

CLAUDIUS TORP

Wachstum,  
Sicherheit,  
Moral

Politische  
Legitimationen  
des Konsums  
im 20. Jahrhundert

DAS POLITISCHE ALS KOMMUNIKATION | 4

Wallstein

Claudius Torp  
Wachstum, Sicherheit, Moral

Das Politische als Kommunikation  
Band 4

herausgegeben  
von Willibald Steinmetz

Claudius Torp

# Wachstum, Sicherheit, Moral

Politische Legitimationen des Konsums  
im 20. Jahrhundert

Wallstein Verlag



# Inhaltsverzeichnis

I. Einleitung . . . . .	7
II. Den Kapitalismus zivilisieren: Konsumpolitik »von unten« im wilhelminischen Kaiserreich. . . . .	14
III. Imperative des Mangels: Ordnungsversuche im Ersten Weltkrieg und in der Weimarer Republik . .	40
IV. Krieg und Konsum im nationalsozialistischen Gesellschaftsvertrag . . . . .	59
V. Die Synthese von Wachstum und Sicherheit nach 1945 und die späte Moralisierung des Konsums .	92
VI. Schluss . . . . .	129
Literaturverzeichnis . . . . .	133



# I. Einleitung

Einige konsumpolitisch relevante Impressionen anno 2011:<sup>1</sup> Marktforschungsunternehmen registrieren, von den Regierungen ängstlich beobachtet, die Konsumbereitschaft der Bevölkerung in Zeiten der globalen Finanz- und Wirtschaftskrise. Eine Enquete-Kommission des Bundestags nimmt ihre Arbeit auf, um unter dem Titel »Wachstum, Wohlstand, Lebensqualität – Wege zu nachhaltigem Wirtschaften und gesellschaftlichem Fortschritt in der Sozialen Marktwirtschaft« nach neuen Konzepten für eine politische Ökonomie der Wohlstandsgesellschaft zu suchen. Zugleich steht die gesundheitliche und soziale Sicherheit der Verbraucher in der öffentlichen Kritik. Über die Berechnung und Höhe des soziokulturellen Existenzminimums wird ebenso diskutiert wie über das Marktvertrauen der Konsumenten angesichts wiederkehrender Lebensmittelskandale. Schließlich schreitet auch die Moralisierung des Konsums an verschiedenen Fronten voran. Der Marktanteil fair gehandelter Waren wächst rasant, und Biolebensmittel in den Supermärkten gehören seit einiger Zeit zum Alltag. Eine Liste laufender Boykotte auf der britischen Internetplattform *ethicalconsumer.org* zeigt, dass der strategische Konsumverzicht zur etablierten politischen Waffe geworden ist.

1 Für Lektüre und Kritik danke ich Cornelius Torp, Wolfgang Braungart und Heinz-Gerhard Haupt sowie den anderen Mitgliedern des Bielefelder Sonderforschungsbereichs »Das Politische als Kommunikationsraum in der Geschichte«. Den Kasseler Kollegen und vor allem Winfried Speitkamp sei für alle neuen Anregungen und die gegenwärtige Unterstützung gedankt.

Für eine »Problemgeschichte der Gegenwart«, wie Hans Günter Hockerts sie angeregt hat,<sup>2</sup> ergibt sich aus dieser Momentaufnahme folgende Überlegung: Wachstum, Sicherheit und Moral sind drei der wichtigsten thematischen Stränge einer Konsumgeschichte, die sich auf die politische Einbettung des Konsums konzentriert. Nicht die in der Forschung lang diskutierte Periodisierungsfrage nach dem Durchbruch der Konsum- und Massenkonsumgesellschaft soll deshalb hier im Vordergrund stehen. In dieser Hinsicht ist ohnehin deutlich geworden, wie sehr die Antwort von der gewählten – sozial-, wirtschafts- oder kulturgeschichtlichen – Perspektive sowie dem räumlichen Fokus abhängt und wie unterschiedlich in der multiplen Moderne auch die nationalen Konfigurationen konsumgesellschaftlicher Phänomene sind. In diesem Buch wird es vielmehr um das Zusammenspiel und die wechselnden Konjunkturen der drei genannten politischen Bezugsgrößen des Konsums – Wachstum, Sicherheit und Moral – gehen. Das Thema ist die politisch kontextualisierte Konsumgeschichte seit dem späten 19. Jahrhundert bis heute. Im Mittelpunkt steht der deutsche Fall, der durch vergleichende und transfergeschichtliche Befunde in eine erweiterte Perspektive mit Blick auf die Entwicklung des *consumer capitalism* im 20. Jahrhundert gesetzt wird. Eine grundlegende Beobachtung dabei ist, dass unser Verständnis von politisch-sozialem Wandel und Bestand nach einer intensiven Beschäftigung mit der Rolle des Konsums und seiner politischen und kommunikativen Überformung verlangt. Einige analytische Vorüberlegungen sollen verdeutlichen, warum für das Verhältnis von Dynamik und Stabilität wie auch für die Geschichte des Politischen im 20. Jahr-

