

Einleitung: Verbraucher in Geschichte und Gegenwart: Wandel und Konfliktfelder in der Verbraucherpolitik

Bala, Christian; Kleinschmidt, Christian; Rick, Kevin; Schuldzinski, Wolfgang

Veröffentlichungsversion / Published Version

Sammelwerksbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Bala, C., Kleinschmidt, C., Rick, K., & Schuldzinski, W. (2017). Einleitung: Verbraucher in Geschichte und Gegenwart: Wandel und Konfliktfelder in der Verbraucherpolitik. In C. Bala, C. Kleinschmidt, K. Rick, & W. Schuldzinski (Hrsg.), *Verbraucher in Geschichte und Gegenwart: Wandel und Konfliktfelder in der Verbraucherpolitik* (S. 7-15). Düsseldorf: Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen e.V. https://doi.org/10.15501/978-3-86336-916-3_1

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-SA Lizenz (Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-SA Licence (Attribution-ShareAlike). For more information see:
<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0>

Einleitung: Verbraucher in Geschichte und Gegenwart

Wandel und Konfliktfelder in der Verbraucherpolitik

Christian Bala, Christian Kleinschmidt, Kevin Rick und Wolfgang Schuldzinski

DOI 10.15501/978-3-86336-916-3_1

Dieser Beitrag erscheint unter der Creative-Commons-Lizenz: Namensnennung –
Weitergabe unter gleichen Bedingungen 3.0 Deutschland | CC BY-SA 3.0 DE
Kurzform | <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/>
Lizenztext | <http://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/de/legalcode>

Dystopie und Utopie liegen nahe beieinander: Die „Verbraucherhaltung“, so ein Autor, löse sich „in sklavischer Abhängigkeit von Waren und Geräten auf“. Die Welt werde „als Phantom und Matrize ins Haus geliefert“. Umgekehrt könnten die „neuen Kommunikationsmittel, Geräte, Güter und Waren [...] auch Vehikel auf dem Wege einer Wege der Selbstverwirklichung sein“, welche den Menschen „toleranter“ und auch „weitsichtiger“ mache. „Jenseits von Pessimismus und Optimismus“ sollten diese Entwicklungen als „Zeichen des Übergangs entweder zu einer reiferen oder aber zu einer verwesenden Gesellschaft und Gemeinschaft betrachtet werden“. Diese Zeilen beschreiben nicht die möglichen Folgen der Digitalisierung der Verbraucherwelt im 21. Jahrhundert, vielmehr wurden sie vor rund 60 Jahren verfasst: Der Autor, Cornel Josef Bock, seines Zeichens Geschäftsführer der Arbeitsgemeinschaft der Verbraucherverbände (AgV), bezog sich in seinem, gemeinsam mit dem Soziologen Karl Gustav Specht verfassten Werk „Verbraucherpolitik“ auf einen aufkommenden „solistischen“ und materialistischen „Massenkonsum“ (Bock 1958, 44 f.). Bock sah die Verbraucherwelt und seine Zeitgenossen in einer Zeit des Übergangs, den er auch mit einem Rekurs auf traditionelle „Werte des Maßes und der Selbstbeherrschung“ (Bock 1958, 46) zu begegnen hoffte, ohne traditionalistisch sein zu wollen.

Der Gedanke in einer Zeit zu leben, in der man sich an einer Schwelle zu etwas Neuem befindet, erscheint uns vertraut. In der Verbraucherpolitik und -forschung wird gegenwärtig viel über die Zukunft nachgedacht, wenn auch die Herausforderungen andere sind: Welche Folgen werden Big Data und die Profilbildung für die Konsumenten haben? Wird autonomes Fahren sicher sein? Werden wir mehr nutzen, statt zu besitzen? Wie kann Konsum nachhaltig gestaltet werden? Diese Orientierung an gegenwärtigen und zukünftigen Herausforderungen führt bisweilen zu der Neigung, die Vergangenheit aus dem Blick zu verlieren, weshalb die Debatten über Verbraucherbilder, Konsumwandel oder Nachhaltigkeit teilweise seltsam geschichtslos wirken.

