

2 Die Münze als Medium von Botschaften. Ein Forschungsüberblick

Die Münzen der römischen Kaiserzeit tragen Motive und Legenden, die als Botschaften verstanden werden können. Ob die Verbreitung dieser Botschaften mittels Münzen das Ziel der Urheber war, ob sie von den Zeitgenossinnen und Zeitgenossen wahrgenommen und bewusst rezipiert wurden und wenn ja, ob dies der ganzen Bevölkerung oder nur bestimmten Gruppen möglich war, ist in der Forschung umstritten. Bis in die Mitte des 20. Jahrhunderts bestand die *communis opinio*, dass Münzen in der Antike als Medium fungierten und ihre Botschaften wahrgenommen und verstanden wurden.⁶⁵ Daran kamen ab den 1950er Jahren Zweifel auf: Die ökonomische Bedeutung der Münzen als primärer Zweck sowohl für die emittierenden Autoritäten als auch für die Adressatinnen und Adressaten wurde betont, die Motive und Legenden hätten nur marginale Bedeutung besessen und seien von den Nutzerinnen und Nutzern der Münzen nicht als Botschaften verstanden worden.⁶⁶ Ein Hauptargument für diese Position ist das weitgehende Schweigen der literarischen Quellen über die Wahrnehmung und Rezeption der Darstellungen und Legenden auf den Münzen.⁶⁷ Gegen diese Sicht sprechen jedoch immerhin jene erhaltenen Stellen, die von der Rezeption der Motive und Legenden berichten.⁶⁸ Am bekanntesten ist hierbei wahrscheinlich ein Fall aus dem Neuen Testament: In Mark. 12:15 sagt Jesus „Gebt dem Kaiser, was des Kaisers ist“⁶⁹ und bezieht sich dabei auf die prägende Autorität, nämlich den Herrscher, der auf dem Avers der betreffenden Münze abgebildet ist. Bei Arrian ist Epiktets Vergleich der Münzaverse mit Seelen erhalten: Der guten – also Münzen von sogenannten guten Kaisern – soll man sich annehmen, die schlechten abweisen.⁷⁰ Hier ist jedoch nur von den Aversen die Rede, welche die prägende Autorität darstellten und daher von größerem Interesse für die Nutzerinnen und Nutzer waren als die Reverse.⁷¹ Bei Sueton, Cassius Dio und dem Kirchenhistoriker Sokrates sind jedoch auch Beschreibungen von Reversmotiven erhalten.⁷² Es ist allerdings zu beachten, dass in keinem dieser Fälle konkret ausgesagt wird,

⁶⁵ Wolters 2003, S. 176.

⁶⁶ Jones 1974, S. 62–63; Crawford 1983, S. 23.

⁶⁷ Jones 1974, S. 62; Crawford 1983, S. 23.

⁶⁸ Hiergegen kann kritisch argumentiert werden, dass im Verhältnis zur Gesamtmenge der erhaltenen Literatur die Anzahl an Verweisen auf die Rezeption der Legenden und Darstellungen von Münzen sehr gering ist, sodass die Bedeutung jener Erwähnungen häufig marginalisiert wird.

⁶⁹ So auch in Mt. 22:15–21.

⁷⁰ Arr. *Epict.* 3, 3, 3–4; 4, 5, 15–18.

⁷¹ Ähnlich auch bei Suet. *Tib.* 58, wo die Kaiserdarstellungen auf Münzen mit anderen Kaiserbildern gleichgesetzt werden.

⁷² Suet. *Aug.* 94, 12 beschreibt, dass Augustus sein Sternzeichen auf Silbermünzen prägen ließ. Sokr. *HE* 3, 17 berichtet von Prägungen Iulian Apostatas bei seinem Aufenthalt in Antiochia, die Stiere auf den Rückseiten zeigten. Cass. Dio 47, 25, 3 beschreibt die Prägungen des Brutus mit Freiheitsmütze und zwei Dolchen aus der Zeit nach der Ermordung Iulius Caesars.

dass die Bevölkerung sich bewusst und aktiv mit den Legenden und Motiven der Münzen beschäftigte. Beide Elemente werden erst im Kontext anderer Handlungen oder Ereignisse relevant. Daraus ließe sich schlussfolgern, dass keine generelle und bewusste Rezeption in der römischen Kaiserzeit stattfand, was die Sichtweise von Kritikern wie JONES und CRAWFORD stützen würde. Andererseits bleibt zu bedenken, dass es sich bei Münzen um einen sehr alltäglichen Gegenstand für die Zeitgenossinnen und Zeitgenossen der antiken Autoren handelte, sodass sie daher möglicherweise für die Leserinnen und Leser der Schriftsteller unbedeutend erschienen, was eine Beschreibung überflüssig machte.⁷³ Das Argument, es habe keine breite Wahrnehmung und Rezeption der Münzen in der Kaiserzeit stattgefunden, da sich dies andernfalls in der literarischen Überlieferung stärker niedergeschlagen hätte, ist ein methodisch fragwürdiges *argumentum e silentio*. Einerseits ist die genannte Relevanz für die Berichte der antiken Schriftsteller fraglich, andererseits müssen die erhaltenen Quellen zu diesem Thema keineswegs repräsentativ für die Gesamtheit der damals existierenden Literatur sein.⁷⁴ Hier kann also auch der Erhaltungszufall einen anderen, womöglich falschen Eindruck vermitteln.

JONES vergleicht die Münzen der römischen Kaiserzeit eher mit den Briefmarken des 20. Jahrhunderts: Allerhöchstens hätten die Zeitgenossinnen und Zeitgenossen die Motive oberflächlich wahrgenommen, aber keineswegs bewusst rezipiert und sich mit einer Interpretation der Abbildungen oder einer Entzifferung der Legenden beschäftigt.⁷⁵ An diese Sicht schließt sich CRAWFORD an, der sich eine kurzfristige Wahrnehmung neuer Typen unmittelbar nach deren Emission vorstellen kann, als die Motive und Legenden als neue Prägungen eine zeitliche Relevanz besaßen. Das weitgehende Schweigen der antiken Quellen zu Münztypen erklärt er damit, dass das Interesse der Adressatinnen und Adressaten schon kurz nach der Emission nicht mehr vorhanden gewesen und somit kaum eine literarische Überlieferung zustande gekommen sei.⁷⁶

JONES und CRAWFORD ziehen allgemein in Zweifel, dass die römischen Zeitgenossinnen und Zeitgenossen überhaupt ein Interesse an den Inhalten der Münztypen gehabt hätten.⁷⁷ Besonders CRAWFORD postuliert, dass die gebildeten

⁷³ Cheung sieht die römischen Münzen als ähnliche Quelle wie Baudenkmäler, welche in literarischen Berichten auch oft nicht beschrieben sind, aber dennoch existieren: 1998, S. 57–58.

⁷⁴ So auch Ehrhardt 1984, S. 53.

⁷⁵ Jones 1956, S. 14–15. Dies begründet er damit, dass dem Großteil der Zeitgenossinnen und Zeitgenossen die nötigen Kenntnisse zum Verständnis von Legenden und Bildsprache gefehlt habe.

⁷⁶ Crawford 1983, S. 52, 54. Dass beispielsweise Cassius Dio von der Prägung des Brutus mit Freiheitsmütze und zwei Dolchen nach der Ermordung Iulius Caesars berichtet, führt Crawford darauf zurück, dass Dio eine Chronik über Brutus' Aktivitäten vorgelegen habe, was für ihn auch die Erklärung dafür ist, wie Dio diesen alten Typ beschreiben konnte, der zu dessen Lebzeiten sehr wahrscheinlich nicht mehr im Umlauf war. Welche Quelle genau das gewesen sein soll, bleibt jedoch unklar, da sie offenkundig nicht erhalten ist. Daher handelt es sich auch hier wieder um ein *argumentum e silentio*, sodass dieser Ansatz eher abzulehnen ist.

⁷⁷ Jones 1956, S. 14–15; hier und im Folgenden Crawford 1983, S. 57–59.

