

Die Konsum- und Fleißrevolution im späten 17. und 18. Jahrhundert

1. Befunde zu Konsum und Arbeitseinsatz

a. Verbreitung differenzierter Konsumgüter. Nachlassinventare in Südostengland u. Paris zeigen seit dem späten 17. Jh. (1) eine wachsende Zahl u. steigende Vielfalt (Material, Farbe, Musterung) an *Kleidern u. Haushaltstextilien*. Besonders feine bzw. bedruckte Baumwollstoffe entwickelten sich bis ins 18. Jh. zu »fashion's favourite« (LEMIRE 1991). Diese Stoffe wurden im letzten Drittel 17. Jh. zunächst aus Indien eingeführt; seit den mittleren Jahrzehnten des 18. Jh. wurden sie verstärkt durch europäische Produktion substituiert. — (2) *weitere sich verbreitende Haushaltsgüter*: feine Keramik (Geschirr), Möbel, Uhren u. Bücher. — Allgemeine Merkmale: (1) *Produktdifferenzierung*. Ältere Güter des gehobenen Bedarfs bzw. Luxuskonsums waren ziemlich homogen (schwarze Wolltuche, Pelze, etc.). Die neuen Konsumgüter waren dagegen vielfältig; bedruckte Baumwollstoffe, gemusterte Seidenware u. Tischgeräte ließen sich unendlich variieren. — (2) *Ausdehnung des Konsums auf die breite Bevölkerung*.

b. Verbreitung von Kolonialwaren. Massenmärkte entstanden für Tabak (2. H. 17. Jh.), Zucker (um 1700), Tee u. Kaffee (ab ca. 1720), schwächer Kakao (MENNINGER 2004). Europäer kombinierten Zucker u. Heißgetränke zu bittersüßen Genussmitteln, die den eintönigen Speisenplan ergänzten u. vielfältiger machten (MINTZ 1987). Heißgetränke standen in Konkurrenz zu alkoholischen Getränken; Tabakrauchen u. Kaffeetrinken wurden als der Konzentration förderliche Nüchtermacher propagiert (SCHIVELBUSCH 1980). In Mittel- u. Oberschicht Verbindung des Konsums von Heißgetränken mit demjenigen von neuen Haushaltsgütern (Teekannen, Kaffeeservice).

c. Hintergrund: Globalisierung, steigende Handelseffizienz und relative Preise. (1) *Frühe Globalisierung*. (i) Asien: Nach ca. 1650 Ausweitung des bisher auf Pfeffer konzentrierten Handels auf andere Güter, insbes. indische Baumwollwaren (3. Drittel 17. Jh.) u. Tee aus China (frühes 18. Jh.). (ii) In Amerika Inwertsetzung der küstennahen Gebiete überwiegend auf der Grundlage von aus Afrika importierten Sklaven: Ab 2. V. 17. Jh. Tabakanbau auf den Antillen, später v. a. in Virginia; ab E. 17. Jh. auf den Antillen sog. Zuckerrevolution, ebenda ab ca. 1720 Expansion der Kaffee- u. Indigoproduktion. — (2) *Relative Preise*. Mehrere Innovationen (z. B. dichteres Packen von Tabak) senkten die Handelskosten u. damit die Preise importierter Güter relativ zum europäischen Preisniveau. Innerhalb Europas bewirkte steigende Handelseffizienz, dass Textilpreise fielen, während die Arbeitskosten zu ihrer Erzeugung langfristig stabil blieben. Dies begünstigte die Ausweitung des Absatzes neuer Konsumgüter.

d. Von Bedarfsdeckung zum Konsum: Die Neubewertung des Luxus. Bis 17. Jh. wurde verbreitet die Bedarfsdeckung an eine ständisch differenzierte Lebensführung gebunden; Haushalte benötigten eine nach ihrem Status unterschiedene »ziemende« (d. h. legitime) »Nahrung« oder »Hausnotdurft« (BLICKLE 1989). Der darüber hinaus gehende Aufwand wurde durch Konsumvorschriften normiert u. v. a. begrenzt (EISENBART 1962). Ab Ende 17. Jh. wurden in Europa kaum mehr Aufwandgesetze erlassen. Umgekehrt erfolgte im 18. Jh. eine Diskussion um Sinn u. Berechtigung von Luxus u. über individuelle

