

Konsum: Begriffe, Konzepte, Übersicht (KÖNIG 2000; KLEINSCHMIDT 2008)

1. Bausteine einer Konsumgeschichte: Begriffe und Konzepte

a. *Konsum.* (1) *Weiter Begriff:* Synonym für *Bedarfsdeckung*. Konsum bezieht sich auf Inhalte u. Formen der Bedarfsdeckung von privaten Haushalten. – (2) *Enger Begriff:* *Wahlakt*. Bedarfsdeckung hat sich historisch lange überwiegend im Rahmen der Hauswirtschaft vollzogen, in der Güter für den Eigenbedarf erzeugt wurden (Subsistenzwirtschaft). Konsum im engeren Sinn bezieht sich auf den Kauf von Bedarfsgütern durch Haushalte auf Märkten, d. h. auf eine Situation, in der sich zwischen Arbeit u. Bedarfsdeckung ein Geldeinkommen u. Wahlakte bezüglich des Kaufs von Gütern schieben. – (3) *Typen von Konsumgütern.* (i) *Güter des täglichen Bedarfs.* Nahrungs- u. Genussmittel, Getränke, Energie (Kerzen, Streichhölzer, Benzin), Hygieneartikel (u. a. Seife, Reinigungsmittel, Klopapier, Windeln), z. T. auch Textilien. (ii) *Langlebige Konsumgüter.* Einrichtungsgegenstände, Geräte zur Medienwiedergabe (Fernseher, Musikanlage, etc.); Küchengeräte, Auto sind langlebige Güter, die eher als Haushaltskapitalgüter anzusehen sind. – (iii) *Unterscheidung nach dem Aufwand für das Treffen einer Wahl.* Güter des alltäglichen Bedarfs (*convenience goods*): Grundbedarf vs. Impulskäufe (Chips, Süßgetränke, Eiskrem, etc.); Güter des Such- u. Vergleichskaufs (z. B. Parfum, Markenkleidung, Autos, Urlaub); Spezialitäten für ausgewählte Kundschaft (guter Wein, Luxusuhren, Schmuck, etc.). – (4) *Konsumgesellschaft* ist eine Gesellschaft, in der Bedarfsdeckung für den größten Teil der Bevölkerung zu einem erheblichen Teil über Konsum im engeren Sinn erfolgt. Güter, deren Wahl einen hohen Aufwand voraussetzt, vereinen erhebliche Anteile der Ausgaben auf sich.

b. *Etappen der Konsumgeschichte.* (1) *Die Konsumrevolution des späten 17./18. Jh.* V. a. gekaufte Textilien, Steingut u. andere Haushaltsgüter hielten Einzug in Haushalte über die Elite hinaus, einzelne Güter verbreiteten sich als *populuxe goods* auch in der Unterschicht (z. B. Seidenbänder, bedruckte Taschentücher, Tabak, Kaffee/Tee). – (2) *Urbane Konsumkultur im späten 19./frühen 20. Jh.* Mit Urbanisierung setzte sich der Kauf von Gütern zur Bedarfsdeckung in weiten Bevölkerungskreisen durch. Entstehung moderner Großbetriebe des Einzelhandels u. der Wirtschaftswerbung. – (3) *Ära des Massenkonsums, 2. Hälfte 20. Jh.* In den 1950er J. sanken Aufwendungen für Nahrungsmittel in Arbeiterhaushalten unter 50% der Gesamtausgaben → in den meisten Bevölkerungsgruppen entfielen hohe Einkommensanteile auf differenzierte Güter mit größerem Aufwand für die Wahl sowie auf dauerhafte Konsumgüter.

c. *Mikroökonomische Nachfragetheorie.* (1) *Preis- und Einkommenselastizität (ϵ).* Prozentuale Veränderung der konsumierten Menge eines Guts in Abhängigkeit von der prozentualen Veränderung seines Preises (ϵ_p) bzw. des Preises eines anderen Guts, eines möglichen Substituts (Kreuzpreiselastizität), bzw. des Einkommens (ϵ_i). Unelastische Nachfrage: $0 \leq |\epsilon| < 1$; proportional elastische Nachfrage $|\epsilon| = 1$; elastische Nachfrage $|\epsilon| > 1$. Die Preiselastizität ist i. d. R. negativ, Kreuzpreiselastizitäten sind i. d. R. leicht positiv, die Einkommenselastizität ist meist positiv. – (2) *Kernaussage.* Die Menge eines von einem Haushalt konsumierten Guts ergibt sich (i) aus dessen Preis u. seiner Preiselastizität,