Römerinnen und Römer, die seiner Meinung nach die einzigen waren, die als Rezipientinnen und Rezipienten der geprägten Botschaften infrage kamen sowie in der Lage waren, diese auch zu verstehen, interessanteren Lesestoff sowie andere Möglichkeiten und Kanäle zur Informationsbeschaffung gehabt hätten. Wenn überhaupt habe der Avers bei den Nutzerinnen und Nutzern der Münzen Beachtung gefunden, jedoch nicht aus inhaltlichem Interesse an den Abbildungen und Legenden, sondern um die Gültigkeit des Geldstückes durch die emittierende Autorität – den Kaiser – zu überprüfen. Die Motive und Legenden auf dem Revers hingegen seien rein künstlerischen Charakters gewesen. Dieser Ansicht sind insbesondere BUTTREY und LEVICK, die die Münzbeamten selbst als Adressaten der Motive und diese als Selbstzweck interpretieren. Die Kontinuität der hohen Typenvielfalt mit teils sehr elaborierten Motiven sei vor allem eine Selbstrepräsentation der Münzbeamten und eine Darstellung ihrer Kenntnisse, was besonders auf jene Typen zutrefte, die auf länger zurückliegende historische Ereignisse verweisen oder frühere Typen aufgreifen oder imitieren.⁷⁸

Ein weiteres Argument, das nach Ansicht der Kritiker JONES und CRAWFORD gegen die Wahrnehmung und Rezeption der römischen Münzen der Kaiserzeit spricht, ist die Verständlichkeit der Legenden und Motive: Die Alphabetisierung der Bevölkerung sei zu gering und die Bildsprache sowie Legenden seien zu komplex gewesen, als dass die emittierenden Autoritäten ein Verständnis ihrer Botschaften hätten erwarten können.⁷⁹ Sicherlich zeigen vereinzelte Münztypen sehr komplexe Motive, die nicht der gesamten Bevölkerung verständlich waren oder für deren Verständnis ein tiefergehendes Spezialwissen nötig war.⁸⁰ Die meisten Motive sind jedoch derart gestaltet, dass die Bedeutung jedenfalls der Kernaussage – beispielsweise das Erkennen einer Personifikation wie Fortuna – den Rezipientinnen und Rezipienten klar gewesen sein dürfte. Ähnlich verhält es sich mit den Legenden. Zwar wurden diese in der Regel als Abkürzungen teils recht langer Phrasen geprägt, was zunächst vermuten lässt, dass ohne vorhandene Alphabetisierung und die nötigen Kenntnisse, wie die Abkürzungen aufzuschlüsseln sind, ein Verständnis nicht möglich war.⁸¹ Zu beachten ist hierbei jedoch, dass genau diese Abkürzungen zur Verständlichkeit der Legenden bei Menschen beigetragen haben können, die nicht lesen konnten, da sie lange Wortreihen auf ein sehr begrenztes Maß reduzierten und so das Erkennen der Legenden in bildlicher, ikonischer Form ermöglichten. In diesem Kontext ist auch die sprachliche Diversität des römischen Reiches anzusprechen. Neben den beiden dominierenden Sprachen – Latein im Westen und Griechisch im Osten – gab es zudem regionale Sprachen, die nicht auf Münzen geprägt wurden.⁸² Kritiker wie JONES und CRAWFORD führen diese Sprachvielfalt als Argument an, dass ein großer Teil der Bewohnerinnen und Bewohner des römischen Reiches somit keine Möglichkeit

⁷⁸ Buttrey 1972, S. 104–106; Levick 1982, S. 105. Beispielsweise die Prägungen Galbas mit Freiheitsmütze und Dolchen, die auf Münzen des Brutus zurückgehen: Ehrhardt 1984, S. 51–52.

⁷⁹ Jones 1956, S. 14–15; Crawford 1983, S. 58–59.

⁸⁰ Zur Frage der Zielgruppenadressierung siehe unten.

⁸¹ Jones 1956, S. 14–15; Crawford 1983, S. 58–59.

