

Konsumgesellschaft

1. Auflage 2008. Taschenbuch. 192 S. Paperback

ISBN 978 3 8252 3105 7

Format (B x L): 12 x 18,5 cm

[Weitere Fachgebiete > Geschichte > Kultur- und Ideengeschichte > Sozialgeschichte, Gender Studies](#)

Zu [Inhaltsverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei


DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung beack-shop.de ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.



UTB 3107

Eine Arbeitsgemeinschaft der Verlage

Böhlau Verlag · Köln · Weimar · Wien

Verlag Barbara Budrich · Opladen · Farmington Hills

facultas.wuv · Wien

Wilhelm Fink · München

A. Francke Verlag · Tübingen und Basel

Haupt Verlag · Bern · Stuttgart · Wien

Julius Klinkhardt Verlagsbuchhandlung · Bad Heilbrunn

Lucius & Lucius Verlagsgesellschaft · Stuttgart

Mohr Siebeck · Tübingen

C. F. Müller Verlag · Heidelberg

Orell Füssli Verlag · Zürich

Verlag Recht und Wirtschaft · Frankfurt am Main

Ernst Reinhardt Verlag · München · Basel

Ferdinand Schöningh · Paderborn · München · Wien · Zürich

Eugen Ulmer Verlag · Stuttgart

UVK Verlagsgesellschaft · Konstanz

Vandenhoeck & Ruprecht · Göttingen

vdf Hochschulverlag AG an der ETH Zürich

GRUNKURS NEUE GESCHICHTE

Herausgegeben von Manfred Hettling, Martin Sabrow
und Hans-Ulrich Thamer

Die Bände der Reihe GRUNKURS NEUE GESCHICHTE eignen sich als Grundlage und Arbeitsmaterial für Veranstaltungen des Studiums der Geschichte und ihrer Nebenfächer. Die Reihe bietet problemorientierte Einführungen in historische Fragestellungen, Epochen, Theorien und Probleme. Ergänzt wird die Darstellung durch Quellen, Zeittafeln und ausführliche, kommentierte Literaturhinweise.

Unterrichtsmaterial für Lehrende, zusätzliche Quellen, kommentierte Literaturhinweise und Materialien zum Thema des jeweiligen Buches sind unter **www.grundkurs-neue-geschichte.de** zu finden.

Christian Kleinschmidt

Konsumgesellschaft

Vandenhoeck & Ruprecht

Dr. Christian Kleinschmidt ist Professor für Neuere Geschichte mit dem Schwerpunkt Zeitgeschichte an der Universität Paderborn.

Mit 9 Tabellen

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© 2008, Vandenhoeck & Ruprecht GmbH & Co. KG, Göttingen

Internet: www.v-r.de

ISBN 978-3-525-03714-0

Alle Rechte vorbehalten. Das Werk und seine Teile sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung in anderen als den gesetzlich zugelassenen Fällen bedarf der vorherigen schriftlichen Einwilligung des Verlages. Hinweis zu § 52a UrhG: Weder das Werk noch seine Teile dürfen ohne vorherige schriftliche Einwilligung des Verlages öffentlich zugänglich gemacht werden. Dies gilt auch bei einer entsprechenden Nutzung für Lehr- und Unterrichtszwecke.

Printed in Germany.

Umschlaggestaltung: Atelier Reichert, Stuttgart

Satz: Daniela Weiland, Göttingen

Druck und Bindung: Hubert & Co., Göttingen

UTB Bestellnummer

ISBN 978-3-8252-3105-7

Inhalt

I.	Einleitung: Begriffe und Dimensionen	7
	1. Konsum, Konsumgesellschaft, Konsumtionsregime	7
	2. Stände, Klassen, Geschlecht, Alter	17
	3. Zeitliche Dimension der Konsumgesellschaft	32
	4. Orte, Wege und Kommunikation des Konsums . . .	34
II.	Bereiche	41
	1. Ernährung	41
	2. Kleidung	44
	3. Haushalt und Wohnen	48
	4. Freizeit und Kultur	52
III.	Proto-Konsumgesellschaft (16.–19. Jahrhundert) . . .	58
	1. Konsum im »modernen Weltsystem«	58
	2. »Liebe, Luxus und Kapitalismus«	64
	3. Kolonialwaren	68
IV.	Kaiserreich:	
	Konsumgesellschaft als Klassengesellschaft	72
	1. Daseinsvorsorge als Voraussetzung der Konsumgesellschaft	72
	2. Zwischen Konsumgenossenschaft und Konsumtempel	80
	3. Kneipe, Kientopp, Jahrmarkt	85
V.	Weimarer Republik:	
	»Take-off« der modernen Konsumgesellschaft	91
	1. »Munizipalsozialismus« und Privathaushalte – Konsum im Wohlfahrtsstaat	91

6	Inhalt	
	2. Von der Reklame zur Werbung	98
	3. Film, Musik, Reisen – Die »goldenen 20er Jahre«?	104
VI.	Nationalsozialismus:	
	Pseudo-Massenkonsumgesellschaft	110
	1. Konsumlenkung	110
	2. Die Einzelhandelsdebatte	116
	3. Volksprodukte:	
	Vom Volksempfänger zum Volkswagen	118
	4. Reisen mit »Kraft durch Freude«	125
VII.	Bundesrepublik Deutschland:	
	Durchbruch zur Massenkonsumentengesellschaft	131
	1. Von der Rationierung zum »kleinen Wohlstand«	131
	2. Die Wirtschaftswunderwellen	136
	3. Revolutionierung des Verkaufs:	
	Supermarkt und Shopping-Mall	145
	4. Marktforschung, Werbung, Marketing	148
	5. Kritik der Konsumentengesellschaft:	
	Umwelt- und Verbraucherschutz	152
VIII.	DDR: Mangel- oder Konsumentengesellschaft?	163
	1. Vom Primat der Produktion zum »Neuen Kurs«	163
	2. »Schaufenster des Sozialismus« –	
	Massenkonsum in der DDR	168
	3. Orientierung am Westen und Niedergang	
	der DDR-Konsumentengesellschaft	178
	Auswahlbibliographie	183

I. Einleitung: Begriffe und Dimensionen

1. Konsum, Konsumgesellschaft, Konsumtionsregime

Noch bis in die Mitte der 1990er Jahre galt die Konsumgeschichte weithin als Desiderat. Das hat sich seitdem deutlich verändert. Es gibt inzwischen zahlreiche Einzeldarstellungen und Sammelbände zum Thema, doch die Diffusion der Begriffe *Konsum* und *Konsumgesellschaft* in große Überblicksdarstellungen verläuft deutlich langsamer. Konsum und Konsumgesellschaft sind Begriffe und damit »mehr als bloße Wortbedeutungen«. Sie erfüllen die Kriterien, die Reinhart Koselleck historischen Grundbegriffen zuschreibt, indem sie viele einzelne Bedeutungen zusammenschließen, sich nicht auf überzeitliche Probleme und Ideen festlegen lassen, Jahrhunderte alte Erfahrungen speichern, unterschiedliche zeitliche Wertungen besitzen und auch umstritten sind. Dies alles trifft auf die Begriffe Konsum und Konsumgesellschaft zu, und doch sind sie im umfassendsten Werk der Begriffsgeschichte, den »Geschichtlichen Grundbegriffen«, nicht aufzufinden.¹ Dies mag damit zusammenhängen, dass es sich hier um ein »Lexikon der politisch-sozialen Sprache« handelt, wobei jedoch zugleich erstaunt, dass Konsum und Konsumgesellschaft offensichtlich nicht als Teil davon betrachtet werden. Auch im »Handwörterbuch zur Gesellschaft Deutschlands« findet man beide Begriffe vergebens,² wohingegen in den »Grundbegriffen der Soziologie« Konsum als ein in der Wirtschaftssoziologie »mehrschichtig verwendeter Begriff« definiert wird, »der sich auf Verbrauch und Nutzung von Gütern und Dienst-

1 Reinhart Koselleck, Begriffsgeschichte, in: Lexikon Geschichtswissenschaft. Hundert Grundbegriffe, hg. von Stefan Jordan, Stuttgart 2002, S. 40–44; Geschichtliche Grundbegriffe. Historisches Lexikon der politisch-sozialen Sprache in Deutschland, hg. von Otto Brunner u. a., 9 Bde., 1972–1997.

