

Ebenso wie es heutzutage eine wissenschaftliche Konsumforschung gibt, die sich ausgeprägter entweder akademischen oder kommerziellen Forschungsimpulsen verpflichtet fühlt (für eine erste Annäherung Jäckel 2011; Hellmann 2013), findet sich rückblickend auch eine Spur der wissenschaftlichen Beschäftigung mit Fragen des Konsums und seiner verschiedenen Erscheinungen. Konsumforschung als eine spezifische sozioökonomische Forschungsrichtung war zwar stetig „präsent“, stand aber als eigene kommunikative Forschungswelt lange eher neben dem Mainstream der Forschung. Dieser Mainstream gründete sein primäres Interesse auf Fragen der Arbeit und ihrer sozialen Organisation. Fragen nach Form und Prinzipien gesellschaftlicher Produktion standen im Vordergrund von Überlegungen zur Sozialstruktur. Fragen nach der Verteilung und des Verbrauchs dagegen schienen sich akademisch lange Zeit nicht aufzudrängen. Offenbar wurde angenommen, dass die Antworten und solche Fragen evident seien: Ein König lebt wie ein König und ein Arbeiter wie ein Arbeiter. Die Ungleichheit der sozialen Verhältnisse im Produktionsprozess stand im Vordergrund, denn hier wurde der Hauptkonflikt moderner Gesellschaften ausgemacht.

Eine der zentralen Kontroversen in der Soziologie seit den Schriften von Karl Marx, wenn nicht schon länger, ist die Frage nach dem Verhältnis zwischen der existentiellen materiellen Basis von Menschen und den zeitlich korrespondierenden kulturellen Phänomenen. Die Liste prominenter Autoren, die die Beziehungen zwischen der sozioökonomischen und der kulturellen Struktur diskutierten, enthält fast alle der „großen“ Namen, die mit dem Aufstieg der Soziologie als akademischer Disziplin verbunden sind. Und dennoch haben sich soziologische Gesellschaftsanalyse und weite Teile der Nationalökonomik überwiegend und jedenfalls über lange Zeiten sehr viel stärker mit der Thematik gesellschaftlicher *Produktion* von Gütern und Dienstleistungen als mit Fragen von Konsum als kulturellem Spezifikum sozialer Praxis befasst.

Man kann hier gar bis zu Karl Marx zurückgehen, dessen Werk doppelgesichtig ist. Auf der einen Seite wird mit dem Autorennamen ein kruder Materialismus assoziiert, für den Formulierungen wie „das Sein bestimmt das Bewusstsein“ stehen, demnach kulturelle Phänomene wie Konsum (und auch Ernährungs- und Kleidungsgewohnheiten) stets nur als ein Reflex der materiellen Situation einer Gesellschaft interpretiert werden, also sogenannte „abgeleitete“ Phänomene sind. Für eine solche Lesart gibt es sicherlich plausible Hinweise an Stellen des Marx'schen Werkes, aber letztlich gründet sie sich eher auf dem jahrzehntelang praktizierten akademischen Marxismus, der zu seinem ursprünglichen Namensgeber Karl Marx zeitweise in eigentümlicher Distanz war. Insofern ist es interessant und für viele sicherlich auch überraschend, dass auch schon bei Marx in dessen eher philosophischen Manuskripten differenzierte und diffizile Überlegungen hinsichtlich der Rolle von Konsum in der Gesellschaft zu finden sind: In den „Grundrissen der Kritik der Politischen Ökonomie“ finden sich Formulierungen bezüglich des Verhältnisses von Produktion, Konsumtion, Distribution und Zirkulation, so bereits der Titel des ersten Einleitungsabschnittes dieser Schrift. Hier erscheint nicht die Produktion als die gesellschaftliche Basis, die jegliches andere Phänomen in der Gesellschaft zum „kulturellen Überbau“ werden lässt, sondern Marx formuliert hier in interessanten kreislauftheoretischen Perspektiven, dass es stets enge Verzahnungen zwischen gesellschaftlicher Produktion und gesellschaftlichem Konsum gibt, so dass jede Sphäre sich wechselseitig zur Voraussetzung nimmt bzw. hat: Die Grundfigur der Argumentation lautet: Kein Konsum ohne Produktion und – vice versa – keine Produktion ohne Konsum.

