

Konsum als politisches Problem

Konsumpolitische Ordnungsentwürfe in der Weimarer Republik

Claudius Torp

Folgt man den gängigen Interpretationen, gab es in Deutschland zwischen den beiden Weltkriegen keine Konsumgesellschaft. Das von schweren Krisen unterbrochene gesamtwirtschaftliche Wachstum der Weimarer Jahre war gebremst, das des Nationalsozialismus erscheint durch den Vorrang der Rüstungswirtschaft fehlgeleitet. In der Summe reichte die ökonomische Entwicklung nicht aus, um breiten Bevölkerungsschichten jene Spielräume disponiblen Einkommens zu verschaffen, die aus heutiger Sicht für eine Massenkonsumgesellschaft kennzeichnend sind. Solange Hunger und Mangel wiederkehrende bzw. anhaltende Erfahrungen darstellten, waren, so scheint es, gerade die gegenteiligen Merkmale einer mit Wohlstand und Wahlfreiheit gleichgesetzten Überflusgesellschaft bestimmend. Es ist unstrittig, dass die westdeutsche Nachkriegsgesellschaft, gemessen an der Höhe des Realeinkommens, der Konsumgüterproduktion und der Struktur des privaten Verbrauchs, seit der Mitte der 1950er Jahre weit mehr eine Konsumgesellschaft gewesen ist, als es in der Zwischenkriegszeit der Fall war (Wildt 1994: 20-27, 59-75; Mooser 1984: 73-87; König 2000: 124-25; Haupt 2003; Schildt 1997). Zweifelhaft ist hingegen, ob diese quantitativen Kriterien, aus denen qualitative Veränderungen im Verhalten der Konsumenten abgeleitet werden, theoretisch interessant und heuristisch fruchtbar sind. Zum einen ist die Grenze für jene Einkommenshöhe und jene Reihe von Konsumgütern, die eine Gesellschaft angeblich zur Konsumgesellschaft machen, offensichtlich nicht begründbar; zum anderen erscheint das von postmodernen Theoretikern wie Zygmunt Bauman und Norbert Bolz favorisierte Stufenmodell einer Entwicklung von der Bedürfnis- zur Wunsch- und Phantasieökonomie problematisch, ignoriert es doch die komplexe Überformung von Bedürfnissen durch Wünsche ebenso wie die hartnäckige Gleichzeitigkeit unterschiedlicher Konsumniveaus (Bauman 2001: 12-14; Bolz 2002: 99-109).

Zahlreiche historische Untersuchungen haben in den vergangenen Jahren begonnen, die Erforschung des Konsums von der engen Konzentration auf die Phänomene der Überflusgesellschaft zu lösen und damit auch solche Gesellschaften unter der Perspektive des Konsums analysiert, die sich nicht selbst als Konsumgesellschaften beschrieben haben. Dabei ist deutlich geworden, dass der Konsum in höchst unterschiedlichen Kontexten als öffentlich relevanter Bereich thematisiert wurde und dass insbesondere die Figur des Konsumenten zum Ob-

jekt zahlreicher politischer Diskurse und Maßnahmen sowie bisweilen zum Subjekt politischen Handelns wurde (Nonn 1996; Davis 1992; Merkel 1999; Berghoff 1999; Berghoff 2001; Daunton u. Hilton 2001; Trentmann 2004; Trentmann u. Maclachlan 2004; de Grazia 2005; Cohen 2003; Hilton 2003). Eine solche auffällige Politisierung des Konsums geschah auch in der Weimarer Republik. Die ganze Bandbreite konsumpolitischer Debatten, die sich beispielsweise um die Einrichtung von Verbraucherkammern, um staatliche Preiskontrollen, Zollpolitik sowie um die Verbrauchererziehung drehten, kann hier nicht erörtert werden. Im Zentrum der folgenden Ausführungen soll vielmehr die Tatsache stehen, dass die Konsumenten in der Zwischenkriegszeit zum Gegenstand größerer konsumpolitischer Strategien und divergierender Gesellschaftsentwürfe wurden, die eine andere „Ordnung der deutschen Gesellschaft“ in Aussicht stellten als die antagonistische klassengesellschaftliche, deren Überwindung allenthalben herbeigesehnt wurde (Nolte 2000: 77-127). Statt also dem letztlich fruchtlosen Wettlauf um die frühestmögliche Datierung des Durchbruchs zur Konsumgesellschaft zu frönen, soll es hier darum gehen, die politischen Implikationen des Konsums auszuleuchten. Die verschiedenen Antworten auf die Frage, wie mit der Herausforderung der entstehenden Konsumgesellschaft umzugehen sei, sind ein bislang nicht hinreichend beachteter Bestandteil des krisenbehafteten Entwicklungspotentials der Weimarer Republik, die als ein ‚Labor der Moderne‘ bezeichnet worden ist.¹

Indem untersucht wird, welche Konzepte zur Gestaltung der sich ankündigenden Konsumgesellschaft in der Zwischenkriegszeit diskutiert wurden, wird die Notwendigkeit eines historischen Prozesses infrage gestellt: Der Triumph des nach dem Zusammenbruch der sozialistischen Welt hegemonialen *consumer régimes*, in dessen Zentrum die Figur des individualisierten, unpolitischen und souveränen Konsumenten steht, erscheint heute oft als unaufhaltsam, so dass seine historischen Existenzbedingungen ebenso unterbelichtet bleiben wie die alternativen konsumgesellschaftlichen Arrangements, die im Laufe des 20. Jahrhunderts auf der Strecke blieben (Confino u. Koshar 2001; Jaraus u. Geyer 2005: 303-51). In der Weimarer Republik waren aber die entscheidenden Fragen, die das Verhältnis von Konsum und Politik, von individueller Lebensgestaltung und soziopolitischer Ordnung betrafen, noch offen: Inwieweit waren die Staatsbürger als Konsumenten zu betrachten, welche Rechte und Pflichten hatten sie,

1 Dieses Interpretationsmuster geht auf die bahnbrechende Studie von Detlev Peukert zurück, der gezeigt hat, wie in der Weimarer Republik in verschiedenen Spannungsfeldern gesellschaftlicher Modernisierung „nahezu alle Möglichkeiten der modernen Existenz durchgespielt“ wurden: Generationenkonflikte, Rationalisierungserfahrungen, Mobilisierungstendenzen in den Sozialmilieus, eine zwischen Avantgarde und Massenvergnügungen hin- und her gerissene Kultur, Aufbruch in den Massenkonsum (Peukert 1987: 266).

und mit welchen institutionellen Weichenstellungen sollte der Staat die Formierung der Konsumgesellschaft zu steuern versuchen?

1 Die Politisierung des Konsums

Bevor die konsumpolitischen Visionen erläutert werden, sollen noch die Bedingungen der modernen Politisierung des Konsums beschrieben werden, die erklären, warum seit Ende des 19. Jahrhunderts in diesem Ausmaß über Konsum als politisches Problem verhandelt werden konnte. Es ist zunächst einmal der semantische Befund aufschlussreich, dass das Wort „Konsumpolitik“ (oder auch „Konsumtionspolitik“) erst seit der Zwischenkriegszeit Verwendung findet (Mayer 1923: 874; ‚Konsumtion‘ 1931: 425; Kaliski 1927: 11-17; sowie bereits: Oldenberg 1914: 159-60). Warum aber, so könnte man fragen, sprach man nicht schon in vormodernen Gesellschaften von Konsumpolitik, wo doch die Möglichkeitsbedingungen der Politisierbarkeit von Konsum schon immer gegeben sind? Konsumiert wird schließlich in allen Gesellschaften, und auch Diskurse über wünschenswertes Konsumverhalten sowie Reglementierungen des die öffentliche Ordnung gefährdenden Konsums finden sich allenthalben, wie beispielsweise die Luxus- und Genussmittelverbote sowie die Kleiderordnungen in mittelalterlichen Städten bzw. Höfen zeigen.² Der moderne Wortgebrauch von „Konsumpolitik“ indiziert offenbar eine historische Entwicklung, nach der die Sphäre des Konsums *als Ganzes* – und nicht nur in ihren Teilbereichen von Luxus, Bekleidung, Brot- oder Fleischversorgung etc. – als politisches Problem diskutiert und der politischen Regulierung unterworfen werden kann. Diese Entwicklung, die die Möglichkeitsbedingung der modernen Konsumpolitik geschaffen hat, lässt sich – trotz aller Kritik an diesem Konzept – als Modernisierungsprozess beschreiben, der sich in Westeuropa und in Nordamerika im späten 19. und frühen 20. Jahrhundert vollzog.

Es lassen sich hier ökonomische, soziale, politische und wissenschaftliche Prozesse benennen, die die an sich universelle Praxis des Konsumierens zu einem zunehmend eigenständigen, politisch sensiblen und gesellschaftsformierenden Bereich machten. Ökonomisch ging die Entwicklung von der Selbstversorgung hin zum Markt als zentralem Allokationsmechanismus, wodurch – wie schon Marx zutreffend konstatierte – der Arbeiter zunehmend von seinem natür-

2 Vgl. das im Bielefelder Sonderforschungsbereich „Das Politische als Kommunikationsraum in der Geschichte“ laufende Projekt zu Konsum als politischem Problem vom Spätmittelalter bis zum 18. Jahrhundert: www.uni-bielefeld.de/geschichte/sfb584/.