So erinnern die Hoffnungen, die in Big Data, das Internet der Dinge und die Optimierung durch Quantifizierung geknüpft werden, an den Technikoptimismus und an die Annahme der Möglichkeit wissenschaftlicher Planung von gesellschaftlichen Entwicklungen der empirisch-positivistischen Zukunftsforschung, die stark durch Machbarkeitsdenken und gesellschaftlicher Steuerung geprägt war (siehe Seefried 2015, 514 ff.). Können wir Schlüsse aus der fehlgeleiteten

Technikaffinität für unsere heutige Diskussion über Risiken und Nebenwirkungen der Informatisierung ziehen?

Ein Blick in die Geschichte zeigt, dass die vermeintlich neue „Sharing Economy“ eine Tradition hat und die Ausgestaltung der geteilten Mobilität im Automobilverkehr („Carsharing“) stark vom historischen Kontext, mal war es der wirtschaftliche Druck, mal das ökologische Bewusstsein, und den Akteuren abhängig ist, mal ergriff der Staat die Initiative, mal war es eine soziale Innovation (siehe Bala und Schuldzinski 2016, 12-17). Welche Bedingungen für das Gelingen oder Scheitern von Sharing-Ansätzen können erkannt werden, um Projekte jenseits einer übermächtigen Plattformökonomie zu stärken?

Der Umstand, dass die Verursacher des Pferdefleischskandals von 2013 noch immer im Geschäft sind (siehe Hecking 2014) hat seine Entsprechung in anderen Lebensmittelskandalen. So führte der Verantwortliche für die Fleischpanschereien, welche die „Sülzeunruhen“ von 1919 auslösten, nur kurze Zeit später ohne behördliche Genehmigung seine Produktion und Handel fort (siehe Schulte-Varendorff 2010, 58). Welche Lehren können für die Lebensmittelüberwachung aus den bisherigen Skandalen gezogen werden?

Um unsere Gegenwart zu verstehen und die Zukunft zu gestalten, ist der Blick in die Vergangenheit essenziell. Dabei sollte man aber bedenken, dass der Blick in die Vergangenheit stark von eigenen Werten und Überzeugungen geprägt sein kann und Ereignisse in diesem Lichte interpretiert werden.

So entbrannten die Hamburger „Sülzeunruhen“ in einem Klima, das durch die Lebensmittelunterversorgung nach dem Ersten Weltkrieg und politische Instabilität geprägt war. Der Fleischfabrikant Heil wurde verdächtigt, Kadaver von Hunden, Katzen und Ratten sowie matschige, schimmelige und mit Maden durchsetzte Kalbskopfhäute zu Sülze verarbeitet zu haben. Ans Licht kam der Skandal, weil einem Fuhrunternehmer in der Öffentlichkeit ein Fass mit Fleischabfällen zerbarst. Rasch machte der Vorfall in der Bevölkerung die Runde, eine Menschenmenge stürmte unter dem Ruf „Wenn die Behörden uns nicht helfen, helfen wir uns eben selber“ die Fabrik und in den folgenden Tagen auch andere Betriebe (Lutterroth 2012). Der Versuch des Stadtkommandanten mittels eines Freiwilligenbataillons die Unruhen niederzuschlagen, führte zu einer Eskalation, in deren Folge die Reichswehr unter General Paul Emil von

Lettow-Vorbeck den Aufstand brutal niederschlug, insgesamt verloren 80 Menschen ihr Leben. (Siehe Philipski 2002; Schulte-Varendorff 2010) Seit 2015 erinnert ein Gemälde an der Fassade der Hamburger Verbraucherzentrale an die Ereignisse des Jahres 1919 (siehe Verbraucherzentrale Hamburg 2015).