Jede Seite produziert auch die „andere“ Seite hierbei in einem mehrfachen Aspekt: Die Konsumtion produziert die Produktion „doppelt, 1) indem erst in der Konsumtion das Produkt wirkliches Produkt wird. Z. B. ein Kleid wird erst wirklich Kleid durch den Akt des Tragens; ... 2) indem die Konsumtion das Bedürfnis *neuer* Produktion schafft, also den idealen, innerlich treibenden Grund der Produktion, der ihre Voraussetzung ist. Die Konsumtion schafft den Trieb der Produktion; sie schafft auch den Gegenstand, der als zweckbestimmend in der Produktion tätig ist“ (Marx [1857/1858] 1974, S. 13). Und umgekehrt schafft auch die Produktion die Konsumtion, und zwar für Marx gleich in einem *dreifachen* Sinne: „1) indem sie ihr das Material schafft; 2) indem sie die Weise der Konsumtion bestimmt; 3) indem sie die erst von ihr als Gegenstand gesetzten Produkte als Bedürfnis im Konsumenten erzeugt. Sie produziert daher Gegenstand der Konsumtion, Weise der Konsumtion, Trieb der Konsumtion“ (Marx 1974, S. 14).

In diesen Formulierungen zeigt sich ein Wahrnehmungsverständnis differenzierter wechselseitiger Mechanismen, in denen festgestellt wird, dass der eigentliche Akt des Konsums außerhalb der Ökonomie liegt, aber gleichzeitig als Aus-

gangspunkt für neue ökonomische Aktivität firmiert, weil durch den Konsumakt der ganze volkswirtschaftliche Vorgang im Sinne einer Kreisbewegung neu eingeleitet wird (Marx 1974, S. 11). Diese Betrachtungen sind für eine heutige Konsum- und Marketingtheorie aktueller, als man bei dem Autorennamen Karl Marx vielleicht vermuten möchte, denn sie zeigen, dass viele Bedürfnisse materieller Art gesellschaftlich *konstruiert* sind. Schließlich versäumt Marx weiterhin nicht zu betonen, dass die gesamte Entwicklung eingebettet ist in einen geschichtlichen Entwicklungsprozess mit verschiedenen Epochen, in denen sich jeweils unterschiedliche Konstellationen mit verschiedenen Wertungen und Prioritäten befinden. Diese historischen Relativierungen besagen, dass das Bestimmungsverhältnis zwischen Produktion und Konsumtion stets von den konkreten Bestimmungszeiten des jeweiligen „Hier“ und „Heute“ abhängt.

Die Semantik von der Konsumgesellschaft, wie sie in den letzten Jahrzehnten immer wieder auftaucht, deutet in diese Richtung und steht für eine neue Form von Kapitalismus, von der Daniel Bell (1979, S. 75) sagt, dass diese „neue“ Phase bereits in den 1920er Jahren eintrat bzw. zuerst thematisiert wurde. In dieser Blickrichtung fungieren die Arten des Konsums und deren zeitgenössische Behandlung in Wissenschaft oder Belletristik als ein Spiegelbild der Gesellschaft und deren historischer Zeit. Die jeweilige Semantik und entsprechende Themenstellung der jeweiligen Epoche stehen als Ausweis für den Entwicklungsstand und „realen Reifegrad“ von Wirtschaft und Gesellschaft und vice versa. Norbert Elias gehörte zu jenen, die das Wechselspiel von partikularen kulturellen Phänomenen und makrostrukturellen Gesellschaftsuntersuchungen analytisch demonstrierten. In seinem Buch zur höfischen Gesellschaft (1994) lautet beispielsweise ein Abschnitt symptomatisch *„Wohnstrukturen als Anzeiger gesellschaftlicher Strukturen“*. Mit anderen Worten zeigt der Titel bereits die Untersuchungsmethode an, nämlich es geht um die Partikularisierung des Universalismus und – umgekehrt – die Universalisierung des Partikularismus, um die Begrifflichkeit von Robertson (2000) hier zu verwenden<sup>1</sup>.

Joseph A. Schumpeter meinte in dieser Hinsicht nichts anderes, wenn er in seinem Buch *„Kapitalismus, Sozialismus, Demokratie“* ([1942] 1950) im 11. Kapitel mit dem Titel *„Die kapitalistische Zivilisation“* schreibt: „Die Entwicklung des kapitalistischen Lebensstils könnte leicht – und vielleicht am eindrucklichsten – als Genesis des modernen Straßenanzugs beschrieben werden“ (Schumpeter 1950, S. 206). Schumpeter geht es darum zu zeigen, dass kulturelle Erscheinungen mit

---

<sup>1</sup> Leora Auslander verdeutlicht ein solches Vorgehen beispielsweise in ihrer Untersuchung der Möblierungsmoden in Frankreich vom späten 17. Jahrhundert bis zum Beginn des 1. Weltkrieges (siehe Auslander 1996).

all ihren Leistungen und Eigenschaften immer auch *Produkt* eines kapitalistischen Rationalisierungsprozesses sind. So ist Schumpeter an dieser Stelle seiner Erörterung eher schweigsam bezüglich seines Beispiels von dem Straßenanzug und verweist die Interpretationsarbeit an den Leser, der sich die Puzzleteile zur Interpretation zusammensetzen muss: Bäuerliche Gesellschaften differenzierten nicht zwischen Arbeits- und Freizeitkleidung, während moderne Gesellschaften eine strikte Unterscheidung zwischen solchen Funktionsbereichen vornehmen. Wann kam der Anzug auf, welche Bevölkerungsschichten trugen einen Anzug? Schnell verweist die Frage auf Diskussionen um die (historisch neu entstandene) Schicht der Angestellten und der Stehkragenproletarier, wie sie von Emil Lederer (1912) so eingehend untersucht worden waren. Die Genesis des Anzuges erscheint in diesem Licht gewissermaßen schnell als ein Phänomen, an dem sich die Geschichte des Wandels der Berufs-, Sozial- und Wirtschaftsstruktur dokumentieren lässt.

Beliebige bekanntere Studien des 20. Jahrhunderts lassen sich zur Illustration dafür heranziehen, dass sich Gesellschaften mit deren Wirtschaften ändern und sich die Themenstellungen verschieben, unter denen die Sphäre des Konsums diskutiert wird. Neue Fragestellungen fungieren als Spiegelbild neuer sozioökonomischer Gegebenheiten. Galbraiths Formulierungen von einer Wohlstandsgesellschaft (1959) oder aufkommende Diskussionen über Verschwendung etwa bei Packard (1961) deuteten an, dass die modernen Wirtschaftsgesellschaften sich in ihren allgemeinen Rahmenbedingungen deutlich geändert hatten und sich gesellschaftlicher Reichtum auf der Ebene der Mittelschichten oder auch die Müllproblematik erstmals in gesellschaftskritischer und/oder sozialetischer Perspektive als Thematik zeigten. Neil Postmans Attacke auf die Kultur des „Sich-Amüsierens“ und die dahinter stehende Industrie (Postman 2006) gibt diesbezüglich ein anderes probates Beispiel ab. Es lässt sich bis zum heutigen Tag anhand von Positionen aus der Literatur eine Linie ziehen, um anhand der entsprechenden Thematik in gewisser Hinsicht eine Zeitdiagnose und eine Reflektion von Wirtschaft und Gesellschaft ziehen zu können.

So gesehen lässt sich zwischen verschiedenen historischen und realen Gesellschaften und deren sozioökonomischen und kulturellen Spezifika differenzieren. Jede diese Gesellschaften ist freilich mit Blick auf die Lebenslagen ihrer Mitglieder *in sich selber* auch heterogen. Sie sind vielfältig gegliedert, und zwar sowohl auf der Seite der Erwerbsarbeit und deren damit verbundenen berufsstrukturellen Merkmalen, als auch unter dem Gesichtspunkt wie Menschen nach welchen Rationalitätsmustern und mit welchen Ergebnissen die ihnen verfügbaren Ressourcen verwenden und gestalten.

