

# Ein bisher unbekannter Manufakturmarkentyp auf Ludwigsburger Porzellan

von Hans Dieter Flach

Dass erst im Jahre 1961, über 160 Jahren nach seinem Gebrauch, erstmals ein bis dahin noch unbekannter Manufakturmarkentyp auffiel, war schon ein Anlass zur Verwunderung. Obendrein wurde er entdeckt von einem Kunsthistoriker und Privatforscher einer Porzellanmanufaktur, der diese Marke fälschlicherweise zugeschrieben worden war und für die sie infolgedessen abgelehnt werden musste. Ernst Kramer aus Fulda war es, der das Zeichen für die fuldische Porzellanmanufaktur zurückwies und es richtigerweise der Ludwigsburger Manufaktur als deren erste F-Marke zuordnete.<sup>1</sup> Kramer hatte damit für Ludwigsburg einen bis dahin unbekanntan Markentyp entdeckt. Sein Fund schloss eine Lücke, da nunmehr nicht nur für die Herzöge Carl Eugen und Ludwig Eugen, sondern auch für einen dritten der vier württembergischen Regenten in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts die Verwendung einer eigenen Manufakturmarke nachgewiesen war.

Bei dem Markenfund von 1961 wurde ein F einer – pinselbedingt serifenlosen – Linearantiqua-Schrift von einer Krone überdeckt (Abb. 1), sofern man die von den Marken der 35-jährigen Manufakturzeit unter Herzog Carl Eugen von Württemberg bekannte und auch bei der Kramer-Marke noch verwendete Ludwigsburger »Krone« als eine solche bezeichnen darf. Denn sie ist streng genommen ein kronenähnlicher Herzogshut, ein Mixtum aus Krone und Fürstenhut.

Die Form des gemarkten Stückes in Zusammenhang mit dem Dekor – einer polychromen Blütenmalerei – gab die Sicherheit, dass das Stück und damit die Marke aus Ludwigsburg stammen musste (Abb. 2). Denn eine Tasse identischer Form und in stilistisch gleicher Malerei war mit Doppel-C-Marken des Herzogs Carl Eugen im Württembergischen Landesmuseum Stuttgart bekannt. Nach dieser Information und auf Zuraten von Mechthild Landenberger, der damals in diesem Museum für Keramik zuständigen Konservatorin, schrieb Kramer die Marke dem Herzog Friedrich II. zu. Dieser war am 23. Dezember 1797 durch den Tod seines Vaters Herzog von Württemberg geworden, wurde 1803 Kurfürst und am 1. Januar 1806 durch Napoleons Gnaden als Friedrich I. erster König von Württemberg.

Nun ist allerdings gerade in diesem Jahrzehnt um die Wende vom 18. zum 19. Jahrhundert eine Marke F nicht ohne weiteres Wissen dem richtigen Herrscher zuzuordnen. Denn der Vater und Thronvorgänger Herzog Friedrichs II. hieß ebenfalls Friedrich, mit zweiten Vornamen Eugen. Doch alle drei Brüder, die ab 1744 nacheinander den württembergischen Thron bestiegen hatten – Carl Eugen, Ludwig Eugen und dann am 20. Mai 1795 Friedrich Eugen –, behandelten wohl wegen der Wiederholung ihren zweiten Vornamen als den unbedeutenderen. Die weitaus meisten Anschreiben an Carl Eugen zum Beispiel sind nur an »Herzog Carl« gerichtet, wie auch er in aller Regel nur mit Carl unterschrieb. Der Name

Eugen war ihnen mitgegeben worden aus ihres Vaters Carl Alexander Verehrung für Prinz Eugen von Savoyen, unter dem er im Spanischen Erbfolgekrieg gedient hatte. Soweit wir heute Übersicht haben, wurde der Name Eugen oder seine Abkürzung beim Porzellan von keinem der drei Herzöge verwendet.<sup>2</sup> Damit hätten oder haben aber sowohl Friedrich II. als auch Friedrich Eugen mit einem F marken können.

