

## 10 | Der medizinische Marktplatz (II): Reisende Okulisten und Zahnärzte

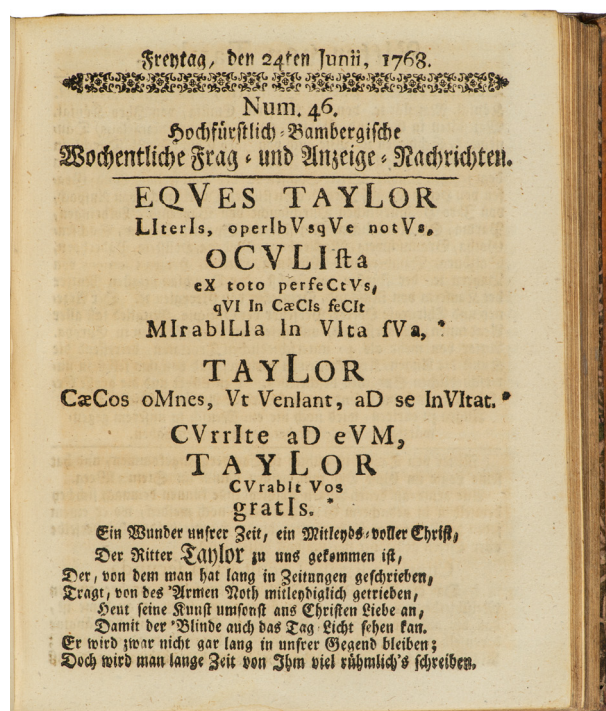
Die Augenheilkunde gilt heute als Spezialgebiet der Medizin. Allerdings erlangte sie den Status einer wissenschaftlichen Disziplin erst schrittweise im Verlauf des 18. und 19. Jahrhunderts. Zuvor wurden Augenoperationen meist von reisenden Okulisten vorgenommen, hinsichtlich deren wissenschaftlicher bzw. handwerklicher Qualifikation keine festen Standards existierten, sodass es stark vom individuellen Geschick des behandelnden Okulisten abhing, inwieweit ein Eingriff am Auge glückte. Behandlungsmisserfolge ließen sich am besten durch häufige und rasche Ortswechsel kaschieren, weshalb nur wenige Augenheiler sesshaft tätig waren. Ähnlich war die Situation in anderen medizinischen Randgebieten, etwa der Zahnheilkunde.<sup>1</sup>

Die Reisetätigkeit brachte es jedoch mit sich, dass die Heiler nicht auf einen festen Kundenstamm zurückgreifen konnten, sondern an jedem Ort, den sie aufsuchten, erneut für sich und ihre medizinischen Praktiken bzw. Produkte werben mussten. Neben Flugblättern und Mundpropaganda erlangten in diesem Kontext seit dem 18. Jahrhundert Zeitungsannoncen zunehmend Bedeutung. Die Ausgestaltung dieser Werbeanzeigen war individuell sehr verschieden – sie war abhängig vom Charakter, dem Selbstverständnis und den finanziellen Möglichkeiten des Heilkundigen sowie von seinem Adressatenkreis.<sup>2</sup>

Ein Beispiel für eine besonders aufwendig gestaltete Werbeanzeige findet sich in den *Hochfürstlich-Bambergische[n] Wochentliche[n] Frag- und Anzeige-Nachrichten* – einem in der Hofbuchdruckerei des Fürstbischofs hergestellten Nachrichtenmedium, das sowohl Merkmale einer Zeitung als auch solche eines Anzeigenblatts aufwies – vom 24. Juni 1768 (Kat.-Nr. 27).<sup>3</sup> Auf eineinhalb Seiten ließ der englische Okulist John Taylor (1703–1770/72) dort seine Ankunft in Bamberg ankündigen und lud Patienten ein, seine medizinischen Dienstleistungen in Anspruch zu nehmen. Bemerkenswerterweise ist die Annonce nicht, wie sonst üblich, im hinteren Teil der Zeitung lokalisiert, sondern unmittelbar auf dem Titelblatt und der darauffolgenden Seite. Auch das Layout ist ungewöhnlich: Die mehrzeilige lateinische Textpassage mit ihrem unregelmäßigen Wechsel von Groß- und Kleinbuchstaben erinnert an ein Epitaph. Dieser Kontrast zum normalen Druckbild der Zeitung zielte offenkundig darauf ab, die Aufmerksamkeit des Lesepublikums zu erregen.<sup>4</sup>

Inhaltlich finden sich in der lateinischen Passage eine Huldigung der angeblichen Wundertaten (*Mirabilia*) Taylors und die Ankündigung kostenloser Behandlungen. Daran schließen sich einige deutschsprachige Reimverse an, in denen das karitative Engagement des englischen Augenheilers hervorgehoben wird (*Ein Wunder unsrer Zeit, ein Mitleyds voller Christ*). Im dritten Teil der Annonce folgt eine Aufzählung sämtlicher Titel und Diplome, die der Okulist beanspruchte, im Laufe seiner beruflichen Tätigkeit von staatlichen und kirchlichen Würdenträgern sowie von Gelehrten- und Gesellschaften in ganz Europa erhalten zu haben.<sup>5</sup> Unter anderem bezeichnete er sich als persönlicher Okulist des Papstes, der Könige von England, Polen, Schweden und Dänemark, des Herzogs von Mecklenburg und der Prinzessin von Georgien.

Tatsächlich hatte der englische Augenheiler im Laufe seines Berufslebens ganz Europa bereist und war zahlreichen politischen und gesellschaftlichen Autoritäten seiner Zeit begegnet. Inwieweit er jedoch tatsächlich befugt war, all diese Titel zu tragen, bezweifelten bereits Zeitgenossen Taylors. Gesichert ist lediglich,



Kat.-Nr. 27 Annonce John Taylors.

Staatsbibliothek Bamberg, RB.Eph.2(1768)

dass er – verglichen mit vielen seiner Kollegen – durchaus hohe Qualifikationen aufweisen konnte. So hatte er bei William Cheselden (1688–1752) Anatomie und allgemeine Chirurgie gelernt und später Vorlesungen bei dem seinerzeit berühmten, im niederländischen Leiden lehrenden Mediziner und Chemiker Herman Boerhaave (1668–1738) besucht.<sup>6</sup> Diese wissenschaftlichen Kenntnisse schlugen sich nicht nur in Taylors Publikationen über Augenkrankheiten nieder, sondern beeinflussten auch seine Operations- bzw. Behandlungsmethoden.

Dennoch unterschied sich der englische Okulist in vielerlei Hinsicht kaum von Augenheilern ohne fundierte Ausbildung. Gerade sein Renommieren mit Titeln und Ehrenbezeichnungen sowie sein Anspruch, ein wahrer Wunderheiler zu sein, ließen ihn zur Angriffsfläche für Kontrahenten aus der etablierten Ärzteschaft und dem Chirurgenstand werden. Wie kaum ein anderer verstand sich der englische Okulist darauf, mit seiner exzessiven Werbekampagne, seinem einnehmenden Wesen und seiner geschliffenen Rhetorik potenzielle Patienten zu beeindrucken und unter Verweis auf seine Ehrentitel und Zeugnisse darüber hinwegzutäuschen, dass viele seiner Augenoperationen und -behandlungen misslangen. Zu den Patienten, welche die Diskrepanz zwischen Heilungsversprechen und Realität schmerzhaft am eigenen Leib erfahren mussten, gehörten u.a. die Komponisten Johann Sebastian Bach (1685–1750) und Georg Friedrich Händel (1685–1759), die durch John Taylor statt der erhofften Wiederherstellung des Augenlichts große Schmerzen erlitten.<sup>7</sup> Allerdings dürften angesichts der Tatsache, dass antiseptisches Arbeiten damals noch unbekannt war, auch bei anderen zeitgenössischen Okulisten die Erfolgsraten kaum höher ausgefallen und Komplikationen nach Operationen durchaus üblich gewesen sein.<sup>8</sup>

John Taylor pflegte das Image seiner Person in der Öffentlichkeit nicht nur durch Mundpropaganda, Flugschriften, eigene Publikationen und Werbeanzeigen, sondern legte überdies großen Wert auf sein Äußeres. Zu seinem Selbstverständnis als obrigkeitlich anerkannter Okulist gehörte ein ansprechendes, an aristokratischen Vorbildern orientiertes Erscheinungsbild. Demensprechend kleidete sich Taylor bei gesellschaftlichen Anlässen wie Bällen und öffentlichen Auftritten (z.B. seinen Vorlesungen) sorgfältig, dem zeitgenössischen Modegeschmack entsprechend. Von dieser Haltung zeugen auch die Porträts, die er von sich anfertigen ließ. Ein solches gab er auf dem Höhepunkt seiner Karriere um 1740 bei dem Maler Paul Ryche in Auftrag. Andreas Reinhardt d.J. (1715–1752) setzte es 1750 in einen Kupferstich um (**Kat.-Nr. 28**). Darauf ist der englische Okulist in vornehm wirkender, aufrechter