Geschmacksästhetik (wichtiger Ausgangspunkt: Bienenfabel von Bernard Mandeville, 1714). Im Ergebnis wurde es legitim, dass Konsum den Gewinn von Prestige (modisches Auftreten) u. Identität (über die Anwendung des individuellen Geschmacks) verschaffte. 2. H. 18. Jh. entstanden u. a. die ersten Modezeitschriften u. erste Werbekampagnen (Wedgewood [Steingut]; MCKENDRICK et al. 1982).

e. Zunahme des Arbeitseinsatzes. Basierend auf einem Vergleich der Löhne von Tagelöhnern und Knechten wurde für England die Anzahl der Arbeitstage pro Jahr geschätzt (HUMPHRIES/WEISDORF 2017). Wahrscheinlich nahm der Arbeitseinsatz von knapp 200 Tagen pro Jahr um 1600 auf etwa 300 Tage bis zum 19. Jh. zu. DE VRIES (2008) betont darüber hinaus den Abbau saisonaler Unterbeschäftigung zwischen landwirtschaftlichen Arbeitsspitzen durch die Entwicklung regionaler Exportgewerbe (Protoindustrien).

2. Die Hypothese der Fleißrevolution (DE VRIES 2008)

a. Ausgangspunkte: (1) *Bedarfsdeckung und Konsum*. Bedarfsdeckung bezieht sich auf den Verbrauch jeglicher Art von Gütern (z. B. Verzehr von Speisen, Tragen von Kleidung). Konsum bezieht sich auf den Wahlakt beim Kauf gehandelter Güter (z. B. Kauf von Nahrungsmitteln, Textilien). — (2) *Menschen lieben Vielfalt in Konsumgütern (love-for-variety preferences)*, d. h. der Nutzen des Konsums steigt, wenn die Produktvielfalt zunimmt. Begründung: Bei großer Produktvielfalt ermöglicht Konsum soziale Distinktion (positionaler Konsum; Beispiel Mode) sowie Identitätsbildung (Individualisierung von Lebensstilen). — (3) *Haushaltswirtschaft*. (Ländliche) Haushalte produzieren Güter für den Eigenbedarf (Subsistenzgüter) u. Güter für den Markt (landwirtschaftliche Güter; Manufakturwaren für Exportmärkte, Protoindustrien; vgl. 16.10.). Den Bedarf decken sie mit Subsistenzgütern u. gekauften Konsumgütern. Konsumgüter sind stärker differenzierbar als Subsistenzgüter.

b. Das Argument. (1) *Wachsende Effizienz des Handels* machte im 17. u. 18. Jh. differenzierte Manufakturprodukte u. Kolonialwaren verfügbar, so dass der Nutzen des Verbrauchs marktgängiger Bedarfsgüter stieg. — (2) *Verlagerung von Nachfrage und Haushaltsproduktion von Subsistenz- zu Konsumgütern*. Wegen der Differenzierung von Konsumgütern, welche den Nutzen ihres Konsums steigerte, u. wegen des sinkenden relativen Preises von Konsumgütern relativ zu Subsistenzgütern verlagerten Haushalte ihre Nachfrage von Subsistenzgütern zu Konsumgütern. Entsprechend verschoben sie ihre Erzeugung von Subsistenz- zu Marktwaren, d. h. zur Produktion von Manufakturwaren für Exportmärkte (Protoindustrien). — (3) *Wachstum des individuellen Arbeitsangebots*. Da der Nutzen des Verbrauchs insgesamt wegen steigender Produktdifferenzierung zunahm, waren die Menschen bereit mehr zu arbeiten, um mehr konsumieren zu können. — (4) *Voraussetzung der industriellen Revolution*. Die Höhe des Profits aus einer technischen Innovation hängt mit der Zahl potentieller Anwender(innen) zusammen. Mit der Fleißrevolution entstanden große Märkte für Konsumgüter, so dass es kommerziell attraktiv wurde, deren Herstellung durch technischen Fortschritt effizienter zu gestalten.

