



# Leseprobe

Frank Trentmann

## **Herrschaft der Dinge**

Die Geschichte des Konsums  
vom 15. Jahrhundert bis  
heute

---

»Aufs Ganze gesehen, bietet dieses Buch dem Leser die Möglichkeit, den Konsum in einem neuen Licht zu betrachten.« *aktiv*

Bestellen Sie mit einem Klick für 20,00 €



---

Seiten: 1104

Erscheinungstermin: 26. November 2018

Mehr Informationen zum Buch gibt es auf

[www.penguinrandomhouse.de](http://www.penguinrandomhouse.de)

# Inhalte

- Buch lesen
- Mehr zum Autor

## Zum Buch

---

### **Faszinierend und unterhaltsam: der Weg in die moderne Überfluggesellschaft**

Was wir konsumieren, ist zu einem bestimmenden Aspekt des modernen Lebens geworden. Wir definieren uns über unseren Besitz. Aber wie kam es überhaupt dazu, dass wir heute so viel besitzen? Wie hat das den Lauf der Geschichte verändert und welche Folgen hat der immer üppigere Lebensstil für unsere Erde? Frank Trentmann, Historiker am Londoner Birkbeck College, erzählt erstmals die faszinierende Geschichte des Konsums, vom China der Ming-Zeit, der italienischen Renaissance und dem British Empire bis in die Gegenwart. Ein einzigartiges Panorama, das Maßstäbe setzt – in der Forschung und den politischen und wirtschaftlichen Debatten unserer Zeit.

Das Buch enthält zahlreiche Farbfotos.



### **Autor**

## **Frank Trentmann**

---

Frank Trentmann ist Professor für Geschichte am Birkbeck College der Universität London. Seine akademische Ausbildung absolvierte er an der Universität von Hamburg, an der London School of Economics und in Harvard, ehe er in Princeton und in Bielefeld lehrte. Für sein Buch »Free Trade Nation« erhielt er den Whitfield Prize der Royal Historical Society. Frank Trentmann ist einer der

Frank Trentmann  
HERRSCHAFT  
DER DINGE

Die Geschichte des Konsums  
vom 15. Jahrhundert bis heute

Aus dem Englischen von  
Klaus-Dieter Schmidt  
und Stephan Gebauer-Lippert

Pantheon

Die Originalausgabe erschien 2016 unter dem Titel  
*Empire of Things. How We Became a World of Consumers,  
from the Fifteenth Century to the Twenty-first* bei Allen Lane,  
einem Imprint von Penguin Random House UK, London.

Sollte diese Publikation Links auf Webseiten Dritter enthalten,  
so übernehmen wir für deren Inhalte keine Haftung, da wir uns  
diese nicht zu eigen machen, sondern lediglich auf deren Stand  
zum Zeitpunkt der Erstveröffentlichung verweisen.



Penguin Random House Verlagsgruppe FSC® No01967

3. Auflage

© 2016 by Frank Trentmann

© 2017 für die deutschsprachige Ausgabe

by Deutsche Verlags-Anstalt, München,

© dieser Ausgabe 2018 by Pantheon Verlag

in der Penguin Random House Verlagsgruppe GmbH,

Neumarkter Straße 28, 81673 München

Umschlaggestaltung: Büro Jorge Schmidt, München, unter

Vorlage von Richard Kuiper (Fotografie) und Milan Bozic (Gestaltung)

Satz: Buch-Werkstatt GmbH, Bad Aibling

Druck und Bindung: CPI books GmbH, Leck

Printed in Germany

ISBN 978-3-570-55382-4

[www.pantheon-verlag.de](http://www.pantheon-verlag.de)

*Für Oscar & Julia*

Ich liebe die Dinge über alles,  
alles.

Ich mag die Zangen,  
die Scheren,  
ich schwärme  
für Tassen,  
Serviettenringe,  
Suppenschüsseln –  
vom Hut  
ganz zu schweigen.

...

O unumkehrbarer  
Strom  
der Dinge,  
keiner kann sagen,  
ich hätte nur  
die Fische  
geliebt  
oder die Gewächse des Urwalds und der Wiesen,

...

Falsch:

Mir sagten viele Dinge  
vieles.

Nicht nur sie rührten mich  
oder meine Hand rührte sie an,  
sondern so dicht  
liefen sie  
neben meinem Dasein her,  
daß sie mit mir da waren  
und so sehr *da* für mich waren,  
daß sie ein halbes Leben mit mir lebten  
und dereinst auch einen halben Tod mit mir sterben.

aus *Pablo Neruda*, »Ode an die Dinge«





# Inhalt

Einleitung 11

## Teil I

- 1 Drei Konsumkulturen 37
- 2 Die Aufklärung des Konsums 109
- 3 Das Reich der Dinge 163
- 4 Städte 235
- 5 Die Konsumrevolution kehrt heim 297
- 6 Das Zeitalter der Ideologien 363
- 7 Im Überfluss 453
- 8 Asien konsumiert 477

## Teil II

- Vorwort 541
- 9 Kauf jetzt, zahl später 543
- 10 Nicht so schnell! 591
- 11 Von der Wiege bis zur Bahre 647
- 12 Außerhalb des Marktes 697
- 13 Nah und fern 751
- 14 Dinge des Glaubens 813
- 15 Wegwerfgesellschaft? 835

Epilog 911

Dank 931

Anmerkungen 935

Register 1055

Bildnachweis 1099

Editorische Hinweise 1101



## Einleitung

Wir sind von Dingen umgeben. In den Garagen von Los Angeles stehen häufig keine Autos mehr, sondern Unmengen von Aufbewahrungskartons. In Großbritannien gab es 2013 sechs Milliarden Kleidungsstücke, rund einhundert pro Erwachsenen; ein Viertel von ihnen verlässt nie den Kleiderschrank. Ein Deutscher nennt im Durchschnitt zehntausend Gegenstände sein Eigen. Natürlich besaßen die Menschen schon immer Dinge, und sie benutzten sie nicht nur zum Überleben, sondern auch für Rituale, zum Vorzeigen und zu ihrem Vergnügen. Aber die Besitztümer, die sich in einem vormodernen Dorf oder bei indigenen Gruppen finden, verblissen neben dem wachsenden Berg von Dingen in hochentwickelten Gesellschaften wie unseren. Mit dieser zunehmenden Anhäufung war ein Wandel in den Beziehungen der Menschen zu den Dingen verbunden. Im Gegensatz zum vormodernen Dorf, wo die meisten Gegenstände als Geschenke oder mit der Mitgift hinzukamen und weitergegeben wurden, werden in modernen Gesellschaften Dinge größtenteils auf dem Markt gekauft. Und sie begleiten unser Leben nicht über einen so langen Zeitraum.<sup>1</sup>

In den letzten Jahrhunderten sind der Erwerb, Nachschub und Verbrauch von Dingen, kurz der Konsum, zum bestimmenden Merkmal unseres Lebens geworden. Es wäre falsch, anzunehmen, die Menschen hätten zu irgendeiner Zeit eine einzige Identität gehabt, aber es gab Abschnitte in der Geschichte, in denen bestimmte Rollenmodelle vorherrschend waren und die Gesellschaft und Kultur prägten. In Europa bildete sich im Hochmittelalter eine feudale Gesellschaft aus Rittern, Herren und Leibeigenen heraus.<sup>2</sup> Während der Reformation stießen verschiedene Konfessionen aufeinander. Im 19. Jahrhundert machte eine auf Handel beruhende Gesellschaft einer industriellen

Klassengesellschaft aus Kapitalisten und Lohnarbeitern Platz. Heute ist die Arbeit immer noch wichtig, aber sie definiert uns weit weniger als in der Blütezeit der Fabriken und Gewerkschaften. Statt Krieger oder Arbeiter sind wir mehr denn je Konsumenten. In der reichen Welt – und in zunehmendem Maß auch in der sich entwickelnden – werden Identität, Politik, Wirtschaft und Umwelt grundlegend von dem bestimmt, was und wie wir konsumieren. Geschmack, Erscheinung und Lebensstil definieren, wer wir sind (oder sein wollen) und wie andere uns sehen. Politiker stellen öffentliche Leistungen wie einen Supermarkt voller Waren dar, aus denen sich die Bürger wie Kunden bedienen können. Umgekehrt bemühen sich viele Bürger, soziale und politische Anliegen voranzubringen, indem sie in Boykotten und »Buykotten« die Macht ihrer Geldbeutel einsetzen. Hochentwickelte Wirtschaften sind auf Gedeih und Verderb von ihrer Fähigkeit abhängig, durch Werbung, Markenbildung und Konsumentenkredite ein hohes Ausgabenniveau zu erreichen und aufrechtzuerhalten.

Die vielleicht existentiellste Auswirkung unseres materiell aufwendigen Lebensstils ist diejenige auf den Planeten. Dieser Lebensstil beruht auf fossilen Brennstoffen. Im Lauf des 20. Jahrhunderts hat sich die Kohlendioxidemission pro Person vervierfacht. Heute verursachen der Transport und größere, komfortablere Häuser und Wohnungen, ausgestattet mit vielen Haushaltsgeräten, knapp die Hälfte des globalen CO<sub>2</sub>-Ausstoßes. Der gestiegene Fleischkonsum hat den Stickstoffkreislauf empfindlich gestört. Kalkuliert man die Emissionen mit ein, die bei der Herstellung und Auslieferung ihrer Güter entstehen, sind die Verbraucher sogar noch tiefer in diesen Prozess verstrickt. Und viele kaputte Fernsehgeräte und Computer landen am Ende ihrer Lebensspanne in Ländern wie Ghana und Nigeria, wo sie Krankheiten und Umweltverschmutzung hervorrufen, weil sie zur Gewinnung von Wertstoffen auseinandergenommen werden.<sup>3</sup>

Wie viel und was man konsumieren soll, ist eine der drängendsten, aber auch verwickeltesten Fragen unserer Zeit. Dieses Buch ist ein historischer Beitrag zu dieser Debatte. Es erzählt, wie es dazu kam, dass wir mit so viel mehr leben als früher, und wie dies den Gang der Geschichte verändert hat.

Wie andere Schlüsselbegriffe der Geschichte hat auch derjenige des Konsums einen Bedeutungswandel durchlaufen. Er geht auf das lateinische Wort *consumere* zurück, das im 12. Jahrhundert zuerst ins Französische Eingang fand und von dort ins Englische und später auch in andere europäische Sprachen übernommen wurde. Damals bedeutete es den Verbrauch und physischen Verzehr von Material. Lebensmittel, Kerzen und Feuerholz wurden konsumiert. Auch der Körper wurde, wenn er von Krankheit befallen war, konsumiert. Verwirrend war, dass es das ähnlich klingende Verb *consummare* gab, das bedeutete, etwas zu vollenden, wie in den letzten Worten Christi: »Es ist vollbracht« – *consummatum est*. Im englischen Alltagsgebrauch wurden »Verbrauch« und »Vollendung« häufig zusammengeworfen.<sup>4</sup>

Zwischen dem 17. und 19. Jahrhundert durchlief der Begriff eine rätselhaft Metamorphose. Konsum bedeutete immer weniger Verbrauch oder Zerstörung und wurde stattdessen zu etwas Positivem und Schöpferischem. Seit dem Ende des 17. Jahrhunderts vertraten ökonomische Denker die Auffassung, dass der Erwerb von Gütern und Dienstleistungen nicht nur individuelle Bedürfnisse befriedigte, sondern zugleich die jeweilige Nation bereicherte, indem er den Markt für Produzenten und Investoren vergrößerte. Persönliche Eitelkeiten, wie der Kauf einer Schnupftabakdose oder extravaganter Kleidung, konnten – zumindest in materieller Hinsicht – einen öffentlichen Nutzen haben. Solche Verknüpfungen brachten bisherige moralische Gewissheiten ins Wanken. Ein Meilenstein auf diesem Weg war Adam Smiths Buch *Der Wohlstand der Nationen* von 1776, in dem er feststellte: »Ziel und Zweck aller Produktion ist der Verbrauch ...«<sup>5</sup> Dessen ungeachtet waren Smith und seine Schüler noch ein gutes Stück davon entfernt, den Konsum zum Mittelpunkt der Ökonomie zu machen, ganz zu schweigen von der Annahme, dass es ein ständiges Wachstum geben könnte. Darauf kam man erst in den 1860er und 1870er Jahren, als William Stanley Jevons, Carl Menger und Léon Walras verkündeten, nicht die Arbeit schaffe den Wert eines Produkts, sondern der Konsum.

Die Apotheose des Konsumenten mag zwar ihren Anfang in der Ökonomie genommen haben, aber vollendet wurde sie von der Politik. Um 1900 herum betrat der »Consumer« und Käufer als Zwilling des Bürgers

die politische Bühne. Er setzte den Geldbeutel ein, um Sozialreformen zu fördern, zuerst in den Vereinigten Staaten und Großbritannien, aber bald auch in Frankreich und anderswo in Europa. Erst in der Zwischenkriegszeit, als in Massen produzierte, standardisierte Waren ihren Siegeszug antraten, machten Unternehmen und Werbefachleute den Kunden zum »König« des Markts. In den folgenden Jahrzehnten begann man die Nutzer von Gesundheits-, Bildungs- und Sportdienstleistungen als »Konsumenten« anzusprechen, bis man in den 1960er Jahren schließlich eine völlig neue Art von Gesellschaft ausmachte: die »Konsumgesellschaft«. Im späten 20. Jahrhundert wurden nicht mehr nur Güter und Dienstleistungen konsumiert, sondern auch Gefühle, Erlebnisse und Erfahrungen. Dennoch wurde die alte Verbindung zum Verbrauch nie ganz gekappt. Wilhelm Roscher, der Begründer der Historischen Schule der Ökonomie in Deutschland, bemerkte einmal, ein Mantel sei erst »consumirt«, wenn sein Stoff sich auflöse. Bezeichnenderweise verknüpft der in den 1880er Jahren eigens geschaffene japanische Begriff *shōhi* »verbrauchen« (*hi*) mit »auslöschen« (*shō*). In einer Zeit, in der wir uns wieder der Endlichkeit der Ressourcen des Planeten bewusst werden, spricht vieles für diese weiter gefasste, materielle Auffassung des Konsums.

Der Bedeutungswandel des Begriffs spiegelt die Entwicklung des Kapitalismus seit dem 15. Jahrhundert wider, in deren Verlauf Märkte, Erwerb und Auswahl sich auf einen immer größeren Teil der Gesellschaft ausdehnten. Dennoch wäre die Betrachtung zu eng gefasst, richtete man die Aufmerksamkeit nur auf das Kaufen und die Veränderungen der Kaufkraft. Konsum ist mehr als Erwerb. Trotz des Aufstiegs des Kaufens erreichen Dinge und Dienstleistungen die Menschen weiterhin auch auf anderen Wegen, etwa als Geschenke oder durch die Nutzung betrieblicher Fitnessstudios und Urlaubsangebote sowie, insbesondere in den letzten fünfzig Jahren, durch staatliche Leistungen auf den Gebieten von Gesundheit, Wohnung, Bildung und Sozialhilfe. Das Kaufen wird in diesem Buch gebührend gewürdigt, aber es gilt auch zu berücksichtigen, wie die Dinge benutzt werden, denn auf diese Weise formen sie erst das gesellschaftliche Leben und die soziale Identität und bestimmen deren Bedeutung.

Dieses Buch folgt dem Zyklus des Konsums so vollständig wie möglich,

von der Nachfrage über Erwerb, Nutzung und Sammlung bis zur Entsorgung. Es beschäftigt sich mit dem Verlangen nach Gütern, das der Nachfrage zugrunde liegt, beispielsweise dem Wunsch nach indischen Baumwollstoffen im Europa des 18. Jahrhunderts, nach europäischen Kleidern in Afrika des 19. Jahrhunderts oder der Herausbildung eines neuen europäischen Geschmacks an exotischen Waren wie Kaffee, Tee und Schokolade. Der Geschmack an diesen Dingen war weder von vornherein vorhanden noch beständig, sondern musste und muss geschaffen werden. Und er veränderte sich im Lauf der Zeit, während der Kolonialismus und Kapitalismus jene Produkte für den westlichen Markt neu aufstellten. Auch Kulturen unterschieden sich darin, welche Güter sie wertschätzten. Die einen (wie die Ming-Kultur in China) legten auf das Alter wert, während andere (wie diejenigen der Vereinigten Niederlande und des frühmodernen England) in zunehmendem Maß auf Neuheit bedacht waren. Das nächste Glied in der Kette des Konsums ist der Erwerb. Hier kommen neben Kauf und Kaufkraft Kredit und Sparsamkeit ins Blickfeld. Aber auch Erwerbswege jenseits des Kaufens werden nicht außer Acht gelassen, wie die Weitergabe von Dingen an Verwandte und Freunde oder zu wohltätigen Zwecken; auch die in jüngster Zeit erfolgte bemerkenswerte Verwandlung des Kochens und des Gartenbaus von einer Arbeit zu einem Hobby, für das viel Zeit und Geld aufgewandt wird, gehört hierher. Das letzte Kettenglied betrifft schließlich das Ende des gesellschaftlichen Lebens von Gütern, wenn diese kaputt oder altmodisch geworden sind oder einfach von ihren Besitzern nicht mehr gewollt werden. In diesem Zusammenhang geht es nicht nur um Entsorgung, sondern auch um Aufbewahrung und Wiederverwendung.

Ebenso wichtig wie Zeit und Geld sind die Räume des Konsums. In dieser Hinsicht ist das Kaufhaus die Ikone der Modernität. Nicht weniger faszinierend ist jedoch die lebendige Mischung von Geschäften und Filialen, die das Kaufhaus umgibt, von Straßenhändlern über Lebensmittelgeschäfte bis zum Tante-Emma-Laden. Gleiches gilt für die Räume, in denen die Freizeit verbracht wurde (und wird), von kommerziellen Einrichtungen wie den frühen Kinos und Tanzlokalen über öffentliche Schwimmbäder bis zu von Firmen gesponserten Modeschauen. Ferner muss die Verbindung zwischen öffentlichem und privatem Leben

untersucht werden, insbesondere die herausragende Bedeutung des Einzugs von fließend Wasser, Gas und elektrischem Strom in die Haushalte, der neue Gewohnheiten und Erwartungen hervorrief und den Einsatz neuer Geräte ermöglichte. Wir wollen nicht nur erfahren, wie viel Geld für ein Radio, eine Waschmaschine oder eine Klimaanlage ausgegeben wurde und wer sie kaufte, sondern auch, wie sie Art und Rhythmus des Alltagslebens veränderten. Komfort, Sauberkeit und Kommodität, um ein Wort aus dem 18. Jahrhundert zu benutzen, waren dynamische Triebkräfte des Konsums.

Heute ist der Konsum Gegenstand einer hitzigen öffentlichen Debatte zwischen zwei gegnerischen Lagern, die ihre moralische Artillerie aufeinander gerichtet haben. Auf der einen Seite stehen linksliberale, sozialdemokratische Kritiker, die das Konglomerat aus Kaufen, Werbung, Markenbildung und Billigkrediten attackieren, weil es aus aktiven, rechtschaffenen Bürgern passive, gelangweilte Konsumenten mache. Aus ihrer Sicht hat man die Menschen dazu gebracht, sich Dinge zu wünschen und zu kaufen, die sie nicht wollen und für die sie weder das Geld noch die Zeit haben, sie zu genießen. »Künstliche Wünsche« seien an die Stelle von »authentischen Bedürfnissen« getreten. Die Menschen seien überwältigt von einer zu großen Auswahl und würden immer kurzsichtiger. Wie Hamster im Laufrad seien sie in einem Kreislauf aus Ausgeben, Arbeiten und Konsumieren gefangen, der sie unglücklich, einsam und psychisch labil mache und in tiefe Schulden stürze. Jahrelanger geistloser Konsum und das Verlangen nach sofortiger Befriedigung hätten ihre Herzen und ihren Geist für die Mühsal anderer unempfindlich gemacht. Privater, selbstsüchtiger Hedonismus habe den öffentlichen Geist abgetötet. Der »Konsumismus«, wie er abwertend genannt wird, sei die neue Art des Totalitarismus, »der durch Gucci ersetzte Gulag«.<sup>6</sup>

Auf der anderen Seite stehen die Verfechter des Konsums, vor allem klassische Liberale, die in der Wahlfreiheit die Grundlage von Demokratie und Wohlstand sehen. Nach ihrer Ansicht sollten die Bürger das Recht haben, ihren Vorlieben zu folgen und ihre eigene Auswahl zu treffen, ohne dass irgendeine Autorität ihnen sagt, was gut oder schlecht ist. Am Markt eine Auswahl zu treffen sei wie die Stimmabgabe in einer Wahl. Wer in Erstere eingreife, untergrabe Letztere. Die Wahlfreiheit, wie Rose



und Milton Friedman sie in ihrem erfolgreichen Buch *Chancen, die ich meine* von 1979 und der gleichnamigen Fernsehserie verfochten, sei nicht nur die beste, sondern auch die einzige Grundlage für »beides, für Wohlstand und Freiheit«. <sup>7</sup> Lizabeth Cohen hat in ihrem Buch *A Consumers' Republic* auf lebendige Weise beschrieben, wie diese Vision die Vereinigten Staaten erobert hat. <sup>8</sup> Ähnliche Auffassungen hört man heute, häufig unter dem Oberbegriff des Neoliberalismus, in aller Welt. Auch einige Sozialdemokraten, die anerkennen, dass die Menschen ein Recht auf Komfort, Spaß und etwas Luxus haben, hängen ihnen an. Eine größere Auswahl unter mehr Waren und Dienstleistungen würde, so hoffen manche, die alten Klassenhierarchien aufweichen und eine pluralistischere Gesellschaft entstehen lassen. 2004 erklärte der damalige britische Premierminister Tony Blair als Vertreter von »New Labour«: »Ich glaube, die Menschen wollen auswählen, bei öffentlichen Dienstleistungen genauso wie bei anderen Dienstleistungen.« Den Eltern und Patienten als »Staatsbürgern und Konsumenten« eine größere Wahlmöglichkeit zu geben, betonte er, würde Schulen und Krankenhäuser verbessern. <sup>9</sup>

Als diese politische und moralische Lanze für die Wahlfreiheit gebrochen wurde, geschah das natürlich nicht in einem kulturellen Vakuum. In den 1970er und 1980er Jahren durchliefen viele Gesellschaften einen tiefgreifenden Wandel, der eine günstige Atmosphäre für Güter und Vergnügungen und eine tolerante Haltung ihnen gegenüber schuf. Vielleicht seien die Menschen, merkte der französische Soziologe und Kulturphilosoph Michel de Certeau an, ja nicht nur passive Tölpel, sondern kreativ und sogar rebellisch, wenn sie mit einem unverkennbar eigenen Lebensstil ihre Autonomie verteidigten. Die Jugendkultur, beobachteten andere, nutzte Mode, Mopeds und Popmusik, um die Konformität zu durchbrechen. Das Einkaufen, fügten Autoren aus dem Bereich der Gender Studies hinzu, sei nicht nur eine belanglose Tätigkeit, sondern könne Kraft verleihen, indem es Frauen, die es zumeist erledigten, eine neue Identität und öffentliche Präsenz gebe. Der Postmodernismus verwischte die einfache Trennlinie zwischen »authentischen« und »künstlichen« Wünschen und brachte die Hierarchie von »gutem« und »schlechtem« Geschmack durcheinander. Wenn die Realität keinen einzigen Standpunkt bereithält, sondern aus unterschiedlichen Diskursen und Interpretationen besteht, wer

will dann entscheiden, ob die Vorliebe für Elvis mehr oder weniger echt oder wert ist als diejenige für Wagner? Anthropologische Feldstudien in Überflussgesellschaften kamen zu dem Ergebnis, dass Einkaufen und Konsum höchst bedeutungsvolle soziale Erfahrungen sind und keineswegs Akte geistloser Akkumulation. Die Menschen finden sich in ihren Besitztümern wieder und drücken sich durch sie aus.<sup>10</sup>

In diesem Buch geht es nicht darum, ein Urteil in einer moralischen Debatte zu fällen, und schon gar nicht um eine Entscheidung der Frage, ob Konsum »gut« oder »schlecht« ist. Konsum ist zu vielfältig und seine Geschichte zu reichhaltig, um in eines der beiden extremen Modelle von selbstzufriedenem Massenkonsum einerseits und individueller Freiheit andererseits zu passen. Hauptziel dieses Buchs ist ein anderes: Es soll dem Leser die Chance geben, einen Schritt zurückzutreten und das Thema aus historischer Sicht zu betrachten, um zu erkennen, wie der Konsum im Lauf der letzten fünfhundert Jahre zu dem geworden ist, was er heute ist. Was uns hier vor allem interessiert, ist der Prozess, genauer gesagt das Wechselspiel zweier Prozesse: einerseits die Gestaltung des Konsums durch Institutionen und Ideen und andererseits die Umformung von Macht, Sozialbeziehungen und Wertesystemen durch den Konsum.

Um die sich verändernde Wechselbeziehung zwischen diesen Kräften zu beschreiben, reicht es nicht aus, sich auf den individuellen Geschmack oder auf Verallgemeinerungen zu beschränken. Psychologen haben in jüngster Zeit gezeigt, dass es irreführend ist, Vorlieben als rationale Entscheidungen zu betrachten, wie die meisten Ökonomen es tun. Was Menschen auswählen, hängt von den Rahmenbedingungen ab; so kaufen sie eher etwas positiv als etwas negativ Etikettiertes, also, um ein einfaches Beispiel zu geben, eher zu 75 Prozent mageres als zu 25 Prozent fettes Fleisch.<sup>11</sup> Dies ist eine fundamentale Erkenntnis, und es gibt keinen Grund, warum man sie nur auf die Gegenwart anwenden sollte. Die Geschichte ist ein riesiges Laboratorium, in dem ständig solche Rahmensetzungen stattfanden. Handel, Weltreiche, Städte und Ideologien schufen Zusammenhänge, in denen die Menschen lebten und die manche Wünsche auslösten und andere unterdrückten, Gewohnheiten prägten und bestimmte Vorstellungen von Geschmack, Komfort und gutem Leben verbreiteten. Geld und Zeit spielen, wie wir sehen werden, eine

Rolle. Ökonomen haben untersucht, wie und wann Haushalte und ihre Mitglieder Freizeit gegen Einkommen eintauschen, indem sie sich entscheiden, ihre Arbeitskraft am Markt zu verkaufen, um in der Lage zu sein, Güter zu kaufen. Dies ist wichtig, bleibt aber ein zu enges Nachfragekonzept, denn es sagt uns weder, was Haushalte dazu bringt, mehr Güter besitzen zu wollen, noch was sie dann mit ihnen tun. Wir müssen uns also anschauen, welche Kräfte auf Haushalte und ihre Entscheidungen einwirken. Materielle Wünsche sind keine Erfindung der Moderne. Aber sie können kultiviert und verstärkt oder vernachlässigt und zum Schweigen gebracht werden. In den letzten fünfhundert Jahren wurden sie stets verstärkt. Das vorliegende Buch ist eine Geschichte der Nachfrage nach immer »mehr«.

Eine bedeutende Kraft, die wichtige Deutungsrahmen bietet, war und ist die Moral. Die Menschen und ihre Herrscher haben Vorstellungen von gutem und schlechtem Verhalten, angemessenen und unangemessenen Ausgaben, gerechten und ungerechten Preisen, maßloser und maßvoller Lebensweise. Aber diese verändern sich im Lauf der Zeit, Ideologien steigen auf und stürzen, und die materiellen Bedingungen ändern sich. Die Positionen in der heutigen Moraldebatte, die oben kurz beschrieben wurden, stellen den Nachhall einer langen historischen Auseinandersetzung dar. So gesehen, besteht ihr Hauptwert weniger in der Analyse dessen, was gut oder schlecht ist, als vielmehr darin, Teile des historischen Puzzles zu bilden, Kapitel in der Ideengeschichte, die mehr über die Kraft und Nachhaltigkeit von Denktraditionen aussagen als darüber, was der Konsum tatsächlich ist. Der Aussage, Konsum sei totalitär, zum Beispiel, kann man den offensichtlichen Unterschied zwischen der sehr realen Macht in Stalins Arbeitslagern und derjenigen, die von Luxusmarken ausgeübt wird, entgegenhalten. Anstatt vorschnell in der heutigen Moraldebatte Stellung zu beziehen, sollte man sich klarmachen, dass beide Positionen tief in der Geschichte verwurzelt sind. Interessanter ist es daher, herauszufinden, wie weit solches Denken in den von früheren Denkern gelegten Bahnen verläuft. Die Kritik am Konsumismus als neuem Faschismus reicht in die 1960er Jahre zurück, zu dem italienischen Filmregisseur und Schriftsteller Pier Paolo Pasolini und dem marxistischen Emigranten Herbert Marcuse. Letzterer warnte vor der Herausbildung des »eindimensionalen

Menschen«; das gleichnamige Buch wurde seinerseits zum Konsumartikel und Bestseller.

Obwohl Marcuses pessimistische Diagnose von sozialer Kontrolle und Repression außer Mode gekommen ist, folgt die heutige öffentliche Debatte ein gutes Stück der Kritik des Konsumismus, wie sie während des Nachkriegsbooms en vogue war. Kein anderes Buch hat dabei einen derart langen Schatten geworfen wie John Kenneth Galbraiths *Gesellschaft im Überfluss* von 1958. Der Ökonom Galbraith – während des Zweiten Weltkriegs war er für die Preisstabilität in den Vereinigten Staaten verantwortlich gewesen – war ein liberaler Intellektueller mit einer sozialen Mission. Nach seiner Ansicht bildete sich nach dem Krieg eine neue, gefährliche Art von Gesellschaft heraus. In Folge der Wiederherstellung des Friedens habe man sich auf den Massenkonsum verlegt, um die während des Krieges aufgebauten Produktionskapazitäten auszulasten. Um dies zu erreichen, so Galbraith, habe die Produktion nicht mehr einfach nur Bedürfnisse befriedigen können: Sie habe sie mit Hilfe von Werbung und Vertretern erst schaffen müssen. Ein Teufelskreis sei in Gang gesetzt worden, der die Menschen dazu brachte, mit Hilfe von Konsumentenkrediten über ihre Verhältnisse zu leben. Etablierte Unternehmen seien dadurch weiter ins Zentrum der Macht gerückt, die vielleicht beunruhigendste Folge aber sei, dass der individuelle Materialismus über den Bürgersinn gestellt wurde. Es sei, um Galbraiths berühmte Gegenüberstellung zu zitieren, eine »Atmosphäre privaten Reichtums und öffentlicher Misere« geschaffen worden.<sup>12</sup>

Der allgemeinere Gedanke der Entmenschlichung, Versklavung und Korruption durch die Verlockung der Dinge reicht über Karl Marx und Jean-Jacques Rousseau bis zu Platon zurück. In Spätmittelalter und Frühmoderne stießen Aufwendungen für modische Kleidung, prächtige Hochzeiten und schöne Möbel weithin auf Ablehnung und wurden sogar verboten. Man befürchtete, sie würden eine Nachahmungsspirale auslösen sowie Werte und soziale Hierarchien untergraben. Außerdem lehnte man sie ab, weil sie der öffentlichen Hand Mittel entzogen. Am schwersten dürfte aber der Vorwurf gewogen haben, Habgier und das Verlangen nach Dingen würden Christen vom rechten Pfad des geistigen Lebens abbringen. In seinem 413 begonnenen Buch *Vom Gottesstaat* verfolgte

Kirchenvater Augustinus den Mangel an Selbstbeherrschung, den »Irrtum und [die] verkehrte Liebe, mit der jedes Adamskind geboren wird«, bis zum Sündenfall und der Vertreibung aus dem Paradies zurück.<sup>13</sup> Das Verlangen nach Gütern und das fleischliche Verlangen entsprangen hier derselben Quelle.