⁸² Jones 1956, S. 14.

hatte, die Legenden der Münzen zu lesen.⁸³ Erneut kann dagegen mit den ikonisch zu verstehenden Abkürzungen argumentiert werden. Zudem gibt NOREÑA zurecht zu bedenken, dass nicht eine vollkommene Verständlichkeit bzw. eine gänzliche Unverständlichkeit aller Münztypen von allen Nutzerinnen und Nutzern vorliegen muss, sondern dass vielmehr von einem Spektrum der Verständlichkeit auszugehen ist.⁸⁴

Es stellt sich die grundsätzliche Frage, welche Funktion die große Typenvielfalt haben sollte, wenn nicht die Wahrnehmung und Rezeption durch die Adressatinnen und Adressaten vorausgesetzt wurde.⁸⁵ Ohne diese Erwartungshaltung der Prägeherren wäre eine Beschränkung auf wenige Typen ökonomischer gewesen und hätte den Entscheidungsprozess für die neuen Motive und Legenden erspart. Dass dieser Aufwand in der Kaiserzeit jedoch kontinuierlich betrieben wurde, setzt ein Publikum für die Münzen und damit auch einen durch sie übermittelten Inhalt voraus. Hier kann ein Blick in die Münzprägung der Republik helfen. Bereits zu dieser Zeit haben Münzmeister ihre eigenen historischen oder mythischen Vorfahren auf Münzen geprägt.⁸⁶ Einerseits wird daraus klar, dass schon die Münzen der Republik einen Informationscharakter besaßen und Botschaften trugen – in diesem Fall die Beziehung eines aktuellen Münzmeisters zu seinen Ahnen. Andererseits bedingt dies, dass es ein Publikum für ebendiese Botschaften gab, da sich andernfalls die Auswahl jener Motive und die dadurch erfolgte Abkehr von etablierten Darstellungen durch die Münzmeister nicht erklären ließen.⁸⁷ Auch die gelegentliche Namensgebung von besonders langlebigen Typen nach ihren Reversmotiven – *bigati* bzw. *victoriati* – spricht für eine Wahrnehmung nicht nur des Avers mit der Darstellung der prägenden Autorität und damit der Gültigkeit der Münzen, sondern auch des Revers.⁸⁸

Dass die Münzen der römischen Kaiserzeit einen zu vermittelnden Inhalt besaßen, wird heute von den meisten Forscherinnen und Forscher angenommen –

⁸³ Ebd.; Crawford 1983, S. 58–59. Im Allgemeinen sind Münzen im Westen mit lateinischen Legenden versehen und jene im Osten des Reiches mit griechischen. Ausnahmen sind Prägungen von römischen *coloniae* im Osten, auf denen die Legenden in Latein wiedergegeben sein konnten. Siehe Gitler 2012, S. 494.

⁸⁴ Noreña 2011, S. 262–263. Er bietet in seinem Beitrag insgesamt einen guten Überblick über die Forschungsdiskussion und deren verschiedene Themenbereiche; er nennt sie „Agency“, „Messages“, „Medium“, „Audience“ und „Impact“. Auch Elkins 2017, S. 5–6 und Kemmers 2019, S. 16 gehen von einer grundlegenden, wenn auch nicht gleichmäßig in der Bevölkerung verbreiteten Verständlichkeit der Münztypen aus.

⁸⁵ Lummel 1991, S. 2.

⁸⁶ Cheung 1998, S. 56.

⁸⁷ Zur Zeit der Republik und für diese Prägungen dürfen die männlichen Mitglieder der um Ämter konkurrierenden Nobilität als Adressaten der Typen angenommen werden.

⁸⁸ Crawford 1983, S. 52; Wolters 1999, S. 318. Für die Erwähnung der *bigati* und *victoriati* der republikanischen Zeit führt Wolters Plin. *nat.* 33, 45–46 und Fest. *De verb. sign.* (s. v. *Aes Grave*) an; Wolters 2003, S. 193. Weiterhin sind einige wenige Münzen in spezifischen Kontexten platziert worden, so Typen mit Fortuna-Darstellungen unter Schiffsmasten als Symbol einer guten Seefahrt. Siehe Wolters 2003, S. 318. Auch können Münzen selten Graffiti als Zeichen eines Geschenks tragen. Siehe Crawford 1983, S. 50.

unabhängig von den unterschiedlichen Haltungen zu ihrer Wahrnehmung und Rezeption. Welcher Art dieser Inhalt jedoch war, wird unterschiedlich bewertet. Die vor allem von MATTINGLY geprägte *communis opinio* der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts ging von einer Nachrichtenfunktion der Münzen aus – in der ersten Ausgabe des RIC nannte er sie „newspaper of the day“⁸⁹ –, wofür der Begriff der Propaganda genutzt wurde. Ab der Mitte des Jahrhunderts und unter den Eindrücken der Erfahrungen mit Propaganda im Zweiten Weltkrieg wurde die Forschung von einer Diskussion über das Zutreffen dieses Ausdrucks für den Informationscharakter römischer Münzen geprägt, in deren Folge in der englischsprachigen Forschung die Alternative „publicity“ aufkam.⁹⁰ Unabhängig von der konkreten Bezeichnung ist jedoch klar, dass stets nur positive, prokaiserliche Themen auf den Münzen dargestellt wurden.⁹¹ Daher war bereits SUTHERLAND der Ansicht, dass hierdurch die öffentliche Meinungsbildung beeinflusst werden sollte und Münzen daher wenigstens als Hilfsmittel für diesen Zweck zu betrachten seien. Die Motive und Legenden seien ähnlich wie *res gestae* zu verstehen und würden Ereignisse dokumentieren und publik machen – hierbei natürlich nur diejenigen, welche der Prägeherr verbreiten lassen wollte, da sie ihn positiv darstellten.⁹² Dies mag für Motive zutreffen, die sich tatsächlich auf historische Vorgänge beziehen – beispielsweise *Iudaea Capta*-Prägungen. Der Ansatz bietet aber keine Erklärung für viele der Gottheiten und Personifikationen, die auf den Reversmotiven erscheinen und aus denen höchstens mittelbar auf konkrete Ereignisse geschlossen werden kann – so wie etwa Victoria auf einen militärischen Sieg bezogen werden kann, allerdings nicht ohne Weiteres auf eine bestimmte historische Situation. Entsprechend gehen einige Forscher wie WALLACE-HADRILL oder WOLTERS davon aus, dass die Münzen weniger den Zweck zur Verbreitung von neuen Informationen besaßen, sondern etwas abstrakter zu verstehen seien. WALLACE-HADRILL sieht weniger einen informierenden oder meinungsbildenden Zweck in den Motiven und Legenden – dieser sei, wenn überhaupt, von sekundärer Bedeutung gewesen. Die Münzen hätten vielmehr die auf ihnen dargestellten Ereignisse und Werte im Bewusstsein der Rezipientinnen und Rezipienten festigen sollen.⁹³ Ähnlicher Ansicht sind auch WOLTERS und NOREÑA, die den Hauptzweck der Münzmotive und -legenden in einem Dialog zwischen Urheber und

⁸⁹ Mattingly/Sydenham 1948, S. 22.

⁹⁰ Buttrey 1972, S. 102; Levick 1982, S. 105. Burnett 1987, S. 66 gibt auch „message“ und „persuasiveness“ als Alternativen an. Noreña 2011 verwendet den Begriff „communication(s)“ oder zur Abgrenzung von der Propaganda des 20. Jh. „integration propaganda“ (S. 264), wofür er keine bewusste Meinungssteuerung der Bevölkerung versteht.

⁹¹ Cheung 1998, S. 53 sagt dazu pointiert, niemand sei auf die Idee gekommen, beispielsweise eine Personifikation der *Paranoia Caesaris* prägen zu lassen. Siehe auch Elkins 2017, S. 3.

⁹² Sutherland 1959, S. 54 und 1983, S. 74, 78–79, 81. Er bezeichnet die Botschaften der Münzen als „often subtly suggestive plea“ durch den Kaiser: Sutherland 1959, S. 54.

⁹³ Wallace-Hadrill 1986, S. 68. Gegen den meinungsbildenden Zweck spricht sich auch Weigel 1995, S. 245–247 aus, der jedoch ebenfalls von einer Wahrnehmung durch die Zeitgenossinnen und Zeitgenossen ausgeht. Cheung 1998, S. 57 schließt sich dieser Ansicht grundlegend an und schreibt den Münzen statt eines informationsverbreitenden oder gar propagandistischen Zwecks eher einen memorierenden Charakter zu.

Adressatinnen sowie Adressaten sehen, bei dem gemeinsame Vorstellungen und Erwartungen an die Zukunft artikuliert werden sollten. Mit LEVICK befürwortet WOLTERS den Begriff der „publicity“, um die Diskussionen über die Anwendbarkeit von Propaganda für diesen Themenkomplex zu vermeiden, während NOREÑA von „communication“ spricht.⁹⁴

Mit der Diskussion um die Wahrnehmung der Botschaften ist auch die Frage nach der Zielgruppenadressierung der Motive und Legenden verknüpft. Die meisten Forscherinnen und Forscher gehen davon aus, dass bestimmte Teile der Bevölkerung mit den geprägten Botschaften angesprochen werden sollten. So sieht etwa LUMMEL vor allem den Senat, das Militär und die Bevölkerung der Stadt Rom (*plebs urbana*) als Zielgruppen. Er erkennt dies durch die Motive, die den Erwartungen der jeweiligen Gruppen entsprechend gewählt worden sei.⁹⁵ Dagegen wendet sich WOLTERS, der zurecht betont, dass vermeintlich spezifische Nachrichten für bestimmte Gruppen immer nur den Erstempfängerinnen und -empfänger direkt erreichen konnten, da im Anschluss eine zu starke Verbreitung der Münzen stattgefunden habe und so beispielsweise Münzmotive für die Zielgruppe Militär durch Handel zu anderen sozialen Kreisen gelangen konnten. Da neue Prägeserien häufig zur Auszahlung von Sold verwendet wurden, hält WOLTERS eine derart spezifische Zielgruppenorientierung, wie LUMMEL sie konstatiert, – besonders für nichtmilitärische Bereiche – für unrealistisch.⁹⁶ Vor allem die Zuweisung bestimmter Nominale zu gewissen sozialen Gruppen sieht WOLTERS kritisch.⁹⁷ SUTHERLAND stellte fest, dass bei Nominalen von niedrigem Wert wie Dupondien und Assen eine geringere Typenvielfalt vorliegt als bei Sesterzen, Denaren und Aurei, was er mit der begrenzten politischen Bedeutung der weniger wohlhabenden Bevölkerungsteile erklärt. Dagegen argumentiert WOLTERS, die geringere Vielfalt könne auch aus der kleineren Größe der Dupondien und Assen im Vergleich zu Sesterzen resultieren, womit keineswegs eine Aussage über die Bedeutung jener Bevölkerungsteile für die Auswahl der Motive getroffen sein muss.⁹⁸ Beide Herangehensweisen sind jedoch insofern nicht ganz überzeugend, da diese Kleingeldnominale nicht nur von den ärmeren gesellschaftlichen Gruppen verwendet wurden, sondern je nach Situation wohl von der gesamten Bevölkerung. Gleiches gilt für Edelmetallprägungen, die gelegentlich wahrscheinlich auch von den weniger Wohlhabenden verwendet wurden.⁹⁹

Eine andere Sicht vertritt vor allem LEVICK, die als Adressat der Botschaften nicht die Bevölkerung als Ganzes oder in Teilen vermutet, sondern den Kaiser selbst. Ihrer Ansicht nach ist sehr wohl von einer antiken Wahrnehmung kaiserzeitlicher

⁹⁴ Wolters 1999, S. 261; Noreña 2011, in Bezug auf Propaganda S. 264–265.

⁹⁵ Lummel 1991, S. 23–24. Im Unterschied zur Zielgruppenidentifikation anhand von Nominalen. Siehe dazu unten.