**Kat.-Nr. 28** Andreas Reinhardt [d.J.], Porträt des Okulisten John Taylor, 1750. DMM Ingolstadt, Porträtsammlung, GP/2342

Haltung als Halbfigur hüftaufwärts nach rechts gewandt dargestellt. Dank des Bildzuschnitts kommt die imposante Statur Taylors zur Geltung. Zusätzlich untermauert wird dieser Eindruck durch den eleganten Mantel mit reichem Faltenwurf und gestickten Elementen. Der Zeit entsprechend trägt Taylor eine Allongeperücke. Den Blick hat er offensiv dem Betrachter zugewandt, wobei sein Gesichtsausdruck ernst, fast streng wirkt.<sup>9</sup>

Bemerkenswert ist, dass sich auf diesem Bild kein Hinweis auf den Berufsstand des Okulisten findet. Während sich beispielsweise der berühmte Johann Andreas Eisenbarth (1663–1727) mit Starnadeln als „Insignien“ des Augenheilers porträtieren ließ, inszenierte sich Taylor hier bewusst als Edelmann mit leeren Händen. Dazu passt auch die Bildunterschrift *IOHANN TAYLOR, RITTER*. Seit den 1740er Jahren beanspruchte der englische Okulist nämlich für sich den Adelstitel eines „Chevalier“ bzw. „Ritters“. Unklar ist, ob er diesen Titel wirklich während eines Aufenthaltes in Portugal (um 1740) verliehen bekommen hatte oder ob er ihn sich zunächst selbst anmaßte und erst 1755 durch Papst Benedikt XIV. (reg. 1740–1758) damit



geehrt wurde.<sup>10</sup> Wie dem auch sei – John Taylor stellte sich gerne als Aristokrat dar, um sich von anderen Augenheilern abzugrenzen und sein Renommee zu steigern.<sup>11</sup>

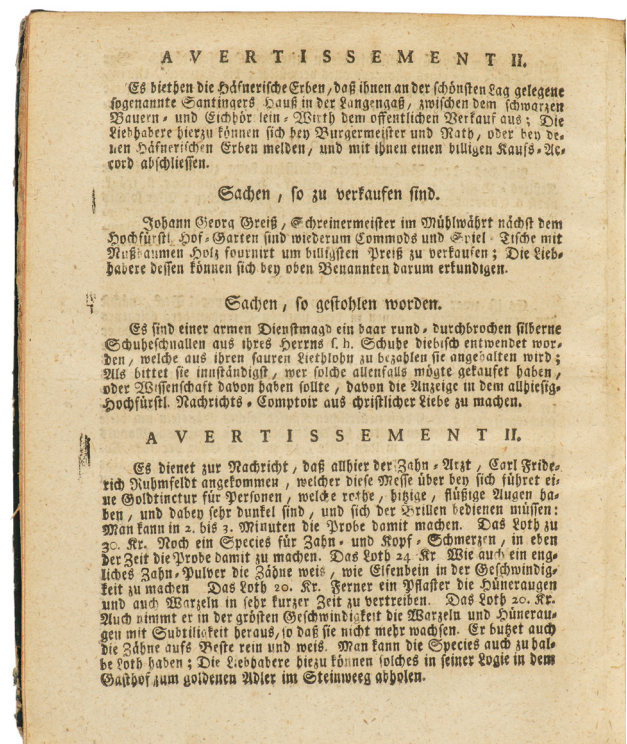
Zu Taylors Marketingstrategie gehörte auch, dass er sein augenärztliches Handeln einem persönlichen Motto unterstellte: *Qui dat videre, dat vivere* – „Wer Augenlicht gibt, gibt Leben“. Diese Devise fand sich in den wissenschaftlichen Publikationen des Okulisten ebenso wie auf den Seitentüren seiner Kutsche, und so durfte es auch unter dem Porträt von Ryche bzw. Reinhardt aus dem Jahr 1750 nicht fehlen (dort in leicht abgewandelter Form: *Qui visum vitam dat*). Dies zeigt, dass Taylor, obgleich seine Ignoranz gegenüber den Schicksalen seiner Patienten dies oft vermuten ließ, durchaus ein Bewusstsein dafür besaß, welche Tragweite der Verlust des Augenlichts für die Betroffenen hatte. Gleichwohl schreckte er nicht davor zurück, die verzweifelte Lage der Patienten, insbesondere ihre Angst vor dem Erblinden, auszunutzen, um sie mit übertriebenen Heilsversprechen und massivem Eigenlob für seine kostspieligen Operationen und Behandlungen zu gewinnen. So propagiert auch der mehrzeilige, kursiv gedruckte lateinische Text unterhalb des Porträts Taylors außergewöhnliche Fähigkeit, diverse Augenkrankheiten (z.B. Katarakt<sup>12</sup> und *Gutta serena*<sup>13</sup>) zu heilen. Letztlich ist der Kupferstich somit als Werbeträger für den englischen Okulisten einzustufen.<sup>14</sup>