Der Gedanke der Gegensätzlichkeit von Sein und Haben hat eine lange Geschichte. Dies gilt aber auch für die alternative Ansicht, dass der Mensch erst durch die Benutzung von Dingen zum Menschen werde. Seit dem 17. Jahrhundert mehrten sich die Stimmen, die dem Konsum eine neue Legitimität zusprachen. Aus ihrer Sicht bildete das Verlangen nach immer mehr eine Triebkraft des menschlichen Erfindungsvermögens und der Zivilisation.

Die Leser werden wie der Autor dieses Buchs ihren eigenen moralischen Standpunkt haben. Was für den einen »extravagant« oder »frivol« ist, mag für andere »essentiell« sein. Für das historische Verständnis ist es indes nicht sehr erhellend, die Vergangenheit nur durch den eigenen moralischen Filter zu betrachten. Vielmehr muss man die sich verändernden Einstellungen historischer Akteure ernst nehmen, die positiven und ambivalenten ebenso wie die kritischen, insbesondere wenn man begreifen will, wie sich die »Bedürfnisse« derart ausweiten konnten, wie sie es getan haben. Wenn man nur auf die manipulative Macht von Werbung und Markenbildung verweist, verschließt man die Tür zu dieser reichen Geschichte der menschlichen Beschäftigung mit den Dingen.

Doch das Ziel dieses Buchs besteht nicht nur darin, Konsum als Produkt historischer Kräfte zu zeigen, denn umgekehrt hat auch er Staaten, Gesellschaften und den Alltag verändert. Um dies deutlich zu erkennen, muss man mit der Tradition brechen, die materielle Kultur als separate Sphäre des Alltagslebens zu betrachten. Der progressive US-Präsident Theodore Roosevelt prophezeite 1912, der »große Historiker« der Zukunft werde nicht nur die großen Ereignisse, sondern auch »das Alltagsleben der Männer und Frauen des Zeitalter so umfassend wie möglich« darstellen.<sup>14</sup> Etwas mehr als fünfzig Jahre später widmete der französische Historiker Fernand Braudel den ersten Band seines dreibändigen Werks über das Verhältnis von Zivilisation und Kapitalismus (*Sozialgeschichte*

des. 15.–18. Jahrhunderts) dem Alltagsleben. Eine solch herausgehobene Behandlung des Themas erbrachte eine Vielzahl von Erkenntnissen, nicht zuletzt über die Wirkung von Ess- und Trinkgewohnheiten und die Abläufe des Alltagslebens, die neben einer Marktwirtschaft bestanden. Aber sie hatte ihren Preis. Denn wenn Alltagsleben, Markt und Politik als getrennte Sphären behandelt werden, ist es nahezu unmöglich, ihr Wechselspiel nachzuvollziehen. Deshalb ist diese Herangehensweise für die moderne Geschichte, also die Zeit vom 18. bis zum 20. Jahrhundert, in der sich die Sphären immer dichter miteinander verweben, besonders ungeeignet. Für Braudel, dessen kreativer Ansatz sich bei der Beschäftigung mit dem 16. Jahrhundert herausbildete, war die »materielle Kultur« eine »Schattenzone«.<sup>15</sup> In der modernen Welt ist sie dagegen ins Zentrum der Politik gerückt: Der Lebensstandard, Wohnen und Essen, Freizeit, Einkaufen und Entsorgung sind zu Kernelementen des öffentlichen Interesses geworden.

Wir haben es mit einer neuen Dynamik zu tun: Das Wachstum des Konsums lässt – in seinem schierem Umfang, seiner Veränderung und seinem Materialdurchsatz – kaum einen Aspekt des öffentlichen Lebens unberührt. Diese Dynamik und ihre Auswirkungen auf das Sozialleben und die Politik stehen im Mittelpunkt des vorliegenden Buchs. Es entwirft eine alternative Geschichte zu derjenigen der »Überflussesgesellschaft«, die weiterhin die öffentliche Meinung prägt und die den Konsum als ein Phänomen – oder eine Krankheit – der Jahrzehnte nach dem Zweiten Weltkrieg versteht: des Booms, des Wirtschaftswunders oder der *trente glorieuses*. Dieser Zeitraum wird für gewöhnlich mit dem Aufstieg des Hedonismus, der Macht von Werbung und Vertretern sowie der Verbreitung von Kreditkarten, Supermärkten und vor allem der amerikanischen Lebensweise verknüpft. In diesen Jahrzehnten entdeckt man die Wurzeln der heutigen Fixierung darauf, immer mehr zu verbrauchen. Aus dieser Perspektive steht der Konsum für private Auswahl, grassierenden Individualismus und Markttausch. Chronologisch ist es weitgehend eine Nachkriegsgeschichte mit Amerika als Vorbild.

Das vorliegende Buch bricht in vier Punkten mit dieser Herangehensweise. *Erstens* erweitert es den Zeitrahmen. In den 1950er und 1960er Jahren vergrößerte sich im Westen das verfügbare Einkommen auf

beispiellose Weise, doch dies bedeutet nicht, dass die Menschen in früheren Zeiten im Elend lebten. Anstatt den Nachkriegsboom als Neuanfang zu sehen, sollte man ihn als spätes Kapitel einer langen Geschichte der globalen Expansion der Güter betrachten. Wann genau diese Expansion begann, ist umstritten. Als der Historiker Neil McKendrick vor dreißig Jahren die »Geburt der Konsumgesellschaft« in Großbritannien ausmachte und auf das 18. Jahrhundert datierte,<sup>16</sup> löste er einen Prozess aus, im Zuge dessen der Zeitpunkt in immer frühere Epochen verlegt wurde; manche entdeckten die ersten Anzeichen im aufkommenden Geschmack an Bier und Rindfleisch im spätmittelalterlichen England. Die so ausgelöste Welle historischer Forschungen war ein gemischter Segen. Einerseits belegte sie umfangreich, dass die Vorliebe für neue Kleidung, häuslichen Komfort, die exotischen Getränke Tee und Kaffee sowie chinesisches Porzellan schon vor der Industriellen Revolution entstand. Im Gegensatz zur verbreiteten Auffassung ging der Massenkonsum damit der fabrikmäßigen Massenproduktion voraus; tatsächlich war die westliche Nachfrage nach indischer Baumwolle und chinesischem Porzellan einer der Faktoren, die Innovationen innerhalb der europäischen Industrie angestoßen haben. Zwischen dem 15. und 17. Jahrhundert erlebten das Italien der Renaissance, das China der späten Ming-Zeit und dann auch die Vereinigten Niederlande und England eine materielle Blüte. Die vorliegende Darstellung beginnt mit der Untersuchung der unterschiedlichen Entwicklungen und Eigenheiten des Konsums in diesen drei Gesellschaften, die aber keinen Nullpunkt darstellen.

Denn andererseits hatte der Versuch, einen bestimmten Zeitpunkt für den Ursprung der Konsumgesellschaft zu finden, unselige Nebenwirkungen. Insbesondere lenkte er Historiker von der größeren Aufgabe ab, die Herausbildung des Konsums in Zeit und Raum nachzuvollziehen. Die »Geburt« war eine unglückliche Metapher, denn anders als ein Baby wurde der Konsum nicht auf einen natürlichen, fast universalen Weg von Wachstum und Entwicklung gesetzt. Vielmehr wurde er im Lauf der modernen Geschichte von Staaten und Reichen geformt und von Veränderungen in Kultur und Gesellschaft beeinflusst, durch die sich Lebensweisen, Geschmack und Gewohnheiten wandelten und neue Identitäten und Beziehungen entstanden.

Der *zweite* Perspektivenwechsel, den dieses Buch vornimmt, ist geographischer Art. In der Überflussära des Kalten Krieges schien die amerikanische Gesellschaft die Urform der Konsumgesellschaft zu sein, die ihre Lebensweise in die übrige Welt exportierte. Der Strom floss überwiegend in eine Richtung, als Teil von »Amerikas Siegeszug im Europa des 20. Jahrhunderts«. <sup>17</sup> Die These von der »Geburt« der Konsumgesellschaft machte das England des 18. Jahrhunderts zur Kinderstube eines angelsächsischen Auswahl- und Marktmodells. Heute, zu Beginn des 21. Jahrhunderts, sollte man diese anglozentrische Sichtweise unbedingt einer Prüfung unterziehen. Angesichts des raschen Wachstums in China und der materiellen Fortschritte in Indien, Brasilien und anderen sogenannten Schwellenländern kann man den Konsum kaum noch als ausschließlich angloamerikanischen Export behandeln. Obwohl weiterhin anderthalb Milliarden Menschen am Rand des Verhungerns leben, ist klar, dass der größere Teil der Weltbevölkerung mit immer mehr lebt. Allerdings sind die Menschen nicht einfach in die Fußstapfen der Engländer und Amerikaner getreten. Natürlich haben das britische Empire und sein Nachfolger im 20. Jahrhundert, die Vereinigten Staaten, ihre materielle Zivilisation aktiv verbreitet. Aber andere Gesellschaften waren keine leeren Hüllen; sie besaßen ihre eigenen Konsumkulturen. Afrikanische Königreiche, die sich im 19. Jahrhundert den europäischen Kolonialisten beugen mussten, brachten ihren eigenen Geschmack und ihre Gewohnheiten in den kolonialen Pool ein. Im 20. Jahrhundert traten Westdeutschland und Japan, Gesellschaften, die eher das Sparen als billige Kredite betonten, dem Klub der Überflussgesellschaften bei. Anstatt überall die schleichende Ausbreitung einer Monokultur zu vermuten, sollte man die fortdauernde Hybridität, Diversität und Vielfältigkeit im Rahmen universeller Trends zu steigendem Komfort und Besitz von Konsumgütern anerkennen.

Außerdem sind nicht alle Konsumenten liberale Kapitalisten. Auch faschistische und kommunistische Gesellschaften konsumierten. Die Regime Hitlers in Deutschland und Mussolinis in Italien waren ebenso materialistisch wie militaristisch. Sie versprachen ihren Völkern nicht nur mehr »Lebensraum«, sondern auch einen höheren Lebensstandard. Dass sie stattdessen Völkermord und Zerstörung hervorbrachten, ändert nichts an der Bedeutung ihrer materiellen Absichten. Was die sozialisti-



schen Länder betrifft, so gab es weniger Auswahl und mehr Mangel als in den kapitalistischen Staaten. Auch nachdem Breschnew und Honecker der Forderung nach mehr Vielfalt, Mode und Komfort Zugeständnisse gemacht hatten, blieb der Konsum der Produktion untergeordnet. Dennoch wäre es falsch, diese Länder in einer Geschichte des Konsums nicht zu berücksichtigen, nur weil sie nicht kapitalistisch waren und ihre Autos und Fernsehgeräte weniger schnell ausgeliefert wurden und schneller kaputtgingen. Freie Auswahl und freier Markt sollten nicht die einzigen Kriterien des Konsums sein. Vor 1900 war keine Gesellschaft, nicht einmal England, die Wiege des Industriekapitalismus, in der Lage, Güter in solcher Menge zu produzieren und umzuschlagen, wie es später die Länder im sozialistischen Europa taten.

Die räumliche und zeitliche Ausweitung der Geschichte des Konsums in diesem Buch hat *drittens* Auswirkungen auf die Hauptakteure. Üblicherweise stehen in Untersuchungen des Einkaufens und Auswählens Werbung, Marken und Einkaufszentren im Vordergrund. Deren Rolle wird auch hier nicht geleugnet, aber der Konsum wird nicht nur von Marktkräften beeinflusst. Er wird von Staaten und Weltreichen geformt, durch Kriege und Steuern und die häufig gewaltsame Verpflanzung von Dingen und Menschen in einen anderen Teil der Welt. Die Vorstellungen vom »guten Leben« und von den Gütern und Dienstleistungen, die dafür nötig sind, werden nicht nur von den Marketinggurus der Madison Avenue geprägt, sondern auch von Sozialreformern und Stadtplanern, Moralisten und Geistlichen und in entscheidenden Momenten von den Konsumenten selbst, die sich zusammenfinden und ihre Marktmacht einsetzen, um ihr Leben und manchmal auch das von anderen zu verbessern.

Die Politik, von oben wie von unten, ist daher ein durchgängiges Thema dieses Buchs. Dadurch wird zum einen die Tatsache ins Blickfeld gerückt, dass neben dem Einkommen und der verfügbaren Zeit auch der Lebensstil der Menschen Gegenstand politischer Konflikte und Eingriffe geworden ist. (Manchmal handelte es sich um Makroveränderungen wie die Verknappung oder Freigabe von Krediten und die Verfügbarkeit von Hypotheken, in anderen Fällen waren es Mikroeingriffe in das Alltagsleben bis hinunter zu Größe und Schnitt von Wohnungen und zu den Kabeln und Schaltern von Haushaltsgeräten.) Zum anderen tritt die Frage

in den Vordergrund, wie sich die Ambitionen der Verbraucher im Lauf der Zeit verändert haben. Wie hat sich das Leben mit immer mehr Dingen auf die Politik ausgewirkt?

Ebenso interessiert mich jener Konsum, der direkt vom Staat und von der Politik gefördert wird. In dieser Hinsicht, scheint mir, hat das Narrativ vom Überfluss mit seinen Zwillingskräften Auswahl und Markt eine blinde Stelle, die sowohl vom Standpunkt der Nachhaltigkeit als auch aus Sicht des Historikers bedauerlich ist. Der Konsumboom der 1950er und 1960er Jahre war nicht nur ein Marktphänomen. In dieser Zeit fand auch eine beispiellose Expansion der Sozialleistungen statt, die einen wachsenden Teil der Wohn-, Bildungs- und Gesundheitsausgaben deckten sowie Armen, Alten und Arbeitslosen zu einem Einkommen verhalfen. In den entwickelten Ländern entstand in diesen Boomjahren ein Maß an sozialer Gleichheit wie nie zuvor. Seit den 1970er Jahren hat sich dieser Trend zu größerer Einkommensgleichheit umgekehrt – mit der Türkei als einer der wenigen Ausnahmen –, aber trotz der jüngsten sparpolitischen Einschnitte sind die Ausgaben für Sozialleistungen, Wohnungen und Renten weiterhin enorm. In den reichen, zur OECD gehörenden Ländern erreichten die staatlichen Sozialausgaben 2009 mit einem Anteil von 21,9 Prozent des BIP einen Höchstwert, aber auch nach der »großen Rezession« lagen sie 2014 nahezu unverändert bei 21,6 Prozent. Obwohl Großbritannien, Deutschland und einige andere Länder den BIP-Anteil der Sozialausgaben seit 2009 um 2 Prozent verringert haben, befinden sie sich weiterhin auf einem Stand, der in der gesamten Menschheitsgeschichte beispiellos ist. Japan, Finnland, Dänemark und Spanien haben ihre Sozialausgaben zwischen 2009 und 2014 sogar um 4 Prozent erhöht.<sup>18</sup>

Ohne die gleichzeitige Zunahme von Fürsorgeleistungen und sozialer Gleichheit wäre der »Massenkonsum« weniger massiv gewesen. Den Beitrag von Sozialleistungen und staatlichen Transfers bei einer Untersuchung des Konsums unberücksichtigt zu lassen, nur weil sie nicht auf einem Markt erworben werden, wäre ein Fehler. Ich habe daher ein Kapitel eingefügt, in dem ich über den Markt hinausschaue und mich mit der Rolle von Staaten und Unternehmen bei der Hebung von materiellen Standards und Erwartungen beschäftige. Für steigenden Konsum sind nicht nur Neoliberale und Reiche verantwortlich, die eine Kaskade

von Übermaß, Kaufrausch und Schuldenmacherei auslösen.<sup>19</sup> Staaten, einschließlich sozialdemokratisch regierter, haben ebenfalls eine bedeutende Rolle gespielt. Die Entwicklung in Griechenland und anderen Ländern seit der jüngsten Rezession zeigt, wie es dem privaten Konsum ergeht, wenn der Staat den Gürtel enger schnallt. Staaten – und die Menschen, die von Dienstleistungen und Transfers profitieren – mögen nicht die größten Nutznießer eines Hochkonsumsystems sein, aber sie sind gleichwohl an ihm beteiligt. Dies muss jede Untersuchung, die der materiellen Intensität unseres Lebens auf den Grund gehen will, berücksichtigen.

Schließlich, und das ist die *vierte* Neuerung, widme ich in diesem Buch der Frage, was konsumiert wird und warum, mehr Raum, als es gewöhnlich getan wird. Untersuchungen über den Konsum stützen sich auf starke Annahmen über das menschliche Verhalten und das, was hinter dem Verlangen nach immer mehr steht. Ökonomen stellen sich zumeist einen einzelnen Verbraucher vor, der rationale Vorlieben hat und danach strebt, das Vergnügen zu maximieren und Schmerzen zu minimieren. Die Vorlieben mögen mit dem Alter wechseln, aber dieses Modell behauptet, dass der Einzelne dies schon im Voraus weiß. Ob Menschen immer derart rational sind, ist umstritten,<sup>20</sup> doch in unserem Zusammenhang besteht der größte Mangel dieser Annahme darin, dass wir sehr wenig über Veränderungen im Lauf der Zeit erfahren. Eine alternative, stärker psychologische Herangehensweise, die soziale Motivationen einbezieht, sieht die Wurzeln des Konsums im menschlichen Verlangen nach Überlegenheit. Aus dieser Sicht ist Konsum stärker relational bestimmt und weniger Ausdruck individueller Vorlieben (wie rational sie auch immer sein mögen). Konsum ist hier Teil eines sozialen Koordinatensystems, das den Einzelnen zeigt, wo sie in der Gesellschaft stehen. Bestimmte Kleidung und andere Dinge signalisieren, dass jemand zu einer Gruppe gehört, und sie halten gleichzeitig andere auf Distanz. Dies ist eine sehr alte Sichtweise, die bis in die Antike zurückreicht; seine heute vielleicht einflussreichste Variante ist die Vorstellung eines »Geltungskonsums«. Diesen Begriff hat Thorstein Veblen vor über hundert Jahren in seiner Kritik der amerikanischen Reichen und ihres demonstrativen Luxuslebens geprägt.<sup>21</sup> Da Menschen geliebt und bewundert werden wollen, löst ein

solcher von wenigen genossener Luxus bei den vielen Neid und den Versuch der Nachahmung aus, womit ein Wettlauf in Gang gesetzt wird, in dem niemand zurückbleiben möchte.

Diese Auffassung des menschlichen Verhaltens bildet weiterhin das vorherrschende Element öffentlicher Debatten über Überfluss, Kaufrausch und Schuldenmacherei. Aber auch sie erfasst nur einen Teilaspekt des Menschen und der Konsumdynamik. Imponiergehabe und Statusstreben gibt es, doch das bedeutet nicht, dass sie die einzigen oder wichtigsten Kräfte sind, die den materiellen Stoffwechsel beschleunigen. In diesem Zusammenhang kann eine Fixierung auf das Einkaufen besonders irreführend sein. Ein großer Teil unseres Konsums findet außerhalb von Einkaufszentren statt und folgt einer anderen Logik. Menschen konsumieren viele Dinge und Dienstleistungen im Zuge ihres Alltagslebens, um einander Beistand und Zuneigung zu gewähren oder um Aufgaben verschiedenster Art zu erledigen. Ein klassisches Beispiel ist das gemeinsame Familienessen. Es umfasst den Erwerb von Lebensmitteln, ihre Zubereitung (bei der Strom verbraucht und ein Herd oder eine Mikrowelle benutzt wird), Gerichte, die in einer bestimmten Reihenfolge aufgetischt werden, Geschlechterrollen und Essens- und Geselligkeitsrituale. Manche Güter können natürlich mehrere Rollen ausfüllen: Eine neue Küche kann dazu dienen, Eindruck zu schinden, einen Hobbykoch zufriedenzustellen oder die Familie zusammenzubringen; ein Auto kann ein Statussymbol sein, ein Hobby, das Zeit und Fachkenntnisse erfordert, oder ein praktisches Transportmittel, um zur Arbeit zu fahren oder die Kinder zum Musikunterricht zu bringen. Viele Güter und Ressourcen werden für den häuslichen Komfort benutzt, etwa für das Heizen oder Kühlen. Und sie sind regelmäßig Mittel zum Zweck, beispielsweise für Freizeitaktivitäten, Hobbys oder Unterhaltungsveranstaltungen. Zum Skifahren, Tennisspielen und Angeln braucht man eine Ausrüstung. Skier, Tennisschläger und Angeln werden aber selten gekauft, um sie zum Vorzeigen an die Wand zu hängen, was nicht ausschließt, dass manche Sportarten prestigeträchtiger sind als andere. Ein Radio kann ein Statusgegenstand sein, aber hauptsächlich nutzt man es, um Radiosendungen zu hören, häufig beim Essen oder beim Abwasch. Die Welt des Konsums ist voll von solchen unauffälligen Gegenständen und Praktiken, die nicht der Logik von

individuellem Wählen und Verhalten folgen, die in ökonomischen und psychologischen Modellen im Vordergrund steht. Wir haben es hier nicht mit dem Ausdruck individueller Antriebe oder Wünsche zu tun, sondern vor allem mit sozialen Gewohnheiten und Alltagsroutinen.<sup>22</sup> Die Einführung von Gas und fließend Wasser, von Waschmaschine und Radio sowie die zunehmende Bedeutung von Freizeitaktivitäten waren wichtige Katalysatoren eines wachsenden Konsumniveaus.

Ein besseres Verständnis von Gewohnheiten und Routinen ist aus zwei miteinander zusammenhängenden Gründen wichtig. Der erste ist sozialer Art. Auch wenn die oft progressive Absicht, die Lebensbedingungen der Armen zu verbessern, hinter der auffälligen Zurschaustellung von Konsum stand, so hat die besondere Aufmerksamkeit dafür den Fokus unweigerlich auf Superreiche und Luxusgüter gerichtet. Zur Erklärung der Nachfrage in der breiten Bevölkerung wird dann auf Vorbildwirkung und Nachahmung verwiesen. Dies klingt manchmal recht herablassend. Da man voraussetzt, dass die meisten Menschen diejenigen, die reicher sind als sie, nachäffen, spart man sich die Mühe, mehr über deren Gewohnheiten und Motive herauszufinden. Sie müssten doch nur aufhören, nach größeren Autos und extravaganten Accessoires zu lechzen, und sich auf ihre »wirklichen Bedürfnisse« konzentrieren! Aber es ist keineswegs klar, dass die Mehrheit immer so »nach oben« schaut. In vielen Situationen sehen sie zur Seite und finden ihre Anregungen eher bei Gleichgestellten als bei denen, die reicher sind als sie.<sup>23</sup> Mit der Verbreitung von materiell aufwendigeren Formen des Komforts, wie Beleuchtung, Heizung, Klimaanlage und Unterhaltungselektronik, hat sich das Alltagsleben stark verändert. Bei der näheren Betrachtung solcher unauffälligen Aspekte des Konsums erfährt man daher viel über das Gesellschaftsgefüge.

Die Beschäftigung mit Gewohnheiten und Routinen zielt zweitens darauf ab, den Konsum und seine Folgen angemessener zu würdigen. »Auffälliger« Konsum wird oft als »verschwenderisch« betrachtet, als Vergeudung von Ressourcen, die für die Gesellschaft als Ganze besser genutzt werden könnten. Diese Sichtweise speiste Veblens leidenschaftliche Kritik. Es mag einfacher sein, sich über eine 2000 Pfund teure Handtasche oder eine 120-Meter-Jacht mit Swimmingpool und handgeschliffener

Kristalltreppe aufzuregen, als über eine gewöhnliche Badewanne, Zentralheizung oder ein Paar Turnschuhe. Erstere suggerieren Exzess und Extravaganz, während Letztere bescheiden und nützlich erscheinen. Aus ökologischer Perspektive ist die Gleichsetzung von privatem Übermaß und öffentlicher Verschwendung allerdings zu einfach. Die Kohlendioxidemissionen, die durch heißes Duschen und Baden sowie durch Heizen und Kühlen von Wohnungen auf immer höherem Bequemlichkeitsniveau an immer mehr Orten entstehen, sind weit größer als diejenigen von Luxusjachten und Luxusaccessoires, auch wenn die Förderung von Diamanten große Umweltverschmutzung mit sich bringt. Das Problem ist nicht, dass Kritiker des auffälligen Konsums zu weit gehen, sondern dass sie nicht weit genug gehen. Ihre Diagnose wird der ökologischen Herausforderung nicht gerecht. Anders ausgedrückt, »Abfall« stammt nicht nur aus moralisch anrühigen Formen des Konsums. Auch als »normal« angesehene Praktiken erzeugen eine Menge Abfall. Gerade wegen der Nützlichkeit solcher gewohnheitsmäßigen Formen des Konsums und ihrer »Normalität« lassen sie sich schwer ändern. Dies bedeutet nicht, dass wir es nicht versuchen sollten, sondern lediglich, dass der Interventionspunkt nicht die individuelle Moralität oder Motivation sein sollte, sondern die gesellschaftliche Praxis, das, was die Menschen tun, wenn sie Dinge und Ressourcen benutzen.<sup>24</sup>

Im vorliegenden Buch wird die Geschichte des globalen Siegeszugs der Dinge erzählt, und zwar in zwei einander ergänzenden Teilen. Der erste Teil ist historischer Art und reicht vom Aufblühen der Kultur der Dinge im 15. Jahrhundert bis zum Ende des Kalten Krieges in den 1980er Jahren und dem Wiederauftritt der asiatischen Konsumenten seither. Obwohl weitgehend chronologisch aufgebaut, bietet er auch thematische Abschnitte, die die entscheidenden Faktoren in verschiedenen Regionen verfolgen. Untersucht wird, wie Weltreiche materielle Wünsche, Komfort und Identität beeinflussten; wie moderne Städte die Freizeitkultur und Infrastruktur gestaltet haben und durch sie gestaltet wurden; wie sich die Wohnkultur entwickelte; wie moderne Ideologien (Faschismus, Kommunismus, Antikolonialismus, Liberalismus) das Versprechen eines höheren Lebensstandards aufgriffen; und wie asiatische Verbraucher

sich ihren Cousins im Westen angeschlossen haben. Im zweiten Teil des Buchs wird der umgekehrte Weg eingeschlagen, das heißt, zentrale Probleme von heute werden in einen historischen Kontext gestellt. Behandelt werden Exzess und Kredit; die Frage, ob eine »gestresste« Gesellschaft entstanden ist, die von schnellen, künstlichen Stimuli abhängt; wie der Konsum (für Jung und Alt gleichermaßen) die Generationenidentität verändert hat; wie er sich auf Religion und Ethik, auf den Gerechtigkeits-sinn und die Beziehung zu Fremden, nah und fern, auswirkt – bis hin zu der Frage, wie wir die Dinge loswerden und ob wir zu einer »Wegwerf-gesellschaft« geworden sind.

Die letzten dreißig Jahre haben einen wahren Boom der Literatur zum Thema des Konsums erlebt. Tausende von Spezialstudien sind erschienen, die sich mit einzelnen Regionen und Zeitabschnitten oder bestimmten Produkten und Praktiken beschäftigen, bis hin zu Untersuchungen über einzelne Kaufhäuser und Konsumentenbewegungen.<sup>25</sup> Vergleichende Studien gibt es kaum, und die wenigen vorhandenen legen den Schwerpunkt in der Regel auf Westeuropa.<sup>26</sup> In der Fülle der Detaillierkenntnisse offenbart sich eine heillose Fragmentierung des Wissens. Man sieht gleichsam den Wald vor lauter Bäumen nicht. Im vorliegenden Buch wird versucht, die zerstreuten Einzelteile zusammenzufügen und die Lücken zu füllen, um ein Gesamtbild zu erhalten. Anstatt nur die Ursprünge oder den heutigen Überfluss zu fokussieren, strebe ich an, die Entwicklung vom 15. Jahrhundert bis heute nachzuvollziehen.

Bei einem derart umfangreichen Gegenstand sind Auslassungen unvermeidlich. Mein Ansatz war nicht enzyklopädischer Art; vielmehr wollte ich den Hauptthemen durch Raum und Zeit folgen. Dies erforderte schwierige Entscheidungen darüber, was behandelt und was fortgelassen werden sollte. Generell habe ich zunächst die Kernfragen und Hauptprobleme identifiziert, anstatt von einem festen Glauben an bestimmte Ursachen oder Konsequenzen auszugehen. Neugier ist ein nützlicher Freund des Historikers. Viele Kapitel und sogar einzelne Abschnitte hätten zum Gegenstand eigener Bücher werden können, doch dies hätte der Absicht, ein Gesamtbild zu zeichnen, widersprochen. Die in den einzelnen Kapiteln dargelegten Beispiele und Fallstudien sind nicht zufällig gewählt, sie sollen größere Entwicklungen

illustrieren und sowohl Abweichungen als auch Parallelen deutlich machen. Sie stehen für viele andere, die mit ähnlichem Recht hätten angeführt werden können.

