Einleitung

Autor(en): **Tanner, Jakob**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Schweizerische Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialgeschichte = Société Suisse d'Histoire Economique et Sociale**

Band (Jahr): **15 (1998)**

PDF erstellt am: **25.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-872003

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Einleitung

Erst im Verlauf der 1980er Jahre wurde der Konsum als Forschungsgegenstand von der Geschichtswissenschaft entdeckt. Rasch zeigte sich, dass die Kategorie «Konsum» gleichsam panoptische Qualität hat, ist sie doch in der Lage, Facetten der modernen Gesellschaft sichtbar zu machen, die bisher ausgeblendet oder unterbelichtet geblieben sind. Zugleich befindet sich die historische Konsumforschung am Schnittpunkt verschiedener neuer Ansätze (Geschlechtergeschichte, historische Anthropologie, Mentalitäten- sowie Umweltgeschichte) und des interdisziplinären Dialogs.

Auch in der Schweiz manifestierte sich seit einigen Jahren ein zunehmendes Interesse an konsumgeschichtlichen Fragestellungen und Forschungsbereichen. Die Tagung zum Thema «Entwicklung der Konsumgesellschaft / Vers une société de consommation», welche die Schweizerische Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialgeschichte (SGWS) Ende Januar 1997 durchführte, wollte also nicht die Rolle eines Kick-off-Seminars spielen. Es ging vielmehr darum, eine Reihe bereits vorhandener Untersuchungen zu präsentieren. Die vier themenzentrierten Workshops, die im Zentrum der Tagung standen, gliedern auch den vorliegenden Sammelband; die vier Teile werden jeweils durch die Workshop-LeiterInnen eingeleitet, so dass sich an dieser Stelle ein Kommentar zu den Beiträgen erübrigt.

Die Konsumtagung der SGWS versuchte, eine Synopsis bereits vorhandener oder fortgeschrittener Forschungsarbeiten anzubieten. Das heisst nicht, dass sie nicht auch eine originäre Funktion zu erfüllen vermochte. Denn gerade in neuen, noch disparaten Forschungsfeldern resultieren wesentliche methodologische und theoretische Impulse aus der unbefangenen Debatte zwischen Historikerinnen und Historikern, die an verschiedenen Universitäten und in verschiedenen Landesteilen mit unterschiedlichen Ansätzen zu unterschiedlichen Themen arbeiten. Es zeigt sich einmal mehr, dass auch angesichts der zunehmend engeren elektronischen Vernetzung die *face-to-face*-Kommunikation innerhalb der *scientific community* alles andere als überflüssig geworden ist. Erst durch die Präsenz einer «kritischen Masse» von Interessierten an einer gemeinsamen Veranstaltung kann nämlich eine kritisch-prospektive Auseinandersetzung mit den Stoffen zustande kommen. Und nur eine solche gewährleistet, dass die Forschung schliesslich dem internationalen *state of the art* zu entsprechen vermag.