(ii) den Preisen aller anderen konsumierten Güter u. deren jeweiligen Kreuzpreiselastizitäten sowie (iii) aus dem Einkommen des Haushalts u. der Einkommenselastizität eines Guts. – (3) *Arten von Gütern und das Engelsche Gesetz.* (i) Ein *inferiores Gut* weist eine einkommensunelastische Nachfrage ($\epsilon_i < 1$) auf; bei einem *relativ inferioren* (oder *normalen*) Gut gilt $0 < \epsilon_i < 1$, bei einem *absolut inferioren Gut* gilt $\epsilon_i \leq 0$ (z. B. Kartoffeln in den ersten drei Vierteln des 20. Jh.). (ii) Für *superiore* oder Luxusgüter gilt $\epsilon_i > 1$. (iii) *Engelsches Gesetz.* Mit steigendem Realeinkommen verlagert sich die Ausgabenstruktur von Haushalten von Grundnahrungsmitteln (inferiore Güter) zu Gütern des gehobenen Bedarfs bzw. dauerhaften Konsumgütern.

d. *Lebensstile und Sozialstruktur* (BOURDIEU 1982; MÜLLER 1992; HERMANN 2004). Die Lebensstilforschung entstand in den 1980er J. als neue Kultursoziologie zur Diagnose der Gesellschaft in der Ära des Massenkonsums. (1) *Kerngedanken.* (i) *Distinktion.* Der Konsum materieller u. immaterieller Güter (Musik, Literatur, Film, Kunst) dient der Markierung der Identität von Individuen u. sozialer Gruppen gegenüber anderen → Fähigkeit zur Bewertung von Konsumgütern ist wichtige Sozialkompetenz. (ii) *Determinanten von Präferenzen.* Über die von der mikroökonomischen Nachfragetheorie betonten Größen (Einkommen, relative Preise) hinaus betont der Ansatz die Bedeutung von zwischen Individuen stark verschiedenen Vorgängen des Erwerbs der Kompetenz zur Bewertung von Konsumgütern (Bildung; Geburtskohorte-Alter) für das Verständnis von Konsummustern. – (2) *Zentrale Begriffe.* Lebensstile entfalten sich in der Praxis des alltäglichen Handelns, u. dieses wird angeleitet durch den Habitus. Letzterer bezieht sich auf Denk-, Wahrnehmungs- u. Beurteilungsmuster sowie das Repertoire kultureller Praktiken, das den Mitgliedern einer sozialen Gruppe gemeinsam ist. Distinktion erwächst somit aus dem Habitus. – (3) *Wichtige Aussagen.* (i) Bildung u. generationenspezifische Erfahrungen sind mindestens ebenso wichtige Determinanten von Konsummustern wie Einkommen u. Schichtzugehörigkeit. (ii) Wie viele u. welche Typen von Lebensstilen es in den 1960er–1990er J. gab, ist nicht zuletzt aus methodischen Gründen offen. Erkenntnisse ergeben sich zu Folgen der unterschiedlichen Verfügung von Individuen über Bildung, Berufsprestige, Einkommen u. Konsumzeit.

e. *Individualisierte Lebensstile und Lebenswelt* (KOHLI 1985; SCHULZE 1993). Ausgangspunkt: Vermehrung von Situationen, in denen Individuen Wahlakte betreffend der von ihnen genutzten Güter treffen können, aber auch müssen (§1.a/(3, iii), §1.b). Dadurch wird die Lebensführung pluralisiert u. individualisiert. Zur Gewinnung von biographischer Identität müssen Individuen fortwährend innere Festlegungen treffen, die ihrerseits auf dem fortdauernden aktiven Aneignen der Lebenswelt in Gestalt von Szenen (Interaktionskontext: Kleidung, Freizeitorte) u. Warenwelten (u. a. Werbung) gründen – wir praktizieren eine Erlebnisgesellschaft.

f. *Gegenstände der Konsumgeschichte.* (1) *Entwicklung der Verbreitung von Konsumgütern.* Nahrungs- u. Genussmittel, Kleidung, Wohnen u. Einrichtungsgegenstände, Freizeit (Kulturkonsum, Sport u. Hobbies, Reisen). – (2) *Sphären der Kommunikation über und Praktiken der Aneignung von Konsumgütern.* Entwicklung des Einzelhandels, Werbung, Konsumpolitik.