Was ich hier vorlege, ist weder eine globale Geschichte im strengen Sinn einer Behandlung der ganzen Welt, noch biete ich einzelne Länderdarstellungen. Vielmehr habe ich Themen aus ihrem üblichen Kontext herausgelöst und bin ihnen durch andere Teile der Welt gefolgt. Zusätzlich zu den Vereinigten Staaten und Großbritannien, die in früheren Darstellungen im Vordergrund stehen, habe ich mich mit Kontinentaleuropa und Asien beschäftigt, ergänzt durch kurze Exkursionen nach Südamerika. Ich hätte gern mehr über Brasilien gesagt, aber wie bei anderen Auslassungen auch hoffe ich, dass für Leser mit einem besonderen Interesse an bestimmten Ländern die Ausführungen zu übergreifenden Themen, wie dem Lebensstil der neuen Mittelschichten, bei denen ich mich auf China und Indien konzentriere, wenigstens einen gewissen Ausgleich darstellen. Mein Hauptaugenmerk liegt auf der sogenannten entwickelten Welt, doch dies bedeutet nicht, dass ich ausschließlich den reichen Norden im Blick habe. Ich beschäftige mich auch mit den Auswirkungen des Imperialismus auf das koloniale Afrika und Indien sowie mit den Folgen von Migration und Finanztransaktionen für das Herkunftsland und auf den Lebensstil in ärmeren Weltgegenden. Die Menschen im Süden sind nicht nur Objekt moralischer Sorgen der im Überfluss lebenden Konsumenten im Norden. Auch sie sind Konsumenten, einschließlich fair gehandelter Waren.

Auf diese Weise durch Zeit und Raum zu schweifen stellt einen vor die enorme Herausforderung, ständig zwischen Mikro- und Makroperspektive wechseln zu müssen; es ist aber auch eine der Freuden beim Schreiben dieses Buchs gewesen. Historiker neigen dazu, sich auf das eine oder andere zu konzentrieren, doch man kann vieles entdecken, wenn man die Verbindungen und das Oszillieren zwischen beiden Seiten beobachtet.

Dieses Buch dreht sich um die Frage, wie es dazu kam, dass wir mit immer mehr Dingen leben. Dabei ist es wichtig, auch die materiellen Eigenschaften der Dinge selbst in die Betrachtung einzubeziehen. Dies mag selbstverständlich erscheinen. Aber für Akademiker, insbesondere für Historiker, war das keineswegs immer so. Als die Beschäftigung mit



dem Thema in den 1980er und 1990er Jahren zunahm, ließen die Historiker sich von den Anthropologen inspirieren. Ihr Hauptanliegen galt der kulturellen Bedeutung von Dingen und der Identität und Repräsentation. Ohne die in dieser Tradition stehenden Forschungen hätte das vorliegende Buch nicht geschrieben werden können. Aber in jüngster Zeit ist wieder deutlich geworden, dass Dinge nicht nur Bedeutungsträger oder Symbole in einem Kommunikationsuniversum sind. Sie besitzen auch eine materielle Form und Funktion. Sie können hart oder weich sein, flexibel oder starr, laut oder leise, manuell zu bedienen oder vollautomatisch, und vieles andere mehr. Sie werden nicht nur angeschaut, sondern auch gehandhabt und erfordern Pflege. Vor allem tun wir etwas mit ihnen. Das Attribut in dem Begriff »materielle Kultur« hat durchaus seinen Sinn. Nur wenn man anerkennt, dass Dinge wichtig sind, können wir zu begreifen hoffen, wie und warum unser Leben so abhängig von ihnen geworden ist.

Aufs Ganze gesehen, bietet dieses Buch dem Leser die Möglichkeit, den Konsum in einem neuen Licht zu betrachten. Wie man feststellen wird, ist die Moral tief verwoben in das Gefüge unseres materiellen Lebens. Es ist unwahrscheinlich, dass sich daran etwas ändern wird. Ich versuche nicht, die moralische Debatte beizulegen. Vielmehr möchte ich dem Leser zusätzliche Instrumente an die Hand geben, mit denen er sich an ihr beteiligen und zugleich die dringende Aufgabe in Angriff nehmen kann, einen nachhaltigeren Lebensstil zu finden. Um die Zukunft zu bewahren, brauchen wir eine umfassendere Kenntnis der historischen Prozesse, durch die wir in die Gegenwart gelangt sind.



# Teil I



# 1 Drei Konsumkulturen

Wie sehr Mode und Komfort sich seit seiner Jugend doch fortentwickelt hatten, wunderte sich ein sechzigjähriger Chronist im Jahr 1808. Servietten waren nicht mehr nur etwas für »vornehme Dinnergäste«, sondern überall auf den Tischen zu finden. Reiche Männer stolzierten mit prächtigen Uhrenketten durch die Stadt. Tabak, einst ein Vergnügen von wenigen, wurde jetzt von allen geraucht und in kostbaren Behältnissen aufbewahrt. Manche Neuheiten waren noch so frisch, dass ihre Einführung datiert werden konnte, wie diejenige des Windfangs zehn Jahre zuvor. Andere ließen sich in Zentimetern messen, wie die Weite der Ärmel von Damenjacken, die der Mode entsprechend jetzt nicht mehr 30, sondern 45 Zentimeter betrug. Der letzte Schrei waren »Hundert-Falten-Röcke«, ein »neuer Stil«, für den Krepp verwendet wurde, so dass die Röcke »ganz weich« fielen. Aber der Wandel war nicht auf die Oberschicht beschränkt. Auch einfache Menschen trugen »neue, merkwürdige Kleider«. Ein Beispiel war der leicht zu entfernende Kragen, der einem altmodischen Mantel zu neuem Leben verhalf. Oder eine kurzärmelige Leinenjacke, die sich perfekt für den Sommer und, wie uns der Chronist mitteilt, besonders für dicke Menschen eignete. »Unverschämte Diener« trugen doppelt genähte schwarze Seidenhosen. Aber das beste Beispiel für die Welle neuer Moden waren vielleicht die trendigen Haustiere, die nun gehalten wurden.<sup>1</sup>

Unser Chronist lebte nicht in Paris oder London, sondern in Yangzhou, einer prosperierenden Stadt am Unterlauf des Jangtse im chinesischen Hinterland, etwas mehr als zweihundert Kilometer von Shanghai entfernt. In seinem 1808 veröffentlichten Werk beschrieb der Dichter Lin Sumen eine sich schnell verändernde Welt der Güter, wie sie in den folgenden zwei Jahrhunderten mit der westlichen Modernität verbunden werden sollte. Natürlich unterschied sich die Mode in Yangzhou

von derjenigen in den Pariser Salons und den Londoner Lustgärten. So beschrieb Lin etwa »Schmetterlingsschuhe«, die vorn und hinten mit einem großen Satinschmetterling geschmückt und mit englischem Wollstoff oder Ningboseide gefüttert waren. Beliebte Haustiere waren Hühner aus Kanton und Ratten aus dem »Westen«. Doch man ersetze die Schmetterlinge durch englische Schuhschnallen, die Tabakbehälter aus Jade durch silberne Schnupftabakdosen und die »westlichen« Ratten durch Papageien oder Goldfische und füge die zahlreichen Klagen europäischer Autoren über Diener, die sich wie ihre Herren kleideten, hinzu, und schon verschwinden die Unterschiede zwischen beiden Szenen.

Bisher haben Darstellungen der Geschichte des Konsums hauptsächlich dessen Aufstieg im Westen betrachtet. Der Westen sei, wurde uns gesagt, nicht nur die Wiege der Modernität, sondern auch der Geburtsort der Konsumgesellschaft. Bei allen sonstigen Unterschieden betrachteten die Historiker Fernand Braudel und Neil McKendrick beide die Mode als Kern des westlichen Kapitalismus, als Triebfeder seiner Dynamik, Wunschproduktion und Innovationskraft. Das England und Frankreich des 18. Jahrhunderts hatten die Mode und mit ihr die Modernität, China nicht. McKendrick datiert die »Geburt« der Konsumgesellschaft auf das dritte Viertel des 18. Jahrhunderts und nennt als Geburtsort England.<sup>2</sup>

Aber wurde die Konsumgesellschaft tatsächlich im 18. Jahrhundert in England »geboren«? Man hat unanfechtbare Belege für die Zunahme der Gütermenge in Großbritannien und seinen amerikanischen Kolonien zusammengetragen. Doch Historiker, die sich mit früheren Epochen der europäischen Geschichte beschäftigen, waren nicht wenig angetan, dass diese als statisch oder mangelhaft bezeichnet und als kaum mehr denn »traditioneller« Hintergrund des Hauptdramas der Herausbildung der Moderne im hannoverschen Großbritannien behandelt wurden. Ein Wettlauf begann, in dem einer nach dem anderen behauptete, in der von ihm erforschten Epoche habe eine »Konsumrevolution« stattgefunden. Historiker der Stuart-Zeit entdeckten sie im England des 17. Jahrhunderts, Renaissance-Spezialisten verlegten sie ins Florenz und Venedig des 15. Jahrhunderts, und Mittelalterforscher machten ihre ersten Anfänge in der damals aufkommenden Vorliebe für Rindfleisch, Bier und Kartenspiel aus. Historiker Chinas fügten hinzu, dass auch die Ming-Zeit

(1368–1644) einen Kult der Dinge gekannt habe und deshalb als »Frühmoderne« bezeichnet werden könne.<sup>3</sup>

Die Geburtsmetapher zeigt, welche Bedeutung Historiker den Ursprüngen zumessen, deutet aber auch auf den Tunnelblick hin, den dies zur Folge haben kann. Die Konzentration auf nationale Ursprünge hat die Forscher daran gehindert, kulturübergreifende Vergleiche zu ziehen, und zugleich die Vergangenheit auf eine Vorstufe der Gegenwart verkürzt, ein Stadium auf dem Weg zur heutigen Wegwerfgesellschaft. Dies erschwert es mitunter, die Unterschiede der Benutzung und Bedeutung von Dingen in früheren Zeiten wahrzunehmen. In den folgenden beiden Kapiteln wird versucht, ein ausgewogeneres, evolutionäres Bild zu zeichnen, das es ermöglicht, sowohl die Parallelen in der Entwicklung als auch die letztlich ungleiche globale Verteilung von Dingen zwischen 1500 und 1800 zu erkennen. Im Italien der Renaissance, im China der späten Ming-Zeit (um 1520–1644) und in den Niederlanden und Großbritannien des 17. und 18. Jahrhunderts vollzog sich jeweils ein erheblicher Zuwachs des materiellen Besitzes. In allen drei Epochen fanden dynamische Entwicklungen statt, die jedoch auf unterschiedliche Weise verliefen. In welche Richtung der Strom der Dinge floss, hing zum Teil von Staaten und Märkten, Einkommen und Preisen, Urbanisierung und Sozialstruktur ab. Letzten Endes aber war es, wie ich zu zeigen hoffe, der unterschiedliche Wert, den diese Gesellschaften den Dingen jeweils beimaßen, der sie voneinander trennte und die einen zu hungrigeren Konsumenten machte als die anderen.

## Die Welt der Güter

Eine der Errungenschaften der drei Jahrhunderte zwischen 1500 und 1800 war die Zusammenführung ferner Kontinente in einer Welt der Waren. Die Seidenstraße hatte seit 200 v. Chr. Asien mit dem Mittelmeerraum verbunden. Um 800 n. Chr. war der Indische Ozean eine dynamische, integrierte Handelszone. Historiker assoziierten diese Frühphase für gewöhnlich mit Pfeffer und anderen Gewürzen, mit Seide und weiteren Luxusgütern. Inzwischen ist klar, dass Zucker, Datteln, Textilien und

andere Massengüter wie Holz schon damals einen erheblichen Teil der Fracht ausmachten. Im 12. Jahrhundert wurden in Kairo und Ostafrika gefärbte, im Blockdruck gestaltete Baumwollstoffe verkauft.<sup>4</sup> Venedig, Florenz und Genua bildeten die Tore zum Orient, europäische Metalle und Pelze wurden gegen asiatische Seide und Teppiche getauscht. Neu war nach 1500 nicht nur der Zugang nach Nord- und Südamerika, sondern die Verbindung all dieser Handelszonen auf wahrhaft globale Weise. Ein großer Teil des Kaufens und Verkaufens geschah weiterhin auf regionalen Märkten, aber diese wurden jetzt zusätzlich mit Waren aus aller Welt beschickt. Tee, Porzellan und sogar Zucker kamen aus China sowohl nach Europa und Amerika als auch nach Japan.<sup>5</sup> China bezog Tabak, Puten, Mais und Süßkartoffeln aus Amerika. Baumwolltextilien aus Gujarat und von der Koromandelküste fanden, neben ihren traditionellen Märkten in Japan und Ostasien, neue Abnehmer in Europa und seinen amerikanischen Kolonien.

Handel und Konsum sind natürlich nicht dasselbe. Bei Ersterem werden Güter getauscht, bei Letzterem von Einzelnen erworben und benutzt. Dennoch fördert der Handel den Konsum in bedeutendem Maß und liefert somit einen wichtigen Hintergrund der hier dargestellten Geschichte. In den drei Jahrhunderten zwischen 1500 und 1800 nahm der globale Handel in bis dahin beispielloser Weise zu, im Durchschnitt um 1 Prozent pro Jahr.<sup>6</sup> Dieser Anstieg summierte sich, so dass um 1800 dreißigmal so viele Güter über die Weltmeere transportiert wurden wie drei Jahrhunderte zuvor. Besonders beeindruckend sind diese Wachstumsraten, wenn man bedenkt, dass sie vor der Industriellen Revolution erreicht wurden, in einer Welt also, die kein großes, anhaltendes Wirtschaftswachstum kannte. In den dreihundert Jahren vor 1800 nahm das BIP sowohl in Europa als auch in China schätzungsweise um 0,4 Prozent pro Jahr zu. Wenn man das Bevölkerungswachstum mit in Betracht zieht und das BIP pro Person berechnet, sinkt die Wachstumsrate sogar auf 0,1 beziehungsweise 0 Prozent.<sup>7</sup> Bei einem derart geringen oder nicht vorhandenen Wachstum musste ein Anstieg des Handels erhebliche Auswirkungen haben. Er brachte mehr Güter in größerer Vielfalt und manche unbekanntes Dinge, wie bedruckte Baumwollstoffe aus Indien und Kakao aus der Neuen Welt, zum ersten Mal auf die Märkte. Zugleich förderte die



Ausweitung der Handelskanäle die Spezialisierung und Arbeitsteilung. Anstatt nur die Früchte der eigenen Arbeit zu konsumieren, wie es die meisten Bauern als Selbsterzeuger während des größten Teils des Mittelalters getan hatten, verkauften und kauften jetzt immer mehr Menschen Waren auf den Märkten. Doch das Handelswachstum löste keine umfassende Transformation aus. Selbst in fortgeschrittenen europäischen Gesellschaften nähten und strickten viele Hausfrauen bis weit ins 20. Jahrhundert weiterhin zumindest einen Teil der Kleidung ihrer Familien selbst und vererbten sie. Anderswo lebten Bauern nach wie vor von der Hand in den Mund. Aber der Anstieg des Handels führte sowohl zu einer Verlagerung des Schwerpunkts und der Orientierung des Konsums als auch zu seiner Ausweitung. Dinge auszuwählen und zu kaufen wurde wichtiger, während die Bedeutung von Eigenproduktion und Geschenken abnahm. Die Entwicklung von Handel und Konsum war auf diese Art miteinander verknüpft.

Im 16. und 17. Jahrhundert verliefen die Haupthandelsströme von Ost nach West. Im Unterschied zum spanischen und britischen Reich war dasjenige der Ming-Dynastie nicht global, der Überseehandel war zumeist verboten; um Piraterie und Schmuggel auszuschalten, wurde 1371 ein förmliches Verbot erlassen, das erst 1567 wieder aufgehoben wurde. Die ehrgeizigen sieben Fahrten, die Admiral Zheng He zwischen 1405 und 1433 im Auftrag des Kaisers Yongle nach Indien und in den Persischen Golf unternahm, waren Ausnahmen, nachfolgende Herrscher hielten von einer aktiven Politik merkantiler Expansion Abstand. Dennoch fanden Händler weiterhin informelle und illegale Wege für einen Handelsaustausch. Offiziell durften ausländische Kaufleute, sofern sie nicht einer diplomatischen Mission angehörten, das Reich der Mitte nicht betreten. Aber solche Missionen agierten im Grunde häufig als Handelsdelegationen und brachten zudem ausländische Waren an den chinesischen Hof. Weit größere Ausmaße hatte indes der Schmuggel. Der Pirat und Kaufmann Wang Zhi hatte im 16. Jahrhundert Hunderte von Schiffen und hunderttausend Seeleute unter seinem Kommando.<sup>8</sup> Viele chinesische Kaufleute umgingen das Seehandelsverbot einfach, indem sie sich auf den Inseln vor der Südostküste Chinas ansiedelten; eine Hauptroute des Textilhandels verlief über Ryukyu (Okinawa). Die ersten europäischen

Kaufleute, die einen Handelsposten errichteten, waren Portugiesen, die sich 1557 in Macao, ebenfalls an der Südküste, niederließen. Einige Jahre später, 1573, zählte Antonio de Morga, Präsident des Gerichtshofs (*audiencia*) der Kastilischen Krone in Ostindien, die Vielzahl chinesischer Waren auf, die Dschunken aus China zum Verkauf an die Spanier auf die Philippinen brachten. Darunter waren Luxusgüter wie Elfenbein, goldbestickter Samt, Perlen, Rubine, Pfeffer und Gewürze. Aber die Schiffe hatten auch anderes an Bord:

»weiße Baumwollkleider verschiedener Art und Qualität für alle Zwecke ... viel Bettschmuck, Vorhänge, Tagesdecken und Wandteppiche aus besticktem Samt ... Tischdecken, Kissen und Teppiche ... Kupferkessel ... kleine Schachteln und Schreibmappen; Betten, Tische, Stühle und vergoldete Bänke, bemalt mit vielen Figuren und Mustern ... zahllosen anderen Tand und Zierrat von geringem Wert, der von den Spaniern geschätzt wird; neben einer Menge feiner Töpferware jeder Art ... Perlenschnüre aller Art ... und Raritäten – die alle aufzuzählen ich weder jemals fertig würde, noch genügend Papier hätte.«<sup>9</sup>

Der internationale Markt füllte sich immer weiter mit Dingen. Aber bis zum Ende des 18. Jahrhunderts war der Austausch recht einseitig. Die Europäer bezahlten chinesische Lieferungen nicht mit Waren, sondern überwiegend mit in der Neuen Welt gefördertem Silber. Das Silber war ein entscheidendes Schmiermittel für das Wachstum der Märkte, denn es ölte die Zahnräder des Handels und monetarisierte die Gesellschaft, indem es den Kauf und Verkauf von Gütern vereinfachte. Außerdem war es einer der wenigen Rohstoffe, die in China knapp waren. Es gab nur wenige Silberminen, und der Bedarf der kaiserlichen Bürokratie war riesig. Entsprechend erpicht waren chinesische Kaufleute auf das Edelmetall, mit dem ausländische Händler in China Porzellan und Stoffe einkauften. Bis in die 1520er Jahre stammte der größte Teil des Silbers in China aus Bergwerken in Europa und Japan. Im folgenden Jahrhundert wurde deren Ausstoß weitgehend von den Barren aus Neuspanien verdrängt. Aufgrund der Korruption unter spanischen Beamten kann

man unmöglich sagen, wie viel Silber, zusätzlich zu den Mengen, die in den Büchern verzeichnet sind, tatsächlich verschifft wurde. Sicher ist jedoch, dass die Galeonen unter der Last ächzten, mit der sie von Acapulco in der Neuen nach Sevilla in der Alten Welt segelten. Von dort wurde ihre Fracht nach Amsterdam und London weitergeleitet, wo sie auf Schiffe der jeweiligen Ostindien-Kompanie verladen wurde, die sie im Fernen Osten gegen Gewürze, Porzellan sowie Seiden- und Baumwollstoffe eintauschte. Zu Beginn des 17. Jahrhunderts wurden jedes Jahr mindestens 60 000 Kilogramm Silber nach China eingeführt. 1602 teilte ein Beamter in Acapulco der spanischen Krone mit, man habe 345 000 Kilogramm des Metalls nach Manila geschickt.<sup>10</sup> China war auch in dieser Zeit nicht hermetisch abgeschottet. In dem um 1759 vollendeten, aber erst 1791 erschienenen klassischen Roman *Der Traum der Roten Kammer* (*Hong Lou Meng*) werden europäische Uhren und Textilien ebenso erwähnt wie europäischer Wein und sogar ein gefleckter Hund aus dem Westen.<sup>11</sup> Es war keine reine Erfolgsgeschichte. Handelskriege, Piraterie und trügerische Ozeane störten den Warenverkehr. Vasco da Gamas Flotte erreichte im Jahr 1498 Calicut an der Malabar-küste im Südwesten Indiens. Zwei Jahrhunderte später besaß die größte zugelassene europäische Kompanie in Ostindien, die holländische Vereenigde Oost-Indische Compagnie (VOC), gerade einmal zweihundert Schiffe. Noch um 1700 brachten sämtliche europäischen Schiffe zusammen nur 230 000 Tonnen Fracht im Jahr aus Asien nach Europa; heutzutage würden dafür zwei große Containerschiffe ausreichen. Zu Beginn des 18. Jahrhunderts schickte die VOC pro Jahr nicht mehr als dreißig bis vierzig Schiffe nach Asien. Aber die Schiffe wurden größer und kehrten mit mehr Fracht zurück; hatten sie in den 1680er Jahren im Durchschnitt 9800 Tonnen geladen, war es im ersten Jahrzehnt des 18. Jahrhunderts mehr als das Doppelte (22 000 Tonnen).<sup>12</sup> Auch die Ostsee und das Mittelmeer überquerten nun mehr Schiffe und Waren; diese Märkte dürfen nicht außer Acht gelassen werden. Im 17. Jahrhundert beherrschten die Holländer den Heringshandel; die Fische wurden überwiegend in der Nordsee gefangen und dann, in Salz eingelegt, in die Ostseeanrainer und die deutschen Staaten exportiert. Direkte Vergleiche zwischen dem europäischen und dem asiatischen Handel lassen

sich schwer ziehen. Die Reisen, die Waren sowie deren Qualität und Wert waren völlig verschieden. Von Amsterdam nach Niederländisch-Indien sind es 13 500 Seemeilen, nach Kopenhagen nur 641. Der Gewinn aus einer Tonne Pfeffer oder Porzellan überstieg denjenigen aus einer Tonne Heringe aber bei Weitem. Wie vergleichsweise klein der Ostindienhandel nach Gewicht und Umfang auch war – der Anteil der VOC am gesamten niederländischen Handel betrug nie mehr als 25 Prozent –, es war der Wert der Güter, der seine Bedeutung ausmachte. Einer Schätzung zufolge betrug er in der Mitte des 18. Jahrhunderts 20 Millionen Gulden, weit mehr, als der Ostseeraum einbrachte.<sup>13</sup>

Seit dem späten 17. Jahrhundert verlagerte sich der Handel, zumal der englische, immer stärker in den Atlantik. In den 1630er Jahren hatte England vor allem Wollwaren nach Kontinentaleuropa ausgeführt. Um 1700 hatten exotische Genussmittel aus der Neuen Welt sie in den Hintergrund gedrängt: Zucker, Tabak und in geringerem Umfang auch Kaffee.<sup>14</sup> Aber die atlantische Welt bot mehr als billige, neue und von Sklaven angebaute Genussmittel. Im Gegensatz zu China und zum spanischen Weltreich besaß sie auch eine schnell wachsende Konsumentenbasis. Richard Ligon, der im Sommer 1647 auf dem 350-Tonner *Achilles* von England nach Barbados gesegelt war, notierte am Ende seines dreijährigen Aufenthalts, welche Güter die Zuckerwirtschaft auf die Insel gebracht hatte. Die hundert Schiffe, die jedes Jahr dort anlegten, hatten nicht nur »Diener und Sklaven« an Bord, sondern auch »Kleider aller Art, sowohl aus Leinen als auch aus Wolle; Stoffe, Hüte, Hosen, Schuhe, Handschuhe, Schwerter, Messer, Schlösser, Schlüssel etc. Lebensmittel aller Art, die eine so lange Seereise überdauerten; Oliven, Kapern, Anchovis, Pökelfleisch und -fisch, gebeizte Makrelen und Heringe, Wein aller Art und das angenehme Bier *d'Angleterres*«. <sup>15</sup> Es war ein bescheidener Anfang. Als Ligon den Atlantik überquerte, gab es auf den Westindischen Inseln und Nordamerika kaum mehr als hunderttausend englische Siedler. 1776, als sich die Amerikaner für unabhängig erklärten, lag ihre Zahl bei knapp drei Millionen. Was den Handel betraf, so begann sein rasanter Anstieg in den Jahrzehnten nach 1700. In diesem Jahr exportierte England Waren im Wert von 205 000 Pfund auf die Westindischen Inseln; siebzig Jahre später war der Wert der englischen Ausfuhren dorthin auf 1,2 Millionen

Pfund gestiegen. Der Wert der Exporte nach Nordamerika, überwiegend Metall- und Wollwaren, wuchs sogar noch stärker, von 256 000 auf 2,5 Millionen Pfund. Im Verlauf des 18. Jahrhunderts entwickelten sich Nordamerika, die Westindischen Inseln und Westafrika zu einer bedeutenden Erweiterung des britischen Inlandsmarkts, der am Ende des Jahrhunderts ein Drittel der ausgeführten britischen Industriegüter aufnahm; 1700 war es ein Zehntel gewesen.<sup>16</sup>

Die neue Ära des globalen Austauschs hatte tiefgreifende Auswirkungen auf das Alltagsleben. Eine einzige Pflanze konnte transformative Prozesse auslösen. Als im 17. Jahrhundert in China die nähr- und ertragreiche Süßkartoffel aus Amerika eingeführt wurde, konnten Millionen von Bauern den Reisanbau zugunsten der Seidenraupenzucht aufgeben, mit deren Erträgen sie andere Güter kaufen konnten. (Süßkartoffeln wurden gebacken oder gekocht gegessen, getrocknet und haltbar gemacht, zu Mehl für Nudeln verarbeitet und sogar zu Wein vergoren.)<sup>17</sup> Auf ähnliche Weise setzte amerikanisches Getreide Boden und Arbeitskräfte frei, die, anstatt zum Reisanbau für den Eigenbedarf, zum Tee- und Zuckerrohranbau für den Markt genutzt werden konnten. Es gab Gewinner, aber auch Verlierer. Als die Holländer eine Preiskontrolle für landwirtschaftliche Exportprodukte einführten, stürzten Indonesien und Malaysia vom Wohlstand in die Armut, da die Bauern aufhörten, Zucker, Pfeffer und Nelken auf dem Markt zu verkaufen und von den Erlösen Kleidung und andere Waren zu kaufen, und zur Subsistenzwirtschaft zurückkehrten. In der atlantischen Welt förderte die europäische Zuckernachfrage die Entstehung einer organisierten Form des Kapitalismus auf der Grundlage von Sklavenhandel und monokultureller Landwirtschaft. Dies war die extremste Art der Kommodifikation. Die Nachfrage nach Gütern auf dem einen Kontinent wurde befriedigt durch die Versklavung von Millionen Menschen als Verkaufsgüter auf einem anderen. Mit der Wechselwirkung zwischen Weltreichen und Konsumkultur werden wir uns in einem späteren Kapitel beschäftigen. Vorher müssen wir der Frage nachgehen, woher das Verlangen nach Dingen überhaupt kommt.

## Grandezza und Majolika

Mit der Ausweitung des interregionalen und dann globalen Handels ging die Kommerzialisierung des Alltagslebens einher. Deren Anzeichen sind im Italien der Renaissance im 15. Jahrhundert, im China der späten Ming-Zeit sowie im 17. Jahrhundert in England und den Niederlanden zu finden. In einer Zeit, in der die große Mehrheit der Menschen in Europa und in der übrigen Welt eine prekäre bäuerliche Existenz führte, waren diese vorausseilenden Gesellschaften Hotspots des Konsums, wo die Menschen mehr Dinge erwarben als jemals zuvor. Die Ausbreitung der Märkte und die mit ihr einhergehende Arbeitsteilung versetzten immer mehr Menschen in die Lage, Dinge zu erwerben, die sie nicht selbst hergestellt hatten. Ökonomisch betrachtet, lässt sich dies als Nachfragewachstum fassen, und wie man sehen wird, waren hohe Löhne und die Fähigkeit, mehr Waren zu kaufen, besonders in England und den Niederlanden wichtig. Um die Rolle von Gütern in diesen Gesellschaften zu verstehen, muss man jedoch neben der Quantität auch die Qualität beachten, das heißt Bedeutung, Wert und Funktion der Dinge. Die Nachfrage wurde von Kultur und Sozialstruktur geprägt, die von Land zu Land verschieden waren. Während alle diese Gesellschaften von einem Wachstum von Handel und Verbrauch profitierten, bildeten sich in ihnen letztlich unterschiedliche Konsumkulturen heraus. Diesen Unterschieden wollen wir uns im Folgenden zuwenden.