Ähnlich wie die Augenheilkunde wurde die Behandlung von Zahnleiden in der Frühen Neuzeit den randständigen Gebieten der Medizin zugerechnet und daher vorrangig von reisenden Heilern durchgeführt. Aufgrund der Tatsache, dass für das Ziehen eines Zahnes nur wenige spezifische Kenntnisse erforderlich waren, genossen Zahnärzte in der Hierarchie der Heilberufe ein sehr geringes Ansehen und standen sogar noch tiefer als die Okulisten. Nur wenige dieser „Zahnbrecher“ hatten eine handwerkliche Ausbildung als Chirurgen abgeschlossen. Die meisten waren Autodidakten oder hatten ihre Kenntnisse bei anderen Zahnheilern erlangt.<sup>15</sup>

Eine Annonce in den *Hochfürstlich-Bambergische[n] Wochentliche[n] Frag- und Anzeige-Nachrichten* vom 3. November 1778 gewährt einen exemplarischen Einblick in das Tätigkeitsspektrum bzw. Dienstleistungsangebot eines reisenden Zahnarztes (**Kat.-Nr. 29**). Das äußere Erscheinungsbild der Anzeige ist eher unspektakulär: Es handelt sich um einen reinen Fließtext, der unter dem unspezifischen Titel *Avertissement II* im unteren Drittel der vierten Seite dieser Ausgabe abgedruckt ist. Innerhalb der Annonce gibt es keinerlei Hervorhebungen, wodurch beispielsweise der Name des Heilers oder bestimmte Textelemente ins Auge fallen würden.

Dies ist ein Indiz für die eher beschränkten finanziellen Mittel des Werbenden Carl Friedrich Ruhmfeldt, der – wie die Anzeige berichtet – im Gasthof zum Goldenen Adler am Bamberger Steinweg Quartier bezogen hatte. Bemerkenswert ist, dass Ruhmfeldt nicht, wie sonst üblich, als „Zahnbrecher“, sondern als „Zahn-Arzt“ bezeichnet wird, wobei im weiteren Verlauf der Annonce überhaupt nicht darauf eingegangen wird, inwieweit er tatsächlich aktive Zahnbehandlungen (z.B. Zahnreißen) anbot. Vielmehr preist die Annonce diverse Heilmittel an, deren Anwendungsgebiet nur bedingt mit der Zahnheilkunde zu tun hatte. Beworben wurden eine Goldtinktur, die Abhilfe bei roten, hitzigen, flüssigen Augen schaffen und den Gebrauch einer Brille überflüssig machen sollte, ferner eine Tinktur gegen Zahn- und Kopfschmerzen, ein Zahnpulver zum Aufhellen der Zähne sowie ein Pflaster gegen Hühneraugen und Warzen. All diese Mittel, so das Versprechen, würden ihre Wirkung binnen weniger Minuten entfalten. Außerdem würde Ruhmfeldt *die Zähne aufs Beste rein und weis* putzen.<sup>16</sup>

Nach heutigen Maßstäben mutet es seltsam an, dass ein Zahnarzt Heilmittel gegen Augen- und Hautkrankheiten anbot. Dies lag jedoch darin begründet, dass viele Zahnbrecher mit ihrem niedrigen sozialen Status und ihren Einnahmen nicht zufrieden waren und sich daher zusätzliche Geschäfts- bzw. Betätigungsfelder suchten. Die Augenheilkunde bot sich hier an, bestand