Landenberger hat nach ihren eigenen Worten anscheinend nur darum empfohlen, die von Kramer gefundene Marke Herzog Friedrich II. zuzuschreiben, weil dieser »damals schon seine Aufmerksamkeit sehr der Porzellanmanufaktur« zugewandt hatte.<sup>3</sup> Eine Porzellanmanufaktur muss jedoch, so lange sie weiter arbeitet und weiter marken soll, auch eine Entscheidung ihres Eigners haben, mit welcher Marke sie ihre Erzeugnisse kennzeichnen soll, auch wenn der jeweilige Regent sich ansonsten wenig um sie kümmert, wie es Friedrich Eugen unterstellt wird. Gegen eine solche Charakterisierung sprechen jedoch mindestens drei Argumente.

Zum einen wird dieses Urteil über Friedrich Eugen gefällt, obwohl doch gerade in seine Regierungszeit die beachtlichen und tiefgreifenden Umorganisationen vom Sommer 1795 fallen, durch welche die seit 1777 getrennten Ludwigsburger Porzellan- und Fayence-Manufakturen wieder zusammengelegt wurden. Friedrich Eugen war es auch, der am 24. Juli 1795 über die Intendantenebene eine verantwortliche Porzellandeputation aus hohen Beamten zur Aufsicht und Beratung der Leitung der Manufakturen einsetzte. Diese Maßnahme mag ein Mittel für ihn gewesen sein, sich durch die zwischengeschaltete Ebene im täglichen Ablauf weniger häufig mit der Manufaktur beschäftigen zu müssen. Trotzdem zeigt seine Beschäftigung mit der Manufaktur prinzipiell nicht Interesselosigkeit.

Zum zweiten ist es zunächst mit dem Umsorgen der Manufaktur auch beim Sohn Friedrich nicht so weit her. Er hat zwar mehrfach daran gearbeitet, durch organisatorische Neuerungen Verbesserungen der schlechten finanziellen Ergeb-



*Abb. 1: Ludwigsburger Manufakturmarke F in Grotteskschrift unter Krone in unterglasurblau auf dem Boden der Tasse der Abb. 2.*



nisse zu erreichen; vielleicht hatte er sich demnach auch nicht so sehr fürs Porzellan, sondern überwiegend oder gar ausschließlich für die weiter wachsenden und sich bedenklich kumulierenden Verluste interessieren müssen. Die von ihm vorgenommenen Maßnahmen fallen darüber hinaus alle in das 19. Jahrhundert.<sup>4</sup> Auch die von 1797 bis 1810 weiter absinkenden Beschäftigtenzahlen bestätigen, dass ihm erst 1810, also in seiner Königszeit, ein wirklicher Durchbruch gelang.

Und zum dritten wurde nun vom Verfasser in einer Privatsammlung ein zweiter F-Markentyp aus dem ausgehenden 18. Jahrhundert gefunden. Sie hat im F, wie zu zeigen sein wird, einen sehr spezifischen, auf Friedrich Eugen weisenden Duktus.



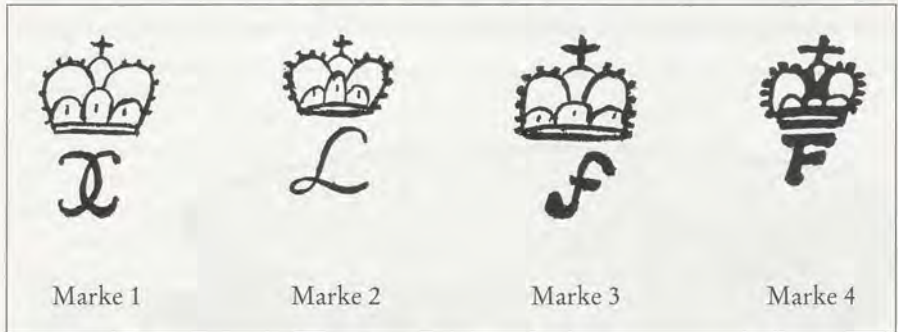
*Abb. 2: Tasse in konischer Form mit gebrochenem Henkel, schlichte polychrome Blütenmalerei auf der vorderen Wandung; Ludwigsburger Porzellan um 1800. (Britisches Museum London)*

Dieser Fund muss, zusammen mit den beiden anderen aufgeführten Argumenten, zumindest die dargebotene Eindeutigkeit der bisherigen Zuordnung in Frage stellen.

#### *Bekannte namensbezogene Marken*

In der alten Ludwigsburger Porzellanmanufaktur wurde zu aller Zeit mit Namensabkürzungen des jeweiligen Souveräns gemarkt. Ausnahmen hiervon sind lediglich eine oder drei Hirschstangen, gerahmt und ungerahmt, entnommen aus

dem württembergischen Wappen, sowie Marken mit dem Namenszug »Louisbourg«<sup>5</sup>, vielleicht auch »Ludwigsburg«.<sup>6</sup> Für Friedrich Eugens bedeutend kürzer im Herzogsamt befindlichen Thronvorgänger und Bruder, Herzog Ludwig Eugen (19 Monate Regentschaft zu 31 Monate bei Friedrich Eugen), sind schon lange zahlreiche Marken bekannt und in vielen Sammlungen und im Markt zu finden. Während Paul F. Krell noch 1875 nur die Doppel-C-Marke Carl Eugens (Abb. 3, Marke 1) anführte<sup>7</sup>, Bertold Pfeiffer in seinem frühen umfangreichen und sonst



*Abb. 3: Typische, doch idealisierte, auf die Initialen bezogene Marken der württembergischen Herzöge Carl Eugen (Marke 1), Ludwig Eugen (Marke 2), Friedrich Eugen (Marke 3) und Friedrich II. (Marke 4) auf Erzeugnissen der Ludwigsburger Porzellanmanufaktur.*

sehr informativen Beitrag aus dem Jahre 1892 keinerlei Marken zeigte und ihre Existenz nur in einer Fußnote beschrieb<sup>8</sup>, bildete erstmals 1906 Otto Wanner-Brandt in dem von ihm herausgegebenen »Album der Erzeugnisse der ehemaligen Manufaktur Alt-Ludwigsburg«, das aus der großen Ausstellung des Vorjahres im Residenzschloss in Stuttgart resultierte, zahlreiche Manufakturmarken ab.<sup>9</sup>

Die Markentafel im Wanner-Brandtschen Album zeigt neben zahlreichen anderen Manufakturmarkentypen und Künstlerzeichen vier verschiedene L-Marken: jeweils ein L allein, eines mit einer und eines mit drei unter ihm platzierten Geweihstangen sowie ein bekröntes L (Abb. 3, Marke 2). Auf dem Porzellan steht hinter dem L auf manchen Stücken ein Punkt. Die L-Form ist in allen Fällen im Wesentlichen in gleichem Duktus gemalt. Dass die L-Marke in zwei Versionen auch in Verbindung mit Geweihstangen vorkommt, lässt es wahrscheinlich erscheinen, dass während der Zeit Ludwig Eugens mit Geweihstangen auch ohne L gemarkt worden ist. Denn andere Namensmarken sind nicht in Verbindung mit Hirschstangen bekannt geworden, bis auf zwei Ausnahmen: Zum einen existiert ein Ludwigsburger Fayencestück – ein übergroßer Walzenkrug mit 2,65 Liter Fassungsvermögen –, das ein Doppel-C in Verbindung mit einer Hirschstange als Marke trägt.<sup>10</sup> Zum anderen sandte gemäß einer zweisprachigen Spezifikation König Friedrich am 23. November 1815 ein Porzellan-Konvolut an verschiedene »Allerhöchste Personen der Königl. Familie von Großbritannien«; in der Aufstellung sind alle Nummern mit einer Hirschstange gekennzeichnet<sup>11</sup>, woraus man schließen darf, dass die Porzellane in dieser Weise gemarkt waren.