Zwischen dem 11. und 14. Jahrhundert erlebte Europa eine Handelsrevolution, durch die Florenz, Venedig und Genua zu prosperierenden Verbindungsgliedern zwischen Byzanz und der muslimischen Welt auf der einen Seite und den über ein überwiegend agrarisches Europa verstreuten Fürstenhöfen und Märkten auf der anderen Seite wurden. Anfangs brachten Kaufleute aus diesen norditalienischen Städten Seide, Gewürze und andere Luxusgüter nach Europa, die sie an der Levante gegen Getreide, Pelze und Metallwaren eingetauscht hatten. In den folgenden zwei Jahrhunderten schlug das Pendel in die andere Richtung aus. Während die europäische Wirtschaft wuchs, stagnierte die Levante. In der Toskana entstand eine florierende Wollwirtschaft, die von dem sumpfigen Gebiet

der Maremma südlich von Pisa profitierte und Schafe aus den Apenninen anzog. Bis zum 13./14. Jahrhundert hatte man in Lucca, Florenz und Venedig gelernt, wie man Seidenstoffe, Papier und Glas herstellte. Neben Bankenwesen und Handel begründeten diese Handwerksfähigkeiten den Wohlstand und die Expansion dieser Städte. Norditalien wurde zur am stärksten urbanisierten Region Europas. Florenz baute im späten 13. Jahrhundert seine erste Stadtmauer; zwei Jahrhunderte später umfasste die Stadt ein fünfzehnmal so großes Gebiet. Sie ernährte ihre Bürger mit Getreide aus Apulien und Sizilien. In Venedig lebten 1575 knapp zweihunderttausend Menschen, doppelt so viele wie vor dem Schwarzen Tod von 1348. Der Aufstieg dieser Städte beruhte auf dem Luxusgüterhandel, der wiederum mit der ungleichmäßigen Erholung Europas von der Beulenpest zusammenhing. Die demographische Katastrophe hatte vor allem den Druck auf die Landwirtschaft verringert und zu einem Anstieg der Löhne der Arbeiter geführt, die das Glück hatten, überlebt zu haben. Um 1500 war das Wachstum dann zum Stillstand gekommen, als die Felder wieder mehr Menschen ernähren mussten. Die Preise stiegen, insbesondere diejenigen für Nahrungsmittel. Dies traf einfache Arbeiter schwer, nutzte aber Adligen in Skandinavien und Mitteleuropa sowie den adligen Landbesitzern in Italien und infolgedessen auch den Handwerkern von Florenz und Venedig, die die Luxusgüter für deren Paläste und Tafeln herstellten.<sup>18</sup>

Die Besitztümer wurden zahlreicher und kunstvoller. Typisch für diese Entwicklung war das immer anspruchsvollere Tafelgeschirr. In den Haushalten gab es mehr Löffel, Gabeln und Trinkgläser. 1475 bestellte der Florentiner Bankier Filippo Strozzi in Murano vierhundert Glasbecher. Im selben Jahr kaufte der Seidenhändler Jacopo di Giannozzo Pandolfini eine Besteckgarnitur aus zwölf silbernen Gabeln und Löffeln. Als Domenico Cappello, der Sohn des venezianischen Admirals Niccolò Cappello, 1532 starb – in einer Zeit, in der Europäer anderswo noch nie eine Gabel in der Hand gehabt hatten, geschweige denn eine besaßen –, hinterließ er 38 Tafelmesser mit silbernem Griff, 12 verzierte, vergoldete Löffel und Gabeln sowie 42 einfache Gabeln.<sup>19</sup> Anstelle von einzelnen Tellern prangte auf den Tafeln der herrschenden Schicht immer öfter ein komplettes Service. Im späten 16. Jahrhundert bestand dasjenige des Marquis

Squarciafico in Genf aus 180 zinnernen Teilen und 104 Tellern verschiedener Größe. Die benachbarte Familie Brignole verfügte über 115 Silberteller. Einige neue Gegenstände tauchten auf, wie Eierbecher und silberne oder goldene *spazadente* und *stuzicatoio da orecchi*, die es ermöglichten, Zähne beziehungsweise Ohren auf elegante Weise zu säubern. Zinngeschirr wurde manchmal aus London bestellt und stand auf feinem Leinentuch aus Flandern. Die meisten Silberlöffel und -schalen, Gläser und Keramikgegenstände stammten jedoch von örtlichen Handwerkern, wie die emaillierten, vergoldeten Glaskelche in Venedig oder die glänzenden, vielfarbigen Majoliken in Montelupo in der Toskana und Casteldurante in der Region Marken (siehe Abbildung 2); im 16. Jahrhundert verdrängten zudem einheimische Textilien die Importware. Kostbar wurden alle diese Gegenstände weniger durch ihr Material oder ihre Neuheit als vielmehr durch ihre immer kunstvollere Gestaltung und Verzierung.<sup>20</sup>

Silbergegenstände und Tafelgeschirr waren Zeichen einer entstehenden Kultur häuslicher Geselligkeit und Höflichkeit. Die Zimmer wurden immer öfter nach ihrer Funktion getrennt, es gab nun eigene Räume zum Schlafen und Essen, für Bibliotheken und Bildergalerien. Für intimere Vergnügungen richteten Kaufleute und Aristokraten den *salotto* ein, den Salon. Am Ende des 16. Jahrhunderts zeigten Wohnung und Besitztümer einer Familie sowohl deren Wesensart als auch deren Reichtum an. Ein Ratgeber für frisch getraute Ehefrauen empfahl diesen, ihre Gäste im Haus herumzuführen und ihnen insbesondere einige ihrer Besitztümer zu zeigen, »entweder neue oder schöne, aber auf solch eine Weise, dass es nicht als Arroganz empfunden wird, sondern als Zeichen [von] Anstand und Häuslichkeit; sie sollten es tun, als öffneten sie den Gästen ihr Herz.<sup>21</sup>

Der Anstand richtete sich nach innen wie außen, er legte einen neuen Schwerpunkt auf privaten Komfort und Selbststilisierung. Jacob Burckhardt hat in seinem Werk über die *Kultur der Renaissance in Italien* auf die wachsende Aufmerksamkeit für die persönliche Schönheit und Selbststilisierung im Italien des Cinquecento hingewiesen: »Vor allem werden falsche Haartouren, auch aus weißer und gelber Seide, in Masse getragen ...« Neben Haarverlängerungen – manche aus Echthaar (*capelli morti*) –, künstlichen Zähnen und dem Gebrauch von Parfüm vermerkte Burckhardt ein für die Zeit einzigartiges gesteigertes Interesse an Sauberkeit,



Manieren und Komfort. Bei den Renaissance-Novellisten lese man von »[w]eichen elastischen Betten, köstlichen Bodenteppichen, Toilettengeräten, von welchen sonst noch nirgends die Rede ist«. Schönes Leinenzeug gebe es in großer Menge. Überall sehe man, wie die Kunst »von allen Seiten her den Luxus adelt«, vom »Nachtisch mit endlosem plastischen Konfekt« bis zu prachtvollen Teppichen. Ausländische Besucher waren beeindruckt, wenn man ihnen zum Essen eine eigene saubere Serviette reichte.<sup>22</sup> In jüngerer Zeit haben Historiker Burckhardts Beschreibung des häuslichen Komforts weiter ausgeführt. Im Verlauf des 16. Jahrhunderts tauchten neben den herkömmlichen Stühlen Sessel auf. Türkische Teppiche, Bücher, Drucke und Musikinstrumente kamen hinzu. Kinder spielten mit Kreiseln und Holzpferden, während Erwachsene sich mit Backgammon oder dem risikoreichen (und illegalen) neuen Wettspiel *biribissi* vergnügten. Und die kostbaren Gegenstände wurden nicht nur als eigenständige Dinge betrachtet, sondern vielmehr als Teil eines geschmackvollen Ensembles, das mit Wissen und Geld im Lauf der Zeit zusammengetragen wurde. Für Connaisseurs wie den Florentiner Humanisten Niccolò Niccoli mit seiner umfangreichen Bibliothek und Isabella d'Este, Markgräfin von Mantua, die Münzen, Vasen und Statuen sammelte, wurde die Akquisition zu einer Lebensaufgabe.<sup>23</sup>

In früheren Darstellungen wurde der »Prozess der Zivilisation« häufig auf die Strahlkraft der Fürstenhöfe zurückgeführt.<sup>24</sup> In Wirklichkeit verbreitete sich dieser jedoch weiter, als deren Einfluss reichte. Handwerker in Genua beispielsweise hinterließen sechs, manche auch zwölf Silberlöffel. Die meisten besaßen ein Bett, einen Tisch, Bettwäsche und Leinenzeug.<sup>25</sup> Im Schlafzimmer eines im Jahr 1533 in Siena verstorbenen Wirtes befanden sich ein Bett mit Vorhängen und Bettdecke sowie eine Truhe mit mehreren dekorativen Tagesdecken. Sein Kleiderschrank enthielt neben 17 Hemden eine seidene Kopfbedeckung, Satinhandschuhe, eine Samtkappe und ein Paar Armstulpen aus besticktem Seidendamast.<sup>26</sup> Fünfzig Jahre später wurde nach dem Tod des venezianischen Holzschnitzers Andrea Faentino zur Feststellung seiner Hinterlassenschaft ein Inventar seines Haushalts angefertigt, das einen Einblick in die Lebensumstände eines Handwerkers in der Lagunenstadt erlaubt, der für einige der großen Architekten seiner Zeit gearbeitet hatte. Im Unterschied zu vielen

seiner Zeitgenossen arbeitete und wohnte Faentino am selben Ort, einem gemieteten Haus. Vor seinem Tod hatte er an zwei Holzfiguren gearbeitet, die einen Apostel und einen Engel darstellten. Wie seine Zeitgenossen bewahrte er die meisten seiner Habseligkeiten in Truhen, sogenannten *cassone* auf, aber seine vier bestanden nicht aus gewöhnlichem, billigem Holz, sondern aus wertvollem Nussbaumholz. Sie enthielten Kleidung, Decken, Wäsche und Schuhe. Außerdem besaß er zwölf vergoldete Messer mit Elfenbeingriffen und acht Silbergabeln. In der Küche standen vier Nussbaumstühle und ein »alter« Tisch, wie es im Inventar heißt, ferner zwei Pfannen, zwei Salzfüßchen, 40 Stück Zinngeschirr und 58 weiße Majolikateller – nach neuester Mode zog man weiße Ware bunten Tellern vor. Faentinos bescheidenes Bett kam dagegen ohne die zarte Verfeinerung aus, die das Haus des Kaufmanns aufwies. An den Wänden hingen neben einem einfachen Madonnenbild auch die Darstellung einer Frau mit einer Laute und ein *il Turco* benanntes Gemälde, das den verbreiteten Einfluss orientalischer Motive in der damaligen Zeit belegt. Außerdem besaß Faentino eine beachtliche Zahl von Büchern über Religion, Architektur – einschließlich eines Werks von Leon Battista Alberti – und Geschichte (darunter eine Schrift über den albanischen Nationalhelden George Skanderberg, der den Kreuzzug Papst Pius' II. anführte und bis zum seinem Tod im Jahr 1468 die osmanische Expansion aufhielt). Und ihm gehörte eine Laute.<sup>27</sup>

Faentinos materielle Welt war von bescheidenem Komfort geprägt, weit unterhalb des Niveaus, auf dem Kaufleute und Aristokraten lebten. In den 1620er Jahren waren beispielsweise im Haus des Florentiners Piero d'Agonlo Guicciardini, der in der Woll- und Seidenindustrie ein Vermögen gemacht hatte, in einem einzigen Raum 151 Gemälde zu bewundern.<sup>28</sup> Ein Jahrhundert später nannte die zur Kurtisane gewordene verarmte Adlige Elisabetta Condulmer sechs vergoldete Truhen mit Leinenzeug, eine große Zahl von Silberlöffeln, daunengefüllte Matratzen und neben einer Darstellung der *Anbetung der heiligen drei Könige* Gemälde der unbedeckten Andromeda und nackter Männer ihr Eigen.<sup>29</sup> In Venedig besaß in den 1570er Jahren ein wohlhabender Buchmaler 25 Bilder (eines, das Nero zeigte), einen Spiegel und eine Weltkarte sowie Teppiche aus Kairo und Persien.<sup>30</sup> Offensichtlich waren Faentinos Besitztümer, wie begrenzt

und alt sie auch gewesen sein mochten, Teil einer gemeinsamen materiellen Kultur, zu der Tafelgeschirr, Bücher und Musikinstrumente – in den meisten venezianischen Haushalten gab es damals eine Laute oder ein Cembalo – ebenso gehörten wie die Wertschätzung von Gemälden als Kunstobjekte, die man besaß und vorzeigte, anstatt sie nur für die religiöse Andacht zu verwenden.

Vormoderne Gesellschaften gelten als extrem ungleich; wenige reiche Herren, so das gängige Bild, lebten in Saus und Braus auf Kosten einer im Elend vegetierenden Mehrheit, und für den größten Teil Europas traf dies auch zu. Die norditalienischen Stadtstaaten bildeten jedoch eine Ausnahme. In Florenz herrschte um 1500 nicht mehr Ungleichheit als in den Vereinigten Staaten im Jahr 2000. Es gab keine zwei scharf voneinander getrennten Kulturen mit einer Elite auf der einen und einem homogenen Plebs auf der anderen Seite. Vielmehr reihten sich die meisten Florentiner innerhalb eines sozialen Spektrums ein, das von den marginalisierten Armen bis zu wohlhabenden Handwerkern und Geschäftsinhabern reichte. Bücher wurden nicht nur von der Patrizierelite erworben, sondern auch von Bäckern, Tischlern und Metallhandwerkern. In geringem Umfang teilten einige sogar die Vorliebe für exotische Dinge wie orientalische Teppiche. Importierte spanisch-moriskische Keramik fand unter Schuhmachern, Hufschmieden und Textilarbeitern viel Anklang; ein Wollweber besaß ein Set aus sieben Krügen, 13 Schalen und 34 Tellern.<sup>31</sup> Ähnlich sah es in den geschäftigen Handelszentren in Nord-europa aus, beispielsweise in Antwerpen, wo sich der Besitz von Gemälden und Majoliken im 17. Jahrhundert rasch ausweitete.<sup>32</sup>

Dennoch geht es zu weit, in der Renaissance die »Samen unseres eigenen ... überschäumenden Konsumismus« zu sehen.<sup>33</sup> Obwohl der Besitz und das Ideal von Komfort in die Haushalte Einzug hielten, blieben sie Teil einer Bürgerkultur, die weiterhin auf die öffentliche Präsenz und die Nachwelt ausgerichtet war, nicht auf das private Vergnügen und die Verlockungen des Neuen. Ihr Antrieb war das Streben nach Grandezza und ihr Ziel die Dauerhaftigkeit. Im Vergleich mit dem Aufwand für monumentale städtische Plätze und öffentliche Bankette waren die Ausgaben für persönliche Besitztümer unbedeutend. Ersterer war der Hauptantrieb des Konsums in der Renaissance. Der Palazzo Strozzi beispielsweise, mit

dessen Bau 1489 begonnen wurde, verschlang Unsummen des Vermögens der Florentiner Familie.<sup>34</sup> Aristokraten versuchten einander beim Schmuck ihrer Kapellen auszustechen, aber nicht einfach um ihren Reichtum zu präsentieren, sondern um die eigene Größe und *virtù* zu beweisen. Bezugspunkt war Aristoteles, der die angemessene Zurschaustellung privaten Reichtums als Zeichen von Bürgertugend und Bürgerstolz in einer von gleichgesinnten tapferen und begüterten Bürgern regierten und verteidigten Gemeinschaft gerühmt hatte. Die Angehörigen der Patrizierelite der italienischen Renaissance waren Vorreiter der Umschichtung der symbolischen Währung der Macht von Menschen auf Dinge. Im Unterschied zu grundbesitzenden Aristokraten anderswo in Europa sicherten die Strozzi und andere Adelsfamilien ihre Stellung nicht durch den Unterhalt einer großen Gefolgschaft, sondern durch prachtvolle Dinge und Bauwerke. Richtig präsentiert, unterstrichen Gemälde und Vasen im Haus den kultivierten Charakter von dessen Bewohnern. Das private Vergnügen und die *comodità* um ihrer selbst willen blieben jedoch suspekt, die Ergebenheit gegenüber dem Allgemeinwohl musste widerspiegelt werden. Als bewundernswert galt ein Leben als aktiver Bürger, der den Glanz und die Stärke seiner Stadt vermehrte, indem er monumentale Bauten errichtete, eine Armee befehligte, öffentliche Festlichkeiten finanzierte und städtische Einrichtungen förderte. Konsum in großem Stil war gestattet – und durfte genossen werden –, wenn er letztlich solchen öffentlichen Zwecken diente. In diesem Sinn war eine reich geschmückte Kapelle wie diejenige der Familie Salviati in San Marco, Florenz, etwas völlig anderes als heute, sagen wir, der Besitz eines Ferraris. Der Luxus stand im Dienst der Nachwelt; er sollte den Namen der Familie auf Generationen hinaus in die Annalen der Stadt einschreiben. Der staatsbürgerliche Humanismus der Renaissance bevorzugte Solidität. Geld sollte für Dauerhaftes ausgegeben werden.

Der konservative Charakter des Konsums in der Renaissance lässt sich an der Art, Funktion und Zirkulation von Gütern erkennen. Obwohl die italienischen Städte orientalische Seide importierten und um 1500 begonnen hatten, selbst Seide für den europäischen Markt zu produzieren – als erstes Kapitel einer europäischen Erfolgsgeschichte des Kopierens und Ersetzens östlicher Waren –, blieb Seide etwas Besonderes. Auf's Gan-

ze gesehen, war die materielle Kultur bemerkenswert beständig. Es gab mehr von allem und einige neue Dinge wie Polstersessel, aber um 1600 besaßen die Haushalte überwiegend noch die gleiche Art von Dingen wie zweihundert Jahre zuvor. Es war eine Kultur der Verfeinerung, und weniger der Neuheiten. Die Kelche wurden kunstvoller gestaltet, die Möbel vermehrt mit Schnitzereien verziert, die Wandteppiche kostbarer, aber die Materialien und die Art der Güter veränderten sich kaum.

Die Dinge, die man besaß, hatten neben ihrem funktionalen und manchmal auch dekorativen Nutzen einen Anlagewert. In einer bargeldarmen Wirtschaft waren Kleidung, Leinenzeug und Silbergegenstände, insbesondere in Inflationszeiten, wichtige Wertspeicher. Der Pfandleiher diente Arm und Reich als örtliche Bank. Brauchte jemand Bargeld, hinterlegte er seine Kleidung oder Haushaltsgegenstände, um sie einige Monate später wieder auszulösen. Da Dinge als Wertspeicher dienten, mussten sie dauerhaft sein. Ein Umhang, Ring oder abnehmbarer Samtärmel besaß wenig Wert, wenn er so modisch war, dass er in einem Jahr nicht mehr als Pfand genutzt werden konnte. Die große Mehrheit der Menschen kleidete sich wie ihre Großeltern.<sup>35</sup> Wenn die Menschen der Renaissancezeit Güter anhäuften, dann nicht, weil sie die Mode für sich entdeckt hatten und die Dinge schneller aussortierten, sondern weil sie ihr Vermögen vergrößerten. 1633 hinterließ ein venezianischer Rudermacher seiner Witwe 43 Hemden, 25 Betttücher, 63 Tischdecken und Servietten sowie 105 Keramiksteller.<sup>36</sup> Die meisten der in solchen Inventarien aufgeführten Textilien und Silberlöffel waren wahrscheinlich nie oder nur selten benutzt, sondern als materielle Lebensversicherung eingelagert worden. Leinenzeug verschliss natürlich durch regelmäßigen Gebrauch und musste ersetzt werden, aber Seidenstoffe und andere hochwertige Güter wurden sorgfältig gepflegt und so lange wie möglich benutzt. Nachdem die Mailänderin Livia Tolentina 1580 zur Witwe geworden war, verwendete sie ihre eheliche Garderobe, um ihre Kutsche zu polstern und Kirchenbehänge zu nähen.<sup>37</sup>

Geschenke, Pfandleihen, persönliche Darlehen und Sicherheiten verbanden höhere und untere Schichten in einem Kreislauf gegenseitiger Abhängigkeit. Die zur Florentiner Führungsschicht gehörende Familie Castellani ist ein gutes Beispiel dafür. 1460 hinterlegte Francesco di

Matteo Castellani ein besticktes Kleid seiner Frau Lena bei einem Geldleiher, um Bargeld zu erhalten, mit dem er einen Kredit zurückzahlen konnte. Da Lena in Kürze an einer aristokratischen Hochzeit teilnehmen wollte, lieh er sich gleichzeitig eine große, in Gold gefasste Perle, ein Diamantgeschmeide »im Pariser Stil mit weißen und roten Blumen und grünen Blättern« und, da er schon einmal dabei war, auch noch einen in Gold gefassten Rubin. Im Gegenzug lieh er einem adligen Freund, der die Ehe seiner Schwester vermittelt hatte, ein Familienerbstück und Stoffbehänge mit seinem Wappen darauf. Einem örtlichen Schuldirektor schickte er neuerworbene Manuskripte von Sueton und Justinian, und an Feiertagen lieh er lokalen Hufschmieden einige Kleidungsstücke und Schwerter. Die Besitztümer wanderten ständig hin und her.<sup>38</sup>

Die Dinge zirkulierten jedoch nicht als Ausdruck einer individuellen Auswahl, sondern in einer sozialen Umlaufbahn, die von Gegenseitigkeit und Vertrauen bestimmt wurde. Zudem wurde der freie Fluss der Güter durch moralische Grenzen eingeschränkt. In der Renaissance setzte ein tugendhaftes, unabhängiges Leben Genügsamkeit voraus. Alberti und andere Schriftsteller der Zeit idealisierten den Bürger, der die Früchte seines eigenen Anwesens genoss, ohne in Geschäften einkaufen und sich auf Fremde verlassen zu müssen. Die Lehre aus der Antike lautete, dass Rom dann am stärksten war, wenn es am einfachsten war. Zu viele Besitztümer hatten überempfindliche Schwächlinge hervorgebracht, die unfähig waren, die Republik zu verteidigen. In Wirklichkeit kauften auch Aristokraten auf Märkten ein, aber solche Ausflüge halfen vor allem, öffentliche Bindungen aufrechtzuerhalten, und hatten nur wenig mit Shopping als Freizeitvergnügen zu tun, wie die Historikerin Evelyn Welch nachgewiesen hat. Mit Bezug auf Cicero legten die Renaissance-Moralisten einen doppelten Maßstab an den Handel an, der eine Gesellschaftsordnung mit patrizischen Kaufleuten an der Spitze und plebejischen Geschäftsinhabern am unteren Ende rechtfertigte. Im großen Rahmen galt der Handel als tugendhafte Tätigkeit, die zum Ruhm der Gemeinschaft beitrug. Der Reichtum der Kaufleute floss auf ihre Landsitze zurück. Im kleinen Rahmen eines Ladens dagegen wurde das Handeln als »vulgär« betrachtet, wie der venezianische Schriftsteller Tomaso Garzoni im späten 16. Jahrhundert hervorhob. Patrizische

Kaufleute mochten ihre Vermögen im Handel machen, aber sie legten sich in Gestalt von Landgütern, die sie selbst und die Gemeinschaft mit Nahrungsmitteln versorgten, eine Basis auf dem Land zu. Ladenbesitzer verkauften einfach nur Waren. Konnte man ihnen also trauen? Dass Geschäfte ein wichtiges Glied in der Verteilungskette waren, das eine Verbindung zwischen Kaufleuten und Verbrauchern herstellte, und tatsächlich erst die Nachfrage schufen, wäre Garzonis Zeitgenossen nie in den Sinn gekommen. Ladenbesitzer mussten sich mit dem Stigma einer niedrigen Stellung in der Gesellschaft abfinden. Im Jahr 1593 untersagte der Mailänder Senat ihren Aufstieg in den Adel.<sup>39</sup>

Das Misstrauen gegenüber dem Kaufen war Teil eines umfassenden Kampfs gegen den Luxus und alle Übel, die er mit sich brachte. Der Streit reichte bis zu Platon zurück, der die materielle Welt zu einem bloßen Schatten der Wirklichkeit erklärt hatte. Während des Mittelalters waren seine Ideen zwar nie ganz in Vergessenheit geraten, aber in der Renaissance gelangten sie durch die später so genannte »Platonische Akademie« in Florenz, wo Marsilio Ficino Platons sämtlichen Werke ins Lateinische übertrug, zu neuer Berühmtheit. In seiner *Politeia (Der Staat)* stellte Platon den Niedergang einer zuvor tugendhaften, genügsamen Stadt dar, die durch das Streben nach einem luxuriösen Leben verdorben wurde. Solange die Bürger nur die von der Natur gesetzten Grundbedürfnisse erfüllten, war ihre Stadt »gesund«. Sobald sie jedoch ihren Gelüsten nachgaben, setzten sie ein unersättliches Verlangen nach mehr in Gang, das in Krieg und Verderbnis mündete. Zuerst wollten sie »auf Polstern liegen ... und von Tischen speisen und Zukost und Nachtisch haben«, doch dies stelle sie nicht zufrieden, denn es hatte auch ihren Geschmack an »Malerei ... und bunter Weberei und Gold und Elfenbein« geweckt.<sup>40</sup> Dieser Drang nach Luxus sei unstillbar und zwingt die Stadt, zu expandieren und immer weiter in der Ferne nach Ressourcen zu suchen, was zu Krieg und Wettstreit führe. Verschärft werde die Aggression nach außen durch den Verfall im Innern, da der Luxus bisher virile Bürger entmanne. Der Verlust der Selbstbeherrschung verwandle tatkräftige Männer in weiche Wüstlinge, die nicht fähig seien, sich zu verteidigen. Die Verderbnis des Leibes führe unweigerlich zur Verderbnis des Staats. Diese Gleichsetzung von genügsamer Lebensweise und staatlicher Größe einerseits und

privatem Exzess und öffentlicher Verderbnis andererseits findet sich als zentrales Thema auch bei Cicero, dem beliebtesten lateinischen Autoren der Renaissance.

Das Christentum verhalf diesen antiken Ideen zu neuer Durchschlagskraft und Dringlichkeit. So wie Platon behauptet hatte, körperliche Vergnügungen würden sich nachteilig auf die Seele auswirken, so warnte die Kirche, das Verlangen nach weltlichen Besitztümern würde vom geistigen Leben ablenken. In der Bergpredigt hatte Jesus gesagt: »Sammelt euch nicht Schätze hier auf der Erde, wo Motte und Wurm sie zerstören und wo Diebe einbrechen und sie stehlen, sondern sammelt euch Schätze im Himmel, wo weder Motte noch Wurm sie zerstören und keine Diebe einbrechen und sie stehlen. Denn wo dein Schatz ist, da ist auch dein Herz.«<sup>41</sup> Indem die christliche Lehre den Mangel an Selbstbeherrschung bis zum Sündenfall und der Vertreibung aus dem Paradies zurückverfolgte, sexualisierte sie auch den Luxus. Aus kirchlicher Sicht entsprang das Verlangen nach Gütern, Geld und Fleischeslust ein und derselben Quelle.

Die Meinung, dass Luxus leicht zur Unzüchtigkeit führte, war in der Renaissance weit verbreitet und trug zum moralischen Missbehagen in Bezug auf Erwerb und Übermaß bei. In Venedig wurde im späten 16. Jahrhundert beispielsweise einem Stoffhändler vorgeworfen, er lebe »luxuriös«, weil man ihn im Verdacht hatte, auðereheliche Affären zu haben.<sup>42</sup> Nur in den Händen der Kirche, wo er auf angemessene Weise benutzt wurde, um durch prächtige Bauwerke und Gemälde die Herrlichkeit Gottes zu preisen, war Luxus vorbehaltlos gestattet. Ein venezianischer Patrizier mochte am Vorabend der Hochzeit seiner Tochter stolz ihre Aussteuer aus reich mit Gold und Silber bestickten Kleidern vorzeigen, aber solch auffälliger Konsum wurde durch ebenso ausgeprägte Beweise der eigenen Genügsamkeit ausgeglichen, indem man etwa bestimmte, in der groben braunen Mönchskutte eines Kapuziners beerdigt zu werden. Der Weg in den Himmel begann mit dem einfachen Leben. Ein venezianisches Sprichwort lautete: »Wem die Welt und die Dinge in ihr gleichgültig sind, dem wachsen Flügel, die ihn zum Gipfel des Himmels tragen.«<sup>43</sup>

Argwohn gegenüber dem Luxus war der Kienspan, mit dem der Dominikaner und fanatische Bußprediger Girolamo Savonarola 1497 auf der



Piazza della Signoria im Zentrum von Florenz den »Scheiterhaufen der Eitelkeiten« entzündete. In der untersten Schicht der pyrotechnischen Pyramide lagen kostbare ausländische Gobelins, weiter oben Gemälde, Brettspiele, Musikinstrumente und Bücher von Boccaccio.<sup>44</sup> Man darf also nicht vergessen, dass viele Florentiner Familien nicht nur Gemälde, Lauten und Wohnmöbel besaßen, sondern sie eben auch mit Freuden zwanzig Meter hoch stapelten und um das Feuer, in dem sie verbrannten, tanzten.

Prunk und Übermaß beunruhigten nicht nur Fanatiker wie Savonarola. Im 15. und 16. Jahrhundert erließ der Senat von Venedig über ein Dutzend Gesetze und Verordnungen gegen eine »aufwendige« Lebensweise. Opulente Hochzeiten und teure pelzbesetzte Mäntel machten Unterschiede von Besitz und Rang sichtbar, die das Gleichheits- und Genügsamkeitsideal der Republik gefährdeten. Außerdem lösten sie einen Ausgabewettstreit aus, der manche dazu trieb, Schulden zu machen. Für eine Republik, die sich ständig im Krieg befand, war dies eine beunruhigende Entwicklung, denn Geld, das für Hermelinpelze und vergoldete Möbel ausgegeben wurde, konnte nicht durch Kriegssondersteuern abgeschöpft werden. Durch ein erstes Gesetz, das für alle Venezianer galt, mit Ausnahme des Dogen und seiner Familie, versuchte der Große Rat im Jahr 1299 die Ausgaben für Hochzeiten zu beschränken. 1334 beklagte er erneut die »übermäßigen und besonders überflüssigen Ausgaben von Männern wie Frauen« und rechtfertigte Beschränkungen damit, dass die Habgier, »die Wurzel allen Übels«, nur zu leicht von den Bürgern Besitz ergreife. Im 15. Jahrhundert galt die Hauptsorge des Senats der Kleidung. Im Jahr 1400 wurden weite Mantelärmel (*socha*) verboten. Um dieses Unterscheidungsmerkmal gebracht, verlegten sich reiche Venezianer auf kostbare Pelzverbrämungen. Der Senat reagierte 1403 mit einem neuen Gesetz, das die Verwendung von Hermelin- und Marderfellen untersagte. Es folgte eine ganze Reihe weiterer Beschränkungen, vom Umfang der Aussteuer bis zur Verwendung von Gold und Silber in Kleidern und Mänteln. 1512 verordnete der Senat, dass Hochzeitsgeschenke aus höchstens sechs Gabeln und Löffeln bestehen durften; diverse luxuriöse Wohnmöbel wie vergoldete Truhen und Spiegelrahmen sowie stark gemusterte Bettwäsche wurden verboten. Zwei Jahre später wurde eigens ein

aus drei Adligen bestehender Magistrat gebildet, der extravagantes Verhalten prüfen, regeln und bestrafen sollte. Manche Übeltäter, vermeldeten die Richter, trügen Brot und Orangen bei sich. »Die Launenhaftigkeit ungezügelter Begierden von Männern wie Frauen«, stellte der Senat fest, »nimmt weiterhin derart zu, dass nur wenige sich wegen der Ausgaben Sorgen machen.« Doch der Senat war nicht bereit, kampflös nachzugeben. 1562 unternahm er seinen umfassendsten Angriff auf den Luxus, indem er Wandteppiche von mehr als anderthalb Metern Höhe und vergoldete Kaminverkleidungen verbot und im Einzelnen festlegte, was bei Banketten erlaubt war. Die Bestimmungen reichten bis hin zur Art des Nachtschiffs, der allenfalls aus kleinen Portionen »gewöhnlichen Gebäcks« oder Früchten der Saison bestehen durfte.<sup>45</sup>

Das Italien der Renaissance war also nicht nur ein Vorreiter des Konsums, es schränkte ihn auch durch eine Reihe von materiellen und moralischen Vorbehalten ein. Übermaß und Opulenz blieben ein Zeichen von Sünde und Verdorbenheit. Glanzvolle Besitztümer sollten nicht einfach nur individuelle Wünsche befriedigen, sondern bedurften einer bürgerlichen Legitimation. Tafelgeschirr und Möbel wurden immer zahlreicher und kunstvoller, waren aber insgesamt Teil einer Kultur der Verfeinerung, und nicht einer Kultur der Neuheit und ihres Zwillings, des Wegwerfens. Die Qualität behielt als Garant der Wertbeständigkeit und Wiederverwendbarkeit sowohl bei Patriziern als auch bei Handwerkern die Oberhand. Während in Handwerkerhaushalten die Zahl der Stühle und Truhen stieg, ist die Wortwahl in vielen Inventarien vielsagend, werden sie doch einfach als *vecchio* oder *vecchissimo*, alt oder sehr alt, bezeichnet.<sup>46</sup> Es war keine Konsumkultur mit hohem Durchsatz; auch erfasste sie mehr den Luxussektor als den Massenmarkt. Die Art des Konsums reflektierte und verstärkte die außerordentlichen Leistungen der in den urbanen Luxusindustrien tätigen hochqualifizierten Künstler und Handwerker. Deshalb waren die Gesellschaften auch höchst störanfällig, sie hingen von der Entwicklung der kleinen Luxusmärkte ab und reagierten empfindlich auf Veränderungen des internationalen Handels und der Politik, auf die sie keinen Einfluss hatten. Als die Portugiesen 1497 einen neuen Seeweg in den Osten entdeckten, wurde Venedig an den Rand gedrängt. Nach dem Sieg der Heiligen Liga über die Osmanen in der Seeschlacht

von Lepanto im Ionischen Meer im Jahr 1571 tauchten in der Levante nordeuropäische Händler und somit neue Konkurrenz auf. In den folgenden zwei Jahrhunderten verlagerte sich das Zentrum des Geschäftslebens durch die Zunahme des Atlantikhandels in den Norden nach Amsterdam und London, wodurch Venedig und Florenz noch weiter marginalisiert wurden. Die Pestepidemien von 1575 bis 1577 und 1630 dezimierten ihre Bevölkerung, und der Dreißigjährige Krieg schnitt sie schließlich von den Städten und Handelsplätzen in Deutschland ab, einem ihrer letzten verbliebenen Märkte. Das mediterrane Kapitel prachtvollen Luxuskonsums ging zu Ende.