⁹⁶ Wolters 1999, S. 289 und 2003, S. 193.

⁹⁷ Worin er mit Lummel 1991, S. 3 übereinstimmt.

⁹⁸ Zur Gegenüberstellung seiner Argumente mit jenen Sutherlands siehe Wolters 1999, S. 287.

⁹⁹ Lummel 1991, S. 3; Hekster 2003, S. 23, der weiterhin darauf hinweist, dass soziale Schichten nicht absolut und somit keine starren Konstrukte gewesen seien.

Münzen auszugehen, aber vor allem durch das Kaiserhaus und nicht die Öffentlichkeit.¹⁰⁰ Diese Sicht ist jedoch nur möglich, wenn von einer relativen Entscheidungsfreiheit durch die Münzbeamten ausgegangen wird. In der Forschung herrscht ein weitgehender Konsens vor, nicht der Kaiser selbst könne über jeden Münztyp entschieden haben, da dies bei der großen Typenvielfalt einen beachtlichen Zeitaufwand bedeutet hätte. Vielmehr sind Beamte hinter der Auswahl zu vermuten.¹⁰¹ Während LEVICK und WALLACE-HADRILL von einer weitgehenden Eigenständigkeit dieser Beamten – womöglich den *triumviri monetales*¹⁰² – ausgehen, vermutet WOLTERS zwar auch die Münzbeamten als Verantwortliche für die Prägungen, diese hätten jedoch in enger Absprache mit dem Kaiser gehandelt.¹⁰³ Ohne letzteres seien einige Motive – wie die Prominenz der Prätorianer in der Münzprägung am Herrschaftsbeginn des Claudius – nicht erklärbar.¹⁰⁴ Auch SUTHERLAND hält eine unmittelbare Beteiligung des Kaisers für nicht denkbar, hält jedoch nicht die Münzbeamten selbst für die Verantwortlichen der Typenauswahl, sondern die *amici principis* oder das *consilium principis*, worin ihm LUMMEL zustimmt.¹⁰⁵ Dies wäre auch eine Erklärung für jene Prägungen, bei denen eine kaiserliche Zustimmung zu vermuten ist, da ein entsprechendes Beratergremium die Interessen des Kaisers vertreten hätte.

¹⁰⁰ Levick 1982, S. 107–108. Sie vergleicht die Funktion der Münzen mit Familienporträts des 19. und 20. Jahrhunderts, beide Medien seien vor allem repräsentativen Charakters gewesen. Für prinzipiell möglich hält dies auch Cheung 1998, S. 59. Wallace-Hadrill 1986, S. 68 geht eher von der Öffentlichkeit als Adressatin der Botschaften aus, hält aber auch den Herrscher mitunter für denkbar, wenn auch nicht als alleiniges Publikum.

¹⁰¹ Wallace-Hadrill 1986, S. 67; Lummel 1991, S. 104; Cheung 1998, S. 58–59; Wolters 1999, S. 258, 263.

¹⁰² Noreña 2011, S. 250. Bei den *triumviri monetales* handelte es sich um die Münzmeister der republikanischen Zeit. Ihr Amt ist zwar zumindest noch bis in severische Zeit nachweisbar, allerdings ist für die Kaiserzeit nicht gesichert, welche Funktionen sie in der stadtrömischen Münzstätte innehatten. Siehe dazu Buttrey 1972; Burnett 1977.

¹⁰³ Levick 1982, S. 108; Wallace-Hadrill 1986, S. 67. Levick geht hier von gewissen kaiserlichen Vorgaben aus, die den Rahmen der Handlungsmöglichkeiten der Beamten gebildet hätten.

