

Geschichte In einer grossen Alltagsgeschichte zeigt der Historiker Frank Trentmann, dass das Kaufen von Dingen ein menschliches Grundbedürfnis deckt

Wie wir konsumieren müssen, um leben zu können

Frank Trentmann: Herrschaft der Dinge. Die Geschichte des Konsums vom 15. Jahrhundert bis heute. DVA, München 2017. 1050 S., Fr. 45.-, E-Book 37.90.

Von Corinne Holtz

Heidi Simon ist 19 Jahre alt und gewinnt 1952 einen Amateurfotowettbewerb zur Feier des Wirtschaftsförderungsprogramms für Westeuropa, des sogenannten Marshallplans. Sie lebt im kriegsversehrten Frankfurt am Main und bekommt einen der Spitzenpreise zugesprochen: eine Vespa plus Preisgeld. Ohne «unverschämt» klingen zu wollen, fragt sie nach, ob sie nicht anstelle der Vespa eine Lambretta 123c haben könne: das erste Modell mit eleganter Verkleidung von Beinschild und Motor. Das Bundesministerium bleibt hart und schickt ihr die Vespa.

Die junge Frau wünscht sich inmitten von Kriegstrümmern, Lebensmittelknappheit und Wohnungsnot einen besonders modischen Konsumgegenstand: eine Lambretta. Ihr Wunsch widerspricht der gängigen Meinung, wonach die Konsumgesellschaft ein Produkt des Wohlstands und erst im Zuge des rasanten Wachstums in der Nachkriegszeit entstanden sei. Er stellt auch das Modell der «Bedürfnispyramide» in Frage, das der amerikanische Psychologe Abraham Maslow 1943 vorgestellt hatte. Menschen wenden sich Gütern als Mittel zur Identitätsstiftung und des Vergnügens durchaus schon zu, bevor ihre Grundbedürfnisse gedeckt sind.

Weder gut noch schlecht

Der in London lehrende Historiker Frank Trentmann erforscht Kultur- und Alltagsgeschichte und versteht seine Geschichte des Konsums als Beitrag zur weltanschaulich aufgeladenen Debatte über unseren Konsum. Er rückt der Dämonisierung und Mystifizierung seines Gegenstands auf den Leib und tut dies mit den Mitteln des Wissenschaftlers und der Gabe des Erzählers. Gelegentlich übermannt der Wissenschaftler den Erzähler, und die Fülle an Details droht überhand zu nehmen. Wer das aushält und Auslassungen wagt, wird jedoch reich belohnt.

Trentmanns «Herrschaft der Dinge» überzeugt mit einer klaren Gliederung unterschiedlichster Konsumkulturen sowie mit neuen Ansätzen. Überflussgesellschaften sind älter, als wir meinen; Massenkonsum gab es vor der Massenproduktion; der Konsumboom der Nachkriegszeit brachte mehr soziale Gleichheit - und letztere war beziehungsweise ein Treiber für Übermass, Kaufrausch und Schuldenmacherei.



Die Konsumgesellschaft ist kein neues Phänomen, schon frühere Jahrhunderte kannten ein Verlangen nach exklusiven Gütern (Einkaufszentrum in Singapur, 2004).



Der Autor beginnt sein Buch mit der wechselvollen Geschichte der Bedeutungen: Konsum meinte einst «Verbrauch und Zerstörung» (im 12. Jahrhundert), später «Ziel und Zweck aller Produktion» zum Wohle einer ganzen Nation (im 18. Jahrhundert).

Ab 1900 trat der Konsument und Käufer als «Zwilling des Bürgers» auf die politische Bühne, um mit seinem Geld Sozialreformen zu fördern. Erst in der Zwischenkriegszeit «machten Unternehmen und Werbefachleute den Kunden zum König des Markts». Seit 1960 gelten wir offiziell als «Konsumgesellschaft» - wobei die Forschung diese bereits im Grossbritannien des 18. und noch früherer Jahrhunderte verortet: im spätmittelalterlichen England, als Bier und Rindfleisch den Markt eroberten. Heute konsumieren wir auch Gefühle, Erlebnisse und Erfahrungen.

Die Frage, ob Konsum «gut» oder «schlecht» ist, geht am Kern vorbei. Denn Konsum ist ein Grundbedürfnis, ist der Autor überzeugt. Wenn der Mensch konsumiert, deckt er sein Verlangen nach Überlegenheit - als «Geltungskonsum» ist dieser Umstand schon in der Antike diskutiert worden. Kleider und Porzellan

boomen erstmals im 17. Jahrhundert. Die westliche Nachfrage nach indischer Baumwolle und chinesischem Porzellan ist ein Massenphänomen - bevor die Massenproduktion im Zuge der industriellen Revolution einsetzt.

Konsumgeschichte spiegelt auch Emanzipations- und Innovationsgeschichte. Wer Frauen als Marktteilnehmerinnen zulies (so die Vereinigten Niederlande und Grossbritannien), war erfolgreicher als eine Region wie Württemberg, wo «Ehemänner, Väter, Kirchen und Zünfte» deren Arbeitsmobilität einschränkten. Besaßen wie in den Vereinigten Niederlanden Kleinbauern anstelle der Aristokraten das Land, begann der Markt zu blühen: Man ging vom Ackerbau zur profitableren Produktion von Butter, Käse und Fleisch über, und Haarlem konnte sich nach 1581 als Zentrum der Leinenweberei etablieren. Das Jangtsedelta im Ming-China entwickelte sich im 16. Jahrhundert zum Wirtschaftszentrum des Reiches. Im Stadtbezirk Jiangnan war fast die Hälfte der Bevölkerung lesekundig, die Werbung entdeckte das Plakat im Grossformat.

Aktualität des Mittelalters

So alt wie der Konsum ist auch die Dämonisierung des Konsums. Das Verlangen nach Dingen stehe in einer unheilvollen Wechselwirkung mit dem fleischlichen Verlangen, hiess es seit je über alle kulturellen Grenzen hinweg. Heute werden Konsumenten gewarnt: Künstliche Wünsche seien an die Stelle authentischer Bedürfnisse getreten, der Konsumismus sei die neue Art des Totalitarismus, «der durch Gucci ersetzte Gulag». Andere halten dagegen: Am Markt eine Auswahl zu treffen, sei wie die Stimmabgabe einer freien Wahl. Wer in erstere eingreife, untergrabe letztere.

Statt die Polarisierung zwischen Konsumkritik und Neoliberalismus zu bedienen, fordert uns Trentmann zu einem «nachhaltigeren Lebensstil» auf. Weniger ist mehr: Ein Mantel wäre eigentlich erst dann «konsumiert», wenn sein Stoff sich «auflöse». Dieses Bild nimmt auf die mittelalterliche Bedeutung von Konsum Bezug und taucht im 19. Jahrhundert im sich etablierenden japanischen Begriff shōhi - «verbrauchen» (hi) und «auslöschend» (shō) wieder auf. Auslöschend durch Verbrauchen: Dieses Schicksal, so Trentmann, drohe den Ressourcen unseres Planeten und längerfristig uns selbst. Gibt es Hoffnung? Durchaus, findet der Autor. Trotz vollgestopfter Schränke und Garagen lese die Überflussgesellschaft beispielsweise wieder mehr als vor zehn Jahren (so in Frankreich und Grossbritannien) - die Freizeit ist also «nicht völlig dem Turbomaterialismus zum Opfer gefallen». ●