Der Zusammenprall von Kommerz und Tradition, Verlangen und Genügsamkeit war im Spätmittelalter und in der Frühmoderne überall in Europa zu beobachten, Venedig und Florenz waren nur die Vorreiter. In dieser Zeit weiteten die Märkte ihr Einzugsgebiet aus, von respektablen Städten wie Nürnberg bis zu Kleinstädten im Schwarzwald. Dies brachte mehr Güter und neue Vorlieben mit sich, die eine Herausforderung für die Sozialordnung darstellten. Kaufleute finanzierten nicht nur den Handel und kauften und verkauften in großem Stil, sie waren auch Botschafter neuer Moden. Hans Fugger, im 16. Jahrhundert Oberhaupt des mächtigen Augsburger Handels- und Geldverleiherhauses, liebte beispielsweise im spanischen Stil hergestellte Schuhe, die er mit genauen Angaben, bis hin zu den kleinen Zierlöchern, bei spanischen Schuhmachern in Amsterdam bestellte.<sup>47</sup> Solche neuen Moden und Importgüter waren Vehikel der Unterscheidung und Nachahmung, durch die bestehende Hierarchien und Verhaltenskodizes erschüttert werden konnten. Was geschah, wenn ein stillbewusster Lehrling Fuggers Schuhe kopierte? Was war mit den örtlichen Schuhmachern, die gegenüber ausländischen Konkurrenten das Nachsehen hatten und deshalb ihren Lebensunterhalt verloren? Die Bedrohung musste gar nicht von weither kommen. 1453 wurde beispielsweise in Nürnberg ein Luxusgesetz erlassen, das lange Spitzen an Schuhen verbot, eine Mode, deren Ursprung man im nahegelegenen Schwaben ausmachte.<sup>48</sup>

Zwischen 1300 und 1600 wurde überall in Europa eine Vielzahl von Luxusgesetzen erlassen. In Mitteleuropa blieben sie mancherorts bis ins

19. Jahrhundert hinein in Kraft. Zunächst verboten sie extravagante Festmahle und Geschenke bei Hochzeiten und Begräbnissen. Im 15. Jahrhundert verschob sich der Schwerpunkt dann auf die Kleidung.<sup>49</sup> Im deutschsprachigen Mitteleuropa wurden zwischen 1244 und 1816 allein hierfür über 1350 Verordnungen eingeführt.<sup>50</sup> Die Fixierung auf die Kleidung ist leicht erklärt. Sie war das sichtbarste Erkennungszeichen der sozialen Stellung und signalisierte Stand, Rang, Alter und Geschlecht. Im Gegensatz zu den venezianischen Beschränkungen, die in vielen Fällen ein egalitäres Ziel hatten und Patrizier (außer den Dogen) und einfache Bürger gleichermaßen betrafen, waren die meisten europäischen Luxusgesetze Instrumente der Ungleichheit, die eine fein abgestufte Hierarchie aufrechterhalten sollten. Ein typisches Beispiel ist Nürnberg, wo Seide, Pelze und Perlen Adligen, Kirchenfürsten und geachteten Berufen vorbehalten waren; nur Ritter und Doktoren des Rechts durften ebenfalls Kleider mit Goldfäden tragen.

Anhand solcher Vorschriften lässt sich verfolgen, wie frühmoderne Gesellschaften auf die Herausforderung durch den Aufstieg der Dinge reagierten. Einige antworteten mit einem umfassenden Verbot. So drohte in Straßburg aufgrund einer Verordnung von 1660 jedem eine Geldbuße, der es wagte, »neue« Kleidung ausländischer Herkunft zu imitieren, ungeachtet dessen, ob sie gut oder schlecht aussah. Andernorts war man trotz erlassener Gesetze nachgiebiger. Unter Heinrich VIII. beschloss das englische Parlament 1532/33 ein Gesetz »zur Reformation des Übermaßes der Kleidung«, das unter anderem purpurne Seide und Goldstoffe der königlichen Familie vorbehielt (im Wams durften auch Herzöge und Markgrafen sie tragen). Wer nicht mindesten 100 Pfund im Jahr einnahm, dem war es verboten, »irgendwelchen Seidendamast-Kamelott [ein Gewebe aus Seide und Wolle] oder Taft in seinem Oberkleid, seiner Cotte mit Ärmeln oder anderen äußeren Bekleidung« zu tragen; auch ausländische Pelze waren tabu.<sup>51</sup> 1574 kam in London ein Mitglied der Merchant Taylors' Company, der Schneiderzunft, ins Gefängnis, weil er »entgegen den Vorschriften ein Paar mit Taft gesäumte Hosen und ein mit Silber besetztes Hemd« getragen hatte, und einige Jahre später verfügte der Londoner Oberbürgermeister, dass Lehrlinge nur abgelegte Kleidungsstücke ihres Meisters tragen durften.<sup>52</sup> Im Allgemeinen bemühten sich eng-

liche Friedensrichter jedoch nicht allzu sehr, die Restriktionen durchzusetzen. Elisabeth I. gab mehrere Kleiderproklamationen heraus, aber am Ende ihrer Regierungszeit kamen solche Gesetze in der Regel nicht durchs Unterhaus. Die Luxusgesetzgebung der Tudors endete 1604. In den Niederlanden hatte man sich gar nicht erst die Mühe gemacht, solche Gesetze zu erlassen. Bezeichnenderweise waren dies die beiden am weitesten fortgeschrittenen Gesellschaften, und zwar nicht nur wirtschaftlich, sondern, wie wir sehen werden, auch was den Lernprozess angeht, der sie befähigte, mit Veränderungen umzugehen und den Menschen zuzutrauen, ihr Leben selbst zu gestalten. Doch im 17. Jahrhundert waren sie noch die Ausnahme von der Regel.

Die meisten Gesellschaften nahmen einen dritten, mittleren Weg. Sie ließen neue Moden in gewissem Rahmen zu, verfeinerten aber zugleich die Dresscodes immer weiter. In einer Verordnung von 1693 tolerierten die Patrizier von Nürnberg die modische Kurzjacke als Ersatz des traditionellen langen Mantels, verfügten aber in Bezug auf Mützen und Accessoires eine fein justierte Abstufung: Frauen aus alten Adelsfamilien war es erlaubt, Samthauben mit Zobel- oder Marderverbrämung zu tragen, die bei öffentlichen Festlichkeiten mit »guldernen Rosen oder Buckeln«, auch mit Perlen, aber nicht mit Diamanten geschmückt sein durften. Auch Frauen und Töchtern von »erbarn Kauff- und Handelsleuthe(n)« wurde gestattet, Samthauben zu tragen, aber sie durften nicht mehr als 24 Gulden kosten, und Goldschmuck oder »guldene Spitzen« waren verboten. »Frauen und Jungfrauen« aus anständigen Handelsfamilien und anderen Angehörigen des dritten Standes waren »Hauben von auf- und unaufgeschnittenen Sammet mit Gebrem von gefärbtem Marder« erlaubt, aber keinerlei goldene Verzierung. Kleine Kaufleute, Krämer und Handwerker – der vierte Stand – mussten sich mit »gemosirtem Trippsammet« und billigem Pelzwerk, »doch ohne Marder«, begnügen und auf Gold und Silber gänzlich verzichten. Ähnliche Vorschriften gab es auch für andere Lebensbereiche. Aufgrund ihrer Sichtbarkeit eigneten sich Kutschen besonders gut als Statussymbole. Nur dem ersten Stand war es erlaubt, in einem Traum aus Seide zu reisen. Die Kutschen des zweiten Standes durften nur mit »geringerm« Tuch ausgeschlagen sein, das zudem weder rot noch blau sein durfte. Von Angehörigen des dritten Standes

wurde für das Recht, eine Kutsche mieten zu dürfen, eine Jahresgebühr von fünfzig Reichstalern verlangt, und sie mussten sich mit einem Futter aus grauem Tuch, Pferden ohne glänzendes Zaumzeug und Kutschern ohne Livree begnügen.<sup>53</sup>

Die Kontrolle fiel unterschiedlich aus. Während viele Gemeinden sich auf die Selbstbeschränkung ihrer Bürger verließen, verhielten sich andere strenger. In Basel mussten im 18. Jahrhundert Tausende von Frauen wegen Verstößen gegen die Kleiderordnung eine Geldbuße zahlen. Aber nur wenige Herrscher gingen so weit wie der osmanische Sultan Mustafa III., der 1758 verkleidet ins Istanbuler Aya-Kapisi-Viertel ging, um zu überprüfen, ob Nichtmoslems seine Kleidervorschriften einhielten. Als er einen Christen und einen Juden mit gelben Lederstiefeln entdeckte, die Moslems vorbehalten waren, ließ er sie umgehend hängen.<sup>54</sup> Auf sich allein gestellt, konnten Staaten und Zentralregierungen kaum etwas tun. So hing die Verfolgung von den Zünften, Kirchen und Gerichten vor Ort ab, die ein Interesse daran hatten, die Übertretungen zu ahnden und die Sozialordnung aufrechtzuerhalten. Dies war ein wesentlicher Unterschied zwischen England auf der einen Seite und Mitteleuropa, Frankreich und Skandinavien, wo lokale Behörden Missetäter aktiv ermahnten und mit Bußgeldern belegten, auf der anderen. In solchen Vorschriften drückte sich ein Weltbild mit festen Horizonten aus. Danach verfügten Gesellschaften über begrenzte Ressourcen und bedurften, um zu überleben, der Ordnung und Selbstbeschränkung. Für Zeitgenossen der Frühmoderne bedeutete zu konsumieren, etwas buchstäblich aufzubauchen. Diese Bedeutung war um 1900 immer noch lebendig – wenn man beispielsweise Holz verbrannte oder einen Mantel trug, bis er fadenscheinig wurde.<sup>55</sup>

In Gesellschaften mit wenigen technischen Innovationen und keinem wesentlichen Wachstum war die Abwanderung von Geld und Ressourcen eine ständige Sorge. Eine Bürgersfrau in Nürnberg, die ein Seidenkleid aus der Lombardei haben wollte, gefährdete die Existenz der örtlichen Handwerker. Geld war knapp, und war es erst für Luxusgüter ausgegeben, hatten Steuereintreiber keinen Zugriff mehr darauf. Wurde es für ausländische Luxusgüter verwendet, war es für die lokale Wirtschaft ganz verloren. Dies war der Hintergrund vieler Luxusgesetze, die verhindern sollten,

dass Reichtum durch eine luxuriöse Lebensweise verschwendet wurde. Darüber hinaus verringerte jeder, der mehr konsumierte, das, was für alle anderen übrig blieb. Welche Kleidung man trug, was man aß und wie man sein Geld ausgab, wurde daher nicht als Ergebnis individueller Auswahl betrachtet, sondern als kommunale Angelegenheit. Der Konsum musste der Produktion untergeordnet werden. Die Kleidung war Kennzeichen von sozialer Stellung und Beruf. Um der gesellschaftlichen Stabilität willen musste man seinen Platz kennen und im Rahmen seiner Stellung konsumieren. Neue Moden, zumal wenn sie von außen kamen, stellten einen Angriff auf diese konservative Ordnung dar. Wem der Sinn nach neuen Stilen stehe, hieß es in der Straßburger Verordnung von 1660, der verliere die löbliche Standhaftigkeit, für welche die altdeutschen Vorväter sowohl in anderen Dingen als auch in der Kleidung bekannt gewesen seien.<sup>56</sup> Die Furcht vor Extravaganz richtete sich gegen auffällige Patrizier ebenso wie gegen eingebildete Plebejer. Die Beschränkungen für Hochzeitsfeiern, Schmuck und kostspielige Hauben sollten einen Statuswettbewerb an der Spitze verhindern. Ließ man zu, dass die Hochzeitskosten aus dem Ruder liefen, würden die Kinder von Bürgern spät oder nie heiraten und die Gemeinde geriete auf den absteigenden Ast.

So weit die Befürchtungen. Aber wie sah die Realität aus? Wie wirksam waren die Beschränkungen? Sie waren sicherlich außerstande, den Lauf der Zeit aufzuhalten und die Gesellschaft in einem statischen Zustand einzufrieren. Handwerker begannen mit neuen Stilen und Materialien zu experimentieren, um den Vorschriften ein Schnippchen zu schlagen. Vielerorts in Europa verbesserten sich die Lebensbedingungen nach den Verheerungen des Dreißigjährigen Krieges wieder. Zu Beginn des 17. Jahrhunderts hatten beispielsweise die männlichen Bewohner der württembergischen Dörfer Bondorf und Gebersheim drei Kleidungsstücke besessen, die Frauen zwölf. Ein Jahrhundert später waren es schon 16 beziehungsweise 27, und bis 1800 hatte sich die Zahl der Kleidungsstücke noch einmal verdoppelt.<sup>57</sup> Ganz in der Nähe dieser Dörfer, in Laichingen, enthielt der Kleiderschrank des Kaufmanns Georg Christoph Nestel im Jahr 1796 17 modisch kurze Westen mit hoher Taille, bunt gemusterte ebenso wie schwarze und weiße, darunter solche aus Baumwolle und Seide. Achtzig Jahre zuvor hatten sich Kaufleute und örtliche

Stadträte das Privileg vorbehalten, Baumwolle sowie Gold und Silber zu tragen. Die unteren Stände mussten weiterhin mit der lokalen Kleidung aus einem Leinen- und Baumwollgemisch vorliebnehmen. Mitte des 18. Jahrhunderts wurde die Hälfte der Kleidung verheirateter Frauen als alt oder älter inventarisiert. Die Behörden zwangen Handwerker und Arme, in der Kirche und bei Stadtversammlungen in schwarzer Kleidung zu erscheinen, so dass die Gassen der Stadt voller schwarzgekleideter Menschen waren. Helle Baumwollstoffe und leuchtende Farben – die beiden Merkmale der Moderevolution, der wir uns später zuwenden werden – kamen hier erst in den 1790er Jahren auf, ein ganzes Jahrhundert nachdem sie in England und den Niederlanden Einzug gehalten hatten.<sup>58</sup>

Dass gegen die Vorschriften verstoßen wurde und die Behörden sich bemühten, sie regelmäßig auf den neuesten Stand zu bringen, bedeutet nicht, dass sie wirkungslos waren. Diejenigen, die sie übertraten, indem sie höheren Ständen vorbehaltene Seidenbänder oder Goldschnallen anlegten, orientieren sich schließlich an der Kleiderordnung und erkannten sie so indirekt als Bezugspunkt an. Indem sie eine Rangordnung für Kleider und Moden aufstellten, schufen solche Vorschriften eine soziale Geschmackspyramide. Deshalb spielte der französische Hof, mit den Worten des Historikers Daniel Roche, »die Vorreiterrolle bei Kleiderunterscheidungen«. <sup>59</sup> Aller Augen waren auf den König und die Königin gerichtet.

Missachtung der Vorschriften konnte kostspielig und schmerzhaft sein. Während die Friedensrichter im elisabethanischen England häufig ein Auge zudrückten, waren die Behörden in Mitteleuropa weniger nachsichtig. Der Pfarrer von Ebhausen im Schwarzwald hielt 1708 eine Predigt gegen ungebührlich gekleidete Frauen und veranlasste das Kirchengericht, eine von ihnen, die ein für ihren Stand zu großes Halstuch getragen hatte, mit einer Geldbuße von elf Kreuzern zu bestrafen. Für eine Dienstmagd war das ein Monatslohn. Fünf Jahre später musste im nahegelegenen Wildberg jeder zehnte Einwohner wegen Kleiderverstößen eine Geldstrafe zahlen, durchschnittlich in Höhe eines Wochenlohns. Fast alle Verurteilten waren Frauen. Öffentliche Beschuldigungen waren weit verbreitet und häufig Auslöser langer Familienfehden, wenn nicht sogar völliger gesellschaftlicher Ächtung. In Gemeinden



wie denen in Württemberg waren die Luxusgesetze wirksam, weil sie Teil eines umfassenderen Systems sozialer Kontrolle durch Zünfte und Kirche waren, die gleichzeitig Arbeit und Ausgaben überwachten. Die Handwerksmeister sorgten dafür, dass die Lehrlinge an ihrem Platz blieben und den Zünften keine Konkurrenz erwuchs, weder Zugewanderte noch Juden oder Frauen wurden zur Mitgliedschaft zugelassen. So wurden die Arbeitskosten auf niedrigem Niveau gehalten und die untergeordnete Stellung der Frauen zementiert. Alleinstehenden jungen Frauen und Witwen war es nicht gestattet, ihren Lebensunterhalt, etwa durch Weben oder Markthandel, unabhängig zu verdienen. Stattdessen mussten sie als Dienstboten für künstlich niedrig gehaltene Löhne arbeiten. Es war eine Doppelschraube, die angezogen wurde, denn die Ehemänner schränkten neben den Verdienst- auch die Ausgabemöglichkeiten der Frauen ein. Die örtlichen Gerichte gaben ihnen das Recht, den Verdienst ihrer Frauen zu kassieren und, wenn sie wollten, ihnen sämtliche Ausgaben zu verbieten. Ehemänner monopolisierten also sowohl die Produktion als auch den Konsum, was erklärt, weshalb mancherorts ihre Garderobe umfangreicher war als diejenige ihrer Frauen.<sup>60</sup>

Diese württembergischen Gemeinden lagen zwar auf dem Land, waren aber weder abgeschnitten von der übrigen Welt, noch lebten sie in zeitloser Selbstgenügsamkeit. Durch die Spinnerei und Weberei für den Export waren sie in Märkte eingebunden. Sie liehen und verliehen Geld. Die Frauen verlangte es unverkennbar nach Neuheiten, wie jene unglückliche Dienstmagd eines Müllers, die 1736 einen Tag im Gefängnis verbrachte, weil man sie dabei beobachtet hatte, wie sie auf einem Markt Bänder kaufte. Was diese Gemeinden von anderen unterschied, war nicht das fehlende Verlangen, sondern die soziale und institutionelle Zwangsjacke, durch die das Verlangen und die Ausgaben im Zaum gehalten wurden. In solch einer Umgebung konnte der Konsum kaum aufblühen.

## Phönix-Haarnadeln und erlesene Antiquitäten

Nach den beiden Opiumkriegen setzte sich in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts im Westen ein Bild von China als einem statischen, abgeschlossenen und rückschrittlichen Land fest. Dies war, wie man heute weiß, das verzerrte Ergebnis der europäischen Selbsteinschätzung, der zufolge die Industrielle Revolution ein einzigartiges Talent Europas für die Modernität bewies. 1582, als der italienische Jesuit Matteo Ricci China erreichte, sah man das Land positiver. Ricci war beeindruckt von der Geschäftigkeit von Nanking – »man sagt, es gebe hier zweihunderttausend Weber« – und davon, wie Chinesen anderswo »ein Tuch ganz aus Seide« webten, und zwar »in Nachahmung europäischer Produkte«. Die von den Chinesen getragenen langen, weiten Ärmel erinnerten Ricci an den venezianischen Stil. Außerdem fielen ihm »die überaus große Zahl von in Umlauf befindlichen Büchern ... und der lächerlich niedrige Preis, zu dem sie verkauft werden«, auf. Bemerkenswert fand er weniger die Unterschiede als vielmehr die »Ähnlichkeit der Sitten«: »Ihre Verwendung von Tischen, Stühlen und Betten ist in keinem der an China grenzenden Länder bekannt ... es gibt zahlreiche Punkte eines vorteilhaften Kontakts zwischen uns selbst und dem chinesischen Volk.«<sup>61</sup>

Ricci war daran interessiert, Parallelen hervorzuheben, aber seine Beobachtungen – wie auch diejenigen seines portugiesischen Ordensbruders Álvaro Semedo, der den »Verkehr und die Güter« im China der 1620er und 1630er Jahre bewunderte – spiegeln wider, wie die Kommerzialisierung ganz Ming-China erfasste und eine Sturzflut von Gütern, Moden und Wünschen auslöste – und mit ihr Ängste vor gesellschaftlicher Unordnung und moralischem Verfall.<sup>62</sup> Die Dinge verbreiteten sich über Schmuggel und Tributhandel ebenso wie über die legale Küstenschiffahrt. 1548 zählte ein Beamter an der Küste von Zhejiang und Fujian im Südosten Chinas in einem Zeitraum von 39 Tagen über tausend Schiffe.<sup>63</sup> Mit dem Küstenhandel verbunden war ein weit größerer regionaler Austausch innerhalb des Riesenreichs. Seine Hauptader war der 1794 Kilometer lange Große Kanal, der älteste künstliche Wasserweg der Welt. Der 1510 wiedereröffnete Kanal führte von Hangzhou an der Ostküste über Yangzhou und den Jangtse bis nach Peking im Norden. Der Haupt-

zweck dieses großen Infrastrukturbaus war militärischer Art, denn ab 1421 konnten Armeekähne Getreide in die neue Hauptstadt der Ming-Dynastie – Peking – bringen. Aber obwohl die Militärschiffe Vorrang hatten, förderte der neue Verkehrsweg unweigerlich auch den Austausch von Nahrungsmitteln und Gütern im Allgemeinen. Getreide aus Guangzi im Südosten wurde in den Norden in die Städte am Jangtse gebracht, und Reis von den Feldern im Landesinnern fand über den Jangtse den Weg zu Verbrauchern in Jiangnan, dem Gebiet um Shanghai. Aus dem Norden wurde Rohbaumwolle in die Präfektur Sun-Chiang, südlich von Shanghai, transportiert, wo sie zu Baumwolltuch verarbeitet wurde, das dann in alle Teile Chinas ging. Kaufleute aus Huizhou im Süden handelten mit Bechern und Schalen aus Jingdezhen, der Porzellanhauptstadt im Nordosten, mehrere Hundert Kilometer von Kanton aus im Landesinnern (siehe Abbildung 3). Umgekehrt wurden Tee und Zucker aus dem Süden nach Norden verschifft. Sojaschrot aus der Mandschurei wurde die Küste hinunter transportiert. In Sichuan gedruckte Bücher gelangten zu Lesern in Nanking und im Jangtsedelta.

Der Jesuit Semedo hatte den Eindruck, die Chinesen seien »von Natur aus zu Kaufleuten geboren«, und er fand den »Verkehr«, den sie nicht nur zwischen den Provinzen, sondern auch innerhalb der Städte veranstalteten, »unglaublich«, denn »fast alles, was man in den Geschäften findet, wird in geringerer Menge auch auf den Straßen verkauft«. <sup>64</sup> Im 16. Jahrhundert weitete sich dieses Handelsnetz rasch aus, so dass Produzenten mit immer fernerer Konsumenten in Verbindung kamen, was es Bauern und Handwerkern ermöglichte, sich zu spezialisieren und ihren Lebensunterhalt zu verdienen, indem sie ihre Produkte auf dem Markt verkauften und einen immer größeren Teil der Lebensmittel und Kleidung, die sie benötigten, erwarben. In Shangdong in Nordchina wurde der Baumwollanbau beispielsweise derart profitabel, dass viele Bauern aufhörten, Getreide für den Eigengebrauch anzubauen. Der Tauschhandel wurde in zunehmendem Maß durch Besorgen und Ausgeben ergänzt.

Die Keime des Konsums gingen nirgends besser auf als im Jangtsedelta, dem Wirtschaftszentrum des Reichs, wo rund dreißig Millionen Bauern lebten, die Baumwollkleidung herstellten und im Tausch für Reis, Rohstoffe und Haushaltswaren verkauften. Obwohl das späte

# 1 Drei Konsumkulturen



Ming-China weit weniger urbanisiert war als Norditalien, die Niederlande und England, nahm die Zahl der Marktstädte deutlich zu, und um 1700 lebte in den am höchsten entwickelten Regionen etwa jeder Sechste in einer Stadt. Leider sind für China keine genauen Inventarien überliefert, die ein ähnlich scharfes Bild der materiellen Welt der späten Ming-Zeit vermitteln würden, wie man es anhand solcher Verzeichnisse für das frühmoderne Europa zeichnen kann. Da es unmöglich ist, Tafelgeschirr, Möbel und andere Besitztümer auf diese Weise im Einzelnen zu betrachten, hängt man weit mehr von erhalten gebliebenen Gesellschaftsberichten in Lokalzeitungen sowie Romanschriftstellern und anderen Autoren ab, die über Geschmack und Haushaltsführung

geschrieben haben. Was man von ihnen erfährt, ist natürlich durch subjektive Werte gefiltert, die sich häufig nostalgisch auf eine idealisierte Vergangenheit beziehen und für die neuen Wünsche niedrigerer Schichten nur Geringschätzung übrighaben. Aber wenn man sie aufmerksam liest, kann man die Hauptzüge der materiellen Umwelt, in der sie lebten, rekonstruieren. Vom Beamten und Historiker Zhu Guozhen beispielsweise ist eine kurze Beschreibung eines Haushalts in Jiangnan um 1600 überliefert. Der Haushaltsvorstand war Baumwollweber, der das von ihm gefertigte Tuch gegen Silber eintauschte, von dem er dann den Reis für seine Familie kaufte. »Pacht, Lebensmittel, Kleidung, Haushaltsgegenstände und Ausgaben für soziale Ereignisse, für die Kindererziehung oder die Beerdigung von Toten: alles wurde mit Baumwolle bezahlt.«<sup>65</sup> Wie viel für soziale Anlässe ausgegeben wurde, darüber macht der Autor ebenso wenig Angaben wie darüber, was für die Kinder gekauft wurde, welche Kleider die Familie trug und welchen Lebensstil sie pflegte, aber sein Bericht lässt keinen Zweifel daran, dass die Spezialisierung des Webers zu größerem Konsum führte.

Städte waren eine Brutstätte neuer Moden und zunehmender Reklame. Der Historiker Gu Qiyuan (1565–1628) bemerkte, dass sich in Nanking die Frauenmode in seiner Jugend alle zehn Jahre geändert habe, in seinen reifen Jahren aber alle zwei oder drei Jahre. Die Frisuren erreichten in Gestalt sogenannter »Pfingstrosenblüten«, die mit Hilfe von falschem Haar aufrecht gehalten wurden, beispiellose Höhen.<sup>66</sup> Neben Porzellan aus Jingdezhen wurden auf städtischen Märkten Stickereien aus Hangzhou und von muslimischen Handwerkern in Peking hergestellte Cloisonné-Weinbecher angeboten. Die Geschäftskultur erlebte einen Aufschwung; es gab mehr Geschäfte, mehr gebildete Konsumenten und mehr Ladenbesitzer und Handwerker, die mit immer abenteuerlicherer Reklame um deren Aufmerksamkeit wetteiferten; auch frühe Versuche der Markenbildung wurden unternommen. Im 17. Jahrhundert erreichten Druckkunst und Bücher ein Massenpublikum; möglich wurde dies durch einfachere Schriften, den Holzblockdruck und eine erweiterte Arbeitsteilung. Es gab Lehrbücher und Dramen, erotische Handbücher und Romane, manche für nicht mehr als 0,1 Tael, eine Summe, die sich mittlere Beamte, Gelehrte, Kaufleute und ihre Frauen leisten konnten.

In Jiangnan war in etwa die Hälfte der Bevölkerung lesekundig.<sup>67</sup> In dieser vermehrt textuell geprägten Kultur erweiterte sich das Feld der Werbung erheblich. Geschäfte priesen auf Schildern Handelsmarken an. In Suzhou zum Beispiel verkündeten Fleischer in der Hoffnung, vom Ruf des berühmten Lu zu profitieren, sie seien der »Wahre Lu Gaojian« oder, noch besser: der »Wirklich Wahre Lu Gaojian«. In Peking waren Werbeplakate bis zu zehn Meter hoch; andere waren nachts beleuchtet. Frauen trugen Haarnadeln mit den Schriftzeichen für »Zhu Songlin«, die Marke des Qualitätsherstellers von Bambuswaren Song Lin. In der belebten Sanshan-Straße in Nanking leiteten Hersteller von Bambusmöbeln ihr Handwerk auf Pu Zhongqian zurück. Aus Japan kamen faltbare Fächer, lackierte Tische und goldbemalte Wandschirme und Kosmetikkästchen. Hauptabnehmer von Luxusgütern waren Adlige und Schriftgelehrte; einige von ihnen verfassten Lobgedichte und Biographien über Handwerker, die deren Namen noch bekannter machten.<sup>68</sup> In reichen, hochentwickelten Regionen, etwa im Kanton Guangdong in Südchina, wurden aber auch Bauern, neben ihrer Rolle als Produzenten, in zunehmendem Maß zu Konsumenten, die Zucker, Perlmutter Schmuck, Betelnüsse oder Regenumhänge erwarben.