2 Bernhard Schäfers/Wolfgang Zapf (Hg.), Handwörterbuch zur Gesellschaft Deutschlands, Opladen 1998.

leistungen vorwiegend durch Haushalte als Wirtschaftseinheiten bezieht. Konsum ist demnach einmal eine Verhaltensweise von Konsumenten, die eine Art Einkommensverwendung – im Gegensatz zum Sparen – und zugleich einen Entscheidungsakt (Kauf) für eine bestimmte ›Ware‹ beinhaltet. Materiell und wertmäßig entspricht diesem Vorgang die Marktentnahme von Gütern und die Inanspruchnahme von Diensten.³ Hier wird also vornehmlich auf ökonomische Kriterien verwiesen, wobei die im engeren Sinne wirtschaftswissenschaftlichen Definitionen von Konsum zumeist sehr spartanisch gehalten sind. Privater Konsum gilt als die »Ausgabensumme der privaten Haushalte für Güter und Dienstleistungen«⁴ bzw. als »Verbrauch oder Nutzung (Gebrauch) materieller und immaterieller Güter durch Letztverwender«⁵ Etwas ausführlicher ist das Handwörterbuch der Wirtschaftswissenschaften. Dort heißt es: »Unter Konsum versteht man den Verzehr von Leistungen knapper Güter zum Zweck der Bedürfnisbefriedigung eines Endverbrauchers. Je nach dem Typus des Endverbrauchers unterscheidet man dabei zwischen privatem und staatlichem Konsum. Handelt es sich bei dem Endverbraucher um ein (rechtlich selbständiges) privates Wirtschaftssubjekt als Einzelperson oder als Zusammenschluss mehrerer Individuen, dann spricht man von dem Konsum eines privaten Haushalts. Als öffentlichen Konsum bezeichnet man den Eigenverbrauch aller Gebietskörperschaften, wobei die Bewertungsproblematik öffentlicher Leistungen teils nur eine arbiträre Abgrenzung gegenüber den öffentlichen Investitionen erlaubt«⁶ Hier wird also mit der Betonung auf den »Verzehr knapper Güter« einerseits auf dezidiert ökonomische Aspekte hingewiesen wie auch auf den eher soziologischen bzw. anthro-

3 Hans Joachim Klein, Konsum, in: Bernhard Schäfers (Hg.), Grundbegriffe der Soziologie, Opladen 2000, S. 190.

4 Alfred Kyrer/Walter Penker, Volkswirtschaftslehre. Grundzüge der Wirtschaftstheorie und -politik, München 2000, S. 221.

5 Gabler Wirtschaftslexikon, 1997, Bd. 5, I–K, S. 2219.

6 Artikel »Konsumfunktionen«, in: Handwörterbuch der Wirtschaftswissenschaften, Bd. 4, Stuttgart 1978, S. 514.

pologischen Aspekt der »Bedürfnisbefriedigung«. Aus technik-historischer Sicht schließlich steht Konsum, »als komplementärer Begriff zur Produktion – für den Zweck wirtschaftlichen Schaffens, gleichzeitig aber auch für die ganze Fülle von Alltags- und Freizeithandlungen, welche die Lebensform der Moderne ausmachen«. ⁷ Technik gilt dabei als die Voraussetzung für Produktionssteigerungen und -verbilligungen wie für eine Erhöhung der Einkommen und eine Ausweitung der Freizeit. Diese »materiellen Grundlagen der Konsumgesellschaft« werden explizit mit der Moderne in Verbindung gebracht, wobei vorausgesetzt wird, »dass die Mehrheit der Bevölkerung an neuartigen Formen des Konsums teilhatte ...«. ⁸

Je nach wissenschaftlicher Fachrichtung und zeitlicher Einordnung werden anscheinend unterschiedliche Aspekte von Konsum in den Mittelpunkt gestellt. Insofern spricht einiges dafür, sich den Begriffen Konsum und Konsumgesellschaft, zusätzlich zu den oben genannten Definitionen, begriffsgeschichtlich zu nähern.

