

H-Net Reviews

in the Humanities & Social Sciences



Hannes Siegrist, Hartmut Kaelble, Jürgen Kocka. *Europäische Konsumgeschichte: Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert)*. Frankfurt am Main: Campus Verlag, 1997. 815 S. DM 148,00 (gebunden), ISBN 978-3-593-35754-6.

Reviewed by Angela Schwarz (FB 1 Geschichte, Gerhard-Mercator-Universität - GH Duisburg)

Published on H-PCAACA (August, 1998)



Konsum und Konsumieren sind so vertraute Erscheinungen unseres Alltags, dass wir zunächst keine Schwierigkeit darin vermuten, sie zu erklären. Konsumieren, so die naheliegende Erläuterung, heisst, Waren zu kaufen, zu ge- und verbrauchen. Aufgrund der technischen und wirtschaftlichen Möglichkeiten ist es in unserem Jahrhundert zu einem Massenphänomen aufgestiegen. Konsum bezeichnet über den eigentlichen Vorgang hinaus jedoch ebenso die "Diskurse, Empfindungen, Beziehungen, Rituale, Formen der Geselligkeit und Vergesellschaftung" (S. 16), die mit dem Konsumieren von Gütern verbunden sind. Aber selbst mit diesen Aspekten aus den Bereichen des Wirtschaftlichen und des Sozialen ist Konsum noch lange nicht hinlänglich beschrieben. Welche Vielfalt von Merkmalen, Handlungs- und Bedeutungsebenen sich an diesen kulturellen Faktoren knüpfen, macht ein Sammelband deutlich, der sich mit verschiedenen Bereichen der Geschichte des Konsums in Europa seit dem 18. Jahrhundert beschäftigt. Hervorgegangen sind die einzelnen Artikel aus den Beiträgen zu zwei internationalen und interdisziplinären Tagungen, die die Arbeitsstelle für Vergleichende Gesellschaftsgeschichte der Freien Universität Berlin 1994 durchführte.

Von der Prämisse ausgehend, dass Konsumgeschichte eine Brücke zwischen den neuen Tendenzen der kulturgeschichtlichen Forschung und der Gesellschaftsgeschichte bilden, letztlich als Ergänzung und Erweiterung der Gesellschaftsgeschichte dienen kann, haben die Autorinnen und Autoren in ihrer Betrachtung einzelner Facetten des Themas sozialhistorische Fragestellungen und Ansätze in den Mittelpunkt gestellt. Zwei Leitfragen, die die gesellschaftliche bzw. sozio-kulturelle Dimension des Konsums betonen, und das Ziel, ein Bild des mo-

dernen Konsums entwerfen zu wollen, um so zu neuen Erkenntnissen über die moderne europäische Gesellschaft, Wirtschaft, Politik und Kultur zu gelangen, bilden die Klammer für insgesamt 32 Beiträge (die Einleitung eingeschlossen) in 6 thematischen Abschnitten. Unter der Überschrift "Konsumgesellschaften und Konsumkulturen. Typen, Strategien und Diskurse" werden, um nur drei Beispiele herauszugreifen, so unterschiedliche Themen wie die Bedeutung der frühneuzeitlichen Konsumgeschichte für die moderne (John Brewer), der Einfluss des amerikanischen (Konsum-)Modells auf die Kulturen in Europa (Victoria de Grazia) und die staatliche Unterbindung bzw. Lenkung des Konsums in den kommunistischen Ländern Osteuropas (Stephan Merl) behandelt. Die inhaltliche Variationsbreite spiegelt sich gleichermassen in den Abschnitten über "Klassenkulturen und Demokratisierung des Konsums", "Die Ungleichheit der Geschlechter vor dem Konsum", "Geschmack, Inszenierung und Rationalisierung", "Kleinhandel, Warenhaus und Konsumgenossenschaft" und über "Traditionelle und moderne Kritik der Konsumgesellschaft", so dass sich der Leserschaft tatsächlich jene Vielfalt von ökonomischen, wirtschaftlichen, gesellschaftspolitischen, individual- und sozialpsychologischen, technologischen und kulturellen Themen erschliesst, die die Geschichte des Konsums seit dem 18. Jahrhundert umfasst.