Während Max Weber (1988) den Erfolg der industriellen Revolution noch in Verbindung mit der protestantischen Ethik und deren damit verbundenen Enthaltensamkeit gebracht hatte, verdrehte sich im Laufe des 20. Jahrhunderts diese

Perspektive in ihr Gegenteil: Danach war die Wirtschaft zunehmend auch auf eine zum Konsumieren fähige *Nachfrage* angewiesen. War die asketische Enthaltsamkeit in der Sicht von Max Weber eine Art Grundstein für die Entwicklung des kapitalistischen Wirtschaftssystems, so wurde die „Verzahnung“ von Produktion und Nachfrage, also des Kreislaufes von Herstellen, Verkaufen und Konsumieren, später empirisch mehr und mehr zum Konstitut der modernen Wirtschaftsgesellschaft. In dem Artikel über die „protestantische Ethik“ sah Max Weber eine Koinzidenz zwischen protestantischer Ethik und gesellschaftlicher Konsummentalität: „Der Gedanke der *Verpflichtung* des Menschen gegenüber seinem anvertrauten Besitz, dem er sich als dienender Verwalter oder geradezu als ‚Erwerbsmaschine‘ unterordnet, legt sich mit seiner erkältenden Schwere auf das Leben. Je größer der Besitz wird, desto schwerer wird – *wenn* die asketische Lebensbestimmung die Probe besteht – das Gefühl der Verantwortung dafür, ihn zu Gottes Ruhm ungeschmälert zu erhalten und durch rastlose Arbeit zu vermehren.“ (Weber 1988, S. 178–179). Diese Geisteshaltung zügelte das Verlangen nach materiellen Gütern: „Die innerweltliche protestantische Askese – so können wir das Gesagte wohl zusammenfassen – wirkte also mit voller Wucht gegen den unbefangenen *Genuss* des Besitzes, sie schürte die *Konsumtion*, speziell die Luxuskonsumtion, ein.“ Damit bestimmten die religiösen Dispositionen das Alltagsbewußtsein und deren Handeln und setzten dem Materialismus starke Grenzen: „Auf der Seite der Produktion des privatwirtschaftlichen Reichtums kämpfte die Askese gegen Unrechtlichkeit ebenso wie gegen rein *triebhaft*e Habgier, – denn diese war es, welche sie als ‚covetousness‘, als ‚Mammonismus‘ usw. verwarf: das Streben nach Reichtum zu dem Endzweck, reich zu *sein* ... Soweit die Macht puritanischer Lebensauffassung reichte, kam sie unter allen Umständen – und dies ist natürlich weit wichtiger als die bloße Begünstigung der Kapitalbildung – der Tendenz zu bürgerlicher, ökonomisch rationaler Lebensführung zugute; sie war ihr wesentlicher und vor allem: ihr einzig konsequenter Träger. Sie stand an der Wiege des modernen ‚Wirtschaftsmenschen‘“ (Weber 1988, S. 195).

Es gibt zahlreiche wirtschaftshistorische und wirtschaftspsychologische Studien, die die soziokognitive Transformation des menschlichen Profils und dessen Motivationsstruktur im Laufe der Entwicklung des modernen Kapitalismus behandelten. Die Arbeit des Psychologen Abraham Maslow „*Motivation and Personality*“ (1954) hat hier sicherlich einen zentralen Platz. Der gedankliche Ansatz liegt darin, dass Maslow das soziokulturelle Framing betont, die der wissenschaftlichen Beobachtung und begrifflichen Typisierung die Relevanz gibt: „The study of the sociology of science and of scientists deserves more attention than it is now getting. If scientists are determined in part by cultural variables, then so also are the products of these scientists... these are questions of the type that must be asked and answered for fuller understanding of the ‚contaminating‘ effect of culture upon

perception of nature“ (Maslow 1954, preface). Je wohlhabender Gesellschaften historisch werden, desto stärker werden die Freiheitsgrade der Menschen, ihre Begierden auf diese oder jene Dinge zu lenken. Maslow unterschied in diesem Sinne zwischen verschiedenen Bedürfnissen, die er in die Reihenfolge einer Pyramide brachte. Häufig ist Maslow falsch interpretiert worden, so als ob die Pyramide im Sinne einer Stufenleiter sehr starr zu verstehen sei. Vielmehr ist die Unterscheidung zwischen physiologischen und biologischen Basisbedürfnissen wie Ernährung, Wohnen, Wärme, Schlaf und Sexualität auf der untersten Stufe der Bedürfnispyramide und weiteren Bedürfnissen nicht sehr strikt oder starr zu verstehen. Auf einer zweiten Stufe rangieren bei Maslow (1954) Sicherheitsbedürfnisse, die durch Stabilität und Schutz hergestellt werden. Ein System von Ordnung, Gesetzen und klar definierten Grenzen gehört zu diesem Bereich von Sicherheit dazu. Die dritte Ebene der von Maslow diskutierten Bedürfnisse adressiert Bedürfnisse nach Liebe und nach Geliebtwerden und zu bestimmten Menschen, Gruppen oder Orten dazugehören. Dieser Bereich schließt das affektiv-emotionale Bestreben nach Einschluss in Kategorien wie Familie, Arbeitsgruppen, Partnerschaft oder anderen Sozialbeziehungen ein.

Wertschätzung macht im Wesentlichen die vierte Ebene dieser Hierarchiestufen bei Maslow (1954) aus. Ein Selbstwertgefühl, Selbstbeherrschung oder auch Unabhängigkeit sind hier ebenso aufgelistet wie Statusdominanz, Prestige und Verantwortungsbewusstsein von Leitungsberufen. Mit diesen beiden Ebenen führte Maslow deutlich stärker sozialpsychologische Dimensionen in sein Bezugssystem ein, indem Menschen Teil eines Sozialkontextes sind und zu einer sozialen Matrix von Beziehungen gehören. Schließlich erscheint die höchste und fünfte Ebene mit den beiden zuvor genannten Ebenen in einer Linie zu sein: Hier werden Bedürfnisse der Selbstverwirklichung platziert. Das Realisieren des eigenen persönlichen Potentials, die Suche nach individuellem Wachstum, persönlichen Zielen und das Sammeln von eigenen unverwechselbaren Erfahrungen sind Momente, die zu diesem Typus von Bedürfnissen an der Spitze der Bedürfnishierarchie zu zählen sind. Es liegt auf der Hand, dass ein unmittelbarer Nexus zu unserer Frage nach der Organisation und Ausrichtung von Konsum gegeben ist. Fast alle Bedürfnisse oberhalb der sogenannten „basic needs“ sind sozial geformt und ihre Bedeutung wird im Kontext der Gesellschaft transportiert, so dass sie nicht a priori „richtig“ oder „falsch“ sind. Dem einen Menschen mag es ein hoher Wert sein, ein hohes Einkommen zu erzielen und hochstellige schwarze Zahlen auf dem Bankkonto zu haben, während es dem nächsten Menschen eher wichtig ist, ökologische oder sozial-karikative Ziele zu verfolgen und daraus Befriedigung zu ziehen. Je höher die Autonomiegrade einer Gesellschaft sind, wenn sie ein Wohlstandsniveau erreicht hat, dass die Befriedigung der Basisbedürfnisse abdeckt, um so relativer, ergebnisoffener und manipulierbarer wird die konkrete Ausgestaltung der weiteren Bedürfnisse.

Einen anderen Weg beschritt das populäre Buch von Daniel Riesman, Nathan Glazer und Reuel Denney (1958, amerik. zuerst 1950), die historisch die Gesellschaften anhand ihrer Bevölkerungsparameter untersuchen und den verschiedenen Entwicklungsstadien einen spezifischen „Sozialcharakter“ zuordnen. „*Die einsame Masse*“ (Riesman et al. 1958) beschreibt den Wandel in der sogenannten Charakterstruktur der Menschen vom selbstdisziplinierten, eigenmotivierten Individuum, wie er in der Literatur als Typus des bürgerlichen Menschen bekannt ist, zu einem vorwiegend auf seine Bezugsgruppe fixierten und auf sozialen Druck (re)agierenden Akteur. In der heutigen Zeit wäre demnach der *außengeleitete Charakter* (Riesman et al. 1958) das spezifische Porträt, das das Verhalten von Individuen beschreibt. „Es wäre nun wirklich sehr erstaunlich, wenn Veränderungen in den Grundbedingungen der Fortpflanzung, Lebenshaltung und Lebenserwartungen den Charakter unbeeinflusst ließen. Eine Veränderung der Versorgungslage und der Nachfrage nach Arbeitskräften wird zur Folge haben, dass sich der Lebensraum der Bevölkerung, die Größe der Märkte, die Rolle der Kinder, die Gefühle für Vitalität und Senilität in der Gesellschaft und viele andere, nicht ohne weiteres fassbare Faktoren ebenfalls ändern,“ und jedem dieser drei Stadien der Bevölkerungskurve entspricht eine bestimmte Art von Verhaltenskonformität, die „einen bestimmten sozialen Charakter formt, und zwar jeweils auf ganz verschiedene, aber durchaus erkennbare Art und Weise“ (Riesman et al. 1958, S. 24 f.).