Dass Carl Eugen und Ludwig Eugen mit einem eigenen namensbezogenen Zeichen markieren ließen, einer der beiden auf diese folgenden Herzöge jedoch nicht, vielmehr – nach dem Überspringen von Ludwig Eugen – in deren Regierungszeit die Doppel-Cs Carl Eugens wieder verwendet worden sein sollen, was schon 1862 Albert Jacquemart behauptet hatte<sup>12</sup> und auch in neuerer Literatur noch angeführt wird<sup>13</sup>, ist nicht glaubwürdig und müsste im Einzelnen belegt werden. Ob solche Datierungen durch Stilvergleiche anhand von Form und Dekor bei dem im Jahrzehnt ab 1795 in keiner Weise mehr innovativen und insbesondere nicht mehr kurzfristig wechselnden und nicht mehr charakteristisch ausgeprägten Schaffen der Ludwigsburger Manufaktur überhaupt möglich sind, müsste geprüft und dabei bedacht werden, ob nicht ältere, länger gelagerte Weißware, die bereits mit der Doppel-C-Marke versehen war, vielleicht später, unter Friedrich Eugen, bemalt worden ist. Dass beim Tode von Carl Eugen 14 656 unbemalte Stücke, also Weißware, im Hauptmagazin inventarisiert wurden (darunter allein 1250 der heute so seltenen Schokoladebecher!), zu denen aus ermittelten 12 678 Stücken verglühter Ware möglicherweise auch bereits gemarkte Ausformungen hinzukommen<sup>14</sup>, bestärkt die hier vertretene These einer häufig praktizierten späteren Bemalung unter Carl Eugens Nachfolger. Ein solches Vorgehen müsste besonders forciert worden sein von Regenten, die sich stärker bemühten, die Kosten der Manufaktur so niedrig wie möglich zu halten.

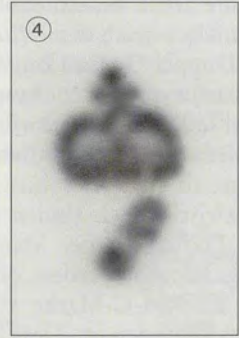
#### *Die neue F-Marke – warum eine Friedrich-Eugen-Marke?*

Fast 40 Jahre nach der Entdeckung Kramers konnte jetzt ein anderer, bisher nicht bekannter F-Markentyp ausfindig gemacht werden, der beim F einen völlig anderen Duktus als die 1961 gefundene F-Marke aufweist (Abb. 4). Während die von Kramer entdeckte F-Marke einem Großbuchstaben eines Antiqua-Typs entspricht (Abb. 3, Marke 4), gleicht die neue mehr einem altdeutschen Großbuchstaben (Abb. 3, Marke 3). Sie schließt eine letzte Lücke, da mit ihr nun auch für Herzog Friedrich Eugen eine eigene, auf seinen Namen bezogene Manufakturmarke nachgewiesen werden kann.

Die neue F-Marke wurde gefunden auf dem Boden eines flachen Tellers mit einer Altozierfahne (ein Relief mit in sich geflochtenen, geraden Stegen) in der untrüglichen Art seiner langjährigen, nur mit geringen Variationen erfolgten Ludwigsburger Herstellung (Abb. 5). Altozier macht insbesondere auf Tellerfahnen weit über 99 Prozent der heute in Museen, Privatsammlungen und im Markt zu findenden Ludwigsburger Ozier-Teller aus; die übrigen drei Ludwigsburger Ozierarten<sup>15</sup> erreichen zusammen nur kleine Promille-Anteile. Der Teller repräsentiert also eine weit verbreitete Ludwigsburger Form. Auch der Dekor ist in seiner Schlichtheit und seinem Stilcharakter unbedingt der Ludwigsburger Produktion im letzten Jahrzehnt des 18. bzw. im frühen 19. Jahrhundert zuzuschreiben. Damit kann sicher ausgeschlossen werden, dass der Teller mit der neuen Marke nicht Ludwigsburger Herkunft ist.

Es ist in der deutschen Manufakturlandschaft ungewöhnlich und somit selten praktiziert worden, dass Regenten in ihrer Regierungszeit eine einmal eingeführte, auf ihren Namen bezogene Manufakturmarke prinzipiell ändern ließen, es sei denn ihr Rangstatus erhöhte sich.<sup>16</sup> Im Detail änderten sich die gemalten Mar-

*Abb. 4: Ludwigsburger Manufakturmarke F in altdeutscher Schrift unter Krone in unterglasurblau auf dem Boden des Tellers der Abb. 5.*



*Abb. 5: Flacher Teller mit Altozierfahne, im Spiegel einfacher polychromer Blumenstrauß, Streublümchen auf Fahne und Spiegel; Ludwigsburger Porzellan 1795/97; Durchmesser 24,5 cm (ehemals Sammlung Abs).*



ken freilich schon durch die tägliche Ausführung per Hand, denn auf das Herstellen der Marke wurde vielerorts, so auch in Ludwigsburg (die ersten zwei bis drei Produktionsjahre ausgenommen), nicht gerade die größte Sorgfalt gelegt. Umso erstaunlicher ist es, dass die Manufakturmarke nicht verbreiteter mit Stempeln geprägt wurde, wo doch ein solcher Einsatz kostengünstige Funktionserfüllung mit einer konstanten Markenqualität verband. In Ludwigsburg beispielsweise wurde die Manufakturmarke im Gegensatz zu den Manufakturen in Wien und München, Augarten und Neudeck/Nymphenburg, nie geprägt<sup>17</sup>, wohl aber unter Friedrich I. um 1810/1816 teilweise farbstempelt.

Da bis zu weiteren Klärungen zu unterstellen ist, dass auch die beiden hier in Frage kommenden Herzöge, Friedrich Eugen und Friedrich II., den Duktus ihres



*Abb. 6: Tasse in konischer Form mit gebrochenem Henkel, schlichte polychrome Blütenmalerei auf der vorderen Wandung, rückseitig zwei große Streublümchen mit für diese Zeit typischen bunten Stiefmütterchen; Ludwigsburger Porzellan um 1793/1800.*

Zeichens im Wesen nicht änderten, kann man davon ausgehen, dass die beiden gefundenen F-Marken jeweils einen anderen Regenten repräsentierten. Und damit stehen wir vor der Frage: Welche der beiden F-Marken gehört zu welchem Herzog?

Der Rat Kramers, die Lokalforschung möge herausbekommen, ob es sich bei seiner Marke um einen Herzogs- oder Kurhut handelt, kann leider keine Datierungshilfe geben, weil der Hut sowohl der Kramerschen als auch der jetzt neu entdeckten Marke von der Form nicht abweicht, wie sie Carl Eugen lange Jahre – wenn auch oft sehr lässig ausgeführt – hatte benutzen lassen. Es ist zwar nicht auszuschließen, dass sich Friedrich II. nach seiner Ernennung

zum Kurfürsten eine neue Marke zulegte; ein solches Vorgehen ist jedoch nicht wahrscheinlich.