lichen „Consumtionsfonds“³ getrennt und zur Befriedigung seiner Bedürfnisse zum Eintritt in Marktbeziehungen gezwungen war. Mit dieser Entwicklung aufs engste verknüpft war eine stetig wachsende Urbanisierung, die die Stadt gegenüber dem Land als Ort des Konsums privilegierte oder in Zeiten von Versorgungskrisen in eine prekäre Abhängigkeit versetzte.⁴ Was die sozialen Mobilisierungstendenzen betrifft, die die Modernisierung kennzeichnen, waren Klasse und Geschlecht als die wichtigsten Dimensionen sozialer Ungleichheit gleichfalls eng mit dem Bedeutungszuwachs des Konsums verbunden. Ohne eine Aussage darüber machen zu wollen, ob die Ungleichheiten in der Massenkonsumgesellschaft sich nivelliert haben, wie Schelsky das behauptet hat, oder sie sich in subtileren Formen realisieren, wie das etwa der Bourdieuschen Vorstellung entspricht, lässt sich doch feststellen, dass sich gesellschaftliche Positionskämpfe und individuelle Selbstdeutungen stärker im Medium des Konsums vollziehen als dies in traditionellen Gesellschaften der Fall ist. Die von Christoph Nonn analysierten Teuerungspöte zeigen etwa, dass für die Position der Arbeiterschaft im Wilhelminischen Kaiserreich nicht allein ihre Stellung im Produktionsprozess, sondern vor allem auch eine erschwingliche Fleischversorgung entscheidend war (Nonn 1996).⁵ Politisch waren die genannten sozioökonomischen Prozesse von einer zunehmenden Reglungsdichte staatlichen Handelns begleitet. Der Interventionismus verstärkte die Wahrnehmung der Staatsbürger als Konsumenten, da die Partizipation an einem bestimmten Konsumniveau als Bestandteil sozialer Bürgerrechte betrachtet wurde (Marshall 1977: 105-26; de Grazia 2005: 75-129; Glickman 1997; Sachße u. Tennstedt 1980/1988/1992). In der Konstruktion des – wie auch immer bestimmten – Existenzminimums, das zu garantieren zu einer vordringlichen staatlichen Aufgabe wurde, manifestiert sich der gewachsene Regelungsanspruch des Staates. In zahlreichen Politikfeldern wie in der Preis-, Lohn-, Steuer- und Zollpolitik konnten wichtige Entscheidungen nicht mehr ohne Rekurs auf die Interessen der Verbraucherschaft gefällt werden. Die wissenschaftliche Beschäftigung mit dem Konsum schließlich reicht zurück zu den Grenznutzen-Theoretikern des 19. Jahrhunderts, die die menschlichen Bedürfnisse und ihre Rangordnung zum Zentralphänomen der Wirtschaft erklärten – wenngleich die Fixierung der Wirtschaftswissenschaften auf die Produktionssphäre der Konsumtheorie lediglich eine Nebenrolle zuwies. Als sich

-
- 3 Vor der Entstehung der Lohnarbeit war dieser nach Marx zugleich „Bestandtheil des ursprünglichen Produktionsfonds“, d.h. noch nicht von den „objektiven Bedingungen der Production – Lebensmittel, Rohmaterial, Instrumente“ zu unterscheiden (Marx 1857/58: 396, 411).
 - 4 Der Anteil der Beschäftigten in der Land- und Forstwirtschaft fiel von 54,6 % (1849/58) auf 33,9 % (1933), während der Anteil der Bevölkerung, der in Großstädten von mehr als 100.000 Einwohnern lebte, im gleichen Zeitraum von 2,6 % auf 30,4 % stieg. Vgl. Hoffmann 1965: 35, 178, Tab. 6.
 - 5 Zur Geschlechterdimension des Konsums vgl. de Grazia u. Furlough (1996).

dann die statistisch arbeitende Lebenshaltungsforschung, später die Marktfor- schung und die Werbepsychologie mit dem Phänomen befassten, wuchs das praktisch verwendbare empirische Wissen vom Verhalten der Konsumenten rasant an (Slater 1997: 42-45; Miller 1996; Pierenkemper 1987: 5; Schivelbusch 2005; Conrad 2004; Reinhardt 1993: 87-99).⁶

Es sind demnach vier Modernisierungsdimensionen, die im späten 19. und frühen 20. Jahrhundert den Konsum erst als eigenständigen Wirklichkeitsbereich hervortreten lassen, der dann zum Gegenstand explizit konsumpolitischer Dis- kurse und Maßnahmen wird: die Ausbreitung der Marktökonomie, gesellschaf- tliche Mobilisierungstendenzen sowie die Zunahme des staatlichen Interventio- nismus und wissenschaftlicher Durchdringung. Einige dieser Prozesse kumulie- ren in Deutschland in einer Zeit schlimmster Versorgungskrisen, und zwar der- gestalt, dass ein Sprung in der Konstituierung des Konsums als Politikfeld zu verzeichnen ist: Im Ersten Weltkrieg nämlich, als die Sorge um die Stabilität der Heimatfront spätestens seit dem Hungerwinter 1916/17 ubiquitär wird, verschärft sich der bereits im Kaiserreich hervorgetretene Konflikt zwischen Stadt- und Landbevölkerung in dramatischer Weise. Der Markt versagt als Allokationsme- chanismus, ein aufwendiges und funktionsuntüchtiges System der Bewirtschaftung notwendiger Lebensmittel und der Preiskontrollen wird geschaffen. Den Frauen gelingt es, in den Protesten gegen den Versorgungsnotstand ihre öffentli- che Identität von dem im Warenhaus-Diskurs des Kaiserreichs geprägten Bild der verführbaren und genussüchtigen Konsumentin zum Image der rational wirtschaftenden Haushaltsexpertin zu wandeln, die im öffentlichen Interesse handelt. Neben der politischen Regulierung des Verbrauchs durch das 1916 ge- gründete Kriegsernährungsamt existieren als halboffizielle Beratungs- und Er- ziehungsorgane die Kriegsausschüsse für Konsumenteninteressen, die, bestehend aus Vertretern von Konsumgenossenschaften, Gewerkschaften, Hausfrauen- und Mietervereinen, Lobbyarbeit für eine verbraucherfreundliche Politik machen sollen. Wichtiger Bestandteil ihrer Tätigkeit ist darüber hinaus die Erweiterung der Wissensbasis über das Verbraucherverhalten, was sich in der Erhebung von Wirtschaftsrechnungen äußert (Davis 1992: 28, 114-17; Roerkohl 1991; Kocka 1973: 96-103).

Das war die Situation am Vorabend der Weimarer Republik: Zwar existierte kein eigenes Ministerium und kein etwa den Gewerkschaften an Durchsetzungs- kraft vergleichbarer Interessenverband der Konsumenten, der sich diesem Poli- tikfeld exklusiv gewidmet hätte. Doch waren die Stimmen, die die Rechte und Pflichten der Verbraucher auf die politische Tagesordnung setzten, vorhanden –

6 Zur unzulänglichen Theoretisierung des Konsums in der neoklassischen Ökonomie vgl. Fine (2002: 125-54).

eher vielstimmig und flüchtig, deswegen aber keineswegs weniger relevant. Es existierten zwei konkurrierende konsumpolitische Ordnungsentwürfe, die die Rolle des Staatsbürgers als Konsumenten in den Mittelpunkt rückten: Der eine, der die Konsumgenossenschaft als sozioökonomisches Idealgebilde propagierte, rechnete mit der relativen Stabilität von Bedürfnissen und zielte auf die schrittweise Umgestaltung des Kapitalismus in eine Bedarfsdeckungswirtschaft. Der andere, der auf eine Kaufkraftpolitik nach amerikanischem Vorbild setzte, unterstützte die Bedürfnisdynamik und strebte danach, die sozialen Bruchlinien innerhalb der bestehenden Ordnung zu beseitigen.

2 Bedarfsdeckungswirtschaft: das Leitbild der Konsumgenossenschaften

Die Konsumgenossenschaftsbewegung muss als eine breite gesellschaftliche Reformbewegung verstanden werden, deren Organisationserfolge – gemessen an der Mitgliederentwicklung – in der Mitte der zwanziger Jahre ihren Höhepunkt erreichten. Das bestens organisierte Vereinswesen, die verschiedenen Presseorgane sowie das Prestige eloquenter führender Persönlichkeiten wie Heinrich Kaufmann und Peter Schlack garantierten der Bewegung, die sich überdies der öffentlichen Unterstützung so konträrer Berühmtheiten wie Karl Kautsky und Ferdinand Tönnies erfreuen konnte, dass sie von Regierungskreisen nicht ignoriert werden konnte.⁷ Zu den jährlichen Genossenschaftstagen entsandten die Reichs- und die preußische Regierung regelmäßig hochrangige Vertreter. Nachdem sich die Bewegung 1903 gespalten hatte, existierten zwei große Verbände: Im Hamburger „Zentralverband“, der von der Sozialdemokratie und den freien Gewerkschaften beeinflusst wurde, waren 1927 in 1086 Vereinen mehr als 2,8 Mio. Mitglieder zusammengefasst. Der den christlichen Gewerkschaften nahe stehende „Reichsverband“, in Köln ansässig, zählte zur gleichen Zeit 275 Vereine mit ca. 0,8 Mio. Mitgliedern (Schloesser 1929: 562; Weuster 1980: 577; Prinz 1996: 233-87). Obgleich in der praktischen Arbeit kaum unterschieden, waren die Zielvisionen der beiden von unterschiedlicher Reichweite. Verstand der „Reichsverband“ die Genossenschaften lediglich als sinnvolle Ergänzung privatkapitalistischer Unternehmensformen, um profitwirtschaftliche Exzesse besonders der großen Handelsoligopole einzudämmen, war es das Ziel des „Zentralverbands“, durch sukzessive Ausbreitung der Vereine langfristig die gesamte

7 Zur parteienübergreifenden Wertschätzung der Konsumgenossenschaften vgl. die von Robert Schloesser zusammengestellte Flugschriftensammlung des Reichsverbands: Die Konsumgenossenschaft im Urteil führender Zeitgenossen, sowie die jährlichen Berichte über die Genossenschaftstagen des Zentralverbands in der „Konsumgenossenschaftlichen Rundschau“.

Wirtschaft genossenschaftlich zu organisieren.⁸ Diese revisionistische Perspektive, nach der der Sozialismus durch praktische Aufbauarbeit nicht erst nach dem Zusammenbruch, sondern innerhalb des Kapitalismus entstand, war auch in der politischen Publizistik vorherrschend.

Als einer der wichtigsten Theoretiker des Genossenschaftssozialismus fand der Nationalökonom Robert Wilbrandt, der erklärt hatte, Sozialist könne nur sein, wer nicht Marxist sei, in der Weimarer Öffentlichkeit ein begeistertes Echo.⁹ Im „Grundriss der Sozialökonomik“ erläuterte er 1927 die historische Entwicklung der Konsumvereinspolitik sowie ihre grundlegenden Prinzipien und Vorbilder (Wilbrandt 1927: 411-56). Sowohl in der „Epoche der Konkurrenz“ als auch in der des „Monopols“, wie Wilbrandt die Entwicklungsstufen des Kapitalismus nannte, gebe es Kräfte, die den Konsumenten in Gegensatz zur Marktwirtschaft brächten und ihn zur Selbsthilfe veranlassten. Die Konkurrenz mehrerer Händler bringe etwa die Neigung zu Qualitätsverschlechterungen und Verfälschungen der Produkte mit sich und führe zudem eher zu Preissteigerungen, da die Vertriebs- und Werbungskosten wüchsen. Im Monopolsystem, in dem man sich nun, dem Kartellierungsgrad der Volkswirtschaft nach zu urteilen, zweifellos befinde, sei der Konsument erst recht vom Preisdiktat der Produzenten abhängig. Aus dem hier konstruierten notwendigen Interessengegensatz ergaben sich, gleichfalls mit einer gewissen Zwangsläufigkeit, die ersten Bemühungen der Konsumenten, ihre gemeinsame Selbstversorgung zu organisieren: Sie richteten aus gemeinschaftlichem Kapital Einkaufs- und Verteilungsstellen ein, die Bedarfsgüter direkt vom Erzeuger bezogen und an Mitglieder verkauften. „Großbritannien, das Land der frühesten Blüte des modernen Kapitalismus, hat auch die ihm erwachsende Gegnerschaft der Konsumenten zur Reife gebracht“ (Wilbrandt 1927: 437). Seit ihrer Gründung Mitte des 19. Jahrhunderts galten die starken britischen Konsumgenossenschaften als studienreisaugliches Vorbild, deren Verbreitungswege und Organisationstechniken nicht nur ihre deutschen Kollegen zu kopieren versuchten. Die wichtigsten Prinzipien, die Robert Owens und William Kings „Redliche Pioniere“ von Rochdale 1844 in England aufgestellt hatten, galten weitgehend unverändert auch im deutschen Konsumgenossenschaftswesen der Weimarer Zeit. Neben der Barzahlung, der Reinheit der Ware, der politischen und religiösen Neutralität – ein später umstrittener Punkt – waren zwei Grundsätze von hervorragender Bedeutung: erstens die Rückvergü-

8 Erkennbar ist diese Differenz an den Positionen Heinrich Kaufmanns und Peter Schlacks, den führenden Köpfen von „Zentralverband“ bzw. „Reichsverband“. Vgl. Weuster (1980: 157-309).

9 Vgl. die Werbeanzeige für Wilbrandts „Sozialismus“, die 1919 bei Diederichs erschien, in: Die Tat 16. 1924, H.

1, mit Kurzrezensionen von „Frankfurter Zeitung“, „Kunstwart“, „Sächsischer Staatszeitung“ und „Freideutscher Jugend“.

tung der erwirtschafteten Gewinne, die sich nicht nach der Höhe des eingezahlten Kapitals, sondern nach der der getätigten Einkäufe richtete – das machte den genossenschaftlichen Einkauf lukrativ und steigerte den Umsatz; zweitens das gleiche Stimmrecht jedes Mitglieds, wiederum unabhängig vom finanziellen Engagement, bei der Entscheidung über die Verwendung der Überschüsse – damit war der Konsumverein ein demokratischer und kein hierarchischer Verband (Wilbrandt 1927: 428-29, 441-45; Schloesser 1929: 562).

Diese durchaus praxisorientierte Bewegung bezog ihre Strahlkraft daraus, dass sie das Ideal der Bedarfdeckungswirtschaft – bereits für Karl Kautsky die Definition des Sozialismus¹⁰ – in greifbare Nähe rücken ließ. Bedarfsdeckung war eine sozialtechnologische Vision mit humanistischem Kern, die das Ende des durch Ausbeutung und Mangel verursachten menschlichen Leids versprach. Heinrich Peus, Führungsfigur der anhaltinischen SPD, brachte in den „Sozialistischen Monatsheften“ den Planungsoptimismus auf den Punkt: „An die Stelle der Anarchie [der Profitwirtschaft] soll planmäßige, zusammenfassende Ordnung treten“ (Peus 1919: 526). Die utopische Dimension dieses Vorhabens war ein zentrales Integrationsmoment in der Konsumvereinsbewegung. Wilbrandt träumte davon, dass eine internationale Föderation von Genossenschaftsverbänden, „durch die Mitgliedermassen mächtig in allen Parlamenten, über den heutigen Groß- und Kleinstaaten stehen [würde] als eine Instanz, vor der die Bedürfnisse aller Konsumenten zur ökonomischen Befriedigung zu bringen wären“ (Wilbrandt 1922: 61). Für andere waren die Konsumvereine der Weg zu nichts Geringerem als „einer höheren Form menschlichen Gemeinschaftslebens“, (Laufkötter 1920: 163) und Peus ergänzte den besonders reizvollen Aspekt der Utopie, dass nämlich ihr Eintreten keineswegs utopisch, sondern vielmehr eine Frage beharrlichen Engagements war: „Jeder Arbeiter, der etwas kauft, hat die Möglichkeit dadurch ein Stück sozialistischer Ordnung zu schaffen“ (Peus 1930: 648). Das große Versprechen einer solchen Ordnung, zu der nach Ansicht des Neukantianers Franz Staudingers „die Organisation der Konsumenten den Ausgangs- und Schlüsselpunkt“ bildete, war demnach die vollständige „Befriedigung der Konsuminteressen, der materiellen wie der geistigen“ (Staudinger 1918/19: 615) – eine Aussicht, die gerade in der Krisenzeit der Inflation, als die Konsumgenossenschaften besonderen Zulauf erhielten, wie die Verheißung des gelobten Landes wirkte. Um zum Ziel zu gelangen, hatte man das zentrale gesellschaftliche Funktionsprinzip des Tausches durch das der Organisation zu ersetzen. Die Berechenbarkeit der Bedürfnisse und die Planbarkeit ihrer Befriedigung waren daher im Kern des konsumgenossenschaftlichen Projekts verankert. Dass hiermit

10 Sozialismus sei die „Produktion einer Gesellschaft oder Genossenschaft zur Deckung ihres eigenen Bedarfs, beziehungsweise des Bedarfs ihrer Mitglieder“, so Kautsky im Erfurter Programm der SPD, zit. bei Staudinger (1918/19: 611).

zugleich von einer weitgehenden Stabilität der Bedürfnisse ausgegangen wurde, ohne die eine für Organisationsleistungen unabdingbare Erwartungssicherheit undenkbar war, wurde zumeist jedoch nicht reflektiert. Nur höchst selten fand sich eine Prognose wie die von Gregor Bienstock, der in der von Rudolf Hilferding herausgegebenen Theoriezeitschrift „Die Gesellschaft“ die sozialistische Wirtschaftsweise als „stationär“ charakterisierte, als eine „Begrenzung der materiellen Bedürfnisse, einen Verzicht auf Erschließung neuer Quellen der Bedürfnisbefriedigung“, weshalb er empfahl, die mit der kapitalistischen Konkurrenz und Dynamik verknüpften emotionalen Elemente irgendwie in den Sozialismus hinüber zu retten (Bienstock 1928: 417, 422-25).

Neben das Ideal der Verteilungsgerechtigkeit trat der Glaube an die größere Effizienz der Bedarfsdeckungswirtschaft. Er beruhte wesentlich auf der Überlegung, dass sich an den genossenschaftlich organisierten Konsum mit der Zeit eine auf ihn zugeschnittene Produktion anlagern würde – entweder in Form von Produktivgenossenschaften, die sich allerdings in der Realität nicht bewähren konnten, oder in Gestalt der konsumgenossenschaftlichen Eigenproduktion, die tatsächlich beträchtliche Erfolge verbuchen konnte. In jedem Fall galt eine Wirtschaft, in der nach dem im voraus berechneten Bedarf produziert wurde, in vielerlei Hinsicht auch als ökonomisch überlegen. Erstens schien sie vollkommen resistent gegenüber den Krisen, die im Kapitalismus durch regelmäßig wiederkehrende Über- oder Unterproduktion angelegt waren. Zweitens entfielen bei der genossenschaftlichen Produktion und Distribution die Unternehmer- und Händlerprofite, da Überschüsse an die Mitglieder rückvergütet oder zum weiteren Aufbau der Genossenschaft verwendet wurden. Drittens wurde durch die Ausschaltung des Konkurrenzprinzips eine gewaltige Kostenersparnis erreicht: Statt einer Vielzahl von Einzelhandelsgeschäften musste nur eine zentrale Verteilungsstelle eingerichtet werden, und die im Absatzkampf unentbehrlichen Reklamekosten entfielen ebenso wie die Produktion immer neuer Moden, die als ein Phänomen künstlich übersteigter Bedürfnisse betrachtet wurden und nur durch unternehmerische Profitgier entstanden zu sein schienen. All diese Vorteile ließen sich in den Konsumvereinen zur Verbesserung und Verbilligung der Produkte einsetzen – für die Nahziele also, die ihre Popularität begründeten (Warburg 1924: 199-207; Wilbrandt 1922: 58-62; Barthel 1917/18: 564-68; Peus 1918: 184-85; Staudinger 1918/19: 609-15).

Das hier skizzierte Wirtschaftsmodell setzte mithin auf die Macht der organisierten Verbraucherschaft. „Als Arbeiter unfrei, ist er als Käufer so gut wie allmächtig, sobald er einheitlich auftritt“, frohlockte Staudinger, und in der „Gesellschaft“ glaubte Gustav Warburg in rousseauistischer Manier, dass die „konsumgenossenschaftliche Bedarfsdeckungswirtschaft (...) die Rückkehr zum ursprünglichen Zustand [ist]. Der Konsum herrscht wieder“ (Staudinger 1918/19:

614; Warburg 1924: 202). Die Befreiung von den drei kapitalistischen Flüchen der Krisen, der Ausbeutung und der Verschwendung, die hiermit in Aussicht gestellt wurde, lässt die Vorstellung eines Null-Summen-Spiels erkennen: Nur eine bestimmte Wertmenge konnte verteilt werden, und wo Überflüssiges produziert und unnütze Kraftaufwendung betrieben wurde, musste dies zulasten des Notwendigen gehen, weshalb umgekehrt eine regulierte Wirtschaft von entsprechenden Einsparungen profitieren würde.

