

## Vorbemerkungen zur überarbeiteten 2. Auflage

Die 2008 erschienene 1. Auflage der »Kleinen Geschichte der Konsumgesellschaft« hat bei den Käufern und Rezensenten eine sehr freundliche Aufnahme gefunden. Die Überarbeitung der hier vorgelegten 2. Auflage konnte sich deswegen in Grenzen halten. Die Grundkonzeption ist geblieben. Im zentralen Teil über die »Konsumfelder« geht es um die Konsumpraxen und deren Bedeutungen. Hinzugekommen ist hier ein Kapitel »Gesundheit«. Ein weiterer Teil behandelt »Voraussetzungen« als notwendige, wenn auch nicht hinreichende Bedingungen der Konsumgesellschaft. Und schließlich gibt es mehrere systematische Kapitel, die Konsum und Konsumgesellschaft in theoretische und weltgeschichtliche Zusammenhänge stellen.

Der Text ist vollständig, aber in zurückhaltender Weise bearbeitet. Neue Forschungsergebnisse wurden eingefügt, Aktualisierungen vorgenommen. Da der Verfasser Geschichtsschreibung als Einheit von Wissenschaft und Literatur versteht, konnte er der Versuchung nicht widerstehen, nach aussagekräftigeren, eleganteren und knapperen Formulierungen zu suchen.

Die »Kleine Geschichte der Konsumgesellschaft« wendet sich an eine breite gebildete Leserschaft. Wie in solchen Gesamtdarstellungen üblich, vermeidet sie Nachweise im Detail. Die aus meiner Sicht wichtigste – natürlich gegenüber der 1. Auflage ergänzte – Literatur ist am Ende des Buches genannt. Wer nach der genauen Herkunft einzelner Zitate und Zahlenangaben sucht, wird sie in des Verfassers »Geschichte der Konsumgesellschaft« (2000) finden.



## Vorwort

Die »Kleine Geschichte der Konsumgesellschaft« beleuchtet die historischen Hintergründe und sozialen Zusammenhänge unserer gegenwärtigen Konsumgesellschaft, welche die zentrale Lebensform der Moderne darstellt. Wie bei allen grundlegenden gesellschaftlichen Erscheinungen reichen ihre Anfänge Jahrhunderte zurück. Hier werden die Wurzeln unseres »westlich« geprägten Konsumverhaltens zumindest seit Beginn der Industrialisierung verfolgt. Das Buch geht der Frage nach, wie es zu dieser konsumtiven Lebensweise gekommen ist. Mittlerweile ist Konsumgeschichte eines der dynamischsten Forschungsfelder der internationalen Geschichtswissenschaft. Die »Kleine Geschichte der Konsumgesellschaft« fasst die Ergebnisse dieser historischen Konsumforschung zusammen. In den mittleren Hauptkapiteln des Buches wird deutlich, unter welchen Bedingungen der Massenkonsum erst möglich wurde und wie die Konsumgüter den Alltag der Menschen verändert haben.

Thema ist die Konsumgesellschaft, nicht der Konsum. Konsum als Gebrauch von Dingen hat es zu allen historischen Zeiten gegeben. Die Konsumgesellschaft dagegen ist ein Phänomen des 20. Jahrhunderts. Sie zeichnet sich dadurch aus, dass die Mehrheit der Bevölkerung an neuen Konsumformen teilhat und der Konsum herausragende kulturelle, soziale und ökonomische Bedeutung besitzt. In der Konsumgesellschaft wird der Konsument zur soziokulturellen Leitfigur; Konsumhandlungen sind für zentrale ökonomische Größen wie Wachstum und Beschäftigung mit verantwortlich; Konsum dient der individuellen und sozialen Selbstentfaltung und Selbstdarstellung.

