

Claudius Torp, Wachstum, Sicherheit, Moral. Politische Legitimationen des Konsums im 20. Jahrhundert (Das Politische als Kommunikation, Bd. 4), Wallstein Verlag, Göttingen 2012, 147 S., geb., 9,90 €, auch als E-Book.

Man könnte meinen, der Konsum sollte ein zentraler Gegenstand jedweder Sozialgeschichtsschreibung sein. Doch weit gefehlt: Das Thema wurde Einzelkämpfern und Nachbarfächern überlassen, die sich ohnehin mit „Klein-Klein“ bescheiden. In den 1990er-Jahren dann ein plötzlicher Sinneswandel: Den in die Defensive gedrängten „Bielefeldern“ erschien die Konsumgeschichte als *Deus ex Machina*, der den Königsweg in die „Erweiterung“ weist, als Rettungsanker, der Anschluss an den *cultural turn* verheißt, ohne den strukturalistischen Zugriff aufgeben zu müssen. In diesem Sinne wurde ein dicker Tagungsband aufgelegt – und sogleich die konsumhistorische Führungsrolle reklamiert. Indes, das Thema sperrt sich gegen solch beherzte Suprematieansprüche. Konsum im weiteren Sinne ist eine Universalie, ein Seitenstück des „Tauschs“, der Gesellschaft konstituiert (Claude Lévi-Strauss), oder noch genereller des „Stoffwechsels“ von Mensch und Natur (Karl Marx); wenn hierfür überhaupt eine Wissenschaft zuständig ist, dann die historische Anthropologie, also just jene schillernde Forschungsrichtung, mit der die Sozialgeschichte am wenigsten anzufangen wusste. Doch selbst im üblicheren, begrenzten Sinne, wonach der Konsum, als Kaufkonsum, ein Spezifikum moderner Gesellschaften sei (was eine durchaus problematische Perspektivverengung ist), bleibt er eine derart ubiquitäre und vielschichtige Kulturerscheinung im Schnittpunkt von Leib und Seele, Politik und Moral, Wirtschaft und Gesellschaft, dass man sie sinnvoll nur angehen kann, wenn man es versteht über den Tellerrand zu blicken.

In seinem Abriss der deutschen Entwicklung vom Kaiserreich bis zur Weimarer Republik vermeidet Claudius Torp denn auch disziplinäre Nicklichkeiten. Auf breiter Literaturlage geht er der „politischen und kommunikativen Überformung“ des Konsums nach. Wer indes neue empirische Befunde erwartet, wird enttäuscht. Es handelt sich primär um eine narrative Skizze, die den Forschungsstand aufbereitet. Vorab: Diese schwierige Aufgabe, in der Zukunft oft gering geachtet, wird mit Bravour gelöst. Idealtypisch werden dazu drei „politisch verfasste Konsummodelle“ beziehungsweise Leitbilder unterschieden, die miteinander konkurrierten, sich überlagerten und in der politisch-diskursiven Führungsrolle ablösten, nämlich, wie der Titel verrät: Wachstum, Sicherheit und Moral. Obschon der Autor vermerkt, es gehe ihm nicht um die „Periodisierungsfrage“, zeigen sich im Zeitverlauf neben Konstanten und Wiedergängern (wie die Politisierung des Konsums ‚von unten‘) auch Phasen jeweils dominanter Leitbilder. Dabei hat er auch andere Länder im Blick und erteilt ein ums andere Mal der Sonderwegsthese eine Abfuhr: Bei allen Unterschieden innerhalb der „multiplen Moderne“ bleibt doch ein beachtlicher Gleichklang zu konstatieren, ein globaler konsumpolitischer Zeitgeist, der sich keineswegs nur einem einzigen Diffusionszentrum, einem „unwiderstehlichen Imperium“ (Victoria de Grazia) verdankte.

Konsumpolitische Debatten waren immer auch Debatten über den Kapitalismus. Dabei standen das Sicherheitsmodell und mehr noch das der expliziten Moralisation der marktwirtschaftlichen Dynamik stets kritisch gegenüber. Torp verzichtet auf eine Herleitung solch mehr oder weniger asketischer Maximen aus dem alteuropäischen Tugendsystem beziehungsweise dem protestantisch-bürgerlichen „Sparzwang“, doch es liegt auf der Hand, dass sie mit der neuen, kommerzialisierten Entgrenzung des Begehrens in Konflikt geraten mussten (und dies bis heute tun). Im ohnehin hoch dynamischen Kaiserreich spielte das Wachstumsmodell kaum eine Rolle, wogegen die Frage der Versorgungssicherheit an Bedeutung gewann, zumal dann in Gestalt der Ernährungsbewirtschaftung im Krieg – und zwar mit katastrophalem Ergebnis. Zentrales Merkmal war jedoch die vielgestaltige Vereinslandschaft mit einer asketisch grundierten, kulturkritisch-volkspädagogischen Ausrichtung, die sich zwanglos unter einen weiten Begriff von „Lebensreform“ fassen ließe: die Lebensreformbewegung im engeren Sinne (Alkoholgegner, Reformhäuser), der Heimat-, Natur- und Produzentenschutz (Bund Heimatschutz, Käuferbund) und nicht zuletzt die Arbeiterbewegung. In den Weimarer Jahren nahm das Gewicht zivilgesellschaftlicher Institutionen zugunsten staatlicher ab, inhaltlich blieb es jedoch bei der Feier des Frugalen

