comparativ

ZEITSCHRIFT FÜR GLOBALGESCHICHTE UND
VERGLEICHENDE GESELLSCHAFTSFORSCHUNG

Herausgegeben im Auftrag der
Karl-Lamprecht-Gesellschaft e. V. (KLG) / European Network in
Universal and Global History (ENIUGH) von
Matthias Middell und Hannes Siegrist

Redaktion

Gerald Diesener (Leipzig), Andreas Eckert (Berlin),
Hartmut Elsenhans (Leipzig), Ulf Engel (Leipzig),
Wolfgang Fach (Leipzig), Eckhardt Fuchs (Braunschweig),
Frank Hadler (Leipzig), Katharina Middell (Leipzig),
Matthias Middell (Leipzig), Hannes Siegrist (Leipzig),
Stefan Troebst (Leipzig), Michael Zeuske (Köln)

Anschrift der Redaktion

Global and European Studies Institute
Universität Leipzig
Emil-Fuchs-Str. 1
D – 04105 Leipzig

Tel.: +49 / (0)341 / 97 30 230
Fax.: +49 / (0)341 / 960 52 61
E-Mail: comparativ@uni-leipzig.de
Internet: www.uni-leipzig.de/zhs/comp/

Redaktionssekretärin: Katja Naumann
(knaumann@uni-leipzig.de)

Comparativ erscheint sechsmal jährlich mit einem Umfang von jeweils ca. 140 Seiten. Einzelheft: 12.00 €; Doppelheft 22.00€; Jahresabonnement 50.00 €; ermäßigtes Abonnement 25.00 €. Für Mitglieder der KLG / ENIUGH ist das Abonnement im Mitgliedsbeitrag enthalten.

Zuschriften und Manuskripte senden Sie bitte an die Redaktion. Bestellungen richten Sie an den Buchhandel oder direkt an den Verlag. Ein Bestellformular finden Sie unter: http://www.uni-leipzig.de/zhs/comp/

Wissenschaftlicher Beirat

Gareth Austin (London), Carlo Marco Belfanti (Brescia), Jerry Bentley (Honolulu), Ida Blom (Bergen), Christophe Charle (Paris), Catherine Coquery-Vidrovitch (Paris), Michel Espagne (Paris), Etienne François (Paris / Berlin), Michael Geyer (Chicago), Alberto Gil Novales (Madrid), Giovanni Gozzini (Siena), Regina Grafe (Evanston / Chicago), Margarete Grandner (Wien), Frank Hadler (Leipzig), Michael Harbsmeier (Roskilde), Heinz-Gerhard Haupt (Florenz), Stefan Houpt (Madrid), Miroslav Hroch (Prag), Konrad H. Jarausch (Chapel Hill / Potsdam), Hartmut Kaelble (Berlin), Wolfgang Küttler (Berlin), Marcel van der Linden (Amsterdam), Hans-Jürgen Lüsebrink (Saarbrücken), Barbara Lüthi (Basel), Attila Melegh (Budapest), Alexey Miller (Moskau / Budapest), Patrick O'Brien (London), Diego Olstein (Jeruslam), Horst Pietschmann (Hamburg), Ljudmila A. Pimenova (Moskau), Lluis Roura y Aulinas (Barcelona), Jürgen Schriewer (Berlin), Hagen Schulz-Forberg (Aarhus), Alessandro Stanziani (Paris), Edoardo Tortarolo (Turin), Eric Vanhaute (Gent), Peer Vries (Wien), Susan Zimmermann (Budapest)

Leipziger Universitätsverlag GmbH
Oststraße 41
D – 04317 Leipzig
Tel. / Fax: +49 / (0)341 / 990 04 40
info@univerlag-leipzig.de
www.univerlag-leipzig.de

Vergleich und Transfer in der Konsumgeschichte

Herausgegeben von Manuel Schramm

Leipziger Universitätsverlag

Comparativ.
Zeitschrift für Globalgeschichte und vergleichende Gesellschaftsforschung / hrsg. von Matthias Middell und Hannes Siegrist – Leipzig: Leipziger Univ.-Verl.
ISSN 0940-3566
Jg. 19, H. 6. Vergleich und Transfer in der Konsumgeschichte – 2009

Vergleich und Transfer in der Konsumgeschichte. Hrsg. von Manuel Schramm – Leipzig: Leipziger Univ.-Verl., 2009
(Comparativ; Jg. 19, H. 6)
ISBN 978-3-86583-470-6

© Leipziger Universitätsverlag GmbH, Leipzig 2010
Comparativ.
Zeitschrift für Globalgeschichte und vergleichende Gesellschaftsforschung 19 (2009) 6
ISSN 0940-3566
ISBN 978-3-86583-470-6

Inhaltsverzeichnis

Aufsätze

Manuel Schramm
Einleitung: Vergleich und Transfer in der Konsumgeschichte 7

Luminita Gatejel
Privat oder Staatlich? Automobile Konsumkultur in der Sowjetunion, der DDR und Rumänien 16

Sonia Landenberger
Internationalisierung und Kulturtransfer von Marken 33

Daniel Logemann
„Brüderbund und Freundschaft mit den sozialistischen Ländern darf nicht spekulativ genutzt werden." Deutsch-polnischer Schleichhandel in Leipzig als Konsumkultur „von unten" 50

Manuel Schramm
Nationale Unterschiede im westeuropäischen Massenkonsum. Großbritannien, Frankreich, Deutschland und Italien 1950–1970 69

Forum

Michael Mann
Telekommunikation in Britisch-Indien (ca. 1850–1930). Ein global-geschichtliches Paradigma 86

Buchbesprechungen

Andreas Klinger / Hans-Werner Hahn / Georg Schmidt (Hrsg.): Das Jahr 1806 im europäischen Kontext. Balance, Hegemonie und politische Kulturen, Köln 2008
Thomas Töpfer 113

Stefan Schweizer: Anthropologie der Romantik. Körper Seele und Geist. Anthropologische Gottes-, Welt- und Menschenbilder der wissenschaftlichen Romantik, Paderborn 2008
Leslie Brückner 117

Sabine Darbringhaus: Mao Zedong, München 2008
Kai Filipiak 121

Susan Bayly: Asian Voices in a Postcolonial Age. Vietnam, India and beyond, Cambridge 2007
Alexander Drost 124

Albert Gouaffo: Wissens- und Kulturtransfer im kolonialen Kontext. Das Beispiel Kamerun – Deutschland (1884–1919), Würzburg 2007
Heinrich Hartmann 129

S. A. Smith: Revolution and the People in Russia and China. A Comparative History, Cambridge 2008
Eva-Maria Stolberg 132

Norbert Frei: 1968. Jugendrevolte und globaler Protest, München 2008
Andreas Schneider 135

Christof Mauch / Thomas Zeller (Hrsg.): The World Beyond the Windshield. Roads and Landscapes in the United States and Europe, Stuttgart 2008
Rudi Volti 140

Martin Lawn (Hrsg.): Modelling the Future. Exhibitions and the Materiality of Education, Oxford 2009
Klaus Dittrich 143

Regina Kreide / Andreas Niederberger (Hrsg.): Transnationale Verrechtlichung. Nationale Demokratien im Kontext globaler Politik – Hauke Brunkhorst zum 60. Geburtstag, Frankfurt a. M. 2008
Helmut Goerlich 145

Inhaltsverzeichnis des 19. Jahrgangs 2009 148

2008 im Fachforum *geschichte.transnational* erschienene Rezensionen 157

Autorinnen und Autoren 165

Einleitung: Vergleich und Transfer in der Konsumgeschichte

Manuel Schramm

1. Europäische Konsumgeschichte

Vor dreizehn Jahren erschien der von Hannes Siegrist, Hartmut Kaelble und Jürgen Kocka herausgegebene Sammelband „Europäische Konsumgeschichte".[1] Er stellt zwar nicht den Beginn konsumhistorischer Forschung in Deutschland dar. Verschiedene Sozialhistoriker, aber auch Volkskundler, Wirtschaftshistoriker, Kulturanthropologen u.a. hatten bereits zu konsumhistorischen Fragestellungen gearbeitet. Dennoch vermochte der Band die bis dahin vorherrschenden unterschiedlichen Perspektiven unter den Leitbegriffen „Konsum" und „Konsumgesellschaft" zu bündeln.[2] In der Folge entstand eine Fülle von Monographien, Aufsätzen und Sammelbänden zum Thema. Die Konjunktur des Themas scheint ungebrochen. Mittlerweile existieren sogar mehrere Einführungen und Überblicksdarstellungen.[3] Die Breite und Tiefe der Forschung zur deutschen Konsumgeschichte fasst ein jüngst erschienenes Handbuch eindrucksvoll zusammen.[4]

1 H. Siegrist/ H. Kaelble/ J. Kocka (Hg.): Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18.-20. Jh.), Frankfurt a. M./New York 1997. Bis heute unverzichtbares Standardwerk.

2 H. Siegrist, Konsum, Kultur und Gesellschaft im modernen Europa. Einleitung, in: Ebd., S. 13-48, hier S. 14.

3 W. König, Geschichte der Konsumgesellschaft, Stuttgart 2000; H.-G. Haupt, Konsum und Handel. Europa im 19. und 20. Jahrhundert, Göttingen 2003; C. Kleinschmidt, Konsumgeschichte, Göttingen 2008; M. Schramm, Konsumgeschichte, in: M. Middell (Hg.), Dimensionen der Kultur- und Gesellschaftsgeschichte, Leipzig 2007, S. 163-183.

4 H.-G. Haupt/ C. Torp, Die Konsumgesellschaft in Deutschland 1890–1990. Ein Handbuch, Frankfurt a. M./ New York 2009.

Comparativ | Zeitschrift für Globalgeschichte und vergleichende Gesellschaftsforschung 19 (2009) Heft 6, S. 7–15.

Damit hat die deutschsprachige Forschung in diesem Bereich Anschluss an die internationale Entwicklung gefunden. Vor allem der englischsprachigen Forschung kam in der Konsumgeschichte eine Pionierfunktion zu. Zunächst sorgten die englischen Frühneuzeithistoriker Neil McKendrick, John Brewer und John Plumb mit ihrer These von der englischen „Konsumrevolution" des 18. Jahrhunderts für Aufsehen.[5] Später verlagerte sich der Schwerpunkt der Forschung in die USA, wo es einen mittlerweile beeindruckenden und schwer zu überblickenden Forschungsstand zu fast allen Aspekten der Konsumgeschichte gibt.[6] Die deutschsprachige Wirtschafts- und Sozialgeschichte blieb demgegenüber bis in die neunziger Jahre stärker produktionszentriert.[7] Die Gründe dafür sind hier nicht zu diskutieren; sie mögen aber in der Vorliebe der deutschen Sozialhistoriker für „harte" Themen und Methoden begründet sein.

Schließlich scheint es nicht ganz zufällig, dass die Hinwendung zur Konsumgeschichte mit der methodischen Neuorientierung der Geschichtswissenschaft zur „neuen" Kulturgeschichte Mitte bis Ende der neunziger Jahre verbunden war. Bereits die englische und US-amerikanische Konsumgeschichtsschreibung der achtziger Jahre hatte Diskurse, Symbole und Mythen (z. B. in der Werbung) mit einbezogen. Es wäre zwar unrichtig zu behaupten, die Konsumgeschichte erzwinge eine solche Neuorientierung. Man kann Konsumgeschichte auch vorwiegend quantitativ erforschen, ohne sich um die Bedeutung oder den Gebrauch der Dinge zu bekümmern.[8] Eine solche Herangehensweise ist legitim, doch liegt der Reiz der Konsumgeschichte letztlich doch eher in der Verbindung von „harten" und „weichen", wirtschafts-, sozial-, kultur-, alltags- und technikhistorischen Zugängen.

Obwohl die deutschsprachige konsumhistorische Forschung enorm an Breite und Tiefe gewonnen hat, bleiben doch noch offene Fragen. Sie betreffen nicht nur einzelne Aspekte des Konsums, sondern durchaus auch den Gesamtzusammenhang. Es mangelt nämlich, von einigen Ausnahmen abgesehen, an vergleichenden und transferhistorischen Studien. Die meisten vorliegenden Studien beschäftigen sich mit einem Land, einer Region oder Stadt. Vergleichende Arbeiten sind noch immer die Ausnahme.[9] Für die Transfer-

5 N. McKendrick / J. Brewer / J. Plumb, The birth of a consumer society. The commercialization of 18th century England, London 1982.

6 Überblick bei W. König, Konsumgesellschaft (Anm. 3); G. Cross, An all-consuming century. Why commercialism won in modern America, New York 2000.

7 B. Ziemann, Sozialgeschichte jenseits des Produktionsparadigmas. Überlegungen zu Geschichte und Perspektiven eines Forschungsfeldes, in: Mitteilungsblatt des Instituts für soziale Bewegungen 28 (2003), S. 5-35, S. 19.

8 So z. B. A. Reckendrees (Hg.), Die bundesdeutsche Massenkonsumgesellschaft 1950-2000, Berlin 2007 (Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte 2007/2).

9 Vgl. als Ausnahmen: H. Kaelble, Sozialgeschichte Europas. 1945 bis zur Gegenwart, München 2007; S. Haustein, Vom Mangel zum Massenkonsum. Deutschland, Frankreich und Großbritannien im Vergleich 1945 – 1970, Frankfurt a. M. / New York 2007; M. Prinz, Brot und Dividende. Konsumvereine in Deutschland und England vor 1914, Göttingen 1996; H. Homburg, Warenhausunternehmen und ihre Gründer in Frankreich und Deutschland oder: eine diskrete Elite und mancherlei Mythen, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte 1/1992, S. 183-219; A. Menninger, Genuss im kulturellen Wandel. Tabak, Kaffee, Tee und Schokolade in Europa (16. - 19. Jahrhundert), Stuttgart [2]2008; T. Welskopp, Startrampe für die Gesellschaft des Massenkonsums. Verbreitung und Entwicklung der Selbstbedienung in Europa nach 1945, in: Christina Benninghaus (Hg.), Unterwegs in Europa, Frankfurt a. M. / New York 2008, S. 247-267; C. Kopper, Eine komparative Geschichte des Massentourismus in Europa der 1930er

geschichte fällt die Bilanz etwas besser aus, insbesondere wenn man die mittlerweile umfangreiche Literatur zur „Amerikanisierung" berücksichtigt.[10] Forschungen über innereuropäische Transferprozesse sind dagegen vergleichsweise rar gesät. Das mag damit zusammenhängen, dass die „Amerikanisierung" als wichtiger eingeschätzt wurde, aber es bleibt dennoch bedauerlich, treten dadurch doch innereuropäische Verflechtungen, Ähnlichkeiten und Unterschiede kaum zutage.

Lange Zeit erschien ein exemplarisches Vorgehen völlig ausreichend, da als Fluchtpunkt der Konsumgeschichte die „Konsumgesellschaft" zu stehen schien, die mit geringen länderspezifischen Variationen überall dieselben Züge aufwies.[11] Viele (nicht alle) Historiker sind gerade hinsichtlich dieses Punktes skeptisch geworden. Das liegt nicht nur daran, dass Historiker früherer Zeiten den Beginn der Konsumgesellschaft immer weiter zurück verlegten, so dass Jan De Vries fünf mittlerweile in der Historiographie existierende Konsumrevolutionen zählt.[12] Vielmehr ist auch das Bewusstsein für die unterschiedlichen Ausprägungen der Konsumgesellschaft des 20. Jahrhunderts gewachsen: Laut Frank Trentmann ist ihre Homogenität bislang wohl überschätzt worden.[13] In diesem Punkt sind gegenüber der Diskussion der neunziger Jahