

**Sina Fabian, Boom in der Krise. Konsum, Tourismus, Autofahren in Westdeutschland und Großbritannien 1970–1990 (Geschichte der Gegenwart, Bd. 14), Wallstein Verlag, Göttingen 2016, 494 S., geb., 44,00 €.**

Die Formel »Nach dem Boom« hat sich in der Geschichtswissenschaft als Schlagwort fest etabliert. Sina Fabian nimmt mit ihrem Buch »Boom in der Krise« die Forschungsperspektive von Anselm Doering-Manteuffel und Lutz Raphael auf, wonach die Zeit nach dem Boom als eine Zeit des Strukturbruchs unter anderem eine besondere Auswirkung auf den Massenkonsum hatte. Schließlich brachte die Änderung der Arbeitswelt der Nachkriegszeit nicht nur ein Mehr an Freizeit, sondern auch die Ausdifferenzierung von Konsumstilen mit sich. Mit der Verbindung der Konsumfelder Automobil und Tourismus untersucht die Autorin zwei Branchen, die zweifelsohne als Gewinner des Strukturbruchs bezeichnet werden können. Beide untersuchten Teilbereiche konnten in besonderem Maße mit ihren Produkten ein »Individualitätsversprechen«, so Doering-Manteuffel und Raphael, umsetzen: Fabian geht es konkret um die Frage, inwiefern sich die Verbraucher diese Freizeitangebote als Ausdruck von Individualität aneigneten. Die konsumgeschichtliche Betrachtung ergänzt sie durch eine vergleichende Darstellung zwischen den bundesdeutschen und den britischen Konsumenten.

Fabians Buch stößt also in ein abgestecktes Forschungsdesiderat vor und erreicht darin in der Tat wichtige Ergebnisse. Die Darstellungen profitieren dabei enorm von ihrem verbraucherorientierten Ansatz: Die auffälligste Stärke der Analyse ist ihr wohltuend nüchterner Blick auf das Konsumentenverhalten sowohl in Westdeutschland als auch in Großbritannien. Die beiden Rezessionen im Zuge der Ölpreiskrisen erörtert sie zunächst im Zusammenhang mit dem allgemeinen Konsumklima und stellt fest, dass trotz tatsächlicher Einkommensrückgänge zu Beginn der 1980er-Jahre die zeitgenössischen Vorstellungen persönlicher Entbehrenungen selten der Realität entsprachen. So stellt sie in diesem Zusammenhang die berechtigte Frage, »inwieweit die Verbraucher tatsächlich ihr Konsumverhalten, trotz verbaler Bekundungen, veränderten« (S. 86). Die deutlich hervortretenden Unterschiede zwischen den Einstellungen, wie sie Verbraucher in zeitgenössischen Interviews darlegten, und den tatsächlichen Konsumpraktiken stellen einen zentralen Pfeiler in Fabians Analyse dar. Daher ist auch die Quellenbasis der Untersuchung gelungen: Neben der qualitativen Aufarbeitung von Ego-Dokumenten und Werbepräsentationen setzt sie vor allem auf die kritische Auseinandersetzung mit zeitgenössischen sozialwissenschaftlichen Studien.

Dass die makroökonomische Krisenzeit gerade nicht mit einem langanhaltenden Sparverhalten bei den Konsumenten in beiden Ländern einherging, steht der Autorin zufolge in einem engen Zusammenhang mit dem Marketinggeschick, das sich etwa bei Reiseveranstaltern feststellen lässt. Vielmehr diagnostiziert Fabian eine punktuelle Verschiebung des Konsums gerade zur Zeit der zweiten Ölpreiskrise – im Falle von Urlaubsreisen etwa hin zur Nutzung von kurzfristigen Rabatten bei Pauschalreiseanbietern. Die Wahrnehmung solcher Pauschalangebote stellt jedoch kein Hindernis bei der individuellen Aneignung einer Reise dar. Fabians Interpretation der Urlauberwünsche mithilfe des Blick-Ansatzes von John Urry ist dabei kein Novum. Beispielsweise hat Cord Pagenstecher in »Der bundesdeutsche Tourismus« den Ansatz, der sich ursprünglich nur mit dem britischen Massentourismus beschäftigt hat, ebenfalls auf die Erwartungshorizonte deutscher Pauschalreisender angewandt. Die Verbindung des »romantic gaze« als idealisierte Wunschvorstellung mit dem zeitgenössischen Individualisierungsdiskurs stellt jedoch eine begrüßenswerte Erweiterung dieses Narrativs dar.