c. Kritik. (1) Selbst in England blieb der Anteil von Haushaltsgütern am Gesamtvermögen in Nachlassinventaren im späten 17./18. Jh. stabil. Entweder waren die neuen

Konsumgüter weniger langlebig als die bisherigen Konsumgüter, oder sinkende Handelskosten in Verbindung mit Präferenz für Vielfalt (Punkte 1 und 2 in §2.b) reichen zur Erklärung des Wandels der Bedarfsdeckung aus. — (2) DE VRIES setzt eine Erhöhung des Arbeitseinsatzes mit einer Veränderung des Arbeitsangebots gleich (Verschiebung der Arbeitsangebotsfunktion nach außen). Alternative Gründe für eine Erhöhung der Arbeitszeit: (i) Ganzjährige Produktion von Manufakturwaren baute durch landwirtschaftlichen Arbeitszyklus verursachte saisonale Unterbeschäftigung ab. (ii) Bei Subsistenzorientierung zieht ein fallender Reallohn eine Ausweitung des Arbeitseinsatzes nach sich. (iii) Normative Regelung des Arbeitseinsatzes insbesondere durch Feiertagsvorschriften: Der Arbeitseinsatz wurde durch gesellschaftliche Normen, nicht durch Wahlakte der Haushalte bestimmt.

3. Gab es in Deutschland eine Konsum- und Fleißrevolution?

a. *Der Blick von hinten: Konsumstandard um 1900.* Breite Bevölkerungsteile (ca. ½ der Haushalte, für die FISCHER 2008 Daten hat) wiesen ein grundbedarfsorientiertes Verbrauchsmuster auf, bei dem Nahrungs- u. Genussmittel sowie Wohnen ca. ¾ der Ausgaben ausmachten. Ausgaben für pflanzliche Nahrungsmittel übertrafen diejenigen für tierische Nahrungsmittel. Kaffee- u. Alkoholkonsum konnten mehr als 10% der Ausgaben ausmachen. Fazit: Wenig Raum für frühere Konsumrevolution.

b. *Gesellschaftliche Normierung der Arbeitszeit.* 1870 arbeiteten Männer im gewerblichen Sektor wie in Großbritannien etwa 300 Tage im Jahr. (1) *Feiertage.* Ausgangspunkt: Jährliche Arbeitszeit = 365 – 52 Sonntage – x Feiertage. Im kath. Raum bis Mitte 18. Jh. in Städten ca. 40–50 Feiertage, auf Land bis 80. Im Gefolge der Reformation in evangelischen Gebieten Verringerung der Feiertage auf ca. 6 (Calvinisten) bis 25 (luth. Gebiete). In katholischen Gebieten 1769–1790er J. Kampagne zur Feiertagsreduktion, die in geistlichen Territorien eine Verminderung um mind. 1/3, im Mittel ca. ½ bewirkte (HERSCHE 2006, Bd. 1: 618–628). Motive: Schaffung zusätzlicher Arbeitsgelegenheit für Arme; Zurückdrängung von Müßiggang u. übermäßigem Trinken u. Essen; Beitrag zur wirtschaftlichen Entwicklung. — (2) *Andere Bemühungen zur Verfleißigung der Bevölkerung* (vgl. MÜNCH 2018). Fleiß wurde im 18. Jh. generell von intellektuellen Autoren als wichtige Tugend angesehen. Konkret z. B. 1770/1 vergebliche reichsweite Versuche, Handwerkergehilfen im Tagelohn zu entlohnen, um sie an sechs Tagen pro Woche zur Arbeit zu zwingen u. so den sog. »blauen Montag« abzuschaffen.

c. *Konsumregulierung und Verbreitung neuer Konsumgüter im 18. Jh.* (1) *Württemberg.* Aufwandsgesetze wurden noch im 18. Jh. durch Kirchenkonvente vollzogen, u. neue kleine Luxusartikel finden sich erst nach deren Aufhebung im Zuge der Revolutions- u. Napoleonischen Kriege (1792–1815) in Nachlassinventaren (MEDICK 1996: Kap. 5; OGILVIE 2010). — (2) *Bemühungen zur Begrenzung des Konsums an Kolonialwaren.* Im 18. Jh. staatl. Maßnahmen gegen den Konsum von Kolonialwaren, insbes. Kaffee, durch die breite Bevölkerung; Erfolg allerdings zweifelhaft. — (3) *Konsumgüterimporte in Hamburg, 1730er–1790er J.* Einerseits zunehmende Konzentration auf wenige Kolonialwaren, andererseits Vermehrung der Zahl verzeichneter Güterarten von 653 1733–42 auf