Die Konsumgesellschaft entstand zuerst in den USA. Von den USA aus verbreitete sie sich in andere Länder und beeinflusste schließlich die ganze Welt. In anderen Kulturen wurden die nordamerikanischen Konsumformen teilweise übernommen, häufig umgestaltet oder auch mit eigenen Traditionen kombiniert. Als Ergebnis entstanden nationale Konsumkulturen als Mischformen. Länder wie China demonstrieren, dass diese Entwicklung auch heute noch nicht abgeschlossen ist. Die »Kleine Geschichte« konzentriert sich auf die Herausbildung und die Entfaltung der Konsumgesellschaft in der Zwischenkriegszeit in den Vereinigten Staaten und in der Nachkriegszeit in der Bundesrepublik Deutschland – und zwar in durchgängig vergleichender Perspektive. Im Zentrum des Buches stehen die Konsumenten, ihr Handeln und die jeweiligen Kontexte, in welche der Konsum eingebettet ist. Massenproduktion und Massendistribution sowie die Entwicklung der Einkommen und der Freizeit werden als notwendige – aber nicht hinreichende – Voraussetzungen der Konsumgesellschaft interpretiert.

Der Hauptteil des Buches ist nach den Konsumfeldern gegliedert: Ernährung, Bekleidung, Wohnen, Gesundheit, Sexualität, Mobilität und Massentourismus sowie Unterhaltung und Vergnügen. Dies ist eine in der Konsumforschung gut eingeführte Systematik, die es erlaubt, parallele Entwicklungen zu unterschiedlichen Zeitpunkten und an verschiedenen Orten herauszuarbeiten.

Unter dem Begriff »Konsumverstärker« werden Erscheinungen behandelt, die den Konsum fördern: Moden, Werbung, Verpackungen und Gebrauchshilfen, Substitute, Surrogate und Imitate sowie Wegwerfprodukte. »Individualisierung« und »Globalisierung« kennzeichnen zentrale mit der Expansion des Konsumismus in Zusammenhang stehende Tendenzen. Am Ende des Buches geht es um die Grenzen der Konsumgesellschaft. Der globale Klimawandel hat in verschärfter Form die Frage aufgeworfen, ob unsere Art zu konsumieren Zukunft haben kann oder ob wir unsere Lebensweise ändern müssen. Ich bin davon überzeugt, dass die Konsumgesellschaft sich einem tiefgreifenden Wandel unterziehen muss, wenn sie sich als Lebensform der Wohlhabenden halten oder gar zur globalen Lebensweise Aller werden soll. Wahrscheinlich wird die damit angesprochene Herausforderung die Zukunft der Menschheit wesentlich bestimmen.

## Konsum und Konsumgesellschaft

»Konsum« kommt vom lateinischen »consumere« und steht für nutzen, verwenden, verbrauchen, verzehren, verprassen. Diese Wortbedeutung ist bis zur Gegenwart dominant. Konsum in unserer Gesellschaft meint den Erwerb sowie die Verwendung, Nutzung und den Gebrauch von Gütern und Dienstleistungen. Gleichzeitig ist »Konsumtion« ein komplementärer Gegenbegriff zu »Produktion«. Die beiden Begriffe bedingen sich wechselseitig: ohne Produktion keine Konsumtion und ohne Konsumtion keine Produktion. Man kann nur etwas konsumieren, das die Produktion geschaffen hat. Und es wäre sinnlos, etwas zu produzieren, das anschließend keine Verwendung fände.

### *Das Wechselverhältnis von Produktion und Konsumtion*

Produktion und Konsumtion stehen also in einem engen Wechselverhältnis. Die Konsumtion bildet das Ziel der Produktion. Der Produzent hat von vornherein die Verwendung seiner Erzeugnisse und Angebote im Blick. Er lässt sich von Erfahrungen leiten, die er oder andere mit dem Erfolg oder Misserfolg von Produkten und Dienstleistungen in der Konsumsphäre gemacht haben. Im Hinblick auf den Gebrauch stattet der Produzent seine Produkte mit Eigenschaften aus, welche deren Verwendung bis zu einem gewissen Grad determinieren. Allerdings halten sich die Konsumenten nicht immer an dieses den Produkten mitgegebene Programm und gebrauchen sie stattdessen auf

eigensinnige Weise. Diese eigensinnigen Verwendungsweisen wirken wieder auf die Produkte zurück; die Produzenten passen sie der Konsumtion an.

Unabhängig von dem engen Wechselverhältnis von Produktion und Konsumtion ist es manchmal schwer, konkrete Tätigkeiten eindeutig als Produktion oder Konsumtion zu bestimmen. Tatsächlich handelt es sich – in theoretischer Betrachtung – um relative Begriffe: Produktion ist gleichzeitig Konsumtion und Konsumtion gleichzeitig Produktion. Ein Beispiel: Wenn der Heimwerker sich mit Hilfe einer Stichsäge und eines Handbohrers ein Garderobebrett bastelt, konsumiert er sozusagen die beiden Heim-Werkzeuge und produziert gleichzeitig die Garderobe. Es kommt also immer auf die Perspektive an.