Der lateinische Begriff »consumere« bezeichnete bereits in der Antike neben dem Verbrauch und der Verwendung von Gegenständen und deren Beseitigung auch verschiedene Formen der Veräußerung. Im Mittelalter scheint es dann keinen Begriff für den Verbrauch oder die Grundversorgung mit Nahrung, Kleidung und Wohnen im Sinne des »Konsums« mehr gegeben zu haben. Die Frühe Neuzeit knüpfte schließlich wieder an den Begriff »consumere« an. In der merkantilistischen Wirtschaftstheorie steht »consumieren« für verbrauchen und verzehren, wobei der merkantilistische Staat ein Interesse an der Besteuerung der verzehrten Waren hatte, wie es etwa anhand des Begriffs der »Consumptions-Accise« im 18. Jahrhundert deutlich wird. ⁹ Mit dem Hinweis darauf kam spätestens in der Frühen

⁷ Wolfgang König, *Geschichte der Konsumgesellschaft*, Stuttgart 2000, S. 7.

⁸ Ebd., S. 8.

⁹ Ulrich Wyrwa, *Consumption, Konsum, Konsumgesellschaft. Ein Beitrag zur Begriffsgeschichte*, in: Hannes Siegrist/Hartmut Kaelble/Jürgen Kocka (Hg.),

Neuzeit ein weiterer konsumrelevanter Faktor ins Spiel, nämlich der Staat, der nicht nur selbst als Konsument auftreten konnte, sondern vor allem auch den hier interessierenden privaten Konsum über Steuern und Abgaben beeinflusste. Dies gilt auch für soziale Zwänge und religiöse oder weltanschauliche Aspekte, die erheblichen Einfluss auf den Konsum und die Konsumgesellschaft gewannen. Schließlich spielen nicht nur objektive, sondern auch subjektive Fragen der Wahrnehmung und des Wissens, der Ästhetik, des Erlebens, der Identitätsbildung und der Kommunikation eine wichtige Rolle für die Entwicklung des Konsums und der Konsumgesellschaft.¹⁰ Schon der merkantilistische Begriff der »Consumption« bezeichnete weit mehr als den Verbrauch, sondern umfasste zugleich auch die Verteilung, den Handel sowie die Gesamtheit der marktwirtschaftlichen Beziehungen zwischen den Ständen.¹¹

Dabei wird deutlich, dass die Begriffe Konsum und Konsumgesellschaft in ihrer historischen Dimension nicht allein Aspekte der Bedürfnisbefriedigung, des Verbrauchs und Verzehrs knapper Güter und eine produktionsbedingte Ausweitung der Wahlmöglichkeiten berücksichtigen sollten, sondern auch die politisch und gesellschaftlich bedingten Einschränkungen und Lenkungen des Konsums in Form von Steuern und Abgaben, religiösen Vorgaben und Verboten oder ständischen Ordnungen. Der Konsum und die Konsummöglichkeiten sind für einen Groß-

Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert), Frankfurt 1997, S. 747f.

10 Michael Prinz, Einführung, in: ders. (Hg.), *Der lange Weg in den Überfluss. Anfänge und Entwicklung der Konsumgesellschaft seit der Vormoderne*, Paderborn 2003, S. 4; ders., »Konsum« und »Konsumgesellschaft« – Vorschläge zu Definition und Verwendung, in: ders. (Hg.), *Der lange Weg*, S. 24; Andreas Holzem, Religiöse Prägungen des Konsumverhaltens in frühneuzeitlichen Dorfgesellschaften. Das Beispiel des Fürstbistums Münster, in: Prinz (Hg.), *Der lange Weg*, S. 84; Lynn Abrams, Freizeit, Konsum und Identität deutscher und britischer Arbeiter vor dem Ersten Weltkrieg, in: Siegrist/Kaelble/Kocka (Hg.), *Europäische Konsumgeschichte*, S. 268.

11 Roman Sandgruber, *Die Anfänge der Konsumgesellschaft. Konsumgüterverbrauch, Lebensstandard und Alltagskultur in Österreich im 18. und 19. Jahrhundert*, München 1982, S. 11.

teil der Bevölkerung (z. T. bis in die Gegenwart) eingeschränkt durch materielle, soziale, kulturelle oder zeitliche Zwänge (vor allem in der Frühen Neuzeit) sowie durch eine geringe Marktintegration.