Der historisch für die Zeit davor konstitutive *innengeleitete Charakter* beruhte auf der Orientierung des Individuums an einem „Inneren“ in dem Sinne, dass Werte des Individuums in einer frühen Biographiephase von „Älteren“ übernommen und tief als verallgemeinerte und unentrinnbare Ziele (z. B.: Reichtum, Ruhm, Macht) internalisiert werden. Der innengeleitete Charakter besitzt damit einen kognitiven Kompass mit abstrakten Wertmaßstäben, die prinzipiell universell und auf alle verschiedenen sozialen Situationen anwendbar sind. Sein Lebenssinn gründet sich vornehmlich auf den Beruf. Dieser innengeleitete Charakter ist Riesman et al. (1958) zufolge konstitutiv für das 19. Jahrhundert. In Abgrenzung dazu wurde wiederum der *traditionsgeleitete Charakter* für den davor liegenden Zeitraum identifiziert, welcher stark sippen- und familienbezogen war und bei dem neben ökonomischen Belangen auch Riten und Religion wichtige Orientierungshilfen abgaben.

Der nach Riesman und Koautoren (1958) heute konstitutive *außengeleitete Charakter* bezieht seinen Lebenssinn hauptsächlich aus der Orientierung an der Freizeit und dem Bemühen, Unterhaltung und Vergnügen zu finden. Die „anderen Menschen“ sind der Maßstab des eigenen Handelns, sie geben vor, was „in“ und „out“ ist, und der Einzelne versucht ständig, diesen Umweltanforderungen gerecht zu werden und die Rollenerwartungen zu adaptieren. Die Orientierung an Mitmenschen und Umwelt vollzieht sich ähnlich wie bei einem Radar, das alle Nuancen zu erfassen sucht. Damit ergibt sich unmittelbar der Link zur Konsumforschung, weil sich in der „einsamen Masse“, dieser „neuen Welt“ der einsamen Menschen in der

Massengesellschaft Konsum immer häufiger zum Selbstzweck entwickelt hat. Das Wesen von Arbeit und Freizeit verändert sich, wenn es mindestens genauso wichtig geworden ist, Güter zu verkaufen wie diese herzustellen. Das Standardpaket von Konsumgütern besteht aus einem „Sortiment von Gütern und Dienstleistungen einschließlich Gegenständen des Hausrats wie Möbel, Radio, Fernsehapparat und .... Standardmarken der Nahrung und Kleidung“ (Riesman et al. 1958, S. 19). Dabei weist sich dieses Standardpaket vor allem durch eine auffällige Gleichförmigkeit und Universalität aus, die sich nicht nur auf Konsumartikel im engeren Sinne bezieht, sondern auch auf die Kultur und Medien im weiteren Sinne. Nicht mehr traditionelle Werte werden gelebt und vermittelt nach dem Credo, dass Dinge gemacht werden, wie sie schon immer gemacht wurden, sondern es wird vermittelt, was gerade das Maß der Diskussion ist: Eltern beziehen sich immer mehr auf Ratgeber in Form von Büchern und andere Instruktionen, pädagogische Kurse, Fortbildungen und Filme, die den Ton der Neuzeit angeben. Sozialer Sinn des Lebens wird immer häufiger gelebt durch bestimmte Konsumdinge und Konsumpraktiken. Es ist die Art der Urlaubsziele, die Art der Kleidung und Fortbewegung und des gesamten Entertainments, die den Konsumenten als zu erstrebendes Lebensziel suggeriert wird. In diesem Sinne entstehen neue Freizeitindustrien inklusive der sogenannten Tourismusindustrien mit historisch neuartigen Berufsbildern wie denen der Animateure. Animateure vermitteln Konsumenten, was Spaß macht und wie man sich anstellen muss, damit es Spaß macht.





<http://www.springer.com/978-3-658-11141-0>

Konsum: Reflexionen über einen multidisziplinären  
Prozess

Bögenhold, D.

2016, IX, 48 S., Softcover

ISBN: 978-3-658-11141-0