Laut chinesischen Zeitungen übertrumpfte der Stil überall die Substanz. »Familien, die nicht einmal einen alten Besen besitzen«, schrieb ein Journalist 1591, »fahren in Kutschen herum ... und tragen die Hüte und Kleider der Reichen und Bedeutenden«. Auf dem Land machte rustikale Einfachheit einer verblüffenden Modebesessenheit Platz. In den 1570er Jahren hörte der Gelehrte Chen Yao »junge Stutzer in den Dörfern sagen, sogar Seidengaze sei nicht gut genug; sie gelüftet es nach Soushou-Stickelei ... Lange Röcke und weite Kragen, breite Gürtel und schmale Bundfalten – sie wechseln sie ohne Vorwarnung.« Es gehe nur um *shiyang*, das »Aussehen des Augenblicks«. <sup>69</sup> Eine neue Art von Almanachen erschien, wie der *Vollständige und geordnete Leitfaden für den Haushalt* (undatiert, aber um 1600 im Umlauf), ein Ratgeber für die gesamte Haushaltsführung, der bis hin zur Innenausstattung reichte. Solche Bücher richteten sich vor allem an den Adel und Kaufleute in den Städten. Dass auch im Grab eines kleinen Grundbesitzers ein Exemplar gefunden wurde, deutet jedoch darauf hin, dass Porzellan und andere Dinge den Weg in die

Haushalte, zumindest aber in die Wunschwelten wenigstens einiger aufstrebender Bauern fanden.<sup>70</sup>

Am auffälligsten war der wachsende Überfluss bei Kaufleuten. Der 1610 zum ersten Mal gedruckte konfuzianische Sittenroman *Djin Ping Meh* (etwa »Schlehenblüten in goldener Vase«) zeichnet ein lebendiges Bild davon. Erzählt wird von dem sozialen Aufsteiger Simen Tjing, der dabei ist, seine dritte Ehefrau zu heiraten, Jadeturm Meng, die Witwe eines Textilhändlers. Die Heiratsvermittlerin hebt bei der Vorstellung ihre Besitztümer hervor: »Sie besitzt zwei Bettgestelle aus Nanking mit vorspringenden Fußaufsätzen, vier oder fünf Kisten Kleider für alle Jahreszeiten ... perlenbesetzte Stirnbänder und Ohrringe, mit Edelsteinen verfeinerten Goldschmuck, goldene und silberne Armbänder und -reifen ... und zweihundert bis dreihundert Rollen vom feinsten Drillich.« Als Simen Tjing sie schließlich persönlich kennenlernt, trägt sie ein »eisvogelblaues Seidenunterkleid mit einem auf der Brust aufgenähten Mandarintuch ... In ihren Haaren: Perlen und Rosen; eine Phönix-Haarnadel, die etwas verrutscht war.« Ein Diener serviert den mit kandierten Kumquats aromatisierten Tee in aufwendig verzierten Tassen und »mit Silberlöffeln, in der Form von Aprikosenblättern.«<sup>71</sup>

Man könnte meinen, dass eine Kaufmannsfrau, die eine Phönix-Haarnadel trägt, nichts Besonderes ist, aber die Szene zeigt, wie die Dinge am Ende der Ming-Zeit die soziale Ordnung erschütterten. Phönixe und Drachen waren das chinesische Gegenstück zu Perlen und Marderpelzen. Sie waren Kaiserinnen und Fürstinnen vorbehalten. 1593 beklagte der Beamtengelehrte Zhang Han, dass mittlerweile auch Frauen des vierten und fünften Standes sie trügen. Seit der Regierungszeit des ersten Ming-Kaisers Hongwu (1368–1398) seien die Kleider »aufwendiger« geworden, und die Menschen würden »ihre ganze Kraft auf die Verehrung von Reichtum und Übermaß« verwenden. »Heutzutage kleiden sich Männer in brokatbesetzte und bestickte Seide, und Frauen schmücken sich in grenzenloser Extravaganz, die jegliche Verordnung des Staates missachtet, mit Gold und Perlen.«<sup>72</sup>

Das Übermaß kannte keine Grenze. In dieser Hinsicht gab es erstaunliche Parallelen zwischen dem China der späten Ming- und frühen Qing-Zeit und Europa. So wie der venezianische Senat über maßlose Ausgaben

für Zeremonien besorgt war, stellte ein Pekingener Gericht in den 1590er Jahren fest, dass die Kosten von Begräbnissen astronomische Höhen erreicht hätten.<sup>73</sup> Die großen Salzhändler von Yangzhou waren für ihren heftigen Statuswettstreit bekannt; sie versuchten sich in ihren Ausgaben für Pferde, Hochzeiten und Begräbnisse gegenseitig zu übertrumpfen. »Einer von ihnen«, schrieb ein Autor 1795, »stellte vor seinen inneren Sälen hölzerne Frauenakte auf, die zur Überraschung seiner Gäste, und um sie zu necken, mechanisch gesteuert wurden.« Ein anderer »wollte an einem einzigen Tag zehntausend Tael ausgeben. Einer seiner Gäste schlug vor, er solle Goldblättchen kaufen. Er warf sie von der Spitze des Turms auf dem Goldenen Berg, so dass sie sich, vom Wind getragen, in den Bäumen und im Gras verteilten und nicht wieder eingesammelt werden konnten.«<sup>74</sup> Giacomo da Sant Andrea, ein verschwenderischer Bürger von Padua, hatte sich schon im Jahr 1300 in dieser Kunst geübt, indem er Gold- und Silbergegenstände in die Brenta warf.<sup>75</sup>

Ursprüngliche Quelle des Reichtums der Salzhändler war ihr Exklusivrecht, Salz zu Monopolpreisen zu verkaufen, für das sie im Gegenzug Getreide und Tierfutter an die kaiserlichen Armeen in den Grenzregionen lieferten. Als die Bedingungen für den Tausch von Getreide gegen Salz in den 1490er Jahren gelockert wurden, verlegten sich die Händler auf Seide und Tee sowie aufs Geldverleihen. Im 18. Jahrhundert beriefen die Qing-Kaiser die Salzhändler von Yangzhou in öffentliche Ämter, ohne dass sie die strengen Prüfungen für den Staatsdienst ablegen mussten. In den palastartigen Sälen ihrer Häuser und deren aufwendig gestalteten, mit Pavillons und Brücken versehenen Gärten spiegelte sich ihre neue Stellung wider. Rotes Sandelholz kam von der arabischen Halbinsel, Jade aus Burma und Marmor aus Sichuan. 1795 zählte der Autor Li Dou aus Yangzhou in den Dachverzierungen der Häuser neun Arten von buntem Glas. Vier Gärten, berichtete er, waren im westlichen Stil gestaltet. Viele Kaufleute verschönerten ihre Häuser mit Uhren und Spiegeln aus Guangdong oder Europa.<sup>76</sup>

Es war wie in Italien: Die steigende Flut der Güter erreichte sowohl die landbesitzende Elite als auch Kaufleute und Bauern. Der Kaiserhof war für die Verbreitung neuer Güter und Sitten weit weniger wichtig, als man angenommen hat. Hauptquelle waren Marktstädte und die in zunehmenden



dem Maß kommerzialisierten ländlichen Regionen. Die Pracht der Kaufmannshäuser widerlegt die von westlichen Besuchern im 19. Jahrhundert in Umlauf gesetzte traditionelle Auffassung, die Chinesen seien ein genügsames Volk. All dies bedeutet jedoch nicht, dass Mode, Neuheit und auffälliger Konsum allgemeine Zustimmung fanden. Ganz im Gegenteil, sie wurden verurteilt, weil sie die althergebrachte Sozialhierarchie und gesellschaftliche Moral untergruben. Wie die Europäer der Renaissance stellten die Chinesen der Ming-Zeit das Land über den Handel. Der Staat, lautete ein altes Sprichwort, sei wie ein Baum: Seine Wurzel sei die Landwirtschaft, während Händler und Handwerker bloß Zweige seien. Wohlhabende Kaufleute stellten diese »natürliche« Ordnung in Frage. Für einen Chronisten aus Jianning in der Provinz Fujian war es im Jahr 1543 ein Graus, dass manche Leute sich tatsächlich dafür entschieden, Kaufleute zu werden.<sup>77</sup>

Der Ming-Adel und die Elite der Beamtengelehrten standen Neuheiten misstrauisch gegenüber. In ihren Augen brachten wohlhabende Kaufleute und plebejische Konsumenten die Gesellschaft in Unordnung. Gegen hochmütige Konsumenten und ihre ungewollten Dinge wurde daher eine Barriere errichtet: der Geschmack. Als der mächtige Großgrundbesitzer Wen Zhenheng den Ming-Kaiserhof herausforderte, landete er im Gefängnis, und als die Mandschu 1645 Suzhou eroberten, hungerte er sich zu Tode. Auf dem Höhepunkt seines Lebens war er jedoch als Autor des *Traktats von den überflüssigen Dingen* (1615–1620) ein neuartiger Stilberater. Der Titel war ironisch gemeint, denn das eigentliche Thema waren die für ein kultiviertes Leben »wesentlichen« Dinge. »Bettvorhänge für die Wintermonate sollten aus Pongéseide oder dickem Baumwollstoff mit purpurnen Mustern bestehen. Vorhänge aus Papier oder einfarbig gewebter Schappeseide sind gleichermaßen vulgär.« Nach Ansicht des Kunsthistorikers Craig Clunas war der Traktat ein Zeichen dafür, dass in China in dieser Zeit eine eigene »proto-konsumistische Kultur« entstand. In einer Hinsicht trifft dies zu: Auch den Stil konnte man jetzt mit Hilfe eines Handbuchs erlernen. In Wens Welt wurde die gesellschaftliche Stellung nicht mehr nur durch die Geburt bestimmt, sondern auch durch einen kultivierten Konsum, das heißt, durch die ästhetische Fähigkeit, zwischen dem Eleganten (*wu*) und dem Vulgären (*su*) zu

unterscheiden. Der Geschmack schuf kulturelles Kapital. Wichtig war nicht die Zahl der Besitztümer; vielmehr bewies der Ästhet seine Sensibilität, indem er eine »harmonische« (*yun*) Beziehung zwischen einem Gegenstand und seiner Umgebung herstellte. Eine Vase musste die richtige Größe für einen Raum haben. Im Winter und Frühjahr sollte sie aus Bronze, im Sommer dagegen aus Porzellan bestehen. Und es durften nie mehr als zwei Blumenarten in ihr stehen, »da zu viele den Eindruck eines Weingeschäfts erwecken«. <sup>78</sup>

Auch wenn der *Traktat von den überflüssigen Dingen* die Freude an Dingen predigte, bildete er in anderer Hinsicht doch die Antithese zur Konsumkultur, die sich in der modernen Welt herausbilden sollte. Die Neuheit besaß kaum Anziehungskraft. Für den Markt hergestellte Dinge waren suspekt. Wahrer Wert lag nur im Antiken, und nur Kenner vermochten sich an ihm zu erfreuen. Im Vorwort des Traktats erklärte einer von Wens Mitstreitern, Söhne von Neureichen sowie »ein oder zwei Dummköpfe und Personen niederen Ranges« würden versuchen, sich als »Liebhaber« zu gerieren, aber unweigerlich scheitern, da sie »alles, was sie in die Hände bekommen, durch ihr mutwilliges Befummeln und Betatschen besudeln und zu etwas Widerwärtigem herabdrücken«. <sup>79</sup> Das Verlangen nach Antiquitäten löste eine neue Nachfrage aus, die unter anderem durch Grabräuberei befriedigt wurde und die Herstellung von Imitationen anregte. »Wie viele echte Antiken kann es geben?«, fragte ein Dichter im späten 17. Jahrhundert und warnte seine Mitbürger in Suzhou, sie sollen sich vor Fälschungen hüten; ein Alterungsverfahren bestand darin, Messing mit Essig zu behandeln, um ihm eine Patina zu geben. <sup>80</sup> Die Nachfrage richtete sich letztlich auf Bronzen aus der Shang-Periode (um 1600–um 1046 v. Chr.) oder kalligraphische Blätter aus der Epoche der Jin-Dynastie (265–420), das heißt auf Dinge, die bereits existierten. Zur Entstehung neuer Arten von Besitztümern führte sie nicht. Eine Ausnahme waren neu in Auftrag gegebene Kunstwerke und kalligraphische Arbeiten, aber auch sie hielten sich stilistisch an die alten Meister. Anstatt einen Strom neuer Waren auszulösen, bildeten Antiken und originale Kunstwerke Sammlungen, die ein Leben lang in Ehren gehalten wurden, und manchmal auch darüber hinaus: Viele Kaufleute und Mitglieder der Reichselite ließen sich zusammen mit antiken Jade- und Bronzefiguren, alten Gemälden und Büchern

begraben. 1495 wurde der Kaufmann Wang Zhen mit 24 Gemälden und zwei Kalligraphierrollen beerdigt; zwei Gemälde stammten angeblich aus der Zeit der Yuan-Dynastie (1279–1368), sind aber als Fälschungen entlarvt worden; mehrere andere Werke stammten von Hofmalern und Beamtengelehrten des 14. und 15. Jahrhunderts.<sup>81</sup>

Wenn die Güter schneller zirkulierten, dann taten sie es in einem konservativen kulturellen Umfeld. Wie das Italien der Renaissance entwickelte auch das Ming-China kein Gespür dafür, dass der Konsum einen positiven Beitrag zu Staat, Gesellschaft und Wirtschaft leisten könnte. Die konfuzianische Literatur war voller Warnungen vor der korrumpierenden Wirkung der Extravaganz. Simen Tjing aus *Djin Ping Meh* ist mit seinem dekadenten Lebensstil ein abschreckendes Beispiel dafür. Der Roman ist eine Moralgeschichte darüber, wie die Gier nach Gütern und der Sex voneinander zehren, bis man von ihnen übermannt wird. Vornehme Kleidung und exquisiter Zierrat versetzen Simen Tjing in ständige Erregung. Einmal beobachtet er ein Dienstmädchen, »das eine adlerholzfarbene Bluse aus Moiré-Seide trug, die von buntem Krepp umsäumt war und die sich in der Mitte über einem Rock aus weißem glasiertem Damast öffnete. Ihre Schuhe waren aus scharlachrot schimmernder Seide, mit weißen Sohlen, satinierten Absätzen und die goldfarbenen Zehen schauten unter ihrem Rock hervor.« Neben einem Jadediadem schmückten »pflaumenförmige Ornamente mit Eisvogelfedern ihre Haare«. Dazu die »duftende Farbe ihrer rubinroten Lippen, das glänzende Weiß ihres gepuderten Gesichts. Und bevor er es merkte, wurden seine geheimen Wünsche geweckt.« Bald streichelt er ihre Brüste, »saugte an ihnen wie ein junges Kalb«. Das Verlangen nach Dingen und das fleischliche Verlangen treiben sich gegenseitig voran auf dem Pfad der Selbstzerstörung. Simen Tjing erwirbt für fünfzig Tael vier Seidengarderoben für eine Sängerin in einem Bordell, die er zu entjungfern plant. »Inmitten der Röcke der Tänzerinnen und den Klappern der Sängerinnen, suchte er endlos nach Neuem.«<sup>82</sup> Der Autor des Romans spielt ständig mit dem doppelten Sinn des »silbernen Stroms«. Ihn zu frei fließen zu lassen entzieht einem die physische und finanzielle Kraft. Simen Tjing stirbt mit 33 Jahren an einer Überdosis Aphrodisiaka. Zu viel Konsum, das schwingt hier implizit mit, kann fatale Folgen für die Gesundheit der Nation haben.

Die Elite legte keine Büßerhemden an, auch wenn literarische Kreise und gelehrte Frauen einfache Kleidung bevorzugten und Höflinge der späten Ming-Zeit für ihre schlichten Roben bekannt waren.<sup>83</sup> Adel, Beamtengelehrte und Literaten förderten einen alternativen Werte- und Verhaltenskanon. Statt direkt mit dem auffälligen Konsum einiger reicher Kaufleute in Wettstreit zu treten, umgingen sie ihn und stellten eine ästhetische Haltung und die interesselose Wertschätzung von Kunst um ihrer selbst willen über materiellen Reichtum und die mit ihm einhergehende Anhäufung und Verschwendung von Besitztümern. Kulturelles Kapital überwog das ökonomische, um die Sprache späterer Soziologen zu verwenden.<sup>84</sup> Eine hohe gesellschaftliche Stellung äußerte sich darin, dass man seine Kennerschaft bewies, Antiken sammelte, Gedichte verfasste, *guqin* (Zither) spielte, die Klassiker studierte und seine Freizeit in einem exklusiven Freundeskreis verbrachte. Im *Traum der Roten Kammer* bilden Trinkspiele mit Gedichtwettkämpfen die Hauptform der Freizeitgestaltung. Tatsächlich verbot die Elite im 16. Jahrhundert Bauern ausdrücklich solche Vergnügungen, einschließlich des Sammelns von Steinen und Antiken. Diese Art von Vergnügen erforderte eher geistige als materielle Ressourcen. Sie konnte nicht einfach gekauft werden wie irgendein Gebrauchsgegenstand und war zum großen Teil kontemplativer, geistiger und ästhetischer Art, wie beispielsweise die Betrachtung einer Gebirgslandschaft oder eines Gartens in der Natur oder auf einem Gemälde. Die Geselligkeit konnte beträchtlichen Alkoholgenuss umfassen, aber auch dies wurde als transzendentaler Akt betrachtet, durch den man die physische Welt hinter sich ließ.<sup>85</sup> Dies alles ähnelte dem klassischen aristotelischen Ideal der Muße als Kontemplation – die der Elite vorbehalten war, die nicht zu arbeiten brauchte – mehr als unserem heutigen geschäftigen Streben nach materieller Befriedigung und produktiver Freizeit.

Diese gelehrte, kontemplative Konsumkultur gab in der späten Ming- und der Qing-Zeit weiterhin den Ton an. Der Handel hatte für eine Verbreitung von Gütern gesorgt und neue Konsumentenschichten erschlossen, aber noch keinen eigenen Lebensstil und kein Wertesystem hervorgebracht. In dieser Hinsicht ist die konfliktträchtige Identitätssuche und Gewissensprüfung der Salz Händler von Yangzhou aufschlussreich. Zwar gingen einige Neureiche verschwenderisch mit

ihrem Reichtum um, aber viele orientierten sich an der Elite der Beamtengelehrten und deren Ideal eines kultivierten Lebens, indem sie die Zither zu spielen lernten, Gedichte und kalligraphische Blätter zur Begutachtung an Gelehrte schickten und ihre Kinder in der Hoffnung, künftigen Generationen die Zugehörigkeit zur Elite zu sichern, auf die staatlichen Amtsprüfungen vorbereiteten. Wie wir gesehen haben, versuchte schon im 15. Jahrhundert ein Kaufmann wie Wang Zhen seinen Status zu heben, indem er sich mit Gemälden der gebildeten Elite umgab. Im 18. Jahrhundert unterstützte die Kaufmannsfamilie Hung berühmte Gelehrte, Astronomen, Dichter und Kalligraphen. Ma Yueguan und sein Bruder Ma Yuelu wurden selbst Dichter und nutzten ihren Reichtum, um eine Sammlung seltener Bücher aufzubauen und einen literarischen Salon zu unterhalten; außerdem unterstützten sie auf großzügige Weise kranke oder in Finanznöte geratene Geschichtsschreiber und Dichter.<sup>86</sup> Nicht der Reichtum, sondern die Kultiviertheit öffnete das Tor zur Elite, und vielen Kaufmannsfamilien gelang es, dieses zu durchschreiten, wenn nicht in der zweiten, dann in der dritten Generation, in der ihre Nachkommen Titel und Beamtenstellen erhielten. Dies alles heißt nicht, dass China stagnierte oder abgeriegelt war. Wie gesehen, fanden japanischer Likör, europäische Glaswaren und westliche Haustiere ihren Weg ins Reich der Mitte. Aber der Handel mit westlichen Gütern hätte um vieles größer sein können, wenn das China der Ming-Zeit nach dem Vorbild der europäischen Ostindien-Kompanien seinerseits Westliche See-Kompanien gehabt hätte. So blieben europäische Waren in der Ming- und Qing-Zeit Raritäten und bloße Kuriositäten, die in einem Wertesystem, das sich an der Vergangenheit orientierte, keinen Platz hatten.<sup>87</sup> Der Antikenkult wirkte dem Streben nach Neuheit entgegen, das zum Merkmal einer erwerbssüchtigen Konsumkultur werden sollte. In diesem Sinn war China kommerziell fortgeschritten, aber kulturell auf die Vergangenheit ausgerichtet.

## Mehr und mehr

Eine dynamische, innovative Konsumkultur entwickelte sich erst im 17. und 18. Jahrhundert im Nordwesten Europas, in den Niederlanden und Großbritannien. Im Italien der Renaissance und im China der Ming-Zeit hatte die Zahl der Geschäfte, Märkte und persönlichen Besitztümer zugenommen, die weitere Expansion in den Niederlanden und Großbritannien war aber nur zum Teil eine Fortsetzung dieses Trends. Denn in den beiden Ländern an der Nordsee setzten um 1600 Entwicklungen ein, die zusammengenommen eine neue Konsumkultur schufen. Der exponentielle Anstieg der Zahl von Gegenständen ging hier einher mit der Zunahme von Neuheiten, Vielfalt und Verfügbarkeit, was wiederum mit einer größeren Offenheit gegenüber der Welt der Dinge und ihrem Beitrag zum individuellen Selbst, zur Sozialordnung und zur Wirtschaftsentwicklung zusammenhing. Was den Warenkorb im 18. Jahrhundert ausmachte, war die Kombination von Neuheit, Vielfalt und Tempo des Wandels. Tabak, Tee und Porzellan waren neuartige Dinge, die neue Formen von Konsum, Geselligkeit und Selbstdarstellung entstehen ließen. Nicht weniger bedeutsam war die größere Vielfalt. Der Fabrikant Matthew Boulton, der Teekessel, Schnallen, Knöpfe und Etuis für Zahnstocher herstellte, hatte 1500 Artikel im Angebot.

Es gab vielleicht keinen besseren Indikator für die Veränderung als den Bedeutungswandel des Wortes »Konsum« selbst. Jahrhundertlang hatte sich das politische Denken am menschlichen Körper orientiert und dabei den Konsum häufig als Schwindsucht (»consumption«) bezeichnet. Dies begann sich nun zu ändern. Persönlicher Exzess zog natürlich weiterhin moralische Kritik auf sich, aber er galt nicht mehr als gefährliche soziale Krankheit. Stattdessen verteidigte ein Chor neuer Stimmen das Streben des Menschen nach immer mehr als Triebkraft des menschlichen Fortschritts. Dies war eine tiefgreifende Umwälzung, die jahrhundertealte Weisheiten über den Haufen warf: Anstelle von »weniger ist mehr« hieß es jetzt: »mehr und mehr«. Galt der Konsum einst als Abfluss, der begrenzt und unter Kontrolle gehalten werden musste, wurde er jetzt als Quelle des Wohlstands verteidigt. 1776 erklärte Adam Smith ihn zum »Ziel und Zweck aller Produktion«. <sup>88</sup>

Die ersten Anzeichen der Veränderung zeigten sich in den Vereinigten Niederlanden, die 1581 ihre Unabhängigkeit von Spanien erklärten. Die Niederlande waren Vorreiter einer neuen Gesellschafts- und Wirtschaftsordnung, die ein günstiges Umfeld für größeren Konsum schuf. Die beiden Unterscheidungsmerkmale dieser neuen Ordnung waren ein integrierter Markt und eine mobile, offene Gesellschaft. Das Land befand sich nicht, wie der größte Teil Italiens und des übrigen Europas, in den Händen einer Aristokratie, sondern wurde von Kleinbauern genutzt. Diese waren dank langfristiger Pachtverträge ihrer Höfe sicher und konnten so das Beste aus dem steigenden Bedarf der wachsenden städtischen Bevölkerung an Lebensmitteln und den daraus folgenden höheren Preisen machen, indem sie vom einfachen Anbau von Weizen und Roggen zur profitableren Produktion von Butter, Käse, Fleisch und Gemüse übergingen. Getreide wurde mit Gewinn aus Ostdeutschland und dem Baltikum importiert. In den Städten flossen Geld und Arbeitskraft in immer stärker spezialisierte und erfolgreiche Industrien. Haarlem wurde zum Zentrum der Leinenweberei. 1584 waren in Leiden 27 000 Kleidungsstücke produziert worden; achtzig Jahre später waren es sechsmal so viele, bei einem höheren Anteil reiner Wollwaren.<sup>89</sup> Wenn es im China der Ming-Zeit erste Zeichen von Spezialisierung gegeben hatte, so erhoben die Niederländer die Arbeitsteilung zu einer Kunstform. In den Dörfern war ein breites Spektrum an Fähigkeiten und Handwerk zu finden, von Bauern und Kleinhändlern über Blumenzüchter bis zu Schuh- und Wagenmachern. Im Gegensatz zum Wollhandel in Flandern gab es in den neuen holländischen Exportbranchen, die sich keine Steine in den Weg legen lassen wollten, keine Zünfte, und wo, wie im Norden der Niederlande, Zünfte existierten, waren sie den kommunalen Verwaltungen unterstellt und besaßen nicht wie anderswo auf den Kontinent die Macht, Handel und Arbeit einzuschränken.<sup>90</sup> Stattdessen agierte der Textilhandel in den Niederlanden als Magnet für Arbeiter aus Flandern und Lüttich. Im Gegensatz zu den deutschsprachigen Ländern mit ihren vielen regionalen Hemmnissen und Steuern, derentwegen die Waren alle paar Kilometer ausgeladen und geschätzt werden mussten, bildeten die Vereinigten Niederlande eine einzige Wirtschaftszone. Mehr als irgendwo sonst auf der Welt war es Arbeit, Kapital und Boden gestattet, die produktivste Verwendung zu finden.

Diese gedeihliche Mischung aus Flexibilität und Veränderlichkeit versetzte die Holländer in die Lage, Handelsströme anzuziehen und auszuweiten und den Druck zu absorbieren, den eine wachsende Bevölkerung und die Kriege des 17. Jahrhunderts andernorts auf dem Kontinent auf die Lebensbedingungen ausübten. Zwischen 1500 und 1650 verdoppelte sich die Bevölkerung der Niederlande auf 1,9 Millionen Menschen. All dies reichte nicht aus, um eine Industrielle Revolution auszulösen, aber es genügte – und dies ist in unserem Zusammenhang entscheidend –, um einem immer größeren Teil der Bevölkerung höhere Löhne zu geben und die Güternachfrage anzuregen. Umgekehrt lösten die steigenden Real-löhne die Suche nach arbeitssparenden Vorrichtungen, wie Windmühlen und von Pferden angetriebene Butterfässer, aus. So konnte ein typischer Milchbauer am Ende des 16. Jahrhunderts für ein Pfund Butter ein Drittel mehr Roggenmehl kaufen als noch zu Beginn des Jahrhunderts. Er konnte sich also mehr Dinge leisten.<sup>91</sup>

Die häusliche Einrichtung und das Alltagsleben veränderten sich. Bauernhäuser füllten sich mit Dingen. Ende des 17. Jahrhunderts besaßen Bauern in der Regel Uhren, Teppiche, Vorhänge, Gemälde und Bücher sowie einige Porzellanteller, die auf achteckigen Tischen standen, allesamt Gegenstände, die man ein Jahrhundert zuvor selten in einem Bauernhaus vorgefunden hatte. Der reiche Bauer Cornelis Pieters de Lange besaß bei seinem Tod im Jahr 1692 neben einigen silbernen Löffeln und Messern 69 Silberknöpfe. Von seinen Nachbarn in Alphen am Rhein konnten es nur wenige mit ihm aufnehmen, aber die Zunahme an Komfort und Besitztümern war überall zu beobachten. Um 1700 waren Spiegel weit verbreitet, wenn auch ungleich verteilt. Bei manchen Dingen, wie etwa Tischdecken, änderte sich die Anzahl kaum; bei Bettwäsche ging sie sogar leicht zurück. Bei anderen vervielfachte sie sich jedoch. So besaß die Witwe Anna Nannige Beverwijk 61 Tafelservietten. Insbesondere Leinentücher waren eine Wertanlage, und viele Bauern steckten ihren neu erworbenen Reichtum in die Anschaffung derselben. In den 1670er Jahren besaßen auf bescheidenen Milchbauernhöfen Männer wie Frauen jeweils 18 Leinenhemden, dreimal mehr als ein Jahrhundert zuvor. Zudem ersetzte modisch gestaltetes Leinen die billigere Wolle.<sup>92</sup>



Das neue Ausmaß des Wohlstands und der neue Geschmack an ihm traten nirgendwo deutlicher zutage als in den großen Bürgerhäusern in den holländischen Städten. Das Bartolotti-Haus an der Amsterdamer Herengracht war ein prächtiger bürgerlicher Palast. 1665 standen in seiner großen Halle ein langer Eichentisch und zwölf mit rotem Samt gepolsterte Stühle, die Wände waren mit einem Spiegel mit Ebenholzrahmen und einer Darstellung der Geburt Christi sowie Porträts von Familienmitgliedern und der Fürsten von Oranien geschmückt. Sogar im Zimmer des Hausmädchens hingen sieben Gemälde. In der Regel vereinigten solche Bürgerhäuser mehrere Konsumwelten, da sie etwa Tafelsilber aus Amsterdam und Utrecht mit Schränken aus Indien, Kacheln aus Delft und Teppichen aus dem Orient zusammenbrachten. 1608 bestellte die niederländische VOC hunderttausend chinesische Porzellangegenstände.<sup>93</sup> Einige von ihnen wurden weiterexportiert, aber ein großer Teil fand seinen Weg auf die Tische und an die Wände holländischer Bürger. Wie Simon Schama gezeigt hat, waren die Holländer keineswegs besonders genügsam oder sparsam, auch kleinere Kaufleute und Ladenbesitzer nicht.<sup>94</sup> 1717 gab es im Haushalt eines Schneiders an der Prinsengracht fünf Gemälde, Delfter Keramik, Zinnhumpen, sieben Spitzenvorhänge, zwei Dutzend Stühle, einige Bücher, sechs Bettwäschegarnituren, 41 Servietten und einen Vogelkäfig. Der Wunsch nach mehr Besitztümern und feinen, verzierten Gegenständen war in der gesamten Bevölkerung verbreitet, wie die von vielen Städten zur Beschaffung von Geld für wohltätige Zwecke veranstalteten Lotterien veranschaulichen. In Veere im Südwesten der Niederlande konnte man 1662 in einer solchen Lotterie Weinkelche, Salzfässchen, Silberkrüge und silberne Schwertgriffe gewinnen, und dies waren nur die kleinen Preise; der Hauptpreis bestand aus einem Silberservice aus Tellern, Platten, Trinkgefäßen, Kerzenhaltern und Gabeln im Wert von 4000 Florin.