¹⁰⁴ Wolters 1999, S. 258, 263. Ähnlich auch Cheung 1998, S. 53, 58–59. Wolters hält es jedoch auch für möglich, dass in der Praxis, wenn Absprachen mit dem Kaiser nicht möglich waren, die Beamten eigenständige Entscheidungen getroffen hätten. So erklärt er sich auch die offenbar nicht dem kaiserlichen Interesse entsprechenden Prägungen wie den vergöttlichten Tiberius am Beginn von Caligulas Herrschaft oder den eigentlich von Trajan (zunächst) abgelehnten *Pater Patriae*-Titel, der dennoch am Anfang seiner Regierung auf Münzen erscheint: Wolters 2003, S. 187–188. Siehe auch Lummel 1991, S. 104. Hierbei stimmt Wolters aber Levick darin zu, dass der Kaiser auch als Adressat der Münzen infrage kommt, da die Auswahl eben häufig von Funktionsträgern getroffen worden sei, diese kaiserfreundlich sein musste und auch sein sollte: Wolters 2003, S. 189.

¹⁰⁵ Sutherland 1986, S. 107; Lummel 1991, S. 104 bezieht sich auf die *amici principis*. Zumindest ab dem 2. Jh. n. Chr. bestand wohl ein Zusammenspiel aus einem *procurator monetarum* und dem *a rationibus* (das für die kaiserlichen Finanzen zuständige Amt) bei der Kontrolle der stadtrömischen Münzstätte und entsprechend der Entscheidung über die Typen. Siehe Noreña 2011, S. 250 mit entsprechenden Quellen; Claes 2013, S. 21–22; Beckmann 2021, S. 10. Zu den verschiedenen Beratern des Kaisers siehe Eck 2000.

Auf Basis dieser umfangreichen Diskussionen der letzten Jahrzehnte gehen die meisten Forscherinnen und Forscher heute davon aus, dass die Autoritäten in den Prägestätten die Münzen durch die Motive und Legenden mit Botschaften versahen und diese auch ein Publikum voraussetzten, ohne welches sich der Aufwand einer großen Vielfalt an Motiven kaum erklären lässt. Den Münzen wurde demnach von den emittierenden Autoritäten eine Kommunikationsfunktion zugesprochen. Kommunikation war jedoch nicht der primäre Zweck der Münzprägung. Münzen wurden aus ökonomischen Gründen emittiert und nicht, um Botschaften zu vermitteln.¹⁰⁶ Allerdings wurden sie sekundär durch ihre Motive und Legenden als Kommunikationsmittel eingesetzt. Wer immer also für die Auswahl der Münztypen verantwortlich war, hatte dabei auch eine Kommunikation zum Ziel.¹⁰⁷ In welchem Umfang diese angestrebte Kommunikation von den Nutzerinnen und Nutzern der Münzen rezipiert wurde, ist letztendlich nicht für jeden Einzelfall zu klären. Die eingangs angeführten, literarisch überlieferten Quellen sowie die Fortschritte der altertumswissenschaftlichen Forschung der letzten Jahrzehnte lassen aber den Schluss zu, dass die Motive und/oder Legenden in vielen Fällen wahrgenommen wurden und zumindest zu einem gewissen Grad verstanden werden konnten. Somit ist mit KEMMERS festzuhalten, dass die aktuelle Perspektive der Forschung darauf gerichtet sein sollte, welche Botschaften durch Münztypen kommuniziert werden sollten und auf welche Weise dies geschah, worin auch der Ansatz der vorliegenden Arbeit besteht.¹⁰⁸

¹⁰⁶ Noreña 2011, S. 248.

¹⁰⁷ Zu den Autoritäten sowohl hinter der Reichsprägung als auch der alexandrinischen Provinzialprägung siehe Kap. 3. Münzen waren dabei nicht das einzige Medium, was für eine solche Kommunikation und die Verbreitung von Botschaften verwendet werden konnte, dazu zählten etwa auch Porträtbüsten der Kaiser und ihrer Verwandten, Monumente und Feste. Siehe Marzano 2009, S. 125; Noreña 2011, S. 261 mit weiterer Literatur. Von diesen anderen Medien unterschieden sich Münzen jedoch durch ihre größere Quantität und Reichweite.

¹⁰⁸ Kemmers 2019, S. 17: „Since it is generally agreed that the question of whether coins could be used to communicate messages no longer needs much discussion, scholarship has now moved on to explore which messages were conveyed and how.“