Das zweite Beispielfeld der Analyse ist der Konsum von Autos und Autofahrten. Zum einen war gerade während der ersten Ölpreiskrise in der Tat eine Krisenwahrnehmung in beiden betrachteten Ländern zu spüren, was Fabian dank ihrer gelungenen Auswahl von Einzelbeispielen glaubhaft darstellt. Jedoch speiste sich diese Wahrnehmung nach ihrer Interpretation erst aus dem »Zusammenspiel von reduzierter Kraftstoffversorgung und irrationalen Tankverhalten« (S. 325), also Hamsterkäufen. Gleichzeitig

aber bewies sich, zum anderen, das »trading up« als robustes Phänomen. Beim Kauf eines neuen Wagens hoffte die große Mehrheit der Konsumenten auf ein höherklassiges Auto als das bisherige. Dieser Befund galt trotz wechselnder Bedenken in Bezug auf die Probleme des Straßenverkehrs: Wie Fabian korrekt beschreibt, vermochten weder die Ölpreiskrisen noch die wenig später einsetzende Diskussion um das Waldsterben ein breitenwirksames Umdenken zuungunsten der persönlichen Freiheit, die ein Auto mit sich brachte.

Obwohl Fabian mit ihren ausgesuchten Beispielen die Spannung zwischen massenhaft produzierten Gütern und deren Risiken einerseits und dem Anspruch der Verbraucher auf Individualität andererseits deutlich macht, ist die Interpretation meist recht vage gehalten. Hier wäre eine klare Haltung doch spannend gewesen: Ihre Beschreibung des Konsumentenverhaltens spricht eher gegen das übliche Narrativ, wonach sich Individualisierung im Laufe der 1980er-Jahre »insbesondere im Konsumverhalten und in eigenen Konsumstilen ausgedrückt habe« (S. 14 f.). Stattdessen fällt Fabian meist ein pragmatischer Umgang mit den erweiterten Konsumangeboten und -risiken auf. Sie stellt eine »Persistenz etablierter Konsumpraktiken« (S. 438) in ihrem Fazit fest und beleuchtet unter anderem kritisch die zeitgenössischen Verbrauchertypologien, die sich an einer Kategorisierung von Konsumstilen versucht hatten.

Leider belässt es Sina Fabian streckenweise vielmehr bei einer detaillierten Beschreibung der Konsummöglichkeiten. Dem Leser werden mögliche Kausalitäten für die empirischen Befunde zur Verfügung gestellt, die aber nicht in eine vergleichende Interpretation münden. Ein Beispiel dafür stellt das Kapitel über die »Bedeutung des politischen Systems für Urlaubsreisende« (S. 144) dar. Der geringe Grad an Reflexion deutscher Urlauber über die fehlenden rechtsstaatlichen Sicherheiten im Spanien unter Franco stellt ein interessantes Detail dar, das aber nicht unmittelbar an die Fragestellung des Buches anschließt. Auch die Beschreibungen von technischen Neuerungen der Automobilhersteller im Laufe der 1980er-Jahre stehen oftmals ohne Bezug auf die fragliche Individualisierung des Konsumenten im Raum.

Dem kommt jedoch zugute, dass Fabians Schreibstil ausgesprochen flüssig und unterhaltsam ist. Die Lektüre solcher inhaltlich trockenen Passagen tut dem Lesefluss keinen Abbruch. Im Kern wäre also eine verschobene Gewichtung in Fabians Darstellung wünschenswert gewesen, die sich stärker auf eine vergleichende Analyse eingelassen hätte anstelle der teilweise dichten Beschreibung von anbieterseitigen Detailentscheidungen in beiden Ländern. Für sich genommen ist »Boom in der Krise« jedoch ein sehr lesenswertes Buch. Sina Fabian hat einen wichtigen Schritt für die Aufarbeitung der Konsumgeschichte in der Zeit nach dem Boom getan. Sie zeigt eindrucksvoll die Lücken auf, die im Konsum seit den 1970er-Jahren zwischen Individualitätsversprechen, Wahrnehmungen und tatsächlichem Verhalten klafften. Das Buch ist damit ein wertvoller Baustein für die weitere konsumgeschichtliche »Nach-dem-Boom«-Forschung.

*Stefan Weispfennig, Trier*

#### **Zitierempfehlung:**

Stefan Weispfennig: Rezension von: Sina Fabian, Boom in der Krise. Konsum, Tourismus, Autofahren in Westdeutschland und Großbritannien 1970–1990, Wallstein Verlag, Göttingen 2016, in: Archiv für Sozialgeschichte (online) 58, 2018, URL: <<http://www.fes.de/cgi-bin/afs.cgi?id=81851>> [10.1.2018].