986 1790–98 (Produktdifferenzierung). Importe von Haushaltsgütern (Möbel, geflochtene Waren, Steingut, Uhren) wuchsen überdurchschnittlich, machten aber noch in den 1790er J. <1% des Importwerts aus: Die Konsumrevolution war in Deutschland auf die gesellschaftliche Elite begrenzt.

d. *Fazit.* Dass Menschen mehr arbeiteten, um mehr konsumieren zu können, ist schwierig nachzuweisen. Aber (1) *Bevölkerungswachstum* erzeugte unterbeschäftigte Haushalte. (2) *Steigende Effizienz des Handels* ermöglichte einen Abbau der Unterbeschäftigung, bes. in jahreszeitlichen Flauten in der Landwirtschaft, durch die Produktion von Manufakturwaren (Protoindustrialisierung). (3) *Wachsende Kolonialwarenimporte* stellten die Gegenseite zunehmender Marktproduktion deutscher Haushalte dar. Sie waren Teil einer nicht mehr ausschließlich durch Subsistenzproduktion bestimmten Lebensweise. (4) Die durch die steigende Effizienz des Handels bedingte Ausweitung von Konsumgütermärkten stellte eine *Voraussetzung für die Industrialisierung* dar.

Zitierte Literatur

- BLICKLE, Renate: »Nahrung und Eigentum als Kategorien in der ständischen Gesellschaft«, S. 73–93 in Winfried SCHULZE (Hg.), *Ständische Gesellschaft und soziale Mobilität* (München: Oldenbourg, 1989).
- EISENBART, Liselotte C.: *Kleiderordnungen der deutschen Städte zwischen 1350 und 1700: [...]* (Göttingen: Musterschmidt, 1962).
- FISCHER, Hendrik K.: *Konsum im Kaiserreich: [...] private Haushalte im wilhelminischen Deutschland* (Berlin: Akademie, 2011).
- HUMPHRIES, Jane und Jacob WEISDORF: »Unreal wages? Real income and economic growth in England, 1260–1850«, CEPR Discussion Paper 11999 (2017).
- LEMIRE, Beverly: *Fashion's favourite: the cotton trade and the consumer in Britain, 1660–1800* (Oxford: Oxford University Press, 1991).
- MCKENDRICK, Neil, John BREWER und J. H. PLUMB: *The birth of a consumer society: the commercialization of eighteenth-century England* (London: Europa, 1982).
- MEDICK, Hans: *Leben und Überleben in Laichingen 1650–1900: Lokalgeschichte als Allgemeine Geschichte* (Göttingen: Vandenhoeck und Ruprecht, 1996).
- MENNINGER, Annerose: *Genuss im Wandel: Tabak, Kaffee, Tee und Schokolade in Europa (16.–19. Jahrhundert)* (Stuttgart: Steiner, 2004).
- MÜNCH, Paul: »Arbeit und Fleiß in der Frühen Neuzeit«, S. 63–111 in Sabine REH und Norbert RICKEN (Hg.), *Leistung als Paradigma: zur Entstehung und Transformation eines pädagogischen Konzepts* (Wiesbaden: Springer 2018; Aufsatz zuerst 1992).
- MINTZ, Sidney: *Die süße Macht: Kulturgesch. des Zuckers* (Frankfurt: Campus, 1987).
- OGILVIE, Sheila: »Consumption, social capital, and the "Industrious Revolution" in early modern Germany«, *Journal of Economic History* 70, 2 (2010), 287–325.
- SCHIVELBUSCH, Wolfgang: *Das Paradies, der Geschmack und die Vernunft: eine Geschichte der Genussmittel* (München: Hanser, 1980).
- DE VRIES, Jan: *The Industrious Revolution: consumer behavior and the household economy, 1650 to the present* (Cambridge: Cambridge University Press, 2008).