Bis weit ins 19. Jahrhundert hinein wurden in einer agrarisch dominierten Gesellschaft vor allem diejenigen Güter konsumiert, die in den privaten Haushalten auch selbst produziert wurden. Es herrschte ein hoher Grad an Selbstversorgung. Subsistenzwirtschaft und Autarkie existierten insbesondere bei der Befriedigung der Grundbedürfnisse wie Nahrung, Kleidung und Wohnen.¹² Die Versorgungslage und damit die Verfügung über monetäre und geldwerte Mittel als Basis der Güterversorgung änderte sich im 19. Jahrhundert. Über den Markt erzielte Einkommen aus unselbständiger Arbeit (»marktgerichteter Versorgungsanteil«) machten zu Beginn des 20. Jahrhunderts schließlich über 90 % der Haushaltseinkommen aus, während der subsistenzwirtschaftliche Anteil (»haushaltsorientierter Versorgungsanteil«) nur noch bei 3 %, ergänzt durch staatliche Transferleistungen (»bürokratiebezogener Versorgungsanteil«, z. B. Altersrenten) bei ca. 6 % lag.¹³

Im Zuge der Industrialisierung kam es schließlich nicht nur zu einer signifikanten Ausweitung der Produktion und zur Marktintegration sowie zum Übergang von der Selbst- zur Fremdversorgung, sondern auch zu einer Loslösung des Konsums von den Existenz sichernden Funktionen hin zu sozialpsychologischen Aspekten wie Prestige und Individualität¹⁴. »Unter Konsumgesellschaft wird dabei ein sozialer Zusammenhang verstanden, in dem ein bestimmtes Warensortiment einer auf bestimmte so-

12 Heinz-Gerhard Haupt, S. 38.

13 Erich Wiegand, Der private Verbrauch im Spiegel von Haushaltsrechnungen. Versorgungslagen privater Haushalte zu Beginn des 20. Jahrhunderts, in: Toni Pierenkemper (Hg.), Haushalt und Verbrauch in historischer Perspektive. Zum Wandel des privaten Verbrauchs in Deutschland im 19. und 20. Jahrhundert, St. Katharinen 1987; S. 26–31, 36.

14 Ariane Stihler, Die Entstehung des modernen Konsums. Darstellung und Erklärungsansätze, Berlin 1998, S. 11.

ziale Schichten begrenzten Verbraucherschicht zur Verfügung steht, die Waren für die Definition ihrer gesellschaftlichen Rolle und zur individuellen Selbstdarstellung nutzen«, während in der Massenkonsumgesellschaft »immer größere Mengen an Konsumgütern einem zunehmend größeren Bevölkerungsteil zugänglich gemacht« werden.¹⁵ Hier werden Massenprodukte für Konsumentenmassen hergestellt. Damit dies nicht allein als quantitativer Prozess verstanden wird, gilt es, sowohl die ökonomischen, gesellschaftlichen als auch politischen und kulturellen Prägungen des Konsums zu berücksichtigen.

Der Weg zur Konsumgesellschaft war kein linear verlaufender Prozess der Expansion und der Partizipation von Konsummöglichkeiten, vielmehr gab es im Zeitverlauf und vor dem Hintergrund unterschiedlicher Gesellschaftssysteme auch unterschiedliche Formen politischer und ökonomischer Regulierung sowie sozialer und kultureller Prägung und Restriktionen in der Frühen Neuzeit, dem Kaiserreich, der Weimarer Republik, dem Nationalsozialismus und den beiden deutschen Staaten der Nachkriegszeit. Man könnte deshalb mit Blick auf die Geschichte der Konsumgesellschaft von unterschiedlichen Konsumkulturen oder von Consumerism¹⁶ bzw. – in Anlehnung an den Begriff des Produktionsregimes – von Konsumtionsregimes sprechen.¹⁷

Methodisch gesehen handelt es sich bei dieser Einführung um einen klassischen sozial- und wirtschaftshistorischen Zugang zum Thema Konsumgesellschaft. Die unterschiedlichen Ausprägungen von Konsumgesellschaft von der Frühen Neuzeit bis zur Gegenwart widerspiegeln unterschiedliche Zugänge und Partizipationsmöglichkeiten von Ständen, Klassen und Schichten sowie

15 Ebd., S. 27

16 Christoph Deutschmann, Anglo-amerikanischer Consumerism und die Diskussion über Lebensstile in Deutschland, in: Volker R. Berghahn/Sigurt Vitolis (Hg.), Gibt es einen deutschen Kapitalismus. Tradition und globale Perspektiven der sozialen Marktwirtschaft, Frankfurt 2006, S. 154–165.