Nicht wenige Beiträge sind nicht nur interessant und anregend, sondern geradezu spannend. Ich rechne dazu besonders Neil McKendricks Ausführungen über den Niederschlag, den "Luxus, Neid und soziale Nachahmung" in der englischen Literatur des 18. Jahrhunderts gefunden haben, und Gunilla-Friederike Buddes Untersuchung über das Bild der Hausfrau im deutschen und

englischen Buerkertum im 19. und 20. Jahrhundert. Auf der Grundlage der sich im 19. Jahrhundert rasch ausweitenden Ratgeberliteratur, die parallel zum Eindringen der Naturwissenschaften in den Alltag der Menschen fundierte Kenntnisse und effizientes Handeln auch in der privaten Haushaltsfuehrung zum Massstab erhob, arbeitet die Autorin fuer die deutsche Seite das Bild der tuechtigen, zupackenden Hausfrau, fuer die englische das der "mistress of the household" heraus (S. 431). Ueber den Erfolg eines nach innen und aussen gut funktionierenden Haushaltes hinaus sollte die sachkundige Leitung des "Kleinunternehmens Haushalt" in Grossbritannien den Frauen dadurch noch einen zusaetzlichen Anreiz bieten, dass sie sich auf diese Weise Freiraeume fuer, wie es 1893 in einem Artikel hiess, "higher intellectual flights" (S. 440) schaffen konnten. Damit ist erst wenig gesagt ueber einen von vielen weiteren erwaehnungswerten Beitraegen, die dieser vielschichtige und materialreiche Band enthaelt.

Ich moechte jedoch auch einige kritische Bemerkungen an fuegen. Man kann Hannes Siegrists Aussage in seiner Einleitung, der Band lasse die Hauptthemen der Konsumgeschichte erkennen, sicherlich zustimmen. Kontrovers zu diskutieren, ist dagegen seine Ansicht, es lasse sich bereits eine europaeische Konsumgeschichte vom 18. bis zum 20. Jahrhundert schreiben (S. 19). Der vorlie-

gende Sammelband, eher eine Bestandsaufnahme des aktuellen Forschungsstandes und eine Zusammenstellung der vielfach noch bestehenden Forschungsluecken, bietet die Gesamtdarstellung zumindest nicht-wie auch der Untertitel andeutet. Hilfreich waere eine, und sei es auch nur vorlaeufige Beschreibung des Phaenomens Konsum, in der die verschiedenen Ebenen dieses "eigenstaendige(n) geschichtsbildende(n) Faktor(s) der Moderne" (S. 13f) zumindest einmal zusammenfassend dargelegt werden. Einige wenige Bemerkungen in der Einleitung (S. 16f), verstreute Randbemerkungen in den einzelnen Beitraegen (S. 167, 268, 412) und ein Ueberblick ueber die Begriffsgeschichte (Ulrich Wyrwa), dessen Lektuere man am besten an die der Einleitung anschliesst, koennen das meines Erachtens nicht leisten.

Insgesamt ist dieser ersten europaeischen Konsumgeschichte zu wuenschen, dass sie Anregung zu zahlreichen weiteren Arbeiten geben und zu einer umfassenden Darstellung des Phaenomens Konsum in Europa fuehren wird.

This review is copyrighted (c) 1998 by H-Net and the Popular Culture and the American Culture Associations. It may be reproduced electronically for educational or scholarly use. The Associations reserve print rights and permissions. (Contact: P.C.Rollins at the following electronic address: Rollinspc@aol.com)

If there is additional discussion of this review, you may access it through the network, at:

<https://networks.h-net.org/h-pcaaca>

Citation: Angela Schwarz. Review of Siegrist, Hannes; Kaelble, Hartmut; Kocka, Jürgen, *Europäische Konsumgeschichte: Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert)*. H-PCAACA, H-Net Reviews. August, 1998.

URL: <http://www.h-net.org/reviews/showrev.php?id=2210>

Copyright © 1998 by H-Net and the Popular Culture and the American Culture Associations, all rights reserved. H-Net permits the redistribution and reprinting of this work for nonprofit, educational purposes, with full and accurate attribution to the author, web location, date of publication, originating list, and H-Net: Humanities & Social Sciences Online. For any other proposed use, contact P.C. Rollins at Rollins@osuunx.ucc.okstate.edu or the Reviews editorial staff at hbooks@mail.h-net.msu.edu.