Für eine Geschichte der Konsumgesellschaft sind theoretische Spitzfindigkeiten über die Zugehörigkeit der Phänomene zur Produktions- oder zur Konsumtionssphäre interessant, aber von geringer praktischer Bedeutung. Die Konsumgüter und Dienstleistungen, denen hier das Interesse gilt, werden in Wirtschaftsunternehmen produziert und in privaten Lebenszusammenhängen von den sogenannten Endverbrauchern konsumiert. Produktions- und Konsumtionssphäre sind gesellschaftlich und räumlich voneinander getrennt, wenn auch funktional aufeinander bezogen. Im Selbstverständnis der meisten Menschen handelt es sich bei Arbeit und Freizeit sowie bei Produktion und Konsum um verschiedene Sphären.

### *Konsum als menscheitsgeschichtliches Phänomen*

In einem mehr anthropologischen Verständnis ist Konsum so alt wie der Werkzeuge gebrauchende Mensch. Mit Hilfe von Werkzeugen stellten die frühen Menschen Erzeugnisse her, die sie dann selbst konsumierten. Im Laufe der Geschichte nahmen Arbeitsteilung und Spezialisierung zu und traten Produktion und Konsumtion auseinander. Die Marktversorgung löste die Selbstversorgung ab. Vor diesem Hintergrund betrachten manche Historiker Geldwirtschaft, Kommerzialisierung, Kommodifizierung und Werbung nicht nur als Voraussetzungen, sondern als zentrale Elemente des Konsums. In ihren Darstellungen nehmen der Handel und der Einkauf einen größeren Raum ein als der Verbrauch. Damit schließen sie sich an ökonomische Betrachtungsweisen an. Für diese ist der Konsum jenseits des Kaufakts weniger interessant, weil dann monetäre Größen keine Bedeutung mehr besitzen.

Im Gegensatz zu dieser aus der Ökonomie kommenden und von manchen Historikern aufgegriffenen Interpretation des Konsums stehen in diesem Buch der Verbrauch im ursprünglichen Sinne und damit die Konsumenten im Mittelpunkt. Produktion und Distribution werden als wichtige Voraussetzun-

gen und Rahmenbedingungen des Konsums behandelt; der Kaufakt markiert gewissermaßen die Nahtstelle zwischen der Distribution und dem Konsum.

Warum konsumiert der Mensch? Die Frage hat in den einzelnen Wissenschaften, so in der Anthropologie, der Kulturwissenschaft, der Ökonomie und der Psychologie, sehr unterschiedliche Antworten gefunden. Diese widersprechen sich jedoch nicht unbedingt, sondern bedingen sich teilweise sogar. Die disziplinären Differenzen sind nicht verwunderlich, geht es doch um das Problem einer fundamentalen Interpretation des Menschen und seiner Geschichte. Außerdem können sich die Antworten der Wissenschaften auf die Menschen in ihrer Gesamtheit, auf einzelne Gruppen oder auf Individuen beziehen.

Für Anthropologen wurzelt der Konsum letztlich in der Erweiterungsfähigkeit und dem Erweiterungsstreben des Menschen, der Neues schafft und aufnimmt und dadurch seine Lebenswelt erweitert. Für Kulturwissenschaftler ist Konsum das Ergebnis von Akkulturationsprozessen. Die jeweilige kulturelle Umgebung bestimmt die Ausprägung des Konsums, und der Konsum wirkt an der Schaffung neuer Formen der Kultur mit. Konsum kann demnach zwar globale Charakteristika entwickeln, zeichnet sich aber vor allem durch eine nationale, regionale und lokale Formenvielfalt aus.

