

Dass Philanthropen, aus Gründen der Erinnerung und um ihre Ideen in der Öffentlichkeit zu manifestieren, Stiftungen, Schenkungen oder Museumsgründungen und Krankenhäuser finanzierten, stellte Adam sowohl für Männer und Frauen der Elite fest. Philanthropische Projekte dienten nicht selten dazu, eine kulturelle Macht parallel zur politisch ausgeübten Macht zu begründen oder wie im Fall der alten Elite Bostons als Ausgleich zum verlorenen politischen Einfluss an die irisch katholische Minderheit zu wirken. Obgleich Wohltätigkeit einen zentralen Platz im Wertesystem der Eliten einnahm, führte der Streit, wie Adam belegt, um einzelne Projekte und um die Einflussnahme in Kuratorien in New York und Leipzig zu verschiedenen philanthropischen Kulturen (Vgl. hierzu insb. Kapitel 3). Frauen und Juden nahmen mit unterschiedlichem Umfang an der Förderung sozialer und kultureller Einrichtungen teil, so waren sie in Leipzig relativ stark in Kuratorien vertreten und an wohltätigen Projekten beteiligt. Juden sahen in der Wohltätigkeit einen Wert, der ihnen ihre Integration in die christlich dominierte städtische Gesellschaft auf beiden Seiten des Atlantiks ermöglichen konnte. Frauen waren häufig wie beispielsweise Therese Rossbach in Leipzig oder Sarah Warren in Toronto in die verschiedensten Pläne involviert, die sie im Einklang mit dem viktorianischen Denken u. a. zur Pflege von Armen durchsetzten und dabei auch in Positionen kamen, in denen sie in der städtischen Gesellschaft merkbaren Einfluss nahmen. Diesen jedoch auch als emanzipatorischen Schritt zu beschreiben, wie Adam vorsichtig andeutet, ist ambivalent, zumal sich die Kultur der Wohltätigkeit zugunsten des

Handlungsspielraumes von Frauen zwar verändert, aber immer im gemeinsamen Wertesystem der städtischen Eliten verankert bleibt und dieses sogar zu festigen scheint. (Vgl. hierzu die Kapitel 4 und 5). Die gut lesbare Studie Adams überzeugt formal und inhaltlich und durch die beispielhaft vorgestellten „Wohltäter“ und ihre interkulturellen Vernetzungen gewinnt die Arbeit an Erzählfluss, der durch Rückbezüge und Wiederholungen nur selten unterbrochen wird. Unabhängig vom amerikanischen Begriffsverständnis drängt sich, angesichts der Ausführungen Adams, letztendlich doch die Frage auf, warum das Engagement dieser sozial privilegierten Kulturvermittler als philanthropisch bzw. wohltätig bezeichnet wird, tritt doch altruistisch motiviertes Handeln deutlich in den Hintergrund.

**Heinz-Gerhard Haupt / Cornelius
Torp (Hrsg.): Die Konsumgesell-
schaft in Deutschland 1890–1990.
Ein Handbuch, Frankfurt a. M. / New
York: Campus 2009, 504 S.**

Rezensiert von
Manuel Schramm, Chemnitz

Die konsumgeschichtliche Forschung in Deutschland hat in den vergangenen Jahren enorm an Breite und Tiefe gewonnen. Waren es noch vor zehn Jahren im Gegensatz zu Großbritannien oder den USA nur eine Hand voll Forscher/innen, die sich mit entsprechenden Themen beschäftigten, so sind allein in dem vorliegenden Sammelband 25 Autor/innen vertreten,

die unterschiedliche Aspekte der deutschen Konsumgeschichte kompetent beleuchten. Der Band ist als Handbuch gedacht, also in erster Linie für Studierende oder Forscher/innen aus anderen Forschungsfeldern. Der selbst gestellte Anspruch, die deutsche Konsumgeschichte des 20. Jahrhunderts überblicksartig zusammenzufassen, ist durch die Breite der behandelten Themen und die Gewinnung fachkundiger Autor/innen überzeugend eingelöst worden. Allein die Einleitung der beiden Herausgeber bleibt doch etwas dünn. Wer hier weiterführende konzeptionelle Überlegungen sucht, wird enttäuscht werden. Selbst die Definition von Konsum als „Befriedigung eines Bedarfs“ (S. 12) bleibt hinter dem Diskussionsstand zurück.

Die Beiträge selbst können hier nicht im Einzelnen diskutiert werden. Sie bewegen sich alle auf einem hohen Niveau. Von den Herausgebern sind sie in vier Rubriken eingeteilt worden: Wirtschaft, soziale Lagen und Identitäten, Politik sowie Kultur und Wissenschaft. Die Gliederung entspricht dem bekannten Schema der Bielefelder Gesellschaftsgeschichte, zu dem sich die Herausgeber im Vorwort bekennen. Sie wirkt aber in Bezug auf den Konsum doch etwas aufgesetzt. So behandeln viele Beiträge in der Abteilung Wirtschaft auch kulturelle Fragen und umgekehrt. Die Geschichte der Werbung wird gleich zweimal abgehandelt, einmal von der wirtschaftlichen (Peter Borscheid), einmal von der kulturellen Seite her (Alexander Schug). Insgesamt drängt sich der Eindruck auf, dass hier eine Chance vertan wurde, weil das die traditionellen subdisziplinären Grenzen sprengende Potential der Konsumgeschichte verkannt wurde.

Der relativ enge zeitliche wie geographische Rahmen trägt zur Homogenität des Bandes bei. Der Preis dafür ist allerdings die Ausblendung der Diskussion über frühneuzeitliche Wurzeln des modernen Konsums. Lobenswert ist, dass unter Deutschland nach 1945 nicht nur die Bundesrepublik, sondern auch die DDR gebührende Berücksichtigung findet. Die transnationale Perspektive fehlt nicht völlig, sie wird in zwei Beiträgen zur Amerikanisierung (Adelheid von Saldern und Axel Schildt) sowie zu Ethnizität (Maren Möhring) behandelt. Dennoch fragt sich der Leser an manchen Stellen, welche der geschilderten Entwicklungen denn typisch deutsch und welche allgemeiner Natur sind.

Insgesamt ist das Buch sehr zu empfehlen, besonders als Einstieg in die Thematik. Dass den Spezialist/innen vieles bereits bekannt ist, bleibt da nicht aus, ist aber kein Manko. Interessante Beiträge, die neue Perspektiven eröffnen, sind (aus zugegebenermaßen subjektiver Sicht des Rezensenten) diejenigen von Michael Prinz über konsumgesellschaftliche Leitbilder in der westdeutschen Nachkriegszeit und von Jakob Tanner über Konsum in den Wirtschaftswissenschaften, der allerdings für Studierende ein harter Brocken sein dürfte.