Die Rezeption der lange vergessenen Unruhen ist zeitabhängig: Nach 1945 zog ein Kommentator Parallelen zwischen der eigenen Nachkriegsnot, im Wirtschaftswunderland wurde an eine längst vergangene Zeit gedacht, „Katzensäule“ und „Mäuseragout“ hatten allenfalls Unterhaltungswert (siehe Philipski 2002, 127 f.). Heute wird der Anlass der Unruhen als erster „Gammelfleischskandal des 20. Jahrhunderts“ erinnert und die Proteste gelten als Ausgangspunkt für eine verbesserte staatliche Lebensmittelüberwachung (siehe Geisler 2015).

Der Blick in die Geschichte der Verbraucherpolitik und Verbraucherarbeit kann das Bewusstsein für die heutige Debatte schärfen. Um sie aber zu entdecken und einordnen zu können, bedarf es der Geschichtswissenschaft, die sich in den vergangenen Jahren den Themen Konsum und Verbraucher zugewandt hat (siehe Kleinschmidt 2008, 7-10).¹ Wer Verbraucherforschung also als interdisziplinäres Projekt versteht, muss die Geschichtswissenschaft einbeziehen. Sie eröffnet nicht einfache Handlungsanweisungen oder unmittelbar nützlich Wissen, sondern ein tieferes Verständnis für Entwicklungen – und die Einsicht, sich vor einfachen Parallelen und Vergleichen zu hüten.

Eine historische Betrachtung kann auch dabei helfen, einen alternativen Blickwinkel einzunehmen. So wird Konsum heute mit einem Fokus auf individuelles Verhalten diskutiert, die geschichts- und kulturwissenschaftliche Verbraucherforschung zeigt aber, dass Konsum auch habituell und gesellschaftlich geprägt ist und nicht nur auf bewussten Einzelentscheidungen beruht:

„The rise of consumption entailed greater choice but it also involved new habits and conventions, and these were social and political outcomes, not the result of individual preferences. Domestic comfort, exotic holidays, eating and drinking routines,

1 Siehe exemplarisch Berghoff 1999; Berghoff und Spiekermann 2012; Haupt 2003; Haupt und Torp 2009; Kleinschmidt 2006; König 2009; König 2013; Prinz 2003; Spiekermann 1999; Stoff 2012; Torp 2011; 2012; Trentmann 2016.

shopping hours, what it means to be clean, fit and fashionable: these and many other aspects of our lifestyle are the historical product of social norms, expectations and arrangements.“ (Trentmann 2016, 688)

Um diese historischen Entwicklungen, Wandlungen und Konfliktfelder in der Verbraucherpolitik zu ergründen, haben das Kompetenzzentrum Verbraucherforschung NRW (KVF NRW) und das Institut für Wirtschafts- und Sozialgeschichte der Philipps-Universität Marburg am 23. Mai 2016 einen gemeinsamen Workshop veranstaltet, der bekannte Historikerinnen und Historiker sowie exzellente Nachwuchswissenschaftlerinnen und -wissenschaftler zusammenbrachte und deren Beiträge in diesem Band versammelt sind.

Für eine Institution wie die Verbraucherzentrale Nordrhein-Westfalen ist es auf den ersten Blick nicht naheliegend, sich mit historischen Fragestellungen zu beschäftigen, zumal auch die Geschichte der Verbraucherorganisationen und -politik in Deutschland bis auf wenige Ausnahmen (siehe beispielsweise Gasteiger 2010; Hilton 2009; Trumbull 2006) bisher noch weitgehend unerforscht ist und erst neuerdings erschlossen wird (siehe beispielsweise Rick 2015; 2016). Doch mit der zunehmenden Bedeutung der Verbraucherforschung und einer lebhaften wissenschaftlichen Debatte (siehe Bala und Müller 2015; Fridrich et al. 2017; Kenning et al. 2017) wird die Notwendigkeit einer historischen Aufarbeitung evident.