Solange die Bedarfsdeckungswirtschaft noch nicht Wirklichkeit war, war der ‚natürliche Feind‘ der Konsumvereine der Einzelhandel. Nachdem dieser vor dem Ersten Weltkrieg stets am längeren Hebel gesessen hatte, wenn es darum ging, Maßnahmen politischer Protektion zu erwirken, fand er sich nun unter massivem, von den Konsumgenossenschaften forcierten Druck: Sowohl die Erfahrungen der Inflationszeit als auch der breite gesellschaftliche Rationalisierungsdiskurs beglaubigten das Argument der Genossenschaftler, der Einzelhandel sei insgesamt eine volkswirtschaftlich entbehrliche Einrichtung, da er sich mit seinen Profitinteressen zwischen Erzeuger und Verbraucher schiebe und auf diese Weise lediglich zur Verteuerung der Waren beitrage. Die Rede vom ‚unnützen Zwischenhandel‘, den es auszuschalten gelte, war gerade in der Inflation ein Topos des konsumpolitischen Diskurses (Schlack 1919: 10; Stühmer 1921: 339; Trimborn 1922: 346-49; Peus 1922: 862-64; Müller 1921: 1123; 1922: 359-60). Politiker von rechts bis links nutzten, wie Martin H. Geyer gezeigt hat, das populistische Potential der Einzelhandelskritik, um mit der bisweilen antisemitisch aufgeladenen Rhetorik der ‚Wucherbekämpfung‘ die Unterstützung der Verbraucher zu gewinnen (Geyer 1998: 167-204, 278-318).

Gleichwohl hatte auch die anvisierte gesellschaftliche Harmonie zunächst ihre Grenzen, konnten doch nicht alle Gruppen ohne weiteres in die ‚Konsumgemeinschaft‘ eingeschlossen werden. Das lag daran, dass nicht jeder, der konsumierte, auch ein Konsument war, wenn es nach seinen ökonomischen Interessen ging. Konfessionell und parteipolitisch freilich hatten die Konsumgenossenschaften in Fragen der Mitgliedschaft und des politischen Handelns neutral zu sein, darauf hatten sich ‚Zentralverband‘ und ‚Reichsverband‘ verpflichtet – bei allen wiederkehrenden Konflikten darüber. Im Klassenkampf hingegen konnten und sollten die Konsumgenossenschaften nicht neutral sein, wie Gustav Warburg formulierte. ‚Abstrakt betrachtet‘, sei es zwar richtig, dass das ‚Konsumenteninteresse (...) ein allgemeines gesellschaftliches und kein Klasseninteresse‘ (Warburg 1927: 555) sei. Tatsächlich sei dies aber erst im voll entwickelten Sozialismus der Fall, während im noch kapitalistisch bestimmten Übergangsstadium, in dem man sich befinde, etwa bei ‚Kleinhändlern‘ oder ‚kaufmännisch-industriellen‘ Kreisen die Produzenteninteressen ihre auch vorhandenen, aber

schwächeren Konsumenteninteressen verdrängten (Peus 1918: 184; Wilbrandt 1923: 8). Einstweilen gelte daher:

„Für die Mitgliedschaft bei den Konsumgenossenschaften kommen grundsätzlich nur diejenigen Klassen in Betracht, deren Konsumenteninteresse das Produzenteninteresse überwiegt oder ihm mindestens gleichkommt, also Arbeiter, Angestellte, Beamte (daneben vielleicht noch Rentner), kurz die besitzlosen Klassen. (...) In der kapitalistischen Wirtschaftsverfassung kann das gemeinsame Konsumenteninteresse nicht ausreichen, um eine Organisation alle Klassen umfassen zu lassen“ (Warburg 1927: 555-56).

Ähnlich argumentierten die Vertreter des „Reichsverbands“, die seit 1917 für die Einrichtung von Verbraucherkammern plädierten. In ihren Tätigkeitsfeldern dem „Kriegsausschuss für Konsumenteninteressen“ nachempfunden, d. h. mit der Beratung der Behörden und der Vertretung und Erziehung der Verbraucher betraut, sollten die Kammern als Organe der wirtschaftlichen Selbstverwaltung eine eigentümliche demokratische Legitimation erhalten: Wählbar und wahlberechtigt sollten all jene Bürger sein, bei denen das „reine Verbraucherinteresse“ überwog – also wiederum „alle Volksangehörigen mit Ausnahme aller selbständigen Unternehmer und Händler und der Verwaltungs- und Aufsichtsratsmitglieder von Erwerbsgesellschaften“ (Barthel 1917/18: 567).¹¹ Eine angeblich objektiv feststellbare, ökonomische Interessenlage wurde demnach zur Grundlage der politischen Organisation der Konsumenten gemacht, die aber zugleich mit dem Anspruch auftrat, dass das gegenwärtige Gruppeninteresse zugleich das der Allgemeinheit in der idealen Zukunftsgesellschaft verkörperte.

Der Optimismus, auf der Grundlage der genossenschaftlichen Selbsthilfe der Konsumenten eine neue Gesellschaft errichten zu können, konnte die Grenzen und Probleme des Projekts nicht verdecken, dessen waren sich auch seine Protagonisten bewusst. Das erste Hindernis bestand zunächst in der mangelnden Einsatzbereitschaft der organisierten Verbraucher. Die Konsumvereine, die selbst als Erziehungsanstalten fungieren sollten, in denen die Mitglieder den Geist des Genossenschaftssozialismus durch praktisches Lernen in sich aufsaugen würden, konnten selbst nur bestehen, wenn ein gewisses Maß an Gemeinsinn bereits vorhanden war. An der „seelische[n] Vorbedingung: [der] Solidarität“, die Wilbrandt beschwor, schien es aber allzu oft zu hapern, wie er enttäuscht beobachtete: In der Generalversammlung eines Vereins sei der einzige wenigstens durch kritische Bemerkungen mitarbeitende Teilnehmer sofort zum Geschäftsführer bestimmt worden (Wilbrandt 1923: 5). Gerade hinsichtlich der

11 Zur sich anschließenden Bewegung für die Einrichtung der Kammern vgl. Oestreich (1918/19: 114-17); Dölz (1917); Schloesser (1916; 1920).

Rekrutierung des Führungspersonals schien es Wilbrandt fatal, wenn von den beiden großen Versprechungen der Bewegung, dem ökonomischen Vorteil einerseits und der Verteilungsgerechtigkeit andererseits, letztere zu stark in den Hintergrund trat, da ohne die „soziale Sehnsucht“ das Personal „nicht zu den Opfern bereit [sei], deren es im Befreiungskampf fähig zu sein pflegt“ (Wilbrandt 1927: 449-50). Was die Konsumvereine langfristig aber noch härter traf und von mehreren Autoren bitter beklagt wurde, war die „Untreue“ der Genossenschaftler im Kaufverhalten. Wenn verkündet wurde, es sei „ihre Pflicht, alle Gebrauchsgegenstände, die im Konsumverein zu haben sind, dort zu kaufen, und es ist ferner ihre Pflicht, jeden Groschen, den sie erspart haben, der Genossenschaft zur Verfügung zu stellen“, dann ist zu ahnen, dass die Wirklichkeit anders aussah (Laufkötter 1920: 165). Die Konkurrenz der Einzelhändler machte den Konsumvereinen immer wieder die Kundschaft abspenstig; ein Umstand, der den überzeugten Theoretikern der Bewegung letztlich unverständlich war: Die Leute ahnten offenbar nicht, wie Wilbrandt bemerkte, „daß es ihr *eigener* Laden ist, den sie boykottieren“ (Wilbrandt 1923: 5), und Heinrich Peus formulierte das Dilemma präzise: „Nichts aber steht der erwünschten konsumgenossenschaftlichen Entwicklung im Weg, als daß denjenigen, die daran objektiv interessiert sind, das subjektive Interesse hierfür fehlt“ (Peus 1930: 648).

3 Kaufkraftpolitik: das amerikanische Modell der Wachstumsgesellschaft

Während in der unmittelbaren Nachkriegszeit der Optimismus der Konsumgenossenschaftsbewegung groß war, mehrten sich seit Mitte der zwanziger Jahre die skeptischen Stimmen, die auf die oben skizzierten Hindernisse und Grenzen ihrer Durchsetzungsfähigkeit aufmerksam machten. In dieser Zeit entstand eine divergierende Vision einer Bürgergesellschaft von Konsumenten, die die genossenschaftliche zwar nicht ablöste, jedoch wachsenden Zuspruch erhielt und in zentralen Grundannahmen und Zielsetzungen ihr diametral entgegengesetzt war. Unter dem Schlagwort der „Kaufkraftförderung“ verbarg sich das Modell einer Wachstumsgesellschaft, in der Produktionszuwächse und ein steigender Lebensstandard eine dauerhafte Verbindung eingingen. Nicht die gerechte Verteilung des Vorhandenen zur Befriedigung der notwendigen Bedürfnisse, sondern die Ausdehnung der „Kulturbedürfnisse“ durch Erhöhung des gesellschaftlichen Wohlstands war das Ziel einer Strategie, in der die Kaufkraft der Konsumenten und die Rationalisierung an zentraler Stelle standen. Gleichwohl bestanden auch Berührungspunkte zwischen den beiden Gesellschaftsentwürfen: Zum einen übten die gemeinschaftsbildenden Effekte der Konsumvereine über ihre eigentli-

chen Trägergruppen hinaus eine Faszination aus, versprach doch das in ihnen gepflegte Ideal der Opferbereitschaft die allseits begehrte Abkehr vom wirtschaftlichen Egoismus. Zum anderen lag auch den Konsumgenossenschaftlern der technische Fortschritt am Herzen, der, durch die Effizienzleistungen der Bedarfsdeckungswirtschaft gefördert, vor allem zur Verbilligung notwendiger Massenkonsumartikel einsetzbar war. Insofern waren beide Strategien auf den Massenkonsum gerichtet, der aber in einem Fall die Sicherung relativ statischer, im anderen die Ausdehnung dynamischer Bedürfnisse bedeutete. Der aufgrund solcher Überschneidungen ausbleibende Konflikt zwischen den Leitbildern der stationären Bedarfsdeckung und des dynamischen Massenkonsums ändert jedoch nichts an ihrer grundsätzlichen Differenz.

Das Konzept einer kontinuierlichen Steigerung der Kaufkraft stand seit Mitte der zwanziger Jahre und insbesondere in der Weltwirtschaftskrise im Mittelpunkt prominenter programmatischer Beiträge. Typisch für diese insbesondere in den Arbeitnehmervereinigungen populäre Position war besonders Anton Erkelenz, Spitzenfunktionär der liberalen Gewerkvereine. Erkelenz, der 1930 von der DDP zur SPD übertrat, hatte die Vereinigten Staaten bereist und begann frühzeitig, öffentlich für den Konsumenten als Konjunkturmotor einzutreten (Erkelenz 1925a; 1925b; 1925c; 1926a; 1926b; 1930a; 1930b; 1931).¹² Ähnlich Fritz Tarnow, der Vorsitzende des Holzarbeiterverbandes: Tarnow nahm 1925 an der Amerikareise deutscher Gewerkschaftsführer teil und warb seit Sommer 1931 für den viel diskutierten Woytinsky-Tarnow-Baade-Plan zur kreditfinanzierten Arbeitsbeschaffung, der auf Wladimir Woytinsky zurück ging und seit April 1932 vom Allgemeinen Deutschen Gewerkschaftsbund (ADGB) offiziell unterstützt wurde (Amerikareise 1926; Tarnow 1928; Schneider 1975; Winkler 1987: 494-506). Kaufkraftpolitik propagierten jedoch nicht nur die großen Arbeitnehmervertretungen vom ADGB über den Gesamtverband der Angestellten bis zum Deutschnationalen Handlungsgehilfen-Verband. Auch einige wenige, aber prominente Ökonomen und Unternehmer, der Leiter des Statistischen Reichsamts, Ernst Wagemann, sowie Mitglieder der Ministerialbürokratie und der Regierung wandten sich im Laufe der Jahre 1931/32 gegen die von Brüning und Reichsbankchef Luther forcierte Deflation und setzten auf eine gezielte Stärkung der Nachfrage zur Überwindung der Krise.¹³

12 Weitere Publikationen Erkelenz' zit. bei Büttner (1989: 223, 235-36).

13 Ökonomen: Röpke, Schumpeter, Colm, Heimann; Unternehmer: Silverberg, Dernburg; Ministerialbürokraten: Schäffer, Lautenbach; Minister: Warmbold (Büttner 1989). Die vorgebrachten Konzepte ließen sich jedoch aus verschiedenen Gründen nicht durchsetzen. Nicht nur weil Brüning eine Verschärfung der Krise aus außenpolitischem Kalkül in Kauf nahm, nicht nur weil die Reparationsregelungen und die Lage der öffentlichen Finanzen das *deficit-spending* blockierten, scheiterten die Pläne, sondern vor allem auch weil sie den Charakter des Experiments nicht abschütteln konnten. So überzeugt zahlreiche Experten von der Notwendigkeit einer kaufkraftstärkenden

Rudolf Wissell, eigentlich als Vordenker der sozialistischen Gemeinwirtschaft bekannt, befürchtete bereits 1929 als Reichsarbeitsminister, die „Bedürfnislosigkeit der Massen“ könne der Wirtschaft zum Verhängnis werden, weshalb der Staat durch Eingriffe in die Lohnpolitik dafür zu sorgen hätte, „den Lebensstandard der arbeitenden Bevölkerung durch Kaufkraftsteigerung weiter zu fördern“ (Wissell 1929: 5, 8). Anton Erkelenz, dessen Forderungen nach Entstaatlichung und Selbsthilfe eigentlich das genaue Gegenteil der Wissellschen Methoden darstellten, stimmte dennoch mit der mittelfristigen Zielsetzung überein: „Die wichtigste sozialpolitische Aufgabe der Gegenwart und der Zukunft ist eine wesentliche Steigerung der Kaufkraft des deutschen Volkes“ (Erkelenz 1926b: 278). Am deutlichsten formulierte aber Wladimir Woytinsky schon 1926 die Perspektive einer am Konsumenten orientierten Wachstumsgesellschaft. Er hielt eine „Politik der Bedürfnisverringerung“, wie sie beispielsweise in Zeiten des kriegsbedingten Warenmangels notwendig sein könnte, für fatal und befürwortete eine Politik, „die eine kontinuierliche Steigerung des Lebensstandards der Volksmassen, ein ununterbrochenes Wachstum der Reallöhne gewährleistet“ (Woytinsky 1926: 115, 118).

Solche Forderungen nach einer die Kaufkraft der Konsumenten steigernden Hochlohnpolitik beruhten zunächst auf einer bestimmten Diagnose der volkswirtschaftlichen Lage in der zweiten Hälfte der zwanziger Jahre.¹⁴ In der Nachkriegszeit habe bislang der Imperativ der Produktionssteigerung gegolten, der aber mittlerweile bei anhaltenden Produktionszuwächsen zu einer Absatzkrise führe, da in der stark kartellierten deutschen Wirtschaft die Produktivitätsgewinne bislang nicht in Form von Preissenkungen oder hinreichenden Lohnsteigerungen an die Verbraucher weitergegeben worden seien. Der erste Rationalisierungseffekt, der die Verbraucher erreiche: die Arbeitslosigkeit, belaste die Nachfrage zusätzlich. Die Überproduktion müsse daher dringend durch eine Konsumerhöhung ausgeglichen werden. Von den beiden Varianten der hierzu erforderlichen Kaufkraftsteigerung wurden die Lohnzuwächse dem Preisabbau vorgezogen. Letzterer schien weniger praktikabel zu sein und die geringere Durchsetzungschance zu besitzen, da die massiven Eingriffe einer Höchstpreispolitik in die freie Wirtschaft ebensolche Widerstände hervorriefen, wie die Erfahrungen mit der Preiskontrollpolitik in der Kriegs- und Inflationszeit gezeigt hatten. Damit konzentrierten sich die Bemühungen um eine Nachfrageförderung auf die Steigerung der Nominallöhne, die auf dem Weg korporativer Tarifverhandlungen

staatlichen Arbeitsbeschaffung waren, so unklar war das Ausmaß der dafür erforderlichen expansiven Geldpolitik und so ungewiß vor allem ihr Erfolg – im Falle des Scheiterns drohte die Zerrüttung der Währung (Borchardt 1992; 1985).

14 Vgl. zum Folgenden Woytinsky (1926); Erkelenz (1931; 1930a; 1930b); Wissell (1929: 5); Rauecker (1928: 408); Nolan (1994: 50-54).

erzielt werden konnte. Die Löhne schienen um so mehr im Mittelpunkt einer Konsumpolitik stehen zu müssen, als andere Nachfragequellen durch den Verlust der Renten- und Sparvermögen in der Inflation weitgehend versiegt waren. Dass die Erhöhung der Reallöhne nicht eine einmalige, nachholende Maßnahme sein durfte, sondern vielmehr ein andauernder Prozess sein musste, hatte, wie Woytinsky erläuterte, seine tiefer liegenden Ursachen in langfristigen demographischen und sektoralen Verschiebungen: Ebenso wie der Anteil der städtischen gegenüber der ländlichen Bevölkerung wachse, nehme die industrielle Produktion auf Kosten der landwirtschaftlichen zu. Diese Entwicklung mache daher eine „Umstellung des Verbrauchs der Volksmassen“ notwendig, und zwar so, dass „ein immer geringerer Teil auf Lebensmittel und ein immer größerer Teil auf Kleidung, Wohnung und die Befriedigung kultureller Bedürfnisse entfällt“ (Woytinsky 1926: 117). Eine solche Veränderung des gesellschaftlichen Konsumverhaltens sei wiederum – das Engelsche Gesetz bildete sozusagen den Schlussstein dieser kleinen Beweisführung – nur bei allgemein steigenden Real-löhnen möglich. Ohne Kaufkraft fehlte, so urteilte Erkelenz in gleicher Weise, dem „heutige[n] Wirtschaftssystem [, das] nur von der Expansion, d.h. von der Ausdehnung aller Lebensbedürfnisse bestehen“ könne, die Grundlage (Erkelenz 1931: 355).

Die Kaufkraftförderung sollte freilich nicht als isolierte Maßnahme betrieben werden, sondern avancierte erst in Verbindung mit der Rationalisierung zum konsumpolitischen Fortschrittsmodell. Auf der Tagung der „Gesellschaft für Soziale Reform“ in Hamburg 1927 hatten der Gewerkschaftstheoretiker Theodor Brauer und der linke Nationalökonom Emil Lederer den „erlösenden“ Mechanismus erläutert, der in der wechselseitigen Verstärkung von Lohnerhöhungen und technischem Fortschritt lag (Fliederstrauch 1927: 347-49): Die „spekulativen“ Lohnerhöhungen, von denen Brauer sprach, bewirkten eine gesteigerte Nachfrage, diese induzierten eine durch technische Verbesserungen rationalisierte Massenproduktion, die, weil sie effizienter und mehr produzierte, ohne Preissteigerungen auskäme, was also auf eine echte Kaufkraftsteigerung hinauslief. Auf der anderen Seite ermöglichte die durch die Rationalisierung erhöhte Produktivität, dass höhere Löhne gezahlt werden konnten. Durch diesen Zusammenhang sollte der nahe liegende Einwand der Unternehmerverbände ausgehebelt werden, eine Anhebung der Nominallöhne werde von der Industrie nur mit Preissteigerungen beantwortet und führe deshalb nicht zur gewünschten Hebung der Kaufkraft. Die Rationalisierungseffekte des Massenkonsums und die Nachfragewirkung der Rationalisierung schienen demnach die Lösung des Inflationsdilemmas der sich gegenseitig verstärkenden Lohn- und Preissteigerungen zu liefern.

Darüber hinaus bot die anvisierte Doppelstrategie auch arbeitspsychologisch nur Vorteile: Schon lange zuvor hatte sich der Kathedersozialist Lujó Brentano gegen die Vorstellung gewandt, eine höhere Produktion sei nur durch Lohnkürzungen und Arbeitszeitverlängerung möglich. Tatsächlich sei das Gegenteil der Fall: Bis zu einer gewissen Grenze steige die Arbeitsleistung mit geringerer Arbeitszeit und höheren Löhnen. Brentano wandte sich damit gegen das „eherne Lohngesetz“, dem zufolge die Löhne langfristig nicht über das Existenzminimum steigen könnten, und rekurrierte auf die Grenznutzenschule: Nach dem „unser ganzes Bedürfnis- und Genußleben beherrschende[n] Gesetz alles organischen Lebens“, dem Gesetz der Bedürfnissättigung, nehme die natürliche Lust an der Arbeit schrittweise ab und verwandele sich bei einem Zuviel an Arbeit in Unlust (Brentano 1919: 14-15). Dieser Übergang lasse sich aber durch Lohnerhöhungen hinausschieben, da mit ihnen die Befriedigung anderer Bedürfnisse und also größere Lustgewinne durch den Konsum möglich würden. Auch hinsichtlich der negativen Folgen der Rationalisierung schien die Kaufkraftpolitik das geeignete Heilmittel. Da durch die Einführung der Fließbandfabrikation die Monotonisierung der Arbeit unverkennbar zunahm, sollten nach der Vorstellung des Werkbund-Anhängers Bruno Rauecker „die hierbei entstehenden Unlustgefühle durch Lohn- und Gehaltserhöhungen ausgeglichen werden“ (Rauecker 1928: 410).

Dass der Erwartungshorizont, der von diesem Modell der dynamischen Verbindung von Massenproduktion und -konsumtion ausging, nicht im Grau der Theorie, sondern in den kräftigen Farben einer vergegenwärtigten Zukunft gemalt war, lag am Vorbild „Amerika“, das die erfolgreiche Umsetzung des Modells verkörperte (Nolan 1994: 30-82; Lüdtkke et al.: 1996; Schivelbusch 2003: 314-18, 331-36; Hachtmann 1996: 211-30; Berg 1963: 96-129). Seit 1923 die deutsche Übersetzung der Autobiographie Henry Fords reißenden Absatz fand, verbreitete sich die simple Botschaft der Kaufkrafttheorie: „Die Menschen, die den Hauptteil der Waren konsumieren, sind die Erzeuger dieser Waren. Diese Tatsache darf nicht übersehen werden – in ihr liegt das Geheimnis unseres Wohlstandes“ (Ford 1930: 95; 1923). Mit dieser Einsicht schien Ford das *perpetuum mobile* der Konjunktur erfunden zu haben, indem seine Arbeiter unter den paradiesischen Bedingungen hoher Löhne und geringer Arbeitszeit einen neuen Massenartikel, das Modell T, produzierten, dessen Nachfrage sie zugleich als Käufer aufgrund eben dieser Bedingungen besorgten.¹⁵ Anton Erkelenz wurde mit seinen in der liberalen Zeitschrift „Die Hilfe“ veröffentlichten Amerika-Briefen und Artikeln nicht müde, die Funktionsweise und die Vorzüge dieses

15 Vgl. Flik (2001: 47), der dies als Illusion entlarvt und zur Erklärung des Motorisierungserfolgs spezifische sozioökonomische Bedingungen – die Rolle einer produktiven und kaufkräftigen Landbevölkerung – heranzieht.

Kreislaufs zu beschreiben (Erkelenz 1925a/b; 1926a/b; 1930a/b). Zwar ließ sich der amerikanische Motorisierungserfolg nicht ohne weiteres in Deutschland wiederholen, er hatte jedoch die Notwendigkeit der Bedürfnisdynamik demonstriert: Die Wirtschaft „muß, um leben zu können und nicht einzurosten, stets neue Bedürfnisse schaffen, muß neue Bedürfnisse befriedigen und muß die Mittel herbeizaubern, damit größere oder kleinere Kreise den neuen Bedarf bezahlen können“ (Erkelenz 1925a: 415). Das amerikanische Wirtschaftswunder, das sich in den doppelt so hohen Reallöhnen und in mindestens ebenso hohen Unternehmergewinnen ausdrückte, beruhte aber, wie Erkelenz erläuterte, weder auf Zauberei noch auf spezifisch amerikanischen Verhältnissen wie etwa der Überlegenheit des Agrarsektors, der Größe des Binnenmarktes oder dem Reichtum an natürlichen Ressourcen, sondern war eben das Ergebnis der Doppelstrategie von Rationalisierung und Kaufkraftförderung. Bei allen Zweifeln an der Übertragbarkeit einzelner amerikanischer Methoden – die Praxis des Ratenkaufs etwa erschien auch weiterhin suspekt – konnte daher schon 1927 gefordert werden: „Wir müssen, fußend auf unseren bestehenden Verhältnissen nachmachen: 1. die Erreichung der technisch höchsten Leistung, 2. die Hebung der Kaufkraft zwecks Schaffung des Absatzes der vermehrten Warenmengen und 3. den Gedanken des Dienstes an der Gesamtheit durch Arbeit und Wirtschaft“ – so fasste ein Beobachter der bereits erwähnten Tagung der „Gesellschaft für Soziale Reform“ zusammen (Fliederstrauch 1927: 348).

Trotz der verheißungsvollen ökonomischen Perspektiven, die mit der Verknüpfung von Hochlohnpolitik und Rationalisierung verbunden waren, war die Haltung der meisten bürgerlichen Kommentatoren zur Massenkonsumgesellschaft ambivalent. Einerseits winkten zwar als positive Effekte des amerikanischen Lebensstandards die hohe Leistungsbereitschaft der Arbeitnehmer und der soziale Frieden zwischen Unternehmer- und Arbeiterschaft. „Da es beiden Teilen relativ gut geht, so wie bei uns vor 1914, (...) gibt es weniger Reibungspunkte und weniger Feindschaft als bei uns. Deshalb ist auch der einzelne Arbeiter williger, lässt sich leichter einfügen.“, so empfahl Erkelenz den Konsum als soziales Entspannungsmittel (Erkelenz 1925b: 470). Andererseits waren die typischen bildungsbürgerlichen Vorurteile gegenüber der Massenkultur von Kino, Schauspiel, Tanzveranstaltungen etc. sowie gegenüber dem mit dem Massenkonsum vermeintlich einhergehenden Konformismus und Materialismus weit verbreitet. Mary Nolan hat darauf hingewiesen, dass auch die Hauptbefürworter der Kaufkraftpolitik in den Reihen der Sozialdemokratie und der Gewerkschaften sich keine genaueren Vorstellungen von der Konsumgesellschaft machten, dass sie also trotz des zentralen Stellenwerts, den die Konsumenten in ihrem Gesellschaftsmodell einnahmen, kaum je reflektierten, welche neuen massenproduzierten Waren denn mit den angestrebten hohen Löhnen konsumiert werden sollten

(1994: 118-20). Im liberalen bürgerlichen Lager war die Anhängerschaft der Kaufkraftpolitik erst recht begrenzt, regierte dort doch die Angst vor der Erosion kultureller Hierarchien. Die massenkulturellen Formen, die die theoretisch erwünschte Bedürfnisdynamik praktisch annehmen konnte, waren den bildungs-bürgerlichen Beobachtern suspekt (v. Saldern 1996: 213-44; 1993).

Der andere Grund für die begrenzte Resonanz der Kaufkrafttheorie war die Existenz des von Unternehmenseite favorisierten Gegenmodells einer angebotsorientierten Wirtschaftspolitik, das auf niedrige Löhne und stabile Preise setzte, die zur Verbilligung der Produktion, zu Investitionsanreizen und Exportvorteilen führen sollten. Die sich verschärfenden Lohnkonflikte bis hin zur Weltwirtschaftskrise zeugen somit vom Aufeinanderprallen zweier inkompatibler ökonomischer Modelle, in denen es nicht zuletzt um den Bewegungsspielraum der entstehenden Konsumgesellschaft ging: um das jenseits des Existenzminimums verfügbare Einkommen. Dem Druck der Unternehmer mit ihren altbekannten produktionspolitischen Konzepten setzten die Verteidiger der Kaufkraftpolitik aus den Reihen der Gewerkschaften konsequent nachfrageorientierte, wenn auch theoretisch noch nicht ausgereifte Vorstellungen entgegen – Keynes' *General Theory* sollte erst 1936 erscheinen.

Der ökonomische Erfolg oder Misserfolg der Kaufkraftpolitik ist hier nicht zu untersuchen; es soll mithin nicht erörtert werden, ob es bereits vor der Weltwirtschaftskrise ein überhöhtes Lohnniveau in Deutschland gegeben habe, gegen das der Widerstand der Unternehmerverbände gerechtfertigt war.¹⁶ Es kam vielmehr darauf an, zu zeigen, dass Vertreter der Kaufkraftpolitik wie Erkelenz, Woytinsky und Tarnow bestrebt waren, den Konsumenten zum zentralen Akteur und Richtpunkt einer zukünftigen Wirtschafts- und Gesellschaftsordnung zu machen.

„Seitdem die Welt erobert ist, seitdem die Märkte verteilt sind, seitdem überall in der Welt die Kaufkraft geringer ist als die Produktionskraft, ist es mindestens so wichtig, eine planmäßige Steigerung oder Stabilisierung der Kaufkraft vorzunehmen, wie eine Steigerung der Produktivkraft. Das ist die für alle Zukunft unvergängliche neue Erkenntnis, die die Amerikaner in den letzten zwanzig Jahren in die Wirtschaft hineingetragen haben“ (Erkelenz 1930a: 573).

Zweifellos sah Erkelenz den Kapitalismus in ein Stadium getreten, in dem der einheimische Massenkonsum zum Motor der Entwicklung geworden war, um dessen Funktionieren sich daher die Politik vornehmlich zu kümmern hatte.

16 Diese These ist neben anderen zentralen wirtschafts- und finanzpolitischen Aspekten des Brüning'schen Deflationskurses in der auf Knut Borchardt zurückgehenden Kontroverse eingehend diskutiert worden (Borchardt 1979; von Kruedener 1985; James 1988; Holtfrerich 1996).

4 Zwei Visionen einer Massenkonsumgesellschaft

Welche Ordnungsentwürfe, die die Gesellschaft von der Konsumsphäre her beschrieben, existierten in der Zwischenkriegszeit? Angesichts der vielfachen Fragmentierungen in Klassen, Berufsstände und politische Lager, die die Selbstbeschreibungen in der Weimarer Republik dominierten, erschien die Frage von besonderer Dringlichkeit, was die Gesellschaft zusammenhielt. Zwei Entwürfe stellten die Gleichheit der Staatsbürger als Konsumenten in den Mittelpunkt und lieferten dennoch höchst unterschiedliche, demokratietaugliche Integrationskonzepte. Das eine propagierte eine konsumgenossenschaftlich organisierte Bedarfsdeckungswirtschaft und zeichnete so das Bild einer relativ statischen, auf die Befriedigung der Grundbedürfnisse ausgerichteten Massenkonsumgesellschaft. Das andere visierte eine auf der Dynamik der Konsumbedürfnisse beruhende Wachstumsgesellschaft an, die durch die vereinten Kräfte der Kaufkraftförderung und rationalisierten Massenproduktion aus der Taufe gehoben werden sollte. Die jeweilige diskursive Präsenz dieser Entwürfe war im unterschiedlichen ökonomischen Kontext der ersten bzw. zweiten Hälfte der zwanziger Jahre am größten: Die Konsumgenossenschaften fanden ihre Anhänger in der Mangelwirtschaft der Nachkriegszeit, die Kaufkraftpolitik fand die ihren vor dem Hintergrund wachsender Verteilungsspielräume.

Es bestanden also nicht eine, sondern zwei Visionen einer Massenkonsumgesellschaft, mit denen auch zwei unterschiedliche Vergesellschaftungsmodelle verbunden waren. In einer Gesellschaft von Konsumgenossenschaftlern markierte eine Verquickung ökonomischer und politischer Interessen die Grenzen der Inklusion. Die Bürger partizipierten als Konsumenten nämlich zudem an einem Reformprojekt, das die Umgestaltung der Gesellschaft selbst zum Ziel hatte. Die politische Dimension des Konsums führte dazu, dass eine als Interessengemeinschaft der Konsumenten definierte Gesellschaft zwar klassenübergreifend große Gruppen einschloss (Arbeiter, Angestellte, Beamte), anderen aber – der Unternehmenschaft und dem Einzelhandel – den Zutritt verweigerte. Die formal vollständigere Integration bot die Vision einer Wachstumsgesellschaft kaufkräftiger Konsumenten. Hier war jeder Bürger gleichberechtigtes Mitglied der Konsumgesellschaft – jedoch: nur solange er in der Lage war, zu konsumieren. Der Massenwohlstand, in dem sich erst die bestehenden sozialen Spannungen auflösen würden, ließ sich nämlich nur erreichen und erhalten, wenn die Bürger die Möglichkeit hatten, fortgesetzt durch den Konsum das Wachstum der Wirtschaft anzutreiben. Gegen die Verteilungsungerechtigkeiten des Marktes, die für die Betroffenen einen faktischen Ausschluss aus der Konsumgesellschaft bedeuteten, bot das Modell keine Handhabe.

So unverkennbar die Attraktivität dieser Ordnungsentwürfe war, so deutlich waren auch ihre Schattenseiten. Die Konsumgenossenschaftsbewegung war zum einen für den Wandel der Bedürfnisse weitgehend blind und konnte die Dynamik der Massenkultur, der Mode, des Luxus kaum in ihr Konzept einbeziehen. Zum anderen war sie auf ein bestimmtes Konsumverhalten ihrer Mitglieder angewiesen, ohne das sich das Ideal der verteilungsgerechten Bedarfsdeckung nie verwirklichen ließ. Das Leitbild der Wohlstandsgesellschaft wiederum setzte zu seiner Verwirklichung bereits wirtschaftliches Wachstum voraus, da nur bei einem gewissen Verteilungsspielraum die angestrebte Kaufkraftförderung im korporativen Interessenausgleich durchsetzbar war. Vor allem aber eliminierte es den Verbraucher als politischen Akteur, indem es jede Forderung nach den Rechten und Pflichten eines *citizen consumer*, der sein Konsumverhalten auch nach politischen Erwägungen ausrichtet, zugunsten einer reduktionistischen Sicht des Konsumenten als ökonomischen Faktor aufgab.

Der Schatten, den die hier skizzierten, konkurrierenden *consumer régimes* auf die folgenden Jahrzehnte deutscher Geschichte warfen, war lang, wenn auch zunächst verzerrt. Der Nationalsozialismus profitierte von einer die ursprünglichen Ideale pervertierenden Synthese: Das Leitbild der Sicherheit schaffenden Bedarfsdeckung war, von einer zivilgesellschaftlichen zu einer versorgungsstaatlichen Aufgabe umdefiniert, ebenso adaptionsfähig wie die Hoffnungen auf Massenwohlstand, zu deren Einlösung aber nicht der Weg der Kaufkraftpolitik, sondern der eines rassistischen Expansionskrieges beschritten wurde. Nach 1945 fanden sich schließlich zentrale Elemente der Bedarfsdeckungswirtschaft und der Wachstumsgesellschaft mit ihren so unterschiedlichen Vorstellungen vom Konsumbürger in den beiden deutschen Staaten getrennt und in fast reiner Ausprägung verwirklicht.

Quellen

- Amerikareise deutscher Gewerkschaftsführer (1926). Berlin: Verlagsges. d. Allg. Dt. Gewerkschaftsbundes
- Barthel, Paul (1917/18): Verbraucherausschüsse – Verbraucherkammern. In: Die Neue Zeit Jg. 36, H. 2: 564-68
- Bienstock, Gregor (1928): Die Zukunft des Kapitalismus. In: Die Gesellschaft Jg. 5, H. 1: 416-25
- Brentano, Lujo (1919): Arbeitslohn und Arbeitszeit nach dem Kriege. In: Schriften der Gesellschaft für Soziale Reform. H. 63. Jena: Fischer
- Dölz, Bruno (1917): Konsumentenkammern. Köln-Mülheim: Reichsverband deutscher Konsumvereine

- Erkelenz, Anton (1925a): Das Automobil als Volksverkehrsmittel. In: Die Hilfe Jg. 31: 415-16
- Erkelenz, Anton (1925b): Dreißig eiserne Sklaven auf jeden Einwohner. In: Die Hilfe Jg. 31: 468-70
- Erkelenz, Anton (1925c): Die Tragödie der Verschwendung. In: Die Hilfe Jg. 31: 491-92
- Erkelenz, Anton (1926a): Über die soziale Lage der unteren Volksschichten in den Vereinigten Staaten. In: Die Hilfe Jg. 32: 254-56
- Erkelenz, Anton (1926b): Moderne Sozialpolitik. In: Die Hilfe Jg. 32: 277-79
- Erkelenz, Anton (1930a): Kaufkraftpolitik – Konjunkturpolitik. In: Die Hilfe Jg. 36: 569-74
- Erkelenz, Anton (1930b): Fortschrittliche oder reaktionäre Wirtschaftspolitik. In: Die Hilfe Jg. 36: 665-72
- Erkelenz, Anton (1931): Höhere Lebenshaltung als 1913? In: Die Hilfe Jg. 37: 351-55
- Fliederstrauch, Dr. (1927): Geistige Grundfragen der Sozialpolitik. In: Die Hilfe Jg. 33: 347-49
- Ford, Henry (1923): Mein Leben und Werk. 19. Aufl. Leipzig: List
- Ford, Henry (1930): Und trotzdem vorwärts! Leipzig: List
- Kaliski, Julius (1927): Konsumtionspolitik. In: Sozialistische Monatshefte Jg. 64: 11-17
- Konsumgenossenschaftliche Rundschau. Zeitschrift des Zentralverbandes Deutscher Konsumgenossenschaften e.V. und der Großeinkaufs-Gesellschaft Deutscher Konsumgenossenschaften mbH 15. 1918 – 21. 1924.
- „Konsumtion“: In: Der Große Brockhaus. Bd. 10. 1931¹⁵: 425
- Laufkötter, Franz (1920): Die deutschen Konsumgenossenschaften nach dem Weltkrieg. In: Die Neue Zeit Jg. 38, H. 2: 162-65
- Mayer, H.: Konsumtion. In: Handwörterbuch der Staatswissenschaften. Bd. 5. 1923⁴: 867-74
- Oestreich, Paul (1918/19): Die Verbraucherammern auf dem Marsche. In: Die Neue Zeit Jg. 37, H. 2: 114-17
- Oldenberg, Karl: Die Konsumtion. In: Grundriss der Sozialökonomik. 2. Abt. 1914: 103-64
- Peus, Heinrich (1918): Wirtschaftliche Macht als Fundament der Demokratie. In: Die Neue Zeit Jg. 37, H. 1: 184-85
- Peus, Heinrich (1919): Politik und Wirtschaft. In: Sozialistische Monatshefte Jg. 52: 525-28
- Peus, Heinrich (1922): Wucherbekämpfung durch Genossenschaftsförderung. In: Sozialistische Monatshefte Jg. 58: 862-64
- Peus, Heinrich (1930): Politik auf weite Sicht. In: Sozialistische Monatshefte Jg. 71: 644-49
- Rauecker, Bruno (1928): Rationalisierung und Arbeiterkultur. In: Die Hilfe Jg. 33: 408-10
- Schlack, Peter (1919): Leistungssteigerung und wirtschaftliche Vervollkommnung im Warenlieferungswesen. In: Schriften der Gesellschaft für Soziale Reform. H. 67: Jenna: Fischer
- Schloesser, Robert (1916): Konsumentenammern: Denkschrift. Köln-Mülheim: Verl. und Versicherungsges. des Reichsverbands deutscher Konsumvereine
- Schloesser, Robert (1920): Der Konsument im Räteystem: Die Interessenvertretung der Verbraucher und ihre Einführung in die organisatorische Wirtschaft. Berlin-Fichtenau: Verl. Gesellschaft und Erziehung
- Schloesser, Robert (1926): Die Konsumgenossenschaft im Urteil führender Zeitgenossen. Köln: „Gepag“-Verlag

- Schloesser, Robert: Konsumgenossenschaft. In: Staatslexikon. Bd. 3. 1929: 561-64
- Staudinger, Franz (1918/19): Sozialisierung der Wirtschaft. In: Die Neue Zeit Jg. 37, H. 2: 609-15
- Stühmer, Heinrich (1921): Die Warenversorgungsstelle deutscher Gewerkschaften. In: Sozialistische Monatshefte Jg. 56: 338-41
- Tarnow, Fritz (1928): Warum arm sein? Berlin: Verlagsges. d. Allg. Dt. Gewerkschaftsbundes
- Trimborn, Peter (1922): Erzeuger und Verbraucher. In: Sozialistische Monatshefte Jg. 58: 346-49
- Warburg, Gustav (1924): Konsumgenossenschaftliche Eigenproduktion. In: Die Gesellschaft Jg. 1, H. 1: 199-207
- Warburg, Gustav (1927): Die Neutralität der Konsumgenossenschaften. In: Die Gesellschaft Jg. 4, H. 1: 551-59
- Wilbrandt, Robert (1919): Sozialismus, Jena: Diederichs
- Wilbrandt, Robert (1922): Wesen und Bedeutung organisierten Konsums. In: Die Hilfe Jg. 28: 58-62
- Wilbrandt, Robert (1923): Gegenwartsaufgaben der Genossenschaften. In: Die Hilfe Jg. 29: 5-10
- Wilbrandt, Robert: Kapitalismus und Konsumenten. Konsumvereinspolitik. In: Grundriss der Sozialökonomik. 9. Abt. Bd. 2. 1927: 411-56
- Wissell, Rudolf (1929): Löhne und Lohnkämpfe. Ein Rückblick und ein Ausblick. In: Sozialistische Monatshefte Jg. 68: 4-8
- Woytinsky, Wladimir (1926): Wirtschaftskrise und Lohnpolitik. In: Die Gesellschaft Jg. 3, H. 1: 97-119

Literatur

- Bauman, Zygmunt (2001): Consuming Life. In: Journal of Consumer Culture Jg. 1, H. 1: 9-29
- Berg, Peter (1963): Deutschland und Amerika 1918-1929. Über das Amerikabild der zwanziger Jahre. Lübeck: Matthiesen
- Berghoff, Hartmut (Hrsg.) (1999): Konsumpolitik. Die Regulierung des privaten Verbrauchs im 20. Jahrhundert. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht
- Berghoff, Hartmut (2001): Enticement and Deprivation: The Regulation of Consumption in Pre-war Nazi Germany. In: Dauntton et al. (2001): 165-84
- Bevir, Mark/Trentmann, Frank (Hrsg.) (2004): Markets in Historical Contexts. Cambridge: Cambridge University Press
- Bolz, Norbert (2002): Das konsumistische Manifest. München: Wilhelm Fink Verlag
- Borchardt, Knut (1979): Zwangslagen und Handlungsspielräume in der großen Weltwirtschaftskrise der frühen dreißiger Jahre: Zur Revision des überlieferten Geschichtsbildes. In: Bayerische Akademie der Wissenschaften. Jahrbuch 1979. München: C. H. Beck: 87-132

- Borchardt, Knut (1985): Das Gewicht der Inflationsangst in den wirtschaftspolitischen Entscheidungsprozessen während der Weltwirtschaftskrise, in: Feldman et al. (1985): 233-60
- Borchardt, Knut (1992): Wirtschaftspolitische Beratung in der Krise: Die Rolle der Wissenschaft. In: Winkler (1992): 109-32
- Büttner, Ursula (1989): Politische Alternativen zum Brüning'schen Deflationskurs. In: Vierteljahreshefte für Zeitgeschichte Jg. 37, H. 2: 209-51
- Cohen, Elizabeth (2003): A Consumers' Republic. The Politics of Mass Consumption in Postwar America. New York: Alfred A. Knopf
- Confino, Alon/Kosher, Rudy (2001): Régimes of Consumer Culture: New Narratives in Twentieth-Century German History. In: German History Jg. 19, H. 2: 135-61
- Conrad, Christoph (2004): Observer les consommateurs. Etudes de marché et histoire de la consommation en Allemagne, des années 1930 aux années 1960. In: Le Mouvement social H. 206: 17-39
- Daunton, Martin/Hilton, Matthew (Hrsg.) (2001): The Politics of Consumption. Material Culture and Citizenship in Europe and America. Oxford: Berg
- Davis, Belinda (2000): Home Fires Burning: Politics, Identity, and Food in World War I Berlin. Chapel Hill: The University of North Carolina Press
- Feldman, Gerald D., et al. (Hrsg.) (1985): Die Nachwirkungen der Inflation auf die deutsche Geschichte 1924-1933. München: Oldenbourg
- Fine, Ben (2002): The World of Consumption: the Material and Cultural Revisited. London: Routledge
- Fleischer, Leo (1929): Zentralverband deutscher Konsumvereine und Reichsverband deutscher Konsumvereine, ihre Übereinstimmungen, ihre Gegensätze und ihre Beziehungen. Werl: Fortschritt
- Flik, Reiner (2001): Von Ford lernen? Automobilbau und Motorisierung in Deutschland bis 1933. Köln: Böhlau
- Geyer, Martin H. (1998): Verkehrte Welt. Revolution, Inflation und Moderne: München 1914-24. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht
- Glickman, Lawrence B. (1997): A Living Wage: American Workers and the Making of Consumer Society. Ithaca: Cornell University Press
- de Grazia, Victoria (2005): Irresistible Empire: America's Advance Through Twentieth-century Europe. Cambridge, Mass.: The Belknap Press of Harvard University Press
- de Grazia, Victoria/Furlough, Ellen (Hrsg.) (1996): The Sex of Things. Gender and Consumption in Historical Perspective. Berkeley: University of California Press
- Hachtmann, Rüdiger (1996): Industriearbeiterschaft und Rationalisierung 1900 bis 1945. Bemerkungen zum Forschungsstand. In: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte H. 1: 211-58
- Haupt, Heinz-Gerhard (2003): Konsum und Handel: Europa im 19. und 20. Jahrhundert. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht
- Hilton, Matthew (2003): Consumerism in Twentieth-century Britain: The Search for a Historical Movement. Cambridge: Cambridge University Press
- Hoffmann, Walther G. (1965): Das Wachstum der deutschen Wirtschaft seit der Mitte des 19. Jahrhunderts. Berlin: Springer

- Holtfrerich, Carl-Ludwig (1996): Zur Debatte um die deutsche Wirtschaftspolitik von Weimar zu Hitler. In: Vierteljahrshefte für Zeitgeschichte Jg. 44, H. 1: 119-32
- James, Harold (1988): Deutschland in der Weltwirtschaftskrise 1924-1936. Stuttgart: DVA
- Jaraus, Konrad H./Geyer, Michael (2005): Zerbrochener Spiegel. Deutsche Geschichte im 20. Jahrhundert. München: DVA
- Kocka, Jürgen (1973): Klassengesellschaft im Krieg: deutsche Sozialgeschichte 1914-1918. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht
- König, Wolfgang (2000): Geschichte der Konsumgesellschaft. Stuttgart: Franz Steiner
- von Kruedener, Jürgen (1985): Die Überforderung der Weimarer Republik als Sozialstaat. In: Geschichte und Gesellschaft Jg. 11, H. 3: 358-76
- Lüdtke, Alf, et al. (Hrsg.) (1996): Amerikanisierung. Traum und Alptraum im Deutschland des 20. Jahrhunderts. Stuttgart: Franz Steiner
- Marshall, Thomas H. (1977): Class, Citizenship and Social Development: Essays. Chicago: University of Chicago Press
- Marx, Karl (1857/58): Grundrisse der Kritik der politischen Ökonomie (MEGA II, Bd. 1). Berlin (1976/1981): Dietz
- Merkel, Ina (1999): Utopie und Bedürfnis: die Geschichte der Konsumkultur in der DDR. Köln: Böhlau
- Miller, Daniel (Hrsg.) (1996): Acknowledging Consumption: A Review of New Studies. London: Routledge
- Mooser, Josef (1984): Arbeiterleben in Deutschland: 1900-1970. Frankfurt a. M.: Suhrkamp
- Nolan, Mary (1994): Visions of Modernity. American Business and the Modernization of Germany. Oxford: Oxford University Press
- Nolte, Paul (2000): Die Ordnung der deutschen Gesellschaft. Selbstentwurf und Selbstbeschreibung im 20. Jahrhundert. München: C. H. Beck
- Nonn, Christoph (1996): Verbraucherprotest und Parteiensystem im wilhelminischen Deutschland. Düsseldorf: Droste
- Peukert, Detlev J. K. (1987): Die Weimarer Republik. Krisenjahre der Klassischen Moderne. Frankfurt a. M.: Suhrkamp
- Pierenkemper, Toni (1987): Haushalt und Verbrauch in historischer Perspektive. Ein Forschungsüberblick. In: Pierenkemper (1987): 1-24
- Pierenkemper, Toni (Hrsg.) (1987): Haushalt und Verbrauch in historischer Perspektive. Zum Wandel des privaten Verbrauchs in Deutschland im 19. und 20. Jahrhundert. St. Katharinen: Scripta-Mercaturae-Verlag
- Prinz, Michael (1996): Brot und Dividende. Konsumvereine in Deutschland und England vor 1914: Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht
- Reinhardt, Dirk (1993): Von der Reklame zum Marketing. Geschichte der Wirtschaftswerbung in Deutschland. Berlin: Akademie
- Roerkohl, Anne (1991): Hungerblockade und Heimatfront: die kommunale Lebensmittelversorgung in Westfalen während des Ersten Weltkrieges. Stuttgart: Franz Steiner
- Sachße, Christoph/Tennstedt, Florian (1980/1988/1992): Geschichte der Armenfürsorge in Deutschland. 3 Bde. Stuttgart: Kohlhammer

- v. Saldern, Adelheid (1993): Massenfreizeitkultur im Visier. In: Archiv für Sozialgeschichte Jg. 33: 21-58
- v. Saldern, Adelheid (1996): Überfremdungsängste. Gegen die Amerikanisierung der deutschen Kultur in den zwanziger Jahren. In: Lütke et al. (1996): 213-44
- Schildt, Axel (1997): Freizeit, Konsum und Häuslichkeit in der "Wiederaufbau"-Gesellschaft. Zur Modernisierung von Lebensstilen in der Bundesrepublik Deutschland in den 1950er Jahren. In: Siegrist et al. (1997): 327-48
- Schivelbusch, Wolfgang (2003): Die Kultur der Niederlage. Der amerikanische Süden 1865, Frankreich 1871, Deutschland 1918. Frankfurt a. M.: Fischer
- Schivelbusch, Wolfgang (2005): Zur Naturgeschichte der Wirtschaftstheorie. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung 14.5.2005
- Schneider, Michael (1975): Das Arbeitsbeschaffungsprogramm des ADGB: zur gewerkschaftlichen Politik in der Endphase der Weimarer Republik. Bonn: Verlag Neue Gesellschaft
- Siegrist, Hannes et al. (Hrsg.) (1997): Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums. Frankfurt: Campus
- Slater, Don (1997): Consumer Culture and Modernity. Cambridge: Polity Press
- Trentmann, Frank/Maclachlan, Patricia (2004): Civilising Markets: Traditions of Consumer Politics in Twentieth-century Britain, Japan and the United States. In: Bevir et al. (2004): 170-201
- Trentmann, Frank: Beyond Consumerism: New Historical Perspectives on Consumption. In: Journal of Contemporary History 39. 2004. 373-401
- Weuster, Arnulf (1980): Theorie der Konsumgenossenschaftsentwicklung. Die deutschen Konsumgenossenschaften bis zum Ende der Weimarer Zeit. Berlin: Duncker & Humblot
- Wildt, Michael (1994): Am Beginn der „Konsumgesellschaft“. Mangelerfahrung, Lebenshaltung, Wohlstandshoffnung in Westdeutschland in den fünfziger Jahren. Hamburg: Ergebnisse
- Winkler, Heinrich August (1987): Der Weg in die Katastrophe: Arbeiter und Arbeiterbewegung in der Weimarer Republik 1930-1933. Berlin: C. H. Beck
- Winkler, Heinrich August (Hrsg.) (1992): Die deutsche Staatskrise 1930-1933. Handlungsspielräume und Alternativen: München: Oldenbourg