Die Calvinisten brachten nach der Reformation zwar vermehrt die alten Warnungen vor dem Reichtum als der Quelle der Extravaganz vor. Doch die örtlichen Magistrate hörten nicht auf sie. Ganz im Gegenteil, die Städte veranstalteten aufwendige Bankette, Maskenbälle und Feuerwerke, um ihre Größe und ihren Reichtum zu feiern. Im Gegensatz dazu verboten die späten Ming-Kaiser ihren Untertanen, ihr »Vergnügen zu suchen« und zur Neujahrsfeier Feuerwerke zu entzünden.<sup>95</sup>

In den Vereinigten Niederlanden hielt gleichzeitig mit der Akzeptanz des Vergnügens ein Geschmack an neuen Dingen Einzug. Wirtschaftlicher Erfolg und Offenheit für die Welt der Güter gingen Hand in Hand, nicht zuletzt, weil das Wachstum etwas von dem hergebrachten Druck gegen einen »üppigen« Lebensstil und Luxus, der anderswo vorhanden war, nahm. Konsum beschwor nicht mehr automatisch die Gefahr des nationalen Ruins und des Verbrauchs endlicher Ressourcen herauf. Steigende Einkommen bedeuteten, dass die Holländer mehr konsumieren und dennoch investieren konnten, was die durch Max Webers Schrift *Die protestantische Ethik und der »Geist« des Kapitalismus* (1904/05) berühmt gewordene und oft vereinfacht wiedergegebene Moralgeschichte widerlegt, der zufolge calvinistische Sparsamkeit die Wiege des modernen Kapitalismus gewesen sei. Für die Holländer waren die Versuchungen des Luxus beherrschbar, solange sie nicht vergaßen, dass sie Staatsbürger waren. Nach ihrer Ansicht war es möglich, einen Weg zwischen Übermaß und strenger Sparsamkeit zu gehen. Diese Akzeptanz umfasste auch die kleinen Vergnügungen des Alltags wie das Biertrinken (solange es in lizenzierten Schänken geschah) und die neuen, von exotischen Importen ermöglichten Angewohnheiten wie das Süßen von Speisen und Getränken oder das Tabakrauchen. Schon 1620 wurde zum Vergnügen Tabak geraucht. In Maßen und in einer Tonpfeife aus Haarlem oder Groningen genossen, war es akzeptabel. Manche militanten Calvinisten argwöhnten Genusssucht und stumpfsinnige Lethargie, aber für ein Verbot hatte man in Amsterdam, wo die Blätter getrocknet und geschnitten wurden, wenig übrig. Tatsächlich war unter den Großbauern, die eine heimische Tabakpflanze anzubauen begannen, auch ein Diakon der Reformierten Kirche, Brant van Slichtenhorst.<sup>96</sup> Dies waren Vorboten einer entstehenden Massenkultur, die bisher exklusive exotische Produkte verbreitete und ins Alltagsleben aufnahm. Die Welt des Konsums begann sich an einem neuen moralischen Kompass zu orientieren.

Jenseits der Nordsee, in England, nahmen die Menge und Vielfalt der Güter zur selben Zeit ebenfalls exponentiell zu. Im 18. Jahrhundert sollte beides beispiellose Ausmaße annehmen, aber die ersten Spuren vermehrter Ausgaben lassen sich bis ins Spätmittelalter zurückverfolgen. In England waren die Reallöhne um 1500 dreimal höher als um 1300, was dem

Schwarzen Tod (1348/49) zuzuschreiben war, der ein Drittel der arbeitenden Bevölkerung ausgelöscht hatte. Höhere Löhne und billigere Lebensmittel schufen eine Nachfrage nach vielfältigen, qualitativ hochwertigen Gütern. Anstatt sich wie ihre Vorfahren mit Brot und Käse zufriedenzugeben, genossen die englischen Arbeiter des späten 14. Jahrhunderts Fleisch und Ale. Die Bauern begannen Schuhe aus Rindsleder anstelle des billigeren Schafslegers zu tragen. Im 15. und 16. Jahrhundert stammten die meisten hochwertigen Güter, die diesen Anstieg des Lebensstandards kennzeichneten, aus dem Ausland, Seiden- und Samtstoffe etwa aus Italien und Keramik aus dem Rheinland (siehe Abbildung 4). Es ist vielsagend, dass Bier aus den Niederlanden eingeführt wurde; der in ihm enthaltene Hopfen machte es haltbarer – das einheimische Ale kippte schon nach einer Woche – und förderte daher die Verbreitung von Bierschenken.<sup>97</sup> Im 16. Jahrhundert wurde der Binnenmarkt zum Rückhalt für in England hergestellte Produkte. Neben die Importe traten Imitationen, die häufig mit Hilfe erfahrener Einwanderer produziert wurden. London entwickelte sich zum Zentrum der Glas- und Seidenindustrie. Der umfangreichste Handel war derjenige mit neuen Stoffen, den leichteren, veredelten Wollstoffen, die Handwerker aus den Niederlanden in England eingeführt hatten.

Der Wechsel zu leichten Stoffen, neuen Mischungen aus Seide und Wolle, und der Wandel der Mode erschütterten die soziale Kleiderhierarchie und drohten Unordnung zu stiften. Die Elisabethaner begannen sich über Diener zu beklagen, die Mäntel aus feinsten Stoffen und mit flandrischem Farbstoff gefärbte Hosen trugen. William Harrison dachte in seiner *Description of England* wehmütig an eine Zeit zurück, in der Engländer im Ausland an ihrer Kleidung zu erkennen waren und sich zu Hause mit einfachen Wollsachen begnügten. Doch ihm war klar, dass diese Tage für immer vorüber waren:

»Unsere Wandelbarkeit ist derart, dass heute nichts über die spanische Verkleidung geht und morgen die französischen Spielereien die feinsten und reizendsten sind ... allgemach ist die türkische Manier überall am beliebtesten, andererseits sind ... die kurzen französischen Kniehosen solch ein ansehnliches Gewand, dass

man, außer einem Hund in einem Wams, niemanden derart verkleidet sehen wird wie meine Landsleute aus England.«

Es sei so weit gekommen, »dass Frauen zu Männern werden und Männer sich in Ungeheuer verwandeln«. Seine Landsleute seien derart von der Mode und dem ständigen Wandel besessen, dass er zu Gott bete, »dass unsere Sünde in dieser Hinsicht nicht jener von Sodom und Gomorrhä gleicht«. <sup>98</sup>

Unter den Stuarts zu Beginn des 17. Jahrhunderts nahm die englische Elite den Faden dort auf, wo die italienische Renaissance ihn fallen gelassen hatte, indem sie Kunstwerke, Bücher und Antiquitäten anhäufte und sich in Einkaufshallen wie der 1609 von James I. eingeweihten New Exchange in London unter die Menge mischte. <sup>99</sup> Weniger prachtvoll, dafür aber folgenreicher waren profane Veränderungen, die die gesamte Gesellschaft erreichten und Elemente des Massenkonsums hervorbrachten. Neue, billige Produkte kamen auf den Markt. Der Webstuhl machte die Massenproduktion von Strümpfen in einer zunehmenden Vielfalt von Modellen und Mustern möglich. 1688 schätzte Gregory King, dass jährlich zehn Millionen Paar Strümpfe gekauft wurden, zwei Paar pro Person. <sup>100</sup> Es gab Tonpfeifen, weiße Seife, Nadeln, Messing- und Stahlfingerhüte. Diese Dinge wurden in kleinen Werkstätten hergestellt; für den Massenkonsum bedurfte es also keiner fabrikmäßigen Massenproduktion. Im Haushalt führte der Wechsel von Holz zu Kohle als Brennstoff zur Einführung von Stieltöpfen und Wasserkesseln, die nicht mehr über dem Feuer aufgehängt werden mussten, sondern direkt auf einen Ofen oder ein Feuerrost gestellt werden konnten. Auch die Töpferware wurde vielfältiger und gelangte in mehr Haushalte. Als Daniel Defoe 1727 in Derbyshire eine »große kahle Höhle« betrat, in der ein armer Bleibergmann mit seiner Familie wohnte, war er überrascht, »Borde mit Irdenware sowie einigem Zinn und Messing« vorzufinden. <sup>101</sup>

Nicht alles war neu. Im England der Stuart-Zeit ernährte sich der höhere Landadel weiterhin von viel Rindfleisch und ging wie im Mittelalter auf Falkenjagd. Neben Einkaufsfahrten nach London existierten weiterhin die Heimproduktion und der Umlauf von Geschenken in einem umfangreichen Patronagenetzwerk aus Freisassen, Hauslehrern

und Ammen, die nach Arbeit und Unterhalt suchten. Insofern war der Konsum, neben dem Einkauf am Markt, ebenso sehr Teil von Arbeitsverhältnissen. Doch auch wenn die Produkte nicht immer neu waren, wurden sie häufig in zunehmender Vielfalt angeboten. In der ersten Hälfte des 17. Jahrhunderts kaufte Lady Alice Le Strange aus Hunstanton in Norfolk beispielsweise 62 verschiedene Stoffe, unter anderem feines Leinen aus den Niederlanden, spanisches Tuch, Leinendamast, Plüsch (ein teurer Seidensamt), Satin, Kamelott (ein leichter Angorawollstoff), einfarbiges wollenes Breitgewebe und »besten Scharlach« (ein überaus teurer Wollstoff). Ein erstes Stück indischen Baumwollstoffs erwarb sie 1623, eine Kattunborte für eines ihrer Kleider. Die Betten der Familie Le Strange waren mit schwarzem Samt, gold-purpurnem Damast und Scharlach, aber auch mit den neuen, in England hergestellten Tuchen wie den aus Kammwolle gewebten sogenannten Jollyboys bezogen und mit indischem Nicanee-Baumwolltuch geschmückt. Dieser Haushalt gehörte zu den oberen Fünfhundert des Königreichs – Sir Hamon war ein Ritter – und gab mehr als 2000 Pfund im Jahr aus. Aber wie privilegiert die Familie auch war, sie lebte nicht in einer separaten Welt. Es gab, zumindest in England, keinen scharfen Gegensatz zwischen altem Luxus und moderner Neuheit, wie er manchmal als Unterscheidungsmerkmal zwischen der Aristokratie einerseits und Kaufleuten und Ladenbesitzern andererseits angeführt wird. Adelsfamilien wie die Le Stranges aßen ebenfalls von Zinntellern und übernahmen manche der neuen Vorlieben und Produkte, die in der Marktgesellschaft insgesamt zirkulierten, wie die leichten neuen Tuche und die indische Baumwolle.<sup>102</sup>

Ab 1700 verbreiteten sich neue Güter noch schneller. Inventarien vermitteln unweigerlich einen Eindruck davon, wie sehr die Entwicklung sich beschleunigte. 1675 waren in keinem Londoner Haushalt Porzellan-geschirr oder Tee- und Kaffeewerkzeuge zu finden. Fünfzig Jahre später besaßen 35 Prozent von ihnen Ersteres und 60 Prozent Letztere. 1675 verfügte jeder zehnte Haushalt über eine Uhr, Gemälde und einige Tonware, ein halbes Jahrhundert später jeder zweite.<sup>103</sup> In der Tudor-Zeit gab es Vorhänge, Baumwolltuche und Spiegel generell nur in Häusern der örtlichen Eliten. Der Gürtelmacher und Gerichtsdieners Thomas Harrison aus Southampton besaß bei seinem Tod im Jahr 1554 »bemalte Vorhänge«

ten und Akademikern überliefert sind. Damit ein Inventar angefertigt wurde, musste man erst einmal etwas besitzen. Glücklicherweise legten manche Gemeinden Verzeichnisse der Besitztümer von jenen Armen an, die sich auf einen Handel einließen, der es verschuldeten Personen, die in ein Arbeitshaus eintraten, erlaubte, ihr Eigentum zu behalten, wenn sie es bei ihrem Tod der Kirche hinterließen. Wie zu erwarten besaßen in Essex im 18. Jahrhundert weniger Arme eine Uhr (20 Prozent) und einen Spiegel (27 Prozent), als Handwerker und Kaufleute dies taten (71 beziehungsweise 62 Prozent). Bemerkenswert ist jedoch, dass die Hälfte der Armen Teeutensilien, Federbetten und Kerzenständer ihr Eigen nannte, was ungefähr dem Anteil bei Kaufleuten entsprach. Auch wenn manche Arme gar nichts besaßen, versperrte Armut den Zugang zur Welt der Dinge nicht mehr gänzlich.

Der bessergestellte Arbeiter John Tadgell bewohnte 1810 mit seiner Frau und seinen beiden Kindern eine Wohnung mit einer Wohnstube und zwei Kammern, in denen jeweils ein mit Federbetten ausgestattetes Himmelbett stand. In der Wohnstube bewahrte die Familie Teetassen, Gläser und Geschirr – insgesamt 67 Teile – sowie einen Satz aus 16 Delfter Tellern auf. Zusammen mit einer Mahagoniteekiste und einem langen Eichentisch mit mehreren Stühlen waren die materiellen Grunderfordernisse für eine neue Kultur der Höflichkeit und Geselligkeit erfüllt.<sup>106</sup> Tadgell mag mehr besessen haben als der durchschnittliche Arbeiter, Besitz und Komfort hielten aber in die Haushalte einfacher Briten ebenso Einzug wie in diejenigen der Mittel- und Oberschicht. Und wer nicht selbst über solche Besitztümer verfügte, hatte häufig als Diener oder Untermieter Zugang zu ihnen. Im späten 18. Jahrhundert gab es in den Londoner Pensionen üblicherweise Teekessel, Vorhänge, Federbetten und Spiegel.<sup>107</sup> Besucher aus anderen Teilen Europas waren beeindruckt davon, wie gut gekleidet die Londoner Armen waren. Der Schriftsteller Karl Philipp Moritz bemerkte 1782, man würde »kaum einen Bettler erblicken, der unter seinen zerlumpten Kleidern nicht wenigstens ein reines Hemde trüge«.<sup>108</sup> Dies stand in krassem Gegensatz zu den zerlumpten Armen von Berlin und Paris oder Dublin und Glasgow.

Neue Kleidung und eine Kultur der Selbststilisierung hatten eine weitreichende Wirkung, die bis hin zu jenen strahlte, die selbst zu Handels-

gut geworden waren. Im Unterschied zum Mutterland blieben in den amerikanischen Kolonien Luxusgesetze in Kraft. Der Negro Act von 1735, der in South Carolina verabschiedet wurde, verbot Schwarzen, die abgelegte Garderobe ihrer Herren zu tragen, und schrieb ihnen Kleidung aus weißem walisischen Wollstoff und anderen billigen Geweben vor. Solche Vorschriften waren jedoch immer schwerer durchzusetzen, zum einen, weil Sklavenhalter mit Kleidern Loyalität zu kaufen versuchten, und zum anderen, weil Sklaven mit dem wenigen, hart erarbeiteten Geld, das sie nebenher mit Hühnerzucht und Baumwollanbau verdienten, als Konsumenten auftraten und Seidenbänder und Spiegel kauften. 1777 bot Charles Wakefield aus Maryland 80 Dollar für die Rückbringung seiner Hausklaven Dick und Lucy. In der Annonce wird die Kleidung beschrieben, mit der sie geflohen waren. Dick hatte nicht nur einen »russischen grauen Overall« mitgenommen, sondern auch »einen grünen Tuchmantel mit einem purpurnen Samtumhang, einen roten Plüsch[mantel] mit blauen Ärmelaufschlägen und Umhang, ein tiefblaues Kamelottjackett mit goldener Litze an den Ärmeln, auf der Brust und um den Kragen ... [und] ein Paar Spangenschuhe«. Zu Lucys Garderobe gehörten neben mehreren Unterröcken zwei Baumwollkleider, »das eine violett und weiß, das andere rot und weiß«, eine »Jacke, eine schwarze Seidenhaube, verschiedene Tücher und Rüschen ... ein Paar hochhackiger Schuhe, je ein Paar Glacéhandschuhe und seidene Halbhandschuhe [und] ein blaues, mit Flor gesäumtes und mit weißen Bändern versehenes Sarsenettuch«. <sup>109</sup> Diese Kleidung unterschied sich stark von derjenigen, die Sklaven fünfzig Jahre zuvor getragen hatten.

Die modische Neuheit par excellence war die Baumwolle, und wir können die Eigenschaften der sich herausbildenden neuen Konsumkultur deutlicher erkennen, wenn wir auf den folgenden Seiten den Siegeszug der Baumwolle genauer verfolgen: ihre ästhetische Anziehungskraft und Vielfalt; ihre niedrigen Preise und praktische Nützlichkeit; ihren schnelleren modischen Wandel und vielfältige Kombinationsmöglichkeit; sowie die mit ihr verbundene Werbung und Schaffung eines Modesystems, das auf verschiedenen Kontinenten lebende Konsumenten und Produzenten vereinte (siehe Abbildung 6).

Die spanischen Kolonialunternehmungen in der Neuen Welt und der europäische Handel mit China hatten bereits im 16. Jahrhundert einen

Überseehandel mit Seide und Wolle geschaffen. Spanien bezog Silber aus Amerika und schickte Kleidung aus Kastilien dorthin. Die Manila-Galeonen, die ab 1579 jährlich von den Philippinen nach Acapulco segelten, brachten sowohl Rohseide als auch gefärbte, bestickte Kleidungsstücke in die Neue Welt; außerdem pflanzten die Spanier in Mexiko Maulbeerbäume an, um vor Ort Seidenraupen zu züchten. In Peru stellten lokale Weber und erfahrene Einwanderer aus der Alten Welt aus Seide und Wolle Stoffe mit chinesischen Blumenmustern und rot-blaue Ponchos mit einem grünen Phönix her. Neue Mischformen entstanden aus traditionellen Kleidungsstücken wie dem in den Anden verbreiteten Schultertuch (*lliclla*) oder dem *anacu*, einem Wickelkleid, und neuen Materialien wie chinesischer Seide und kastilischem Damast. Zur Garderobe von Maria de Amores, einer wohlhabenden, in Quito lebenden Dame, deren Stammbaum auf die Inka und nach Ecuador zurückging und die zweimal mit Spaniern verheiratet war, gehörten 1596 ein chinesisches *lliclla*, ein weiteres aus grünem kastilischem Damast mit goldenem Saum und ein *anacu* aus ebenfalls goldgesäumtem, grünem kastilischen Satin; außerdem besaß sie ein »großes chinesisches Porzellan[objekt]«. <sup>110</sup>

Das erste wahrhaft globale Massenkonsumprodukt war jedoch die Baumwolle. Indische gefärbte Baumwolltuche waren schon im 11. Jahrhundert nach Ostafrika und Innerasien gelangt. In der zweiten Hälfte des 17. Jahrhunderts wurden sie in ganz Europa und im Osmanischen Reich verkauft, aber erst in England erreichten sie die Mittelschicht und dann die Massen. 1664 verschiffte die Englische Ostindien-Kompanie (EIC) eine Viertelmillion Kleidungsstücke nach England. Zwanzig Jahre später waren es über eine Million. Designs, die in London durchfielen, fanden im Empire eifrige Käufer und gelangten bis in Handelsstationen nahe dem Polarkreis in Kanada. Chintze, in Indien handbedruckte Baumwollstoffe, brachten Farbe in die Kleidung der Menschen. In England wurden manche Leinentuche in Nachahmung italienischen Seidendamasts im Blockdruck gestaltet, doch mit den raffinierteren indischen Mustern konnten sie nicht mithalten. Baumwolle nahm die Farbe besser auf als Leinen und konnte im Unterschied zu in Europa gefärbten Stoffen gewaschen werden, ohne an Glanz zu verlieren. Bedruckte Baumwolle ermöglichte es, modische Zuschnitte und lebhaftere Designs zu einem erschwinglichen



Preis herzustellen. Die europäische Alternative, gewebte gemusterte Wollstoffe, war wesentlich teurer. Farbige Chintze, »die Ware vornehmer Damen in Holland«, bemerkte die EIC 1683, würde in England von der Mittelschicht getragen – den Frauen und Töchtern von Kaufleuten, Händlern, Rechtsanwältinnen, Fabrikanten, Geistlichen, Offizieren und Bauern, die das mittlere Segment der Gesellschaft zwischen dem Adel und den arbeitenden Massen bildeten.<sup>111</sup>

Indische Baumwolle stellte eine Gefahr für die heimische Woll-, Leinen- und Seidenproduktion dar, was zu einem nahezu europaweiten Verbot von Kattun führte: in Frankreich 1689, in Großbritannien 1701 und 1722, in Spanien 1713, in Russland 1744. Nur die Niederlande hielten sich zurück. 1719/20 wurden im Londoner Stadtteil Spitalfields Frauen von aufgebrauchten Seidenwebern die Kattunkleider am Rücken aufgerissen. Aber das Verbot konnte den »Kattunwahn« nicht beenden – ganz im Gegenteil. Fabrikanten umgingen es, indem sie Baumwolle mit Leinen mischten. Im Londoner Hafen gingen Textilarbeiter auf eintreffende Schiffe der Ostindien-Kompanie und nähten an Bord Kattunhemden und -tücher, die sie dann illegal an Land verkauften. Offiziere und Matrosen versuchten in ihrem Privatgepäck Kattun ins Land zu bringen, so wie britische Diplomaten und ausländische Gesandte regelmäßig dabei ertappt wurden, wie sie Seide nach England schmuggeln wollten. Baumwolle gehörte neben Alkohol, Tee, Tabak und anderen besteuerten Waren zu den beliebtesten Schmuggelwaren. 1783 stellte der Parlamentsausschuss für verbotene Praktiken fest, dass Kattun und Leinen bei der Einfuhr häufig unter anderen Waren versteckt, mit bereits von der Akzise abgestempelten Waren vermengt oder mit einem gefälschten Stempel versehen würden. Ganz ähnlich wurden im französischen Lorient Textilien von den Schiffen entladen und verkauft, bevor sie inventarisiert worden waren. Bei Schmugglerbanden war Baumwolle sehr beliebt, weil das Verbot sie auf dem Schwarzmarkt besonders profitabel machte. Allein im Londoner Hafen wurden 1780 4099 Kattun- und Musselinstücke beschlagnahmt, was einen Eindruck davon vermittelt, wie viel Konterbande unentdeckt ins Land kam. 1783 schätzte das Unterhaus, dass mehrere Hundert Küstenschiffe von 30 bis 300 Tonnen an dem Schmuggel beteiligt waren, deren Mannschaften »mit Schlagstöcken und schweren Peitschen bewaffnet, allgemein vom

Alkohol aufgestachelt und in so großer Zahl versammelt sind, dass die Steuerbeamten zu stummen Zuschauern der Vorgänge reduziert werden.« Späher und Kutscher gaben den Schiffen Zeichen, verladen ihre Fracht auf Wagen und brachten sie mit gefälschten Dokumenten nach London und in die Städte der Provinz.<sup>112</sup>

Das Baumwollverbot mag rückschrittlich erscheinen, es illustriert aber, wie weit man sich mittlerweile vom Geist der Luxusgesetze entfernt hatte. Die Behörden kümmerten sich nicht mehr darum, ob einfache Hausfrauen Farben oder Stoffe trugen, die aristokratischen Damen vorbehalten waren. Die Frage war nun, wo ein Produkt hergestellt worden war, nicht mehr, wer es kaufte. Das Verbot war ein Lehrbeispiel dafür, wie eine in den Anfängen steckende Industrie durch einen Schutzschirm gefördert werden konnte. Sein Hauptzweck war die Unterstützung der heimischen Leinen- und Seidenindustrie, aber im Lauf der Zeit führte es zum Aufbau einer mächtigen britischen Baumwollindustrie. Britische Produzenten nutzten den Schutz vor ausländischer Konkurrenz zur Entwicklung neuer Gewebe, zum Kopieren und für Neuerungen. Im späten 18. Jahrhundert hatten sie ihre indischen Konkurrenten in Gujarat und an der Koromandelküste überflügelt.<sup>113</sup> Das ursprüngliche Verbot von 1701, das sich gegen in Indien bedruckte und bemalte Baumwolltuche gerichtet hatte, wurde 1722 auf in Großbritannien hergestellte Stoffe ausgedehnt, umfasste aber keine Mischgewebe. In den 1730er Jahren war das aus Manchester stammende Leinen zumeist mit Baumwolle zu Barchent gemischt. Farbechter Druck mit Kupferplatten, den Francis Nixon 1752 in Irland erfand, und die Einführung der Rotationsdruckmaschine 1783 verschafften den britischen Baumwollstoffen schließlich einen Vorteil vor der in Handarbeit bedruckten indischen Ware. 1774 hob Großbritannien das Verbot von bedrucktem Baumwolltuch auf. Ein Vierteljahrhundert später wurden rund 26,5 Millionen Meter Baumwollstoffe aus heimischer Herstellung verkauft.

Wir sprechen von Baumwolle im Singular, aber im 18. Jahrhundert bezog sie ihre Anziehungskraft nicht nur aus ihrer Neuheit, sondern auch aus ihrer Vielfalt. Baumwolle wurde in zweihundert Arten gehandelt und überzeugte durch eine beispiellose Vielseitigkeit. Für die Käufer bedeutete dies eine bisher unbekannte Qual der Wahl. Wie sollte ein Verbraucher zwischen all den Stoffarten, ihrem Nutzen, ihrer Qualität

und ihrem Preis unterscheiden? Ein Anzeichen dieses Wandels ist das Auftauchen von Konsumentenratgebern. So enthielt das 1696, kurz vor dem Baumwollverbot erschienene *Merchant's Ware-House Laid Open*, das sich an »Personen aller Art« richtete, einen alphabetischen Überblick über indische Baumwolltuche und europäische Textilien, von »Alcomoreholland«, einem holländischen Leintuch, bis zu »Vehemounty«, einem französischen Gewebe. Je größer die Vielfalt, desto leichter waren die Menschen zu betrügen. Die Qualität dem Anschein nach einzuschätzen war schwierig. Manche Stoffe sahen im Geschäft gut aus, trugen sich aber »wie Papier« oder zerfielen beim ersten Waschen. Die Leser wurden vor der Täuschung durch »gewiefte Händler« gewarnt. Stoffballen, das heißt Baumwolltuch von bis zu 40 Yards (36,5 Meter), wie es für Hemden und Unterkleider verwendet wurde, kosteten 15 Pence pro Yard. Sie wurden in zwei Arten angeboten, die beide aus Indien kamen: einer erst in England und einer schon in Indien gefärbten. Man solle sich, so der Ratschlag, stets für Letztere entscheiden, da sie »beim Waschen nicht die Farbe verliert wie der in England gefärbte Stoff«. Wie aber konnte man im Geschäft den Unterschied erkennen? Antwort: »... anhand der Farbe, denn die indische Färbung ist wesentlich gleichmäßiger als die englische; die englische weist braune und dunkle Flecken auf«. Noch schlechter war nach Ansicht des Autors »Mulmuls«, eine Art Musselin oder glattgewebter Stoff, der »sehr dünn« und »allgemein fadenscheinig« sei »und sich nicht nur außerordentlich schlecht trägt, sondern nach zwei, drei Wäschen auch sehr gelb wird«. Er werde zwar von Hausierern zu einem günstigen Preis angeboten, sei aber »beim Tragen ein vollkommener Betrug«. Bei den vielen farbigen Chintzen müsse man unterscheiden zwischen den sehr feinen, mit Vögeln und wilden Tieren bemalten, »die ihre Farbe behalten, bis sie völlig abgetragen sind«, und dem Chintz-Serunge, der »etwas grober«, »doch mit sehr schönen Blumen« bemalt sei, die ihre Farbe ebenso gut behalten; er sei für Kleider und Unterröcke ebenso geeignet wie für Bettdecken.<sup>114</sup>

Im späten 18. Jahrhundert war die Kleiderrevolution in vollem Gang. Seide blieb Frankreichs wertvollste textile Exportware, und Großbritannien führte sie in zunehmenden Mengen sowohl nach Nordamerika und Jamaika als auch nach Dänemark und Norwegen aus. Auch in Virginia liebte die Damenwelt einen Hauch von Rokoko. In England verlor die

Seide dagegen ihre Exklusivität, da auch Kaufleute seidene Westen und Kniehosen zu tragen begannen. Leinen blieb weiterhin billig und wurde noch eine Zeitlang für Unterwäsche verwendet. Aber für Oberbekleidung wurde Baumwolle zur Norm, und die Menschen waren bereit, etwas mehr für sie zu bezahlen als für das billigere, aber auch gewöhnlichere Leinen. Die Armen wechselten allerdings erst im nächsten Jahrhundert zur Baumwolle. In Frankreich trugen Handwerker, Ladenbesitzer und Diener zur Zeit der Revolution von 1789 allesamt mehr Baumwolle als Wolle oder Leinen; nur in der Garderobe von Adligen musste sie sich nach der Seide mit dem zweiten Platz begnügen. Auch in New York und Philadelphia hatte die Baumwolle zu diesem Zeitpunkt die Seide ausgestochen. Im Unterschied zu Uhren, deren zunehmender Absatz die Folge von neuer Technologie und niedrigen Preisen war, war die Baumwolle ein Paradebeispiel für die Mode als ausschlaggebende Triebkraft der Nachfrage. Und sobald Handwerker und Diener Baumwollkleidung trugen, begannen sich ihre Herren nach eleganteren und teureren Strümpfen umzusehen.<sup>115</sup>

Als Konsumartikel ist die Kleidung einzigartig gefühlsgebunden. Kein anderer Gegenstand ist in unserem Leben taktil und visuell derart präsent. Wir berühren, sehen und spüren unsere Kleidung. Sie trägt zu unserem Körpergefühl bei. Die Trennlinie zwischen »uns« und »dem Ding« ist bei ihr buchstäblich fadenscheinig. In jüngster Zeit hat ein Philosoph der Kleidung sogar eine »Fast-Lebendigkeit« zugebilligt, da sie sich mit unserem Körper bewegt: »Wir nehmen Kleidungsstücke als lebendig wahr. Die Hose geht.«<sup>116</sup>