2 Hockerts, Zeitgeschichte.

hundert der Konsum ein derart zentraler Wirklichkeitsbereich ist.

Es lassen sich drei politisch verfasste Konsummodelle unterscheiden, die in verschiedenen Konstellationen miteinander konkurrierten, sich überlagerten oder ablösten. Es handelt sich um die Modelle von Wachstum, Sicherheit und Moralisierung, die sich weder wechselseitig ausschließen, noch jeweils exklusiv einem bestimmten Land oder Zeitraum zuordnen lassen. Vielmehr finden sich die drei Modelle in je charakteristischem Mischungsverhältnis über die gesamte moderne Konsumgeschichte hinweg. Als begriffliches Instrumentarium dienen die Modelle dazu, die für eine konkrete historische Realität typische politische Verfasstheit des Konsums zu entschlüsseln. So wie der Begriff des Modells – und ähnlich der des Regimes – in der Politischen Soziologie in den vergangenen Jahren mit großem Gewinn konturiert wurde, ist darunter ein Arrangement von Interessen und Ideen zu verstehen, das eine problembezogene politische Einbettung des Marktes besorgt.<sup>3</sup> Ein Konsummodell bezeichnet demnach die auf sozioökonomischen wie diskursiven Faktoren beruhende politische Zuordnung des Konsums.

Drei Modelle konkurrieren also um Vorherrschaft in der politischen Kommunikation und institutionellen Ausgestaltung. Das erste sucht die Rahmenbedingungen des Konsums auf Wachstum und Wohlstand auszurichten, wobei der freie und nutzenmaximierende Konsument als Leitbild fungiert. *Idealiter* ist er in seinen alltäglichen Konsumententscheidungen von politischen Erwägungen entlastet und insofern entpolitisiert, was allerdings nicht ausschließt, dass die Figur als

3 Vgl. Lessenich, *Immobilismus*, S. 30-34.

solche von ihren Anhängern zur politischen Legitimationsressource aufgebaut werden kann. In jedem Fall ist dieses Modell in doppelter Hinsicht auf Entgrenzung angelegt: zeitlich durch das Versprechen einer immer weiteren Überschreitung des jeweils erreichten materiellen Lebensstandards, räumlich durch die Aussicht, den globalen Warenhandel oder den Zugriff auf fremdes Territorium lebensweltlich in eine Entfaltung der individuellen Aneignungsoptionen ummünzen zu können.

Das zweite Modell zielt demgegenüber auf die Herstellung von Sicherheit durch die Regulierung des Konsums. Außerökonomische Prioritäten – darunter vor allem die Sorge um die Stabilität der öffentlichen Ordnung, Gesundheit und Verteilungsgerechtigkeit – befördern, ganz im Gegensatz zum Wachstumsmodell, eine intensivere strukturelle Kopplung von Politik und Wirtschaft, indem die Rolle des Staates als Garant einer stabilen, gesunden und gerechten Versorgung gestärkt wird. Auch wenn der Konsument hier vor allem als Träger bestimmter, politisch zu gewährleistender Rechte in Erscheinung tritt, ist damit noch kein Automatismus einer anhaltenden Politisierung des Konsums in Gang gesetzt – zumindest dann nicht, wenn durch die erfolgreiche Delegierung des konsumpolitischen Sicherheitsmanagements an die Bürokratie die öffentliche Auseinandersetzung etwa um kollektive Güter nachlässt. Bestandsicherung und Risikominimierung, nicht Wachstum und Wandel, markieren jedenfalls den materiellen Erwartungshorizont.

Das MoralisierungsmodeLL, als drittes, bestimmt die Grenzen des Politischen und Ökonomischen neu, indem es die politische Macht zur Systemtransformation in der Konsumentenrolle verortet. Im Mittelpunkt stehen daher Deutungskämpfe um die normative Relevanz privater Konsum-

entscheidungen für die gezielte Veränderung der Regeln des Zusammenlebens. Insbesondere für zivilgesellschaftliche Gruppen ist die Moralisierung des Konsums der Königsweg zur Politisierung der Verbraucher. Weder auf eine Autonomisierung der Sphären von Wirtschaft und Politik, wie sie das Wachstumsmodell betreibt, noch auf eine staatsinterventionistische Durchdringung des Marktes mit dem Zweck der Ordnungs- und Stabilisierungspolitik kommt es hier an. Es geht hingegen einerseits darum, die Konsumenten in politisch agierende Subjekte zu verwandeln, andererseits um ihre ideen- und interessen geleitete Erziehung und die Einhegung des Begehrens. Diskurse, die um die Motive der Verpflichtung sowie Ermächtigung der Verbraucher kreisen, kennzeichnen dieses Modell, das den Wandel nur unter der Voraussetzung begrüßt, dass er unter dem Primat bestimmter Werte – der Schönheit, Maßhaltung, Gesundheit, Fairness, Nachhaltigkeit – steht und nicht regellos von hedonistischen Dispositionen abhängt.

Bevor die historische Ausprägung dieser Modelle streifzugartig untersucht wird, gilt es noch festzuhalten, dass der Konsum nicht *per se* politisch ist, aber doch prinzipiell immer politisierbar bleibt. Eine Antwort auf die Frage, ob ihm und, wenn ja, welchem seiner Bereiche politische Relevanz zugesprochen wird, lässt sich nur historisch geben. Dafür ist es notwendig, die aus konkreten gesellschaftlichen Umständen hervorgehenden Politisierungs- und Entpolitisierungsprozesse zu beleuchten, weshalb die vorliegende Reflexion sich auch nicht primär auf die Geschichte der Konsumpolitik und somit eine Analyse des staatlichen Entscheidens richtet. Nicht die konsumpolitisch regulierenden Institutionen stehen im Zentrum, sondern das Politische als »normativer Maßstab für jeweils realisierte Formen von Politik«, als kommunikativ bestimmter Möglichkeitshorizont

für die Regeln des Zusammenlebens und die Grenzen des Sag- und Machbaren. Für ihre Sicht der Dinge kämpfen die Anhänger der auf Wachstum, Sicherheit und Moralisierung gerichteten Zwecksetzungen des Konsums um Anerkennung und Geltung.<sup>4</sup> Um die legitimen Formen des Konsums finden mithin Deutungskämpfe statt, die letztlich einen Kernbestandteil der Auseinandersetzungen um die politisch-ökonomische Ordnung insgesamt bilden.

Wenn hier vom legitimen Konsum die Rede ist, bezieht sich das weder primär auf die alte, periodisch aktualisierte Debatte um verschwenderischen Luxus und notwendigen Bedarf – diese Unterscheidung kann, muss aber nicht Teil dieser Konflikte sein und ist gerade im 20. Jahrhundert oft in den Hintergrund getreten – noch sind es notwendigerweise Regierungen und Staatsformen, die sich durch die Bereitstellung bestimmter Konsumoptionen zu legitimieren suchen. Zwar liefert gerade die deutsche Geschichte mit dem »Fall« der DDR, der Revolution 1918/19 und der wohlstandsstabilisierten Bundesrepublik drei schlagende Beispiele für die große Bedeutung, die dem Konsumgeschehen als Faktor der Herrschaftssicherung zukommt. Und vermutlich wäre es sogar lohnend, diesen utilitaristischen Aspekt des Legitimitätsbegriffs, der die Anerkennung eines politischen Systems auf eine nüchterne materielle Leistungsbilanz hin überprüft, mehr als bisher zum Gegenstand der Forschung zu machen.