17 David Soskice, Globalisierung und institutionelle Divergenz: Die USA und Deutschland im Vergleich, in: GG 25 (1999), S. 203; Gunnar Trumbull, National Varieties of Consumerism, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte 2006/1, S. 91f.

Konsum meint den Verzehr und Verbrauch materieller und immaterieller Güter und Dienstleistungen durch den Endverbraucher.

In einer **Konsumgesellschaft** erfolgt der Verbrauch und Verzehr von Gütern und Dienstleistungen über die Bedürfnisbefriedigung hinaus. Dies setzt Wahlmöglichkeiten und eine ausreichende Produktion der Angebotsseite voraus. Die Konsumgüter und Dienstleistungen sind einem Großteil der Bevölkerung durch zunehmende Marktintegration zugänglich.

Unter einem **Produktionsregime** wird die Organisation der Produktion durch Märkte oder marktähnliche Institutionen verstanden. Im Mittelpunkt steht die Organisation der gegenseitigen Beziehungen der Akteure auf der Mikroebene, Unternehmen, Verbraucher, Arbeitnehmer oder Kapitaleigner, vor dem Hintergrund bestimmter Anreize und Beschränkungen. Dabei geht es vor allem um die Angebotsseite der Wirtschaft.

Das **Konsumtionsregime** betrifft es in erster Linie die Konsum- und Nachfrageseite, die Verbraucher und deren soziale Strukturen, die Beziehungen zwischen unterschiedlichen Akteuren, kulturelle Prägungen des Konsums, Märkte und Organisationen, politische Regulierung und staatliche Intervention, technische und Kommunikationsstrukturen sowie den (nationalen und internationalen) institutionellen Rahmen des Konsums.

der Geschlechter und Generationen am Konsum. Dies soll ebenso dargestellt werden wie die in allen Gesellschaftssystemen deutlich ausgeprägte, jedoch stark variierende Rolle des Staates bzw. der öffentlichen Hand sowie ordnungspolitische Aspekte der Konsumgesellschaft. Dazu eignet sich der Begriff des Produktionsregimes. Für die einzelnen Epochen ergeben sich bestimmte Schwerpunktsetzungen. Charakteristisch für die Proto-Konsumgesellschaft der Frühen Neuzeit ist etwa die zunehmende Internationalisierung des Konsums bei gleichzeitiger staatlicher Regulierung des Außenhandels und des Konsumgütergewerbes einerseits sowie starke Einschränkungen des Konsums durch

ständische Restriktionen. Auch im Kaiserreich hatte nur ein kleiner Teil der Bevölkerung Zugang zu Konsumgütern, die über die Befriedigung von Grundbedürfnissen hinaus ein angenehmes Leben ermöglichten. Nicht zu unterschätzen ist jedoch die Tatsache, dass im Zuge des sich entwickelnden Sozialstaates und der Kommunalisierung mit entsprechenden Maßnahmen der »Daseinsvorsorge«, mit der Bereitstellung von Wasser und Energie, die aus heutiger Sicht »Selbstverständlichkeiten«¹⁸ darstellen, erst die wesentlichen Voraussetzungen und Bedingungen für die Entwicklung der Massenkonsumgesellschaft geschaffen wurden. Dies spielt auch noch in Form des »Municipal-sozialismus« in der Weimarer Republik eine zentrale Rolle und wird dementsprechend im vorliegenden Band besonders betont. In der ersten Demokratie auf deutschem Boden deutete sich die Massenkonsumgesellschaft, wie sie sich in ausgeprägter Form zeitgleich in den USA zeigte, zumindest für ein paar »goldene Jahre« an, und scheiterte zugleich an den mangelnden Voraussetzungen zu ihrer dauerhaften Durchsetzung. Den Anspruch einer modernen Konsumgesellschaft erhob mit viel propagandistischem Aufwand das NS-Regime, und höhnte ihn zugleich durch die Unterordnung konsumgesellschaftlicher unter rüstungswirtschaftliche Interessen und die Ausgrenzung »Gemeinschaftsfremder« aus. So blieb es bei einer Pseudo-Konsumgesellschaft, in der Anspruch und Wirklichkeit weit auseinander klafften. Erst in der Bundesrepublik gelang der Durchbruch zur Massenkonsumgesellschaft, wenn auch, wie es inzwischen Konsens in der Forschung ist, deutlich später als es der Begriff des »Wirtschaftswunders« vermuten lässt. Charakteristisch für die Entwicklung der Konsumgesellschaft in der Bundesrepublik sind die Ungleichzeitigkeiten, der schichtenspezifisch gestaffelte und zeitversetzte Zugang zum Massenkonsum. Ein weiteres Merkmal ist die amerikanische Leitbildfunktion der Konsum-

