
2.1.2.	Höfeverfassung .....	86
2.1.3.	Bäuerliche Rechtsverhältnisse. Zwischen Selbstbestimmung und Abhängigkeit .....	87
	a) Bäuerliche Lasten .....	89
	b) Bäuerliche Freiheiten .....	90
2.1.4.	Erbrecht und Eigentumsverhältnisse .....	91
2.2.	Grundzüge der Landwirtschaft .....	92
2.2.1.	Naturräumliche und klimatische Bedingungen .....	92
2.2.2.	Marken und Kulturlandschaftselemente .....	94
2.2.3.	Die landwirtschaftliche Praxis im Hochstift .....	96
III.	MARKENWIRTSCHAFT IM HOCHSTIFT OSNABRÜCK AM FALLBEISPIEL DER OLDENDORFER MARK (1765–1820) .....	103
1.	Charakteristika der Oldendorfer Mark .....	103
1.1.	Die Mark als physische Fläche: Naturräumliche Voraussetzungen, Landschaftsbild und Nutzung .....	103
1.1.1.	Die Oldendorfer Mark als geschlossenes Agrarökosystem .....	112
1.1.2.	Die landwirtschaftliche Nutzung begrenzter Flächen .....	115
	a) Waldnutzung und Holzwirtschaft .....	115
	b) Düngepraxis .....	117
	c) Vieh- und Grünlandwirtschaft .....	119
	d) Anbaupraxis .....	120
1.2.	Die Mark als rechtlich-sozialer Raum: Die Organisation der gemeinschaftlichen Ressourcennutzung .....	121
1.2.1.	Markenverband und Markenverfassung .....	122
1.2.2.	Instrumente gemeinschaftlicher Naturnutzung .....	124
	a) Gesellschaftlicher Konsens: Markenrecht und Markfriede .....	124
	b) Kommunikation und Mitbestimmung: Die Höltinge .....	126
	c) Obrigkeitliche Weisung und Bestrafung .....	128
1.3.	Zwischenfazit: Flächen- und Ressourcenlimitierung als Grundbedingungen der gesellschaftlichen Naturnutzung .....	132
2.	Regulative der Markennutzung .....	133
2.1.	Soziale Binnendifferenzierung als regulierender Faktor des Ressourcenverbrauchs .....	133
2.1.1.	Die ‚echten‘ Markgenossen: Erben und Kötter .....	135
2.1.2.	Die Prekariatsschichten und sonstige Berechtigte .....	138
2.2.	Konsequenzen der sozialen Differenzierung: Nutzungseinschränkungen als Direktive .....	140

2.2.1. Qualitative Nutzungseinschränkungen oder ökologisches Handeln .....	141
2.2.2. Die Ganzheit der „Oeconomie“: Quantitative Beschränkungen ....	144
2.2.3. Geschlossen oder offen: Raum und Zeit als Ordnungskategorien der Flächennutzung .....	147
2.3. Leitgrundsätze der Markennutzung .....	149
2.3.1. Die Geschlossenheit der Fläche als konstitutives Element von Markenwesen und landwirtschaftlicher Praxis .....	149
2.3.2. Die „Proportion“ der Kulturflächen oder „[...] wie es eines jeden oeconomische Einrichtung erforderte“ .....	151
2.3.3. Verschiedenheit als Ausdruck der Ausnutzung naturräumlicher Diversität .....	154
2.4. Zwischenfazit: Nachhaltigkeitsstrategien im Wechselwirkungsgefüge von Gesellschaft und Natur .....	156
3. Bedingungen der Markennutzung im 18. Jahrhundert .....	157
3.1. Die Partizipation der Obrigkeit an den Marken .....	158
3.1.1. Landesherrschaft und Oberholzgrafschaft .....	159
3.1.2. Gutsherrschaft und Erbexentum .....	163
3.1.3. Mittelbarer Zugriff aus Landes- und Grundherrschaft .....	168
3.2. Bäuerliche Anpassungsstrategien .....	175
3.2.1. Sozialstruktur und Besitzverhältnisse .....	175
3.2.2. Zuschlagsausweisungen .....	179
3.2.3. Die Erprobung landwirtschaftlicher Neuerungen .....	182
3.3. Zwischenfazit: Die Aussetzung markenspezifischer Regulative ....	184
4. Die Auflösung der Markenökonomie .....	185
4.1. Konflikte um Ressourcen .....	186
4.1.1. Konflikte um den Boden .....	186
4.1.2. Konflikte um das Holz .....	188
4.1.3. Häufigkeit und Konfliktkonstellationen .....	189
4.2. Verhandlungsgegenstände im Rahmen der Markenteilungen .....	192
4.2.1. Das Wie und Ob der Markenteilungen .....	192
a) Vor den Markenteilungen der 1780er Jahre: Die Teilung der Holzdistrikte .....	193
b) Die Markenteilungsverhandlungen ab 1786: Allgemeine Markenteilungen .....	195
4.2.2. Vom Nutzungs- zum Eigentumsrecht: Abfindungsmodalitäten ....	198
a) Der Landesherr .....	198
b) Das Adelsgut Ostenwalde .....	199
c) Die Bauern .....	203
4.3. Interessenlagen und Argumentationsmuster: Naturnutzung im Wandel .....	206
4.3.1. Der Landesherr .....	206

4.3.2. Ernst von Vincke (Ostenwalde) .....	207
4.3.3. Die Markgenossen .....	209
4.4. Zwischenfazit: Vom kollektivistischen Prinzip des Ressourcenerhalts zur individualisierten und intensivierten Landwirtschaft .....	211
 IV. SCHLUSSBETRACHTUNG .....	 213
1. Naturnutzung und Nachhaltigkeit .....	214
2. ‚Störfaktoren‘ und Auflösungstendenzen .....	216
 VERZEICHNIS UNGEDRUCKTER QUELLEN .....	 219
 LITERATURVERZEICHNIS .....	 220
 TABELLEN- UND ABBILDUNGSVERZEICHNIS .....	 232