Hier soll es jedoch in erster Linie um die verschiedenen Modelle der Legitimation des Konsums gehen. Ihre Konjunkturen und Wechselwirkungen verdeutlichen, wie sich

4 Zum Ansatz einer Neuen Politikgeschichte vgl. nur Frevert u. Haupt (Hg.), *Politikgeschichte*; Steinmetz (Hg.), *Languages*; sowie das Zitat bei Bedorf, *Politische*, S. 16.

die Leitdimensionen der politisch verfassten Konsumgesellschaft gewandelt haben. Die drei Modelle stellen kommunikativ die Verbindung zwischen alltäglicher Konsumpraxis und Regimen politischer Ökonomie her. Ein bestimmter Konsum wird von den Vertretern der Modelle dann als legitim betrachtet, wenn er mit grundlegenden Vorstellungen zur politisch-ökonomischen Ordnung in Einklang steht. Der kommunikative Bezug zu einem Set von Praktiken, Semantiken und Institutionen legitimiert den Konsum, dessen Effekte wiederum – die Realisierung von Wohlstand, Sicherheit, Gerechtigkeit und anderem – legitimierend im Hinblick auf die Konsummodelle wirken.

Wie bereits angedeutet, unterscheiden sich diese einerseits nach dem Grad von Dynamik und Statik, den sie dem politisch in Dienst genommenen Konsum zusprechen, andererseits definieren sie die Grenzen zwischen dem Politischen und Ökonomischen jeweils unterschiedlich. Zwei historisch noch weiter auszulotende Fragen hängen somit nicht zuletzt an der dominierenden Funktionsbestimmung des Konsums sowie an der gesellschaftlichen Konstruktion der Verbraucher als politische oder unpolitische Subjekte. Erstens: Welches Maß an Wachstumsdynamik und Sicherheitsregularien wird in einer Gesellschaft für richtig gehalten? Und zweitens: Wie stark ist in jedem spezifischen historischen Kontext ein auf die Moralisierung des Konsums zielendes Reformpotenzial, das die etablierten Machtstrukturen in Politik und Wirtschaft umzugestalten trachtet?

## II. Den Kapitalismus zivilisieren: Konsumpolitik »von unten« im wilhelminischen Kaiserreich

Obwohl in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts sich die Grundstrukturen der modernen Konsumgesellschaft entwickelten und eine erhebliche Steigerung des Lebensstandards zu verzeichnen war, lässt sich vor dem Ersten Weltkrieg ein Wachstumsmodell, das auf der Figur eines dynamischen, souveränen Konsumenten beruht hätte und im politischen Diskurs prominent gewesen wäre, nur in Ansätzen erkennen. Die hausväterlichen Tugenden von Fleiß, Sparsamkeit und Maßhaltung bestimmten in Deutschland wie in den anderen westlichen Industrienationen das bürgerliche Fortschrittsdenken, während der Konsument als möglicher Motor des Wirtschaftslebens noch wenig in Erscheinung trat.

Die Herausforderungen, die von der Kommerzialisierung des öffentlichen Raumes durch Warenhäuser, Werbung und eine immer reichhaltigere Massenfreizeitkultur ausgingen, riefen vielmehr Abwehrreaktionen hervor, die eine Disziplinierung und Begrenzung der materiellen Ansprüche bezweckten. In den gut untersuchten Auseinandersetzungen um die Rolle der Warenhäuser und des Luxus zeigt sich, dass vor allem die Frau als verführbare Konsumentin wegen der ihr zugeschriebenen Emotionalität und Willensschwäche zur Zielscheibe der Kritik wurde. Der um die Jahrhundertwende tatsächlich ansteigende Ladendiebstahl in den Warenhäusern, die vor allem seit den 1880er Jahren im Kaiserreich Fuß fassten, ist geradezu als weibliche Krankheit verhandelt und mit psychiatrischen und medizinischen Theorien zum geschlechtsspezifischen Kontrollverlust (Kleptomanie, Hys-