18 Klaus Wisotzky/Michael Zimmermann (Hg.), Selbstverständlichkeiten. Strom, Wasser, Gas und andere Versorgungseinrichtungen. Die Vernetzung der Stadt um die Jahrhundertwende, Essen 1997.

gesellschaft sowie die ab den 1960er Jahren wachsende Kritik an deren Auswüchsen, die zugleich für ein hohes Maß an Selbstreflexion innerhalb der Gesellschaft spricht. Genau dies war in der DDR offiziell kaum möglich. Gleichwohl war die Entwicklung zur Massenkonsumgesellschaft auch dort von massiver Kritik begleitet, die sich seit Gründung der DDR auf Fragen der quantitativen und qualitativen Mängel der Konsumgüterversorgung – insbesondere im Vergleich zum Westen – konzentrierte. Dieser war zugleich Ansporn und Verhängnis der DDR-Konsumgesellschaft wie des Gesellschaftssystems insgesamt. Dementsprechend sollen einerseits die Merkmale und Ansprüche der »Sozialistischen Konsumgesellschaft«, andererseits die Gründe für den Niedergang der DDR mit Blick auf den Konsum belichtet werden.

Im Aufbau des Bandes folgt neben diesem einführenden Kapitel über die Begriffe und Dimensionen der Konsumgesellschaft zunächst ein weiteres Querschnittskapitel, welches auf die zentralen Bereiche des Konsums eingeht, die sich in den weiteren, chronologische orientierten Kapiteln jeweils wiederfinden. Nicht alle Faktoren der Konsumgesellschaft können in einem Einführungsband ausführlich und in allen Details berücksichtigt werden. In den Epochenkapiteln werden deshalb Schwerpunkte gesetzt, die charakteristische Ausprägungen der einzelnen Konsumgesellschaften im oben genannten Sinne aus sozial- und wirtschaftshistorischer Perspektive hervorheben. Kulturalistische Aspekte von Konsum und Konsumgesellschaft, angefangen von Fragen des Lebensstils, der Symbolik des Konsums über Konsumdiskurse bis hin zu subjektiven Faktoren der Wahrnehmung, Orientierung und Einstellungen spielen nur eine untergeordnete Rolle. Eine lohnende Frage böte gleichwohl diejenige nach Zusammenhängen zwischen Konsumtionsregimes und Konsummentalitäten. Sie ginge jedoch weit über das Erkenntnisinteresse dieses Überblicks hinaus und würde den Rahmen einer Einführungsdarstellung sprengen.

Der vorliegende Band kann sich auf inzwischen umfangreiche Forschungen zur Konsumgeschichte stützen. Dies gilt vor

allem für die Darstellung von Wolfgang König, der seine »Geschichte der Konsumgesellschaft« insbesondere in vergleichender Perspektive in Richtung USA für die Zeit des 19. und 20. Jahrhunderts verfasst hat,¹⁹ sowie für diverse Sammelbände mit sehr informativen Detailstudien zu ganz unterschiedlichen Themen der Konsumgesellschaft von der Vormoderne bis ins 20. Jahrhundert.²⁰ Darüber hinaus gibt es zahlreiche Spezialuntersuchungen zur Geschichte von Luxus und Genussmitteln, von Werbung und Haushaltsgeräten, von schichten- und geschlechterspezifischem Konsum sowie zur Entwicklung der Konsumgesellschaft im Nationalsozialismus, der Bundesrepublik und der DDR. Entsprechende Überblicksdarstellungen über die Weimarer Republik, das Kaiserreich und die vormoderne Zeit sind ein Desiderat.²¹