**Kat.-Nr. 29** Annonce des reisenden Zahnarztes Carl Friedrich Ruhmfeldt. Staatsbibliothek Bamberg, RB.Eph.2(1778)

doch vielerorts ein erheblicher Mangel an Okulisten. Gerade in kleineren Orten kamen nicht oft Augenheiler vorbei. Dementsprechend eröffnete sich hier eine Nische für die „Zahnbrecher“. Diese nutzten die Not der Leute aus, um ihnen vorgebliche Wundermittel zu verkaufen. Trat der erwünschte Effekt nicht, wie behauptet, binnen kürzester Zeit ein, so verstanden sie sich darauf, die Betroffenen so lange hinzuhalten, bis sie mit ihren Heilmitteln genügend Geld verdient hatten, um übereilt ab- bzw. weiterzureisen und dem Zorn der Betroffenen zu entgehen.<sup>17</sup>

Isabel Schuster

- 1 Vgl. Henning 1989, S. 7f; Lindemann 2013, S. 261f.; Schuster 2022, S. 24.
- 2 Vgl. Ober 1969, S. 1805; Porter 1986, S. 22; Brockliss / Jones 1997, S. 646f.; Barker 2009, S. 380f.; Schuster 2022, S. 65f.
- 3 Hochfürstlich-Bambergische Wochentliche Frag- und Anzeige-Nachrichten Nr. 46, 24.6.1768. Staatsbibliothek Bamberg, RB.Eph.2(1768).
- 4 Schuster 2022, S. 73.
- 5 Hochfürstlich-Bambergischen Wochentliche Frag- und Anzeige-Nachrichten Nr. 46, 24.06.1768, S. 1f.; vgl. Schuster 2022, S. 73f.
- 6 Jackson 1968, S. 385; Schuster 2022, S. 9.
- 7 Schuster 2022, S. 12–14.
- 8 Coats 1933, S. 151; Porter 1989, S. 70; Schuster 2022, S. 63.
- 9 Henning 1993, S. 334f.; Schuster 2022, S. 69.
- 10 Albert / Atzen 2011, S. 11. Vgl. dazu auch Wade 2008, S. 970; Jähne 2013, S. 204; Schwartz / Leffler 2015, S. 69; Schuster 2022, S. 11, 64 u. 72.
- 11 Jähne 2013, S. 204.
- 12 Unter Katarakt verstand man in der Frühen Neuzeit eine zunehmende Trübung der Linse, den sogenannten Grauen Star. Vgl. Welter 2004, S. 1–3.
- 13 So wurde im 18. Jahrhundert eine Augenkrankheit bezeichnet, bei der das Auge zwar nach außen hin gesund und klar anmutete, der Patient aber einen vollständigen Verlust der Sehfähigkeit erlitt. Vgl. Coats 1933, S. 180.
- 14 Albert / Atzen 2011, S. 16; Schuster 2022, S. 58 u. 71.
- 15 Vgl. Schramm 1985, S. 71f.
- 16 Hochfürstlich-Bambergische Wochentliche Frag- und Anzeige-Nachrichten Nr. 83, 3.11.1778, S. 4. Vgl. Schramm 1985, S. 72.
- 17 Vgl. Schramm 1985, S. 72.

#### Kat. Nr. 27

Annonce John Taylors, in: Hochstiftisch-Bambergische Wochentliche Frag- und Anzeige-Nachrichten, Nr. 46, 24. Juni 1768. 21 x 17 x 4 cm. Staatsbibliothek Bamberg, RB.Eph.2(1768. Aufgeschlagen: S. [1].

#### Kat.-Nr. 28

Andreas Reinhardt [d.J.], Porträt des Okulisten John Taylor, 1750. Kupferstich. 15,5 x 9,8 cm. Deutsches Medizinhistorisches Museum Ingolstadt, Porträtsammlung, GP/2342.

#### Kat.-Nr. 29

Annonce des reisenden Zahnarztes Carl Friedrich Ruhmfeldt, in: Hochstiftisch-Bambergische Wochentliche Frag- und Anzeige-Nachrichten, Nr. 83, 3. November 1778. 21 x 17 x 4 cm. Staatsbibliothek Bamberg, RB.Eph.2(1778. Aufgeschlagen: S. [4].