In derselben Form für Tassenkörper und -henkel sowie völlig stilgleicher bunter Blumenmalerei wie die Tasse der Abbildung 2 gibt es neben den beiden erwähnten Tassen mit der Doppel-C- und Linearantiqua-F-Marke auch eine formidentische Tasse (Abb. 6), die mit drei Geweihstangen in einer Schildrahmung – alles in unterglasurblau – gemarkt ist. Die Marke wurde schon bei Wanner-Brandt abgebildet.<sup>18</sup> Aus den beiden Marken des Doppel-C und des Friedrich II.-F lässt sich ableiten, dass diese Tassenform längerfristig im Produktionsprogramm war. Die Hirschstangen-Tasse ist mit der Tasse aus dem Britischen Museum auch in Details übereinstimmend, die nicht sofort ins Auge springen, nämlich die Staffierung des Henkels mit einerseits einer dem unprofilierten Henkelverlauf beidseitig seitlich mittig folgenden Linie, andererseits dem Betonen der grob profilierten Henkelansätze oben und unten durch gemalte ornamentale, dreieckige Abgrenzungen. Ein Vergleich der Abbildungen 2 und 6 verdeutlicht diese Aussage. Es wäre ungewöhnlich, wenn solche Details über längere Perioden exakt beibehalten worden wären. Die Tasse wird also wahrscheinlich zeitnahe zur Periode Friedrichs II. hergestellt worden sein, was wiederum vermuten ließe, dass auch während der Regierungszeiten beider Friedrichs Hirschstangen verwendet wurden.

Da jetzt für jeden Herzog eine namensbezogene Marke bekannt ist, kann sicher bestätigt werden, dass am Ende des 18. Jahrhunderts mit Geweihstangen zumindest zeitweise neben persönlichen, namensbezogenen Manufakturmarken gekennzeichnet wurde. Der Grund des Wechsels von der einen zur anderen Marke unter ein und demselben Souverän bleibt unbekannt. Hier könnte die These helfen, dass die namensneutrale Hirschstangenmarke von der Manufaktur in der – jeweils kurzen – Zeitspanne gewählt wurde, die auf einen Thronwechsel folgte und in der der neue Landesherr zunächst Wichtigeres zu entscheiden hatte, als sich eine neue, für ihn geltende Porzellanmarke auszusuchen.

Aus dem Zwang heraus, weder aus der Form ihres Trägerstückes noch seinem nur perioden-charakteristischen, nicht aber auf bestimmte Jahre festlegbaren Dekor Datierungshilfen innerhalb eines so eingengten Zeitraums von 1795 bis um 1803, höchstens bis um 1806 gewinnen zu können, müssen in diesem Fall auch andere Ansatzpunkte und Wege für eine Zuordnung der Manufakturmarken zu den betreffenden Herzogsperioden gesucht werden. Da es sich bei den beiden zur Frage stehenden Marken um Anfangsbuchstaben der Namen von zwei Herzögen handelt, liegt es nahe, ihrer beiden Unterschriften zur Zuordnung der beiden Ausformungen mit heranzuziehen. Denn es kann sehr wohl sein, dass sich entweder die Manufaktur in Anlehnung an diese Vorlagen ausrichtete, wenn sie bei Wechsel des Landesherrn jeweils eine Manufakturmarke festzulegen hatte, oder – noch wahrscheinlicher – der Regent gab ihr den Markentyp vor und orientierte sich dabei automatisch an seiner eigenen Signatur.<sup>19</sup>

Abbildung 7 zeigt Beispiele für Unterschriften von Friedrich Eugen und von Friedrich II., jeweils mit dem Datum ihrer Erstellung. Aus den Unterschriften Friedrich Eugens, speziell aus seiner späten, kann man ersehen, dass der ungewöhnliche Schriftzug seines F unzweideutig Vorlage für die von der Manufaktur eingeführte Marke war. Die gegenläufig geschwungene Form des F in seiner Signatur mit mittigem waagrechten Querstrich stimmt völlig überein mit dem Duktus der Marke 3 der Abbildung 3 und damit mit der neuen Marke auf dem Teller. Das