### *Die Herausbildung der Kulturbedürfnisse*

Manche Konsumtheoretiker greifen für die Ursprünge und Ursachen des Konsums auf die Bedürfnisse des Menschen zurück. Bedürfnisse beziehen sie auf Materielles, Soziales und Geistiges. Bedürfnisse stehen für das, was die Menschen, abhängig vom soziokulturellen Entwicklungsstand, jeweils als notwendig für ihre Lebenserhaltung und Lebensentfaltung betrachten. In der Menschheitsgeschichte ging es dabei lange Zeit vor allem um die Subsistenz, um die Sicherung der Grundbedürfnisse Ernährung, Bekleidung, Wohnung, Fortpflanzung und Sexualität. Diese Grundbedürfnisse existieren natürlich auch heute noch. Doch haben sie in den Wohlstands-, Überfluss- und Konsumgesellschaften ihren Charakter als anthropologische Apriori verloren und treten vorwiegend als Kulturbedürfnisse in Erscheinung. Es geht nicht mehr um Ernährung, Bekleidung und Wohnung an sich, sondern um Entfaltung und Ausdruck der eigenen Persönlichkeit und um die Integration in gesellschaftliche Gruppierungen. Die Art und Weise des Speisens, Kleidens und Wohnens drückt gewissermaßen individuelle und soziale Identitäten aus.

Das Spektrum der Kulturbedürfnisse ist so reich wie das menschliche Leben selbst. Man hat es zu beschreiben und zu gliedern versucht in Bedürfnissystemen und Bedürfniskatalogen, welche bis zu hundert Nennungen um-

fassen. Häufig genannt werden dabei: das Bedürfnis nach neuen Erfahrungen und Abwechslung, das seinen Ausdruck unter anderem im Streben nach räumlicher Mobilität findet, das Bedürfnis des »homo ludens« nach Spiel, Sport, Leistung, das Bedürfnis nach Sozialkontakten und sozialer Anerkennung.

Bei den Bedürfnissen handelt es sich um ein dynamisches, sich historisch wandelndes, gesellschaftlich-kulturelles System. Veränderungen im System der Bedürfnisse spielen sich nicht plötzlich ab, sondern in längeren Zeiträumen. Dabei verschwinden nicht einzelne Bedürfnisse, und andere entstehen neu, sondern es kommt zu Umgewichtungen und Aktualisierungen. Die Befriedigung elementarer Bedürfnisse aktiviert weitergehende Wünsche. Manche Bedürfnisse treten in den Hintergrund, andere in den Vordergrund.

### *Konservative und marxistische Konsumkritik*

Auf der bislang gewählten Reflexionsebene ging es um allgemeine anthropologische und kulturgeschichtliche Zusammenhänge des Konsums. Auf einer weiteren Konkretisierungsebene lässt sich nach historischen, kausalen und funktionalen Zusammenhängen zwischen der Produktion und der Konsumtion fragen. Über lange Zeit wurde dabei in ganz unterschiedlichen Weltanschauungen und Forschungstraditionen eine Dominanz der Produktion über die Konsumtion behauptet. So stellte der Marxismus die Art und Weise der Produktion als entscheidende Triebkraft der Geschichte heraus. Der Liberalismus ging davon aus, dass sich jedwede Produktion einen Markt schaffe.

Auf solchen theoretischen Grundlagen aufbauend, interpretierten rechte wie linke Kritiker Konsum als Ausfluss des Produktionssystems. Indem die Produzenten die Konsumenten manipulierten, würden sie Absatz für ihre Waren schaffen. Bedarfsdeckung werde abgelöst durch Bedarfsweckung. Mit Hilfe von Marketing, Werbung, attraktiver Verpackung und anderen Kaufanreizen werde ein »Konsumzwang«, ja ein »Konsumterror« ausgeübt.

In der sich nach dem Zweiten Weltkrieg in der Bundesrepublik entwickelnden Reflexion über die Konsumgesellschaft dominierten zunächst konservative Stimmen. Arnold Gehlen sah in seiner »Seele im technischen Zeitalter« (1949) die Herausbildung des Konsumenten als Begleiterscheinung der durch Industrie, Technik und Naturwissenschaften gebildeten gesellschaftlichen Superstrukturen und interpretierte diesen Prozess als »Konsumdiktatur« und »Konsumquietismus«. Hans Freyer charakterisierte in seiner »Schwelle der Zeiten« (1965) das moderne Industriesystem dadurch, dass es »die Bedürfnisse für die Produkte, die es produziert, laufend mit (produziert). ... Im Schlaraffenland fliegen die gebratenen Tauben den Leuten in den Mund, wenn