*

Die Konsumdiskussion hat sich im Verlauf der vergangenen Dekade in neue theoretische und thematische Dimensionen hineinbewegt. Erst als sich der Fokus der Aufmerksamkeit auf den Konsum hin verlagerte, wurde deutlich, wie sehr sich die moderne Industriegesellschaft bis in die Nachkriegszeit hinein als Arbeitsgesellschaft verstand. Schon der 1996 erschienene SGWS-Sammelband «Arbeit im Wandel / Le travail en mutation» vermittelte einen Eindruck davon, wie sehr der Begriff der «Arbeit» lange Zeit gleichbedeutend war mit der Dominanz der Produktion und der Hegemonie der Männer in Wirtschaft und Politik. Diesen Sphären der Rationalität wurden Konsum und Familie entgegengesetzt. Hier schienen Emotionalität und Imponderabilien vorzuherrschen. Einem maskulinen Bild der rationalisierten, durchstrukturierten Arbeit stand so eine feminine oder, besser, effeminierte Vorstellung des volatilen, unberechenbaren Konsums gegenüber. In der mechanisierten Fabrikproduktion wurde das *primum agens* des gesellschaftlichen Fortschritts gesehen; die von Männern kreierten Maschinen erschienen als Materialisierungen der instrumentellen Vernunft. Demgegenüber schien der Konsum irrational, den Launen des Luxus ausgesetzt und von romantischen Sehnsüchten und einem heimlichen Begehren heimgesucht.
Mit ihrer deutlichen Präferenz für die Arbeit und die Arbeiterbewegung stand auch die moderne Sozialgeschichte unbewusst im Banne dieser dichotomen Werthaltung. Das modernisierungstheoretische Erkenntnisinteresse konzentrierte sich auf Bereiche, in denen Männer dominierten. Die Arbeitsbedingungen in Unternehmen und die Beziehungen zwischen den sozialen Schichten und Klassen waren wichtige Forschungsbereiche. Konsum kam dann ins Blickfeld, wenn es um die Erforschung der Löhne, der Kaufkraft sowie des materiellen Lebensstandards ging und wenn Klassen- und Verteilungskämpfe analysiert wurden. Die Konsumsphäre wurde in der sozialgeschichtlichen Perspektive weitgehend auf ein Epiphänomen reduziert, in dem sich die Tiefenstrukturen gesellschaftlicher Ungleichheit und Klassenspaltung abbildeten. Damit setzte sie sich allerdings mit guten Gründen ab gegenüber den diplomatie- und politikfixierten Auslaufmodellen historischer Interpretation, in denen dem Konsum die Rolle einer luxuriösen Staffage zukam, vor der die bedeutungsschweren Entscheidungsprozesse der Reichen und der Mächtigen narrativ inszeniert wurden.

*

Es könnte als Paradox erscheinen, dass der in den ausgehenden 1960er Jahren einsetzende Aufstieg der «produktionslastigen» Sozialgeschichte innerhalb der akademischen Fachdisziplin ausgerechnet in eine Phase fiel, in der das Zeitalter des Massenkonsums zum breiten Durchbruch gelangte. In der Prosperitätsphase der Nachkriegszeit schlug die «Herrschaft der Mechanisierung» voll auf die

Sphäre des Verbrauchs durch: die rationelle Produktion ermöglichte nun den massenhaften Konsum, und das Mangelsyndrom, das in der Vergangenheit den Klassenkonflikt anheizte, löste sich in einer Mengenkonjunktur der Waren auf. Die produktionskapitalistische Klassengesellschaft schien sich in eine mittelständische Konsumgesellschaft zu transformieren, und die kollektiven Aspirationen der Arbeiterklasse verflüchtigten sich in individuelle Aufstiegserwartungen und familiäre Konsumwünsche. Das war nun aber gerade ein Grund, wieso sich die Kritik der 1968er Bewegung am Konsum kristallisierte. Schon 1957 hatte der zeitdiagnostisch sensibilisierte Jürgen Habermas bemerkt, der Begriff «Konsumkultur» leide an einem inneren Widerspruch, denn er bestehe aus «zwei unverträglichen Elementen»: während nämlich Kultur *per definitionem* kritisch sei, habe der Konsum eine affirmative Schlagseite. Im Verlauf der 1960er Jahre verschärfte sich diese Ablehnung des Konsums. Theorien der Frankfurter Schule legten es nahe, in der kommerzialisierten Massenkultur einen hermetischen Verblendungszusammenhang zu sehen. Aus dieser Sicht konnte erst der Kampf gegen den «Konsumterror» die Vorbedingung für die Rekonstruktion eines revolutionären Subjekts im metropolitanen Kapitalismus schaffen.
Übersehen wurde dabei die der 68er-Gegenkultur selbst inhärente Kommerzialisierungsdynamik und das für den modernen Konsum konstitutive Spannungsfeld zwischen antizipierender Wunscherfüllung und nachfolgender Enttäuschung, das von Colin Campbell in *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism* einprägsam dargestellt wurde. "For Campbell, the historical irony of 1960s counterculture was not its moral sellout to contemporary consumerism but ist moral indebtedness to a centuries-old tradition of hedonistic longing – not Thirtysomething, […] but two-hundred-and-thirtysomething." (Jean-Christoph Agnew in: Brewer/Porter 1993, S. 26.) Die Entdeckung dieser Tiefengeschichte des Konsums ist eng mit dem inzwischen erwachten Interesse der Historikerinnen und Historiker an diesem interdisziplinären, multiperspektivischen Forschungsfeld verbunden.

*

Seither hat sich, wie die in diesem Band versammelten Aufsätze zeigen, die Konsumgeschichte als ungemein innovativer Bereich historischer Untersuchungen erwiesen. Aus der bereits breiten Forschungsliteratur geht hervor, dass damit nicht nur ein neuer Zugang zu bisher kaum benutzten Quellen gefunden wurde, sondern hier auch methodologische Grundfragen und theoretische Positionen mit erfrischender Verve diskutiert werden. *Rational choice* und mentale Prägung, das Spannungsfeld zwischen rationalem Handeln und dem Begehren, das Verhältnis von Kontinuität und Wandel, der *trade off* von Zeit und Geld, *the sex of things* und die Beziehungen zwischen den Geschlechtern, die Wechselwirkungen zwischen

kultureller Praxis und symbolischer Repräsentation, Konsum als Produktion von Lebensstilen sowie der Widerstreit zwischen Konsumexpansion und limitierten Ressourcen: das sind die wichtigsten Stichworte, die fallen, wenn geschichtswissenschaftlich über Konsum debattiert wird. Es gibt heute wenige Diskussionsfelder, die eine so grosse Zahl von relevanten Problemen auf den Plan rufen – und gerade diese Fähigkeit, historische Fragestellungen auf aktuelle Problemlagen zu beziehen, ist es ja, was die Geschichte zu einem faszinierenden Unternehmen macht. In diesem Sinne versteht sich der vorliegende Sammelband weniger als Summe des bereits Geleisteten denn als eine Zwischenbilanz, die neue Perspektiven der Konsumforschung öffnen soll.

JAKOB TANNER

Literaturhinweise

John Brewer, Roy Porter (Hg.), *Consumption and the World of Goods,* London 1993.

Colin Campbell, *The Romantic Ethic and the Spirit of Modern Consumerism,* Oxford 1987.

Gary Cross, *Time and Money. The Making of Consumer Culture,* London 1993.

Victoria de Grazia (with Ellen Furlough), *The Sex of Things. Gender and Consumption in Historical Perspective,* Berkeley 1996.

Ben Fine, Michael Heasman, Judith Wright, *Consumption in the Age of Affluence. The World of Food,* London 1996.

William Leach, *Land of Desire. Merchants, Power and the Rise of a New American Culture,* New York 1993.

Grant McCracken, *Culture and Consumption. New Approaches to the Symbolic Character of Consumer Goods and Activities,* Bloomington 1988.

Daniel Miller (Hg.), *Acknowledging Consumption. A Review of New Studies,* London 1995.

Neil McKendrick, John Brewer, J. H. Plumb, *The Birth of a Consumer Society. The Commercialisation of Eighteenth-century England,* London 1982.

Hannes Siegrist, Hartmut Kaelbe, Jürgen Kocka (Hg.), *Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert),* Frankfurt a. M. 1997.

Werner Sombart, *Liebe, Luxus und Kapitalismus. Über die Entstehung der modernen Welt aus dem Geist der Verschwendung,* Berlin 1992.

Susan Strasser, *Satisfaction Guaranteed: The Making of the American Mass Market,* New York 1989.