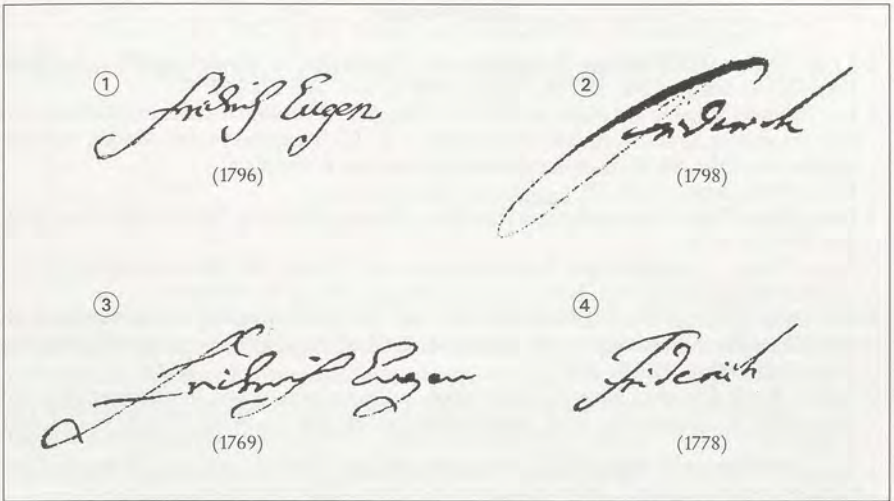


Abb. 7: Signaturen der Herzöge Friedrich Eugen (links) und Friedrich II. (rechts) aus unterschiedlichen Altersperioden (Quellen: Nr. 1 und 2: Stadtarchiv Ludwigsburg, L 1 Bü 74 und 100; Nr. 3 und 4: Hauptstaatsarchiv Stuttgart, G 236 Bü 3 und G 243 Bü 3).

F der Signatur von Friedrich II. seinerseits bietet nur in seiner frühen Form gewisse Anhaltspunkte; der Anfangsbuchstabe seiner späten Signatur ist so wenig prägnant, dass er als Vorlage in der Manufaktur nicht geeignet war und sich darum wohl das einfache Druck-F, angelehnt an seine frühe Signaturform, als Marke herausbildete. Man darf also davon ausgehen, dass die schon seit 1961 bekannte Marke (Abb. 1) zu Herzog Friedrich II. gehört, die jetzt neu entdeckte (Abb. 4) zu Herzog Friedrich Eugen.

Damit ist nun für jeden der zur Lebenszeit der Ludwigsburger Porzellanmanufaktur regierenden Herzöge im 18. Jahrhundert sowie die beiden Könige im frühen 19. Jahrhundert bis zur Schließung der Manufaktur 1824 eine von der Initiale des jeweiligen Regenten abgeleitete Manufakturmarke nachgewiesen. Dass von beiden F-Marken, sowohl von der Marke Friedrich Eugens als auch von der Marke Friedrichs II., bisher jeweils nur ein Porzellanstück nachgewiesen ist, bestätigt auch die oben vertretene These, dass unter diesen Herzögen vielleicht umfangreiche Weißware aus dem Bestand der Zeit Carl Eugens (gemarkt mit Doppel-Cs) weiter bearbeitet, das heißt insbesondere bemalt wurde. Leider sind bis jetzt noch keine Aufzeichnungen gefunden worden, die uns Auskunft über die Zahl der in diesem Zeitraum vorgenommenen Brände geben und somit diese These bestätigen könnten; diese kennt man erst aus dem 19. Jahrhundert. Auch die Frage, ob Friedrich II. während seiner Kurfürstenzeit (1803–1806) eine spezifische Marke benutzen ließ, muss noch weiterhin offen bleiben.