2. Spätes 19. und erstes Drittel des 20. Jahrhunderts (TRIEBEL 1991; FISCHER 2011)

a. *Quellen*. Haushaltsbudgets, die zu etwa ein Dutzend Kategorien von Ausgabenpositionen zusammengefasst werden (Lebensstiluntersuchungen unterscheiden meist eine dreistellige Zahl von Produkten). Schwerpunkt auf Arbeitern, Angestellten u. Beamten.

b. *Konsumstruktur der Privathaushalte im deutschen Kaiserreich (1871–1914)*. (1) Konsummuster waren *stark durch Einkommen*, wenig durch den Beruf geprägt → geringe Differenzierung von Lebensstilen. – (2) *Konsum der Arbeiterschaft war nach Einkommen differenziert* (→ kein einheitliches proletarisches Konsummuster). In unteren Einkommensgruppen war die Nachfrage nach tierischen Lebensmitteln, Getränken (insbes. Kaffee) u. Genussmitteln (insbes. alkoholische Getränke, Tabakwaren) einkommenselastisch, u. selbst pflanzliche Nahrungsmittel wurden proportional zum Einkommen nachgefragt. Erst etwa ab dem Doppelten des Einkommens der niedrigsten Einkommensgruppe galt das Engelsche Gesetz → der Zugang auch zu einfachen Konsumgütern war durch das Einkommen begrenzt. Besser gestellte Teile der Unterschicht (doppeltes Einkommen der niedrigsten Einkommensgruppe; insbes. Facharbeiter, Handwerker, Unterbeamte u. kleine Angestellte; zeitlicher Schwerpunkt ab 1890er J.) setzte sich durch rückläufigen Anteil der Nahrungsmittelausgaben sowie höhere Ausgabenanteile für Wohnen, Körperpflege u. Gesundheit deutlich von der übrigen Unterschicht ab. – (3) *Hinweise auf die Relevanz eines wenig differenzierten bürgerlichen Lebensstils*. Ausgaben für Kultur, geistige Betätigung, weniger diejenigen für Freizeit u. Vergnügen, waren einkommenselastisch. Überdies existierte eine kleine, beruflich sehr heterogene Gruppe mit einem Einkommen nur wenig über dem Doppelten der niedrigsten Einkommensgruppe, deren »gespaltenen Konsum« stetige Engelkurven durchbrach: sparsame häusliche Lebensführung (geringer Ausgabenanteil für Nahrungs- u. Genussmittel) vs. hohe Ausgabenanteile für Repräsentationszwecke: Wohnen, Freizeit, Kleidung.

c. *Konsumstruktur der Privathaushalte in der Zwischenkriegszeit*. (1) *Erste Differenzierung von Lebensstilen?* ... zwischen Angestellten, Beamten u. Arbeitern. Bei gegebenem Einkommen gaben Angestelltenhaushalte mehr Geld für Theater/Konzert, Kino u. Rundfunk aus als Arbeiterhaushalte; Angestellte u. Beamte hatten weniger Kinder u. investierten zugleich mehr in deren Bildung. – (2) *Lange Pause in der Verbesserung der Lebensumstände, 1929–1945*. Die Weltwirtschaftskrise bewirkte eine Verschlechterung der Konsumstandards, u. wegen Umlenkung von Einkommen in den Staatskonsum nach der nationalsozialistischen Machtergreifung sank trotz propagandaträchtiger Innovationen (Autobahnbau, organisiertes Reisen) das Konsumniveau der Unterschicht (Zunahme des Konsums von Roggenbrot u. Kartoffeln, Reduktion des Konsums von Weizenbrot, tierischen Nahrungsmitteln u. Bier 1927–1937).

3. Die Ära des Massenkonsums in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts

a. *Wirtschaftswunder, Konsumwellen und Wandel der Konsumstruktur* (RECKENDREES 2007). Hohes Wachstum des realen Bruttoinlandsprodukts pro Kopf (1950–1973 4,9% p. a.) schuf die Basis für ein Massenkonsumzeitalter. Übergang dazu vollzog sich als Abfolge von fünf Wellen (z. B. ANDERSEN 1996: 21): Fresswelle (frühe 1950er J.),

Bekleidungswelle (1950er J.), Haushaltsgeräte (1950er/1960er J.), Individualmobilisierung u. Reise-/Urlaubswelle (1960er/1970er J.). Der Anteil von Genussmitteln an den Haushaltsausgaben nahm bis frühe 1960er J. zu (bis in diese Zeit einkommenselastische Nachfrage); bis Ende 20. Jh. entwickelten sich alle Ausgabenbereiche außer Wohnen u. Freizeit/Unterhaltung/Bildung zu inferioren Gütern. Der Ausgabenanteil von Gütern, für deren Wahl ein relativ hoher Aufwand betrieben wird/werden muss, stieg deutlich an.

b. *Verringerung sozialer Unterschiede im Konsumniveau*. Einige Haushaltsgüter verbreiteten sich in unterschiedlichen Schichten weitgehend gleichzeitig (z. B. Staubsauger, Fernseher); seit E. 1980er J. sind Unterschiede in der materiellen Lebenshaltung nach Einkommen gering → leichte Zugänglichkeit von Konsumgütern.

c. *Differenzierung nach individualisierten Lebensstilen*. Die Lebensstilforschung seit Bourdieu (1982) zeigt gruppenspezifische Geschmacksvariationen beim Konsum differenzierter Güter (Wohnungseinrichtung, Musik, Film, Literatur, Essen, Sport, Urlaub), die neben dem Einkommen auch durch Bildung u. Alter beeinflusst werden. Bildung unterstützt die Kompetenz zur Aneignung differenzierter, unterschiedlich raffinierter Konsumgüter. Darüber hinaus Vermutung, dass raffinierter Kulturgenuss, teilweise erleichtert durch hohe Bildung, niedriges Einkommen bei der Herstellung sozialen Prestiges zu kompensieren vermag. Die Individualisierung von Lebensstilen über die Zeit hinweg zeigt sich deutlich bei Bekanntschaftsanzeigen, indem 2. H. 20. Jh. finanzielle Gesichtspunkte u. berufliche Situation gegenüber Beschreibungen körperlicher Eigenschaften sowie von Vorlieben, Hobbies u. Freizeitaktivitäten zurücktraten: Paare möchten/müssen nicht mehr gemeinsam arbeiten, sondern gemeinsam differenzierte Güter konsumieren.

Zitierte Literatur

ANDERSEN (1996) wie 17.10.23; BOURDIEU (1982) wie 10.10.23.

FISCHER, Hendrik K.: *Konsum im Kaiserreich: ... Untersuchung privater Haushalte im wilhelminischen Deutschland* (Berlin: Akademie, 2011).

HERMANN, Dieter: »Bilanz der empirischen Lebensstilforschung«, *Kölner Zeitschrift Soziologie und Sozialpsychologie* 56, 1 (2004), 153–179.

KLEINSCHMIDT, Christian: *Konsumgesellschaft* (Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht, 2008).

KÖNIG, Wolfgang: *Geschichte der Konsumgesellschaft* (Stuttgart: Steiner, 2000).

KOHLI, Martin: »Die Institutionalisierung des Lebenslaufs: Historische Befunde und theoretische Argumente«, *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 37 (1985), 1–29.

MÜLLER, Hans-Peter: *Sozialstruktur und Lebensstile: ...* (Frankfurt a. M.: Suhrkamp, 1992).

RECKENDREES, Alfred: »Konsummuster im Wandel: Haushaltsbudgets und privater Verbrauch in der BRD 1952–98«, *Jahrb. f. Wirtschaftsgeschichte* 48, 2 (2007), 29–61.

SCHULZE, Gerhard: *Die Erlebnisgesellschaft: ...* (Frankfurt a. M.: Campus, 1993).

TRIEBEL, Armin: *Zwei Klassen und die Vielfalt des Konsums*, 2 Bde. (Berlin: Max-Planck-Institut für Bildungsforschung, 1991).