als das Gesunde und Natürliche; es wurden aber auch absatzwirtschaftliche und protokeynesianische Denkansätze ventiliert. Sie wurden im Nationalsozialismus fortgeschrieben und in den Dienst des Machterhalts gestellt. Aus dem Zielkonflikt zwischen dem Zwang zur Loyalitätsproduktion qua Konsum und dem zu Austerität und „Autarkie“ zwecks Kriegsvorbereitung resultierte ein spezifisches, hinkendes Wachstumsmodell. Durch Serienproduktion verbilligte Konsumgüter (KdF-Reisen, Volksempfänger) ließen erstmals die „Vision einer Wohlstandsgesellschaft“ aufkommen – unbeschadet des Diktats bescheidener Lohnzuwächse. Diese eher gefühlte „Hebung des Lebensstandards“ sollte dann durch die Ausplünderung des eroberten „Lebensraums“ (und forcierte Rationalisierung) zum handfesten Massenwohlstand à la USA werden. Dazu kam es nicht, doch half dieser Raubzug die Versorgung der „Heimatfront“ zu sichern. In der jungen Bundesrepublik dominierte eindeutig das Wachstumsmodell. Nun aber eingebettet in eine rechtsstaatliche Arbeitsverfassung, die die Produzenten am Produktionsfortschritt beteiligte, auf dass sie die Produkte auch kaufen. Die Politik der Bedarfsweckung führte in jenes „Wirtschaftswunder“, das die Nationalsozialisten ihren „Volksgenossen“ versprochen hatten. Die Wähler dankten es der CDU zunächst mit Traumergebnissen. Doch mit dem Überfluss kamen auch ‚post-materielle‘ Werte wieder zu Ehren, und eine avantgardistische Kulturkritik am „Konsumterror“ erschütterte die Republik (von der die „68er“ freilich ihren eigenen Konsumstil ausnahmen). Daraus erwuchs dann – unter Rückgriff auf Ideale der einstigen Lebensreform – jene asketisch-grüne Moralisierung des Konsums, die heute das (diskursiv) unangefochtene Leitbild abgibt, das mit dem Wachstumsziel kompatibel gemacht werden soll.

All das wird stil- und urteilssicher dargelegt. Und doch: Es bleiben Fragezeichen hinsichtlich des Nutzens einer expliziten Konsumgeschichte. Wo beginnt, wo endet ihr Gegenstand? Was hat sie anderen Konzeptionen einer *histoire totale* voraus? Anregend aber ist dieser Zugriff allemal. Dem Bändchen ist daher eine Neuauflage zu wünschen, die einige Schwachpunkte ausräumt. In theoretischer Hinsicht wäre dazu dem psychosozialen „Eigensinn“ des Konsumierens beziehungsweise dem „Geschmack“ der gebührende Platz einzuräumen. Dass der Autor weder Pierre Bourdieu noch die Lebensstilforschung aufgreift, verwundert dann doch. Seine Rede von einer „Überformung“ des Konsums zeigt, dass die Historikerdebatte wohl noch nicht zum konzeptionellen Kern des Begriffs vorgedrungen ist: Was wäre denn ein reiner, nicht politisch oder moralisch „überformter“ Konsum? Hier wäre noch Gedankenarbeit zu leisten. Des Weiteren wären anhand der Sekundärliteratur etablierte Erzählmuster zu hinterfragen und Irrtümer auszubügeln, etwa über die vermeintlich „konservative“ Abstinenzbewegung, und Lücken zu schließen, etwa über die Vorreiterrolle „hedonistischer“ Aufstiegsschichten. Und zu guter Letzt hätte die DDR mehr verdient als Spöttisches über Bananen und die Behauptung, in den 1970er-Jahren habe ein „Austeritätskurs“ eingesetzt – das Gegenteil trifft zu: just Erich Honeckers konsumistische, kreditfinanzierte „Einheit von Wirtschafts- und Sozialpolitik“ führte in den Bankrott; auch das DDR-Regime litt unter einem essenziellen Zielkonflikt. Hier läge ein spannendes Feld für den Systemvergleich, sowohl mit dem Nationalsozialismus als auch mit der Bundesrepublik. Eine „große“ politische Konsumgeschichte steht also noch aus. Claudius Torp hat dazu vorzügliche Vorarbeit geleistet.

Hasso Spode, Berlin/Hannover

Zitierempfehlung:

Hasso Spode: Rezension von: Claudius Torp, „Wachstum, Sicherheit, Moral“. Politische Legitimationen des Konsums im 20. Jahrhundert (Das Politische als Kommunikation, Bd. 4), Wallstein Verlag, Göttingen 2012, Archiv für Sozialgeschichte (online) 56, 2016, URL: <http://www.fes.de/cgi-bin/afs.cgi?id=81677> [23.12.2015].