Tatsächlich hat es, wenn wir uns auf die deutsche Geschichte im 20. Jahrhundert beziehen, einen dramatischen Wandel der Konsummöglichkeiten, des Konsumverhaltens sowie auch der Organisation und Verfasstheit der Konsumgesellschaft inklusive eines breiten Spektrums verbraucherrelevanter und verbraucherpolitischer Institutionen gegeben. Diese haben das Wissen und die Informationen der Verbraucher deutlich erhöht und gestärkt – unterstützt durch neue Informationstechnologien wie das Radio, das Fernsehen oder das Internet. Zugespitzt ausgedrückt stellt sich mit Blick auf diese Entwicklung etwa die Frage, was uns die bisherige Verbraucherforschung und -politik überhaupt gebracht hat: Sind wir dem Ziel des souveränen und informierten Konsumenten seit Beginn der organisierten Verbraucherpolitik nähergekommen? Sind die Produkte der Anbieter besser und sicherer und damit verbraucherfreundlicher geworden? Wer war überhaupt unter dem Eindruck sich wandelnder sozioökonomischer Verhältnisse „der Verbraucher“?

In diesem Zusammenhang stellt sich unmittelbar auch die Frage nach Lernprozessen, denen per se eine historische Dimension innewohnt. Das zeigt sich etwa im Blick zurück auf die Krisen und Skandale der letzten Jahre (BSE, Glykolwein-Skandal, Gammelfleisch etc.). Was haben wir aus diesen Erfahrungen gelernt? Wie gingen und gehen die beteiligten Akteure – Konsumenten, Produzenten, Verbände und Staat – damit um? Welche Wirkungen haben organisierte Konsumentenaktivitäten wie Proteste, Streiks oder Boykotte? Wie wirken sich staatliche Aktivitäten, Gesetze und Gesetzesverschärfungen mittel- und langfristig aus? Wie reagieren die Produzenten auf zunehmende Konsumentensensibilität und Verbrauchermacht? Welche Rolle spielt opportunistisches Verhalten dabei?

Wenn aktuell im Rahmen der Verbraucherforschung auf die Historie verwiesen wird, dann wird meist an John F. Kennedys „Consumer Bill of Rights“ erinnert. Auch hier stellt sich die Frage nach Lernprozessen, etwa hinsichtlich der Entwicklung von Verbraucherpolitik und Verbraucherschutz und deren Auswirkungen auf andere Staaten und Kulturkreise. Naheliegend sind dabei Fragen nach der Genese und dem Gewordensein von Institutionen und deren Wirkungsmächtigkeit – sowohl im Zeitverlauf als auch in ihren interregionalen und internationalen Beziehungen. Welche Rolle spielten etwa US-amerikanische oder skandinavische Vorbilder für die westdeutsche Verbraucherpolitik? Gab es Adaptionen? Wie erfolgreich verliefen entsprechende Adaptionenprozesse angesichts politischer, ökonomischer und kultureller Unterschiede? Wie verliefen Konfliktfelder und wie ließen sie sich am besten lösen? Kenntnisse historischer Zusammenhänge und Verläufe könnten hier durchaus von praktischem Nutzen sein.

Mit anderen Worten: Die grundsätzlichen Fragen der Verbraucherpolitik können nur unter Berücksichtigung der Zeitperspektive und somit der historischen Dimension beantwortet werden. Der Workshop, der als Grundlage für die vorliegende Publikation diente, hat deshalb versucht, die Brücke zwischen Vergangenheit und Gegenwart zu schlagen. So wurden nicht nur historische, sondern auch ernährungsrelevante, medizinische, politische und geschlechterspezifische Aspekte berücksichtigt. Damit soll ein Anfang gemacht werden, die Analyse- und Orientierungspotenziale der Geschichtswissenschaften fest in der Verbraucherforschung zu verankern.

Danksagung

Der Dank der Herausgeber gilt allen, die dabei geholfen haben, den siebten und bisher umfangreichsten Band der „Beiträge zur Verbraucherborschung“ zu ermöglichen. An erster Stelle sind natürlich die Autorinnen und Autoren zu nennen. Wir danken unseren Kooperationspartnern, dem Ministerium für Klimaschutz, Umwelt, Landwirtschaft, Natur- und Verbraucherschutz (MKULNV) und dem Ministerium für Innovation, Wissenschaft und Forschung (MIWF) des Landes Nordrhein-Westfalen. Die redaktionelle Bearbeitung hat Svenja Küchler übernommen. Heike Plank hat in bewährter Weise den Band als Lektorin betreut.

Literatur

- Bala, Christian und Klaus Müller, Hrsg. 2015. *Abschied vom Otto Normalverbraucher. Moderne Verbraucherborschung: Leitbilder, Information und Demokratie*. Essen: Klartext.
- Bala, Christian und Wolfgang Schuldzinski. 2016. Einleitung: Neuer sozialer Konsum? Sharing Economy und Peer -Produktion. In: *Prosuming und Sharing – neuer sozialer Konsum: Aspekte kollaborativer Formen von Konsumtion und Produktion*, hg. von Christian Bala und Wolfgang Schuldzinski, 7–29. Beiträge zur Verbraucherborschung 4. Düsseldorf: Verbraucherzentrale NRW. http://www.verbraucherzentrale.nrw/bzv4_1.
- Berghoff, Hartmut, Hrsg. 1999. *Konsumpolitik: Die Regulierung des privaten Verbrauchs im 20. Jahrhundert*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Berghoff, Hartmut und Uwe Spiekermann, Hrsg. 2012. *Decoding Modern Consumer Societies*. Houndsmill: Palgrave Macmillan.
- Bock, Josef. 1958. Der Verbraucher in soziologischer Sicht. In: *Verbraucherpolitik*, hg. von Josef Bock und Karl Gustav Specht, 25–49. Köln: Westdeutscher Verlag.
- Bock, Josef und Karl Gustav Specht, Hrsg. 1958. *Verbraucherpolitik*. Köln: Westdeutscher Verlag.
- Fridrich, Christian, Renate Hübner, Karl Kollmann, Michael-Burkhard Piorowsky und Nina Tröger, Hrsg. 2017. *Abschied vom eindimensionalen Verbraucher*. Kritische Verbraucherborschung. Wiesbaden: Springer VS.

- Gasteiger, Nepomuk. 2010. *Der Konsument: Verbraucherbilder in Werbung, Konsumkritik und Verbraucherschutz 1945-1989*. Frankfurt am Main: Campus.
- Geisler, Bob. 2015. Erster Weltkrieg in Hamburg: Wie der Hund in die Sülze kam. *Hamburger Abendblatt* (24. Juni). <http://www.abendblatt.de/hamburg/article205410069/Erster-Weltkrieg-in-Hamburg-Wie-der-Hund-in-die-Suelze-kam.html> (Zugriff: 24. Februar 2017).
- Haupt, Heinz-Gerhard. 2003. *Konsum und Handel: Europa im 19. und 20. Jahrhundert*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Haupt, Heinz-Gerhard und Claudius Torp, Hrsg. 2009. *Die Konsumgesellschaft in Deutschland 1890 - 1990: Ein Handbuch*. Frankfurt am Main: Campus.
- Hecking, Klaus. 2014. Was wurde eigentlich aus... dem Pferdefleischskandal? *Spiegel Online* (16. Juli). <http://www.spiegel.de/wirtschaft/pferdefleischskandal-viele-lebensmittel-immer-noch-betroffen-a-981159.html> (zugegriffen: 27. Februar 2017).
- Hilton, Matthew. 2009. *Prosperity for all: Consumer activism in an era of globalization*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Kenning, Peter, Andreas Oehler, Lucia A. Reisch und Christian Grugel, Hrsg. 2017. *Verbraucherswissenschaften: Rahmenbedingungen, Forschungsfelder und Institutionen*. Wiesbaden: Springer Gabler.
- Kleinschmidt, Christian, Hrsg. 2006. *Verbraucherschutz in internationaler Perspektive / Consumer protection in international perspective*. Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte / Economic History Yearbook 2006,1. Berlin: Akademie Verlag.
- Kleinschmidt, Christian. 2008. *Konsumgesellschaft*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- König, Gudrun M. 2009. *Konsumkultur - inszenierte Warenwelt um 1900*. Wien: Böhlau.
- König, Wolfgang. 2013. *Kleine Geschichte der Konsumgesellschaft: Konsum als Lebensform der Moderne*. 2., überarbeitete Auflage. Stuttgart: Steiner.
- Lutterroth, Johanna. 2012. Lebensmittelskandal 1919: Schuld und Sülze. *Spiegel Online* (8. Januar). <http://www.spiegel.de/einestages/lebensmittelskandal-1919-a-947431.html> (Zugriff: 1. März 2017).
- Philipski, Sven. 2010. *Ernährungsnot und sozialer Protest: Die Hamburger Sülzeunruhen 1919*. [Hamburg]: Adolph von Elm Institut für Genossenschaftsgeschichte/Heinrich-Kaufmann-Stiftung. http://www.kaufmannstiftung.de/0904_Suelzeunruhen_K1.pdf.pdf.

- Prinz, Michael, Hrsg. 2003. *Der lange Weg in den Überfluss: Anfänge und Entwicklung der Konsumgesellschaft seit der Vormoderne*. Forschungen zur Regionalgeschichte 43. Paderborn: Schöningh.
- Rick, Kevin. 2015. Verbraucherpolitik als Gegenmacht? Vom Scheitern einer westdeutschen Konsumentenbewegung „von unten“ in den 1960er Jahren. *Vierteljahrschrift für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte* 102, Nr. 2: 161–181.
- . 2016. Die Gründung der Stiftung Warentest als „zweitbeste Lösung“? Verbraucherpolitik zwischen Verbraucherorganisationen und Staat in den 1960er Jahren. *Historische Zeitschrift* 303, Nr. 2: 426–458.
- Schulte-Varendorff, Uwe. 2010. *Die Hungerunruhen in Hamburg im Juni 1919 – eine zweite Revolution?* Beiträge zur Geschichte Hamburgs 65. Hamburg: Hamburg University Press. http://hup.sub.uni-hamburg.de/purl/HamburgUP_BGH65_Schulte-Varendorff.
- Seefried, Elke. 2015. *Zukünfte: Aufstieg und Krise der Zukunftsforschung 1945-1980*. Quellen und Darstellungen zur Zeitgeschichte 106. Berlin: De Gruyter Oldenbourg.
- Spiekermann, Uwe. 1999. *Basis der Konsumgesellschaft: Entstehung und Entwicklung des modernen Kleinhandels in Deutschland 1850 - 1914*. Schriftenreihe zur Zeitschrift für Unternehmensgeschichte 3. München: C. H. Beck.
- Stoff, Heiko. 2015. *Gift in der Nahrung: Zur Genese der Verbraucherpolitik Mitte des 20. Jahrhunderts*. Stuttgart: Steiner.
- Torp, Claudius. 2011. *Konsum und Politik in der Weimarer Republik*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- . 2012. *Wachstum, Sicherheit, Moral: Politische Legitimationen des Konsums im 20. Jahrhundert*. Das Politische als Kommunikation 4. Göttingen: Wallstein Verlag.
- Trentmann, Frank. 2016. *Empire of things: How we became a world of consumers, from the fifteenth century to the twenty-first*. New York: Harper.
- Trumbull, Gunnar. 2006. *Consumer capitalism: Politics, product markets, and firm strategy in France and Germany*. Ithaca, NY: Cornell University Press.
- Verbraucherzentrale Hamburg. 2015. Sülze-Revolution in Hamburg. 15. September. <http://www.vzhh.de/vzhh/403111/wandbild.aspx> (zugegriffen: 24. Februar 2017).