
Konsumgeschichte als methodische Klammer

Rezension von: Heinz-Gerhard Haupt,
Claudius Torp (Hrsg.), Die Konsumge-
sellschaft in Deutschland 1890-1990. Ein
Handbuch, Campus Verlag, Frankfurt/
Main – New York 2009, 504 Seiten,
€ 39,90.

In den letzten beiden Jahrzehnten hat sich die Konsumgeschichte im deutschsprachigen Raum zu einem boomenden Forschungsfeld entwickelt – ein Boom, der sich in der Veröffentlichung zahlreicher Monographien und Sammelbände in der wissenschaftlichen Publikationslandschaft abbildete. Dieses Interesse an Konsum und an der Konsumgeschichte als eigenständigem Forschungsfeld – nicht etwa als „Abfallprodukt“ von Industrie-, Unternehmens- und Alltagsgeschichte, von makroökonomischen Studien oder aber auch traditioneller Konsumentenbefragung zum Zweck der Marktforschung – ist relativ neu. Es verdankt sich zweifelsohne jenen gesellschaftlichen Entwicklungen in den Industrieländern, die Konsum zu weit mehr gemacht haben als den bloßen „Verbrauch“ produzierter (Massen-) Güter. Seine symbolische Bedeutung für den Erwerb „kulturellen“ und „sozialen“ Kapitals (Pierre Bourdieu) in der „Postmoderne“ kann mittlerweile kaum mehr überschätzt werden.

Trotz dieser universellen Bedeutung für die Sozial- und Wirtschaftswissenschaften zählte und zählt der Konsum – das wird in den sehr gelungenen Abschnitten des vorliegenden Handbuches über Konsum in der Soziologie und Konsum in den Wirtschaftswissenschaften klar – nicht unbedingt zu deren bevorzugten Forschungsgebiete-

ten im engeren Sinn. Das verdeutlicht, wie sehr zum Teil selbst auferlegte methodische Beschränkungen dieser Disziplinen die fächerübergreifende Analyse komplexerer gesellschaftlicher Prozesse behindert haben.

Einen möglichen methodischen Ausweg bietet die Gesellschaftsgeschichte des Konsums. Und es ist der gesellschaftsgeschichtliche Zugang, der die meisten Beiträge dieses sehr gelungenen Handbuches leitet. Das wird bereits in dem sehr instruktiven einleitenden Kapitel der Herausgeber deutlich, das den auf bestimmte Sachgebiete des Konsums fokussierten Einzelbeiträgen vorangestellt ist. Heinz-Gerhard Haupt und Claudius Torp betonen in ihrer Einleitung mit dem Titel „Die vielen Wege der deutschen Konsumgesellschaft“, wie sehr Konsumgeschichte verschiedene interdependente Teilbereiche sozialer Wirklichkeit durchdringt: als Teil der Ökonomie, als Mittel der Identitätsstiftung, als Gegenstand der Politik und als Gegenstand zeitgenössischer Konsumforschung.

Der zeitliche Schwerpunkt des Bandes liegt auf dem „langen 20. Jahrhundert“, jenem Zeitraum zwischen etwa 1890 und 1990, der konstitutiv für Werden und volle Entfaltung der deutschen Konsumgesellschaft geworden ist. Begründet wird das mit dem seit dem späten 19. Jahrhundert erkennbaren Wandel, der vom „Selbstversorger“ zum „Konsumenten“ führte und mit der Entwicklung von Konsumforschung und Konsumkritik verbunden war. Die vor 1914 entwickelte performative Qualität des Konsums im Hinblick auf die demonstrative Repräsentation gesellschaftlicher Ungleichheit ging auch in den Mangeljahrzehnten 1920-1950 keineswegs verloren – eine wichtige Grundaussage des Handbuchs. Insofern war die zwiespältige

Rolle des Konsumenten bzw. der Konsumentin – weder ganz Marionette noch tatsächlich Souverän – bereits in den Krisenjahren der Weimarer Republik angelegt.

Und so präsentieren sich die Beiträge vielfach als Nachweis von Kontinuitäten, auch wenn, vielleicht etwas übertrieben, modernisierungskritisch ein linearer Modernisierungspfad der Konsumgeschichte strikt verneint wird. Zu diesen Kontinuitäten zählt die auch für Österreich keineswegs untypische Verschränkung von Konsum- und Sicherheitsansprüchen, die beispielsweise im klaren Gegensatz zur US-amerikanischen Konsumgeschichte steht. Sie stellt jedoch im europäischen Vergleich keineswegs ein deutsches Spezifikum dar, wie der Band manchmal suggeriert. Ebenso nebeneinander standen das ganze lange 20. Jahrhundert konfligierende Konsumleitbilder – Hedonismus versus „*political correctness*“ („deutscher“ Konsum, „sozialistischer“ Konsum etc.). Schließlich ist auch auf die Gleichzeitigkeit nationaler und internationaler Entwicklungen hinzuweisen. US-amerikanische Einflüsse konnten durchaus parallel mit „deutschen“ ihre Wirkung zeigen.

Insgesamt geht es, wie die Herausgeber betonen, weniger um eine Geschichte der deutschen Konsumgesellschaft als vielmehr um eine Geschichte der Konsumgesellschaft in Deutschland. Das ist ein Anspruch, der nicht in jedem Beitrag, aber doch im Wesentlichen eingehalten wird.

Es erübrigt sich, auf die Fülle der Einzelbeiträge im Detail einzugehen. Sie gruppieren sich um die Abschnitte: 1. Wirtschaft, 2. Soziale Lagen und Identitäten, 3. Politik und 4. Kultur und Wissenschaft. Im letzten Abschnitt kommen auch sozialwissenschaftliche

Nachbardisziplinen zu Wort. Vollständigkeit wurde selbstverständlich nicht angestrebt, doch bietet das Handbuch ein sehr breites inhaltliches Spektrum.

Konsequenterweise findet der Einstieg über den Ernährungskonsum statt, der in besonderer Weise den Wandel vom Mangel zum Überfluss symbolisiert. Von den weiteren Beiträgen sei jener von Ulrike Thoms zur Hygienegeschichte hervorgehoben, weil er nicht nur, wie in der einschlägigen Literatur häufig, das Thema von der Nachfrageseite, sondern auch von Seiten der Produzenten beleuchtet.

Manchmal wird freilich die Bedeutung des Konsums ein wenig überakzentuiert, so etwa von Hasso Spode, der in seinem Beitrag zum Massentourismus zur *Conclusio* kommt, der Urlaub wäre jener Lebensbereich, der die moderne Kernfamilie erst konstituiert habe. Ein wenig überbetont scheint in Rainer Gries Beitrag „Generation und Konsumgesellschaft“ auch die DDR-Aufbaugeneration, während der westlichen 68er-Generation vergleichsweise wenig Raum gewidmet wird. Auch kann in Frage gestellt werden, ob die 68er wirklich primär Kriegskinder oder nicht großteils vielmehr Nachkriegskinder waren und aus dieser Sozialisation viel eher verstanden werden können.

Besonders hervorzuheben sind die Beiträge von Dominik Schrage zum Konsum in der deutschen Soziologie und von Jakob Tanner über „Konsumtheorien in den Wirtschaftswissenschaften“, die jeweils einen ausgezeichneten wissenschaftshistorischen Überblick zum Thema vermitteln, wobei auch neuere Entwicklungen nicht zu kurz kommen.

Insgesamt bietet der Band ein sehr breites, interessantes Panoptikum der Konsumgeschichtsforschung in Deutschland. Die durchgängige Essay-

form der Beiträge lässt quantitative Befunde allerdings dort und da etwas zu kurz kommen. Aber das kann den kompakten Gesamteindruck des Handbuchs nicht wirklich beeinträchtigen. Im Sinne der eingangs skizzierten Defizite der wirtschaftswissenschaftlichen und

soziologischen Konsumforschung wird vielleicht gerade die Gesellschaftsgeschichte des Konsums in Zukunft eine Plattform für interdisziplinäre Projekte darstellen, die auch die Soziologie und die Wirtschaftswissenschaften miteinander verbinden.

Andreas Weigl