## Anmerkungen

- 1 Ernst Kramer: Eine seltene Ludwigsburger Blaumarke, in: Mitteilungsblatt/Keramik-Freunde der Schweiz Nr. 55 vom August 1961, S. 16 f. und Tafel 11.
- 2 Der Hinweis auf eine »Markentafel EF« bei Danckert (Handbuch des Europäischen Porzellans) und in Kramers Aufsatz (wie Anm. 1, S. 17) bezeichnet keine Marke, sondern spricht eine Tafel mit Marken der Anfangsbuchstaben E und F an.
- 3 Kramer (wie Anm. 1), S. 17.
- 4 Hans Dieter Flach: Ludwigsburger Porzellan, Fayence, Steingut, Kacheln, Fliesen, Stuttgart 1997, S. 43 ff.
- 5 Hans Christ: Ludwigsburger Porzellanfiguren, in: Bücher der Kunstsammlungen des württembergischen Staates, Bd. 1, Stuttgart/Berlin 1921, S. 40 Marke 21.
- 6 Die Ludwigsburger Porzellanmanufaktur einst und jetzt, Katalog zur Ausstellung im Deutschen Porzellanmuseum vom November 1990 bis April 1991, hrsg. von Wilhelm Siemen, Hohenberg 1990, S. 278.
- 7 Paul F. Krell: Die ehemalige Porcellanfabrik zu Ludwigsburg und ihre Erzeugnisse, in: Blätter für Kunstgewerbe, hrsg. von Valentin Teirich, Bd. IV, Wien 1875, S. 53–58, hier S. 55.
- 8 Bertold Pfeiffer: Die Ludwigsburger Porzellanfabrik, in: Württembergische Vierteljahrshefte für Landesgeschichte NF 1, 1892, S. 241–293, hier S. 257 Fußnote 1.
- 9 Album der Erzeugnisse der ehemaligen Manufaktur Alt-Ludwigsburg, nebst kunstgeschichtlicher Abhandlung von Bertold Pfeiffer, hrsg. von Otto Wanner-Brandt, Stuttgart 1906, S. V.
- 10 Flach (wie Anm. 4), S. 659 Identnummer 1357.
- 11 Staatsarchiv Ludwigsburg, E 17 Bü 143.
- 12 Albert Jacquemart/Edmond le Blant: Histoire artistique, industrielle et commerciale de la Porcelaine, Paris 1862, S. 437.
- 13 Mechthild Landenberger: Die Ludwigsburger Porzellan-Manufaktur, in: Katalog der Ausstellung Alt-Ludwigsburger Porzellan, 8. Mai bis 31. Juli 1959 in Schloss Ludwigsburg, Stuttgart 1959, S. 12–31, hier S. 16.
- 14 Hauptstaatsarchiv Stuttgart, A 248 Bü 2435.
- 15 Abgebildet nachgewiesen in Flach (wie Anm. 4), S. 705.
- 16 Einen solchen Fall sieht man zum Beispiel in der Markenveränderung Friedrichs II. bei seinem Aufstieg zur Königswürde; vgl. Flach (wie Anm. 4), S. 66.
- 17 Die gerade 1999/2000 im Markt kursierenden Ludwigsburger Stücke mit solchen Prägemarken sind Fälschungen.
- 18 Album der Erzeugnisse (wie Anm. 9), S. V, Markenreihe 3.
- 19 Dass der jeweilige Herrscher gefragt wurde, wissen wir zum Beispiel aus Meißen: Nachdem August der Starke – neben Kurfürst von Sachsen zugleich König von Polen – 1733 gestorben war, wurde unmittelbar danach sein Nachfolger in Sachsen, Friedrich August II., gefragt, welche Marken er auf seinem Porzellan wünsche, weil zum Beispiel in der AR-Marke das »R« für Rex nun keine Berechtigung mehr hatte; vgl. Robert E. Röntgen: Die Meissner AR-Marke – Irrungen und Wirrungen, in: Keramos, Heft 106, Oktober 1984, S. 13–18, hier S. 14.