Dieses Buch möchte deshalb einen Überblick über in die langfristige Entwicklung der Konsumgesellschaft von der Frühen Neuzeit bis zur Gegenwart liefern. Ich bin mir der Tatsache bewusst, dass eine solch knappe Darstellung notwendigerweise Lücken aufweist. Ich hoffe zugleich, dass der Aufbau des Bandes, die Überblickskapitel und die jeweilige Schwerpunktbildung insbesondere Studienanfängern der Geschichtswissenschaft einen informativen und anregenden Einstieg in die Konsumgeschichte ermöglicht.

Das Buch ist meinen Eltern gewidmet, die als Zeitzeugen drei Phasen der deutschen Konsumgesellschaft erlebt haben, von der Weimarer Republik über den Nationalsozialismus bis zur Bundesrepublik; meiner Mutter, die ihren ersten elektrischen Kühlschrank in den 1950er Jahren noch liebevoll gestreichelt hat (s. S. 139), und meinem Vater, der ihn, in klassischer Geschlechterrollenaufteilung, gekauft hat.

19 Wolfgang König, *Geschichte der Konsumgesellschaft*, Stuttgart 2000.

20 Stellvertretend seien hier genannt: Siegrist/Kaelble/Kocka (Hg.), *Europäische Konsumgeschichte* und Michael Prinz (Hg.), *Der lange Weg in den Überfluss. Anfänge und Entwicklung der Konsumgesellschaft seit der Vormoderne*, Paderborn 2003.

21 Ein ausführliches Literaturverzeichnis findet sich unter www.utb-stuttgart.de/3105_Literatur.pdf, ausgewählte Quellen finden sich unter www.utb-stuttgart.de/3105_Quellen.pdf.

2. Stände, Klassen, Geschlecht, Alter

Gesellschaften sind komplexe Gebilde, die sich in unterschiedliche soziale Gruppen untergliedern. Sozial relevante Merkmale sind dabei u. a. Besitz und Einkommen, Ausbildung und Beruf, Geschlecht und Alter sowie kulturelle Normen, Orientierungen und Werthaltungen. Es gibt in den Sozialwissenschaften zahlreiche, z. T. auch divergierende, Modelle und Theorien, die die Sozialstruktur einer Gesellschaft sowie Fragen der sozialen Ungleichheit abbilden und analysieren.²² Weitgehend Einigkeit besteht darin, die frühneuzeitliche Gesellschaft bis ins späte 18. und frühe 19. Jahrhundert als Ständegesellschaft zu bezeichnen und mit der einsetzenden Industrialisierung und der Durchsetzung der Marktwirtschaft im 19. Jahrhundert von der Umwandlung der Stände- in eine Klassengesellschaft zu sprechen, während im 20. Jahrhundert eher von einer Schichtengesellschaft, in der zweiten Hälfte des Jahrhunderts zunehmend auch von sozialen Lagen, sozialen Milieus sowie von einer Pluralisierung der Lebensstile die Rede ist.²³

Die zunehmende gesellschaftliche Komplexität spiegelt sich auch in komplexer werdenden Konsummustern und -verhaltensweisen. In der auf Geburtsprinzipien beruhenden Ständegesellschaft, die sich durch scharf getrennte Personen-, Berufs- und Rechtsbeziehungen auszeichnete, verfügten etwa der Adel und Teile des Bürgertums über umfangreiche Konsummöglichkeiten, angefangen von einem breiten und hochwertigen Lebensmittelangebot über wertvolle Kleidung bis hin zu repräsentativen Wohnungseinrichtungen (Porzellan, Möbel, Keramik, Teppiche, Schmuck etc.) und hatten darüber hinaus die Möglichkeit zur Wahrnehmung eines breiten kulturellen Angebots wie Theater und Oper, Musik, Mode und Reisen. Eine solche »standes-

22 Richard Münch, *Soziologische Theorie*, Frankfurt 2002; Julius Morel, *Soziologische Theorie. Abriss der Ansätze ihrer Hauptvertreter*, München, Wien 1997; Rainer Geissler, *Die Sozialstruktur Deutschlands*, Opladen 1997.

23 Geissler, *Sozialstruktur*, S. 69–89.