Die Lebendigkeit der Kleidung hängt jedoch von Material und Schnitt ab. Der Wechsel der Stoffe im 18. Jahrhundert hatte enorme Auswirkungen auf die Selbsterfahrung der Menschen. Die Baumwollstoffe waren materieller Ausdruck einer neuen Kultur des Komforts. Sie waren weicher auf der Haut und leichter als Leinen und Wolle, was den Trend zu lockeren Schnitten, der schon seit dem 17. Jahrhundert zu beobachten war, verstärkte. Die Leichtigkeit, mit der sie sich färben ließen, demokratisierte zudem Farbe und Mode. Um 1700 waren die europäischen Hauptstädte überwiegend ein Meer aus Schwarz, Grau, Braun und Weiß. Ein Jahrhundert später waren alle Farben des Regenbogens vertreten, und

zwar nicht nur bei Aristokraten und ihren Dienern, sondern auch bei Arbeitern. Vor dem Aufstieg der Baumwolle war modische Kleidung ein Monopol einiger weniger, und dies nicht nur wegen der Luxusgesetze, sondern auch wegen der hohen Anschaffungs- und Unterhaltskosten, zumal von Seide. Als der Maler Lorenzo Lotto sich in den 1540er Jahren in Venedig eine neue Garderobe kaufte, kostete es ihn ein kleines Vermögen: Für Mantel und Tunika allein musste er die Einnahmen von drei Monaten (14 Dukaten) auf den Tisch legen.<sup>117</sup> Bedruckter Baumwollstoff kostete mehr als einfarbiger Wollkammgarnstoff, aber weniger als Seide und gemusterter Wollstoff. In den 1770er Jahren war ein fertiges Baumwollkleid neu schon für 8 und gebraucht für 3 Shilling zu haben (ein Pfund waren 20 Shilling); damals verdiente ein Handwerker zwischen 20 und 40 Pfund im Jahr. Ein Markt für fertige Kleidung entstand. Helle, modische Kleidung aus gemusterten Stoffen verlieh Arbeitern und Armen ein neues Selbstgefühl. Menschen konnten ihre Lieblingskleidung genauestens beschreiben. So sagte eine arme Britin 1765 bei der Polizei aus, ihr sei »ein kleines, fortlaufend gemustertes purpur-weißes Baumwollkleid, nur einmal gewaschen, am Busen mit rotem Band gebunden, mit runden glatten Ärmelaufschlägen und einem breiten Band am Rocksäum«, gestohlen worden.<sup>118</sup>

Die relativ preisgünstige und immer vielfältigere Kleidung hatte paradoxe Auswirkungen. Leichtere Gewebe bedeuteten, dass man mehr Lagen benötigte, um sich warm zu halten – Europa ist nicht Indien. Und dies eröffnete neue Möglichkeiten für modische Kombinationen und Accessoires wie Bänder, Hüte und Halstücher. Gemusterte Halstücher wurden auch für arme Arbeiter und Bauern erschwinglich. Das Rad von Erwerb und Ersatz begann sich schneller zu drehen. Während der Preis eines Mantels oder Kleids sank, stieg der Anteil des Einkommens, der für Kleidung ausgegeben wurde, da die Garderobe der Menschen vielfältiger und häufiger gewechselt wurde. Um 1700 gaben französische Diener 10 Prozent ihres Lohns für Kleidung aus. Bis 1780 erhöhte sich dieser Anteil auf ein Drittel. Ironischerweise wechselten wahrscheinlich die städtischen Armen am häufigsten die Kleidung, da sie ihnen, in Ermangelung von Seife, Waschmöglichkeiten und Ausbesserungen, am schnellsten verschliss.<sup>119</sup>

Markenbildung und Etikettierung gab es schon im Alten Ägypten und Mesopotamien, wo Herrscherhöfe und Bürokratien mit ihrer Hilfe den Wert von Waren erhöhten, indem sie ihre Qualität und ihre Herkunft kennzeichneten.<sup>120</sup> Im 18. Jahrhundert hoben Hersteller und Händler die Markenbildung, Produktdifferenzierung und Verkaufsförderung auf ein neues Niveau. 1754 begann Robert Turlington einen »Lebensbalsam«, ein Heilmittel gegen Nierensteine, Koliken und »jegliche Beschwerden«, in birnenförmigen Glasflaschen zu verkaufen, in die der Name und das königliche Patent geprägt waren. Die Vermarktungskönige waren der Keramikfabrikant Josiah Wedgwood und sein Partner Thomas Bentley. Neil McKendrick vermittelt einen Eindruck von ihrer innovativen Verkaufskunst. So verwendeten sie

»Massenverkaufskampagnen, Produktdifferenzierung, Marktsegmentierung, detaillierte Marktforschung, Vorformen der Selbstbedienung, eine Bei-Nichtgefallen-Geld-zurück-Politik, kostenlose Fuhrwerke, Werbegeschenke zur Verkaufsförderung, Versteigerungen, Lotterien, Kataloge ... langfristige Kredite, gestaffelte Rabattregelungen, einschließlich erheblicher Preisnachlässe bei Erstbestellungen, und fast jede Form der Werbung: Geschäftskarten, Ladenschilder, Brief- und Rechnungsköpfe, Zeitungs- und Zeitschriftenannoncen, Modebildtafeln und Modemagazine, organisierte Propagandakampagnen, grelle Reklamecoups, sogar falsche Anschuldigungen mit dem Ziel, einen öffentlichen Gegenangriff führen zu können.«<sup>121</sup>

Wie gesehen, wäre es falsch, frühere Gesellschaften als statisch abzutun, und dies trifft sowohl auf Modeartikel im Besonderen als auch auf den Konsum im Allgemeinen zu. Schon im 14. Jahrhundert hatte sich der Hof von Burgund als europäisches Modezentrum etabliert. Die Herzöge von Burgund waren bekannt für ihre prächtige Kleidung. Philipp der Kühne (1342–1404) trug eine scharlachrote Weste mit einer Perlenstickerei, die vierzig Lämmer und Schwäne mit goldenen Glocken am Hals und in den Schnäbeln darstellte. Vornehme burgundische Damen führten die Mode hoher, spitzer Hüte ein. Durch ihre Reisen an andere

Herrscherhöfe wurden die Herzöge von Burgund zu Trendsettern des europäischen Adels. In dieser Zeit rückte der Saum der Oberbekleidung nach oben; die langen, weiten Tuniken der Männer machten engen Westen und Jacken, die nur knapp über die Taille reichten, Platz. Im Lauf des 15. Jahrhunderts wechselte die Mode von trichterförmigen Ärmeln zu Puffärmeln mit enger Manschette.<sup>122</sup> Auch im China der Ming-Zeit gab es Modeerscheinungen, wie die oben zitierte Klage aus dem 16. Jahrhundert über den ständigen Wechsel der Länge und Weite von Röcken und Bundfalten belegt. Europäer, die mit dem Osten Handel trieben, kannten die Asiaten als anspruchsvolle Konsumenten. 1617 bemerkte der Generaldirektor der niederländischen Ostindien-Kompanie, die Einheimischen seien »sehr heikel in Bezug auf die Qualität« ihres Tapis, eines Wickelrocks, und bereit, für einen guten Entwurf einen guten Preis zu zahlen. Bauern mochten sich mit grobem Baumwolltuch zufriedengeben, aber wohlhabende Kunden verlangten nach farbenfrohen, gemustert gewebten Stoffen mit Saum und häufig auch mit eingearbeiteten Goldfäden. Die Auftragsbücher spiegelten das Eingehen auf den lokalen Geschmack wider. So bat die VOC-Leitung in Batavia, der Hauptstadt von Niederländisch-Indien, die Produzenten an der Koromandelküste, Tapis »mit hellrotem Saum und kleinem Blumenmuster in lebendigen Farben« zu weben.<sup>123</sup>

Das Neue im Europa des späten 17. und 18. Jahrhunderts war die Institutionalisierung der Mode als eigenständige Industrie mit eigenem Kalender und eigenen Medien. Paris gab die Richtung vor, aber es brauchte indische Weber, die sie einschlugen. VOC und EIC verbanden Trendsetter, Produzenten und Konsumenten, indem sie in den 1670er Jahren Muster der Pariser Mode über Syrien nach Indien schickten und sie dort von den Webern kopieren ließen. Im nächsten Jahrzehnt schloss sich der Kreis, indem die Attraktivität neuer Schnitte und Muster aus Indien in den Pariser Salons getestet wurde, bevor sie auf die europäischen Märkte gebracht wurden. »Man betrachte dies als ständige, allgemeine Regel«, erklärte der EIC-Vorstand 1681: »In allen blumigen Seidenstoffen verändere man jedes Jahr den Schnitt und die Blume so weit wie möglich – denn englische Ladys und, wie man sagt, die französischen und anderen europäischen auch, werden für etwas Neues, in Europa noch nicht Gesehenes doppelt

so viel ausgeben als für eine bessere Seide im selben Schnitt, den sie im vergangenen Jahr getragen haben.«<sup>124</sup>

Wer keinen direkten Zugang zu einem Salon oder Herrscherhof hatte, konnte zu den neuen Modemagazinen greifen. Der französische *Mercure* begann 1672 Modetipps zu geben. Im nächsten Jahrhundert vervielfachte sich die Zahl der Damenalmanache, die nun auch Zeichnungen der neuesten Kleidermode enthielten sowie Hinweise darauf, wo sie erworben werden konnte. Das *Magazine à la Mode, or Fashionable Miscellany* beschrieb im Januar 1777 den Herrenanzug, wie ihn die Geburtstagsgäste der Königin zu Beginn des Monats getragen hatten: »Die Weste ist mit Pelz gefüttert ... Der Jackenschnitt ist derselbe wie seit einigen Jahren, außer dass die Taille kürzer ist – der Rock natürlich länger ... Der Ärmelaufschlag ist klein und eng, mit drei Knöpfen auf der Oberseite.« Für Damen war »der modischste Morgenrock ... ein Déshabillé, das aus einer kurzen Jacke und einem Unterrock besteht. Die Jacke ist im Allgemeinen am unteren Rand ungefähr einen Viertel Yard breit mit gefältelter Gaze oder derselben Seide verbrämt. In diesem Monat ist jedoch Pelz mehr in Mode als jeder andere Besatz.« Dazu trug die Frau von Welt eine französische Haube. Um der Mode zu entsprechen, musste sie »einen vollen Zipfel über dem Kopf besitzen, aber keinen, der nach hinten hinunterhängt ... eine Änderung, die in diesem Monat stattgefunden hat.« Modebewusste Damen, die den Morgenrock kaufen wollten, wurden an Mr. Kluhr im Londoner Covent Garden verwiesen; die Haube gab es bei Mrs Taylor am Rathbone Place.<sup>125</sup> Als Anschauungshilfe enthielt die Zeitschrift zwei Schwarzweißgravuren. Ungefähr in dieser Zeit wurden auch farbige Modezeichnungen und Modepuppen eingeführt (siehe Abbildung 8). Die Puppen bestanden anfangs aus Holz, doch bis zu den 1790er Jahren hatten sie sich zu einem für den Massenkonsum geeigneten Artikel weiterentwickelt: einer flach verpackten, 20 Zentimeter großen Pappfigur, die für 3 Shilling verkauft wurde. Von ihr war es nur noch ein kleiner Schritt zur Spielzeugpuppe mit einer Garderobe aus sechs Kleidern und austauschbaren Accessoires. Die Mode überschritt die Generationengrenze.<sup>126</sup>

Im Nordwesten Europas entstand im 17. und 18. Jahrhundert eine neue, durch Umfang, Vielfalt und Innovation gekennzeichnete Konsumkultur.



Der kreisförmige Warenfluss, wie ihn die Renaissance noch kannte, verschwand zwar nicht völlig, wurde aber in ein dynamisches System einbezogen, das ständig Neuheiten erzeugte. Gebrauchte Kleidung, Pfandleihen, Auktionen und Geschenke brachten Baumwollkleider und Teekannen in jeden Haushalt. Anders als im Ming-China war nicht das Alter, sondern die Neuheit die Triebkraft. Britische Historiker haben über das genaue Datum dieses Wechsels gestritten. Wichtiger ist jedoch die Frage, warum er eintrat und warum es in England und den Niederlanden geschah, und nicht in China oder Italien.

Auf diese Fragen gibt es drei vorherrschende, miteinander im Wettstreit liegende Antworten: den Lebensstandard (Britten bekamen höhere Löhne), die Nachahmung (sie imitierten die höheren Schichten) und die »Fleißrevolution« (manche arbeiteten härter als andere, um mehr Dinge kaufen zu können). Betrachten wir sie nacheinander.

Im Zuge der Würdigung der kommerziellen Vitalität Chinas in der Frühmoderne kam es zu einer heftigen Kontroverse darüber, ob es Holländern und Engländern wirklich so viel besser ging. In der am weitesten entwickelten Region Chinas am unteren Jangtse genossen die Menschen um 1800 einen Lebensstandard, der laut dem Historiker Kenneth Pomeranz mit demjenigen der Engländer und Niederländer vergleichbar war. Die »große Divergenz« sei dann im 19. Jahrhundert entstanden, und zwar nicht infolge einer europäischen Fähigkeit für die Modernität, sondern, was Großbritannien betrifft, aufgrund einer günstigen geographischen Lage und der kolonialen Macht, durch welche die erste Industrieration über Kohle, Sklaven und billige Lebensmittel im Überfluss verfügte.<sup>127</sup>

Jüngste Berechnungen bestätigen, dass die britischen Löhne zwischen 1740 und 1800 sanken, zeigen aber auch, dass es ein relativ geringer Abstieg von einem einzigartig hohen Lohnniveau war, auf dem sich die Briten in den vier Jahrhunderten seit dem Schwarzen Tod bewegt hatten. Die hohen Löhne gingen der kolonialen Expansion voraus und waren zum großen Teil in der geringen Bevölkerungszahl und billiger Energie begründet. Beide Faktoren förderten Innovation und Produktivität, die sowohl große Erfindungen wie Thomas Newcomens Dampfmaschine (1710) als auch kleinere Tüfteleien und Verbesserungen her-

der Pachtbauern, der dominierenden Bevölkerungsgruppe im Jangtse-delta, ging es besser. Und in Indien erhielten Weber Essen, Wohnung und andere Zusatzleistungen, die einen direkten Lohnvergleich erschweren.<sup>129</sup> Die von Bozhong Li zusammengetragenen Zahlen deuten darauf hin, dass die Lebensumstände in Songjiang bei Shanghai während der 1820er Jahre annehmbar waren. Danach nahmen Bauern täglich 2780 Kilokalorien zu sich, was leicht über dem von heutigen Gesundheitsexperten empfohlenen Wert liegt und in China erst im Jahr 2000 wieder erreicht werden sollte. Sie tranken doppelt so viel Tee wie Briten, aßen halb so viel Zucker und rauchten zudem etwas Tabak und Opium, den »kräftigen Freund«.<sup>130</sup> Andererseits wirkt der britische Vorsprung noch größer, wenn man die Vielfalt der verfügbaren Güter in die Betrachtung einbezieht, denn diese geht weit über Brot, Käse, Bettwäsche und Kerzen hinaus; Güter, die sich üblicherweise im Warenkorb für den Vergleich des Lebensstandards in dieser Zeit befinden. Chinesische Pachtbauern, die nebenbei Baumwolle anbauten, konnten ein Niveau oberhalb des Existenzminimums erreichen. Doch diese Art der Arbeit behinderte wohl den weiteren Aufstieg auf der Entwicklungsleiter, denn etwas von diesem und etwas von jenem zu tun schränkt die Fähigkeit zu Spezialisierung und Innovation ein. Dies sollte sich in einer Welt von sich industrialisierenden Nationen als großes Handicap erweisen.

Die Lebensstandarddebatte hat sich auf Arbeiter konzentriert, aber die Schicht über ihnen ist für unser Thema ebenso bedeutend. Großbritannien zeichnete sich durch eine große Mittelschicht aus, durch die vielen Kaufleute, Freiberufler, Offiziere und Industriellen. In den 1750er Jahren hatten vier von zehn Familien ein Einkommen von mindestens 40 Pfund im Jahr, was doppelt so viel war, wie man nach allgemeiner Ansicht zum Überleben brauchte. Diese Schicht konnte erhebliche Summen für Komfort und Annehmlichkeiten ausgeben. Im Zuge der Industriellen Revolution wurde die britische Gesellschaft zwar ungleicher, aber im Vergleich sowohl mit China und Indien als auch mit Südeuropa besaß sie weiterhin eine riesige Mittelschicht.<sup>131</sup> Und ihre Mitglieder nutzten mit zunehmendem Selbstvertrauen die dynamisch wachsende Welt der Dinge, um ihren eigenen Platz in der Gesellschaft abzustecken. Anstatt die alte Elite nachzuahmen, trafen sie mit Hilfe neuer Güter und Vorlieben

neue Unterschiede und schufen eine eigene, stärker auf das Private ausgerichtete Komfortkultur.

Laut der ursprünglichen These von der Geburt der Konsumgesellschaft in Großbritannien war Nachahmung die Mutter der Nachfrage. Ihre Amme war, mit McKendricks Worten, »das Fabrikmädchen, das sich wie eine Herzogin kleiden wollte«. <sup>132</sup> Dass sich Zeitgenossen über anmaßende Konsumenten lustig machten, ist nicht verwunderlich. Die Kleiderrevolution ging über ein althergebrachtes Unterscheidungssystem hinweg, in dem Kleidung ein gesellschaftliches Rangkennzeichen darstellte. Statt über die Herkunft eines Menschen Auskunft zu geben, schienen die Kleider plötzlich den Menschen zu machen. Insbesondere Diener, die sich besser als ihr Stand kleideten, boten Anlass zur Klage. »An ihren Kleidern«, beschwerte sich Daniel Defoe 1725, »ist schwer zu erkennen, wer die Herrin und wer das Dienstmädchen ist; ja, oft wird das Dienstmädchen die vornehmere von beiden sein.« Dies setzte eine Spirale von Geltungsausgaben in Gang: »Das Dienstmädchen will die Herrin übertrumpfen, die Kaufmannsfrau will die Frau des Gentlemans übertrumpfen, die Frau des Gentlemans ahmt die Lady nach, und die Ladys wetteifern miteinander.« <sup>133</sup>

Zeitgenössische Missbilligung ist freilich kein überzeugendes historisches Argument. Zum einen wurden solche Klagen in vielen Gesellschaften geäußert, etwa, wie erwähnt, im China der Ming-Zeit. Zum anderen war Nachahmung selten die Haupttriebkraft für die Übernahme eines neuen Kleidungsstils. Diener hatten häufig keine andere Wahl, als die Kleider zu tragen, die sie von ihren Herren erhielten. Britische Handwerker und Arbeiter kleideten sich nicht elegant, um als Herzog oder Herzogin durchzugehen, sondern um mit ihresgleichen mitzuhalten, ihre Reife und Unabhängigkeit zu demonstrieren oder in der Hoffnung auf eine bessere Anstellung. <sup>134</sup> Die tatsächliche Verbreitung von Neuheiten widerlegt die Annahme eines einfachen, von oben nach unten verlaufenden Prozesses. Beispielsweise begannen Oberschichtfrauen Chintze erst in den 1690er Jahren außen auf ihren Kleidern zu tragen, also nachdem der »Kattunwahn« eingesetzt hatte. Die Mittelschicht war häufig nicht Nachahmer der Aristokratie, sondern Trendsetter.

Die »Fleißrevolution« ist eine ähnliche historische Konstruktion aus

zeitgenössischen Äußerungen. So beschrieb Defoe im frühen 18. Jahrhundert Textilviertel, in denen man »fast hinter jeder Tür das Rad sich drehen sieht«. Jeder sei beschäftigt: Ehemänner, Frauen, Kinder. Zusammen ergäben ihre Löhne eine »erkleckliche Summe«. Um 1770 bemerkte der Aufklärer James Steuart, früher hätten die Menschen gearbeitet, weil sie dazu gezwungen worden seien, jetzt dagegen seien sie »zu arbeiten gezwungen, weil sie Sklaven ihrer Wünsche sind«. Nach Ansicht des Wirtschaftshistorikers Jan De Vries ist genau dies in der Frühmoderne in den Niederlanden und Großbritannien geschehen. Auf die mit dem Nobelpreis ausgezeichneten Arbeiten des Ökonomen Gary Becker gestützt, beschreibt er die Haushalte als Wirtschaftseinheiten, die rationale Entscheidungen darüber treffen, worauf sie ihre Zeit am besten verwenden. Anstatt einfach zu produzieren, was sie selbst benötigten, hätten sie begonnen, ihre Arbeitskraft zu verkaufen, um sich mehr Dinge leisten zu können. Der Geschmack an Tee, Zucker und vielen anderen neuen Konsumgütern habe ganze Familien nicht nur dazu gebracht, sich den Reihen der Erwerbstätigen anzuschließen, sondern auch dazu, länger und härter zu arbeiten. Der Industriellen Revolution sei eine Nachfrage-revolution vorausgegangen.<sup>135</sup>

Auf den ersten Blick scheint diese These attraktiv zu sein. Anstatt die Nachfrage als Reaktion auf ein Angebot zu betrachten, wird sie zum Schwanz, der mit dem Hund wedelt. Sie bietet eine glatte Erklärung dafür, warum der Konsum in Großbritannien zunehmen konnte, obwohl in der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts die Löhne sanken. Auf's Ganze gesehen, stößt die These jedoch auf eine Reihe ernüchternder Probleme. Erstens setzt sie in der Mitte der Geschichte ein und verwechselt Ursache und Wirkung. Die Menschen kauften am Ende mehr Konsumgüter, doch dies muss nicht das ursprüngliche Motiv dafür gewesen sein, härter zu arbeiten. Wahrscheinlich war das Gegenteil der Fall. Im frühen 17. Jahrhundert, als die Zeiten schwerer wurden, begannen Puritaner Fleiß und Arbeitsamkeit zu predigen.<sup>136</sup> Die Menschen begannen länger zu arbeiten und ihre Arbeitskraft intensiver zu verkaufen, aber nicht zum eigenen Vergnügen, sondern um zu überleben. Im Jahrhundert nach dem englischen Bürgerkrieg von 1642 bis 1651 verbesserten sich die Lebensbedingungen, und im Rahmen dieser Entwicklung gaben

Arbeiter ihr Geld eher für bessere Möbel als für Tee, Zucker oder andere Neuheiten. Mit anderen Worten: Ihre Präferenzen blieben weitgehend dieselben. Auch Fleiß und Arbeitsamkeit waren keine unschuldige Realität, sondern verordnetes Ideal, das den Menschen vorschrieb, wie sie leben sollten, und das von Liberalismus und Imperialismus in die übrige Welt exportiert wurde. Die meisten Arbeiter dürften den Schritt von der Muße zur Lohnarbeit nicht freiwillig getan haben, sondern aus Notwendigkeit. Sie wurden weniger von materiellen Wünschen gezogen, als vielmehr von steigenden Lebensmittelpreisen gestoßen. In der zweiten Hälfte des 17. Jahrhunderts verlängerte sich die Arbeitszeit weiter – um ein Drittel<sup>137</sup> –, und auch dies geschah wiederum als Reaktion auf eine steigende Inflation und einen härter umkämpften Arbeitsmarkt.

In seinem Überblick über den Zustand der Armen in den 1790er Jahren (*The State of the Poor*) bezifferte Frederic Eden das Jahresbudget der Familie eines durchschnittlichen Bergarbeiters in Cumberland: Danach verdiente er selbst 26 Pfund, während seine Frau und seine sieben Kinder 18 Pfund beisteuerten.<sup>138</sup> Von diesem Einkommen, das von den Ausgaben zur Gänze aufgezehrt wurde, wurden immerhin 3 Pfund und 10 Shilling für Tee und Zucker ausgegeben. Aber wuschen sie zusätzlich »gelegentlich Eisenerz« aus, um sich Tee und Zucker leisten zu können? Oder um etwas zur Miete (3 Pfund) und zu den Kosten der vielen Schwangerschaften und Wochenbettzeiten der Ehefrau beizutragen, die sich im Lauf der Jahre auf 20 Pfund summierten? Man darf annehmen, dass es nicht das Verlangen nach Neuheiten oder der Wunsch, seine Umwelt zu beeindrucken, war, der die Familie Tee, Zucker und Kerzen kaufen ließ. Vielmehr taten sie es, um bis spät in die Nacht spinnen zu können, sich warm zu halten und wach zu bleiben.

Der Zusammenhang zwischen dem Wunsch nach mehr einerseits und härterer Arbeit andererseits war nur bedingt vorhanden. In Großbritannien kam die ursprüngliche Nachfrage nach Konsumgütern aus der Mittelschicht, ohne dass diese arbeitsamer wurde: Die Ehefrauen blieben zu Hause. In Friesland spezialisierten sich Bauern im 17. Jahrhundert, um mehr ihrer Produkte im Tausch für Neuheiten verkaufen zu können, anstatt sie selbst herzustellen. Im Gegensatz dazu waren in Katalonien, als es sich im folgenden Jahrhundert industrialisierte, Nebenjobs weit

verbreitet, und dennoch fehlte es in auffälliger Weise an neuen Konsumgütern. Unterdessen kauften Haushalte im prosperierenden Kent einerseits Tafelgeschirr und Vorhänge, während sie andererseits häufiger selbst buken und brauten.<sup>139</sup> Die Entwicklungen der Gesellschaften folgten nicht einem einzigen Weg von neuen Vorlieben zu Wachstum und Spezialisierung. Verlangen und »Bedürfnisse« waren nicht einfach da und nötigten die Menschen, sich auf die Märkte für Arbeit und Güter zu begeben, wie es das Fleiß- oder Arbeitsamkeitsmodell annimmt. Das Verlangen war ebenso unterschiedlich wie seine von Normen und Institutionen bestimmte Verbreitung. Die Kaufkraft begünstigte zwar den europäischen Nordwesten, war aber nur eine Variable und reicht allein als Erklärung für den Quantensprung des Konsums im 17. und 18. Jahrhundert nicht aus.

Was Europa von Asien unterschied, war ein expansionistisches Staatensystem, das auf Konkurrenzdruck mit der Förderung von Innovationen und der Schaffung von Zukunftsmärkten reagierte. Das beste Beispiel dafür war Großbritannien, das gleichzeitig einen atlantischen Markt schuf und im Schutz eines Importverbots die überlegenen indischen Textilien imitierte. Den indischen Webern fehlte zunächst der Anreiz zur Innovation – immerhin waren sie besser als ihre Konkurrenten –, und dann, als sie im späten 18. Jahrhundert den scharfen Wind der britischen Konkurrenz zu spüren bekamen, fehlte ein starker Staat, der sich für sie einsetzte.

Doch auch innerhalb Europas waren die Unterschiede gewaltig. Großbritannien und die Niederlande waren durch eine von förderlichen Ideen und Institutionen geprägte Atmosphäre begünstigt, die Männer und insbesondere Frauen ermutigte, ins Heer der Erwerbstätigen und Konsumenten einzutreten. Wie wir sahen, wurde die Entwicklung in Regionen wie Württemberg nicht deshalb gebremst, weil die Frauen keine materiellen Wünsche hatten und nicht arbeiten und Geld verdienen wollten, sondern weil sie bestraft wurden, wenn sie ihre Wünsche zu verwirklichen suchten. 1742 wurde beispielsweise der Frau eines Wirkers, die unabhängig gearbeitet hatte, vom örtlichen Gericht befohlen, ihre Arbeit aufzugeben und zu ihrem Mann zurückzukehren. Ladenbesitzer sorgten dafür, dass ihre Stadtverwaltungen das Hausieren verboten; Ehemänner

schlugen mit Billigung der Behörden ihre Frauen, wenn diese aus dem Haus gingen, um sich eine Arbeit zu suchen; und Zünfte schränkten die Arbeitsmobilität ein. Zusammengenommen übten Ehemänner, Väter, Kirchen und Zünfte eine soziale Kontrolle aus, die in England unbekannt war.<sup>140</sup> Man vergleiche dies damit, dass in London im Jahr 1455 die Frauen, die Seide zu Garn verarbeiteten, ihre Zahl mit »mehr als tausend« angaben, einschließlich »vieler vornehmer Damen«, die ein »ehrbares« Leben führten und mit ihrer Arbeit zum Unterhalt ihrer Haushalte beitrugen.<sup>141</sup>

Schon früh mit einem Zentralstaat gesegnet, blieb England die Vielzahl lokaler Behörden und regionaler Mächte erspart, die den Güterstrom auf dem Kontinent behinderten. Der englische Staat richtete seine Macht nach außen. Aufschlussreich ist in dieser Hinsicht der Gegensatz zum spanischen Weltreich. Da Spanien als erstes Land solch exotische Dinge wie Schokolade und Tabak importierte, hätte man erwarten können, dass es seinen Startvorteil im Konsumrennen nutzt. Doch es fiel rasch zurück. Seine Hauptstrategie war es, aus den Kolonien Ressourcen herauszuholen, und nicht, einen zusätzlichen Markt für die eigenen Produkte zu entwickeln. Im Innern litt Spanien unter einer Zersplitterung in regionale Regierungen, Währungen und Steuern sowie unter den großen Entfernungen und einem schlechten Transportsystem. Kastilien und Navarra erhoben selbstständig Import- und Exportzölle und durften eigene Münzen prägen. Viele Städte besaßen die Steuerhoheit. Eine stark verschuldete Stadt wie Sevilla hielt sich mit Hilfe von Luxussteuern zahlungsfähig.<sup>142</sup> Solche Hindernisse schränkten die Wahlmöglichkeiten und Gelegenheiten der Spanier, die neuen Produkte und Vorlieben weiterzuentwickeln, zwangsläufig ein. So besaß beispielsweise in der Mitte des 18. Jahrhunderts nur jede vierte Familie mit mittlerem Einkommen eine Schale zum Servieren heißer Schokolade. Es gab zwar einige Anzeichen für eine Verbesserung, insbesondere was die Anzahl und Vielfalt der Textilien betraf. In Palencia in Nordwestspanien erhöhte der Durchschnittshaushalt in den achtzig Jahren nach 1750 die Zahl seiner Kleidungsstücke von 42 auf 71. Doch neue Konsumgüter tauchten nicht in einer Welle, sondern eher spärlich auf. Außerhalb von Madrid, in Provinzstädten wie Santander, fanden Servietten und Tafelwäsche – entscheidende Indikatoren zunehmender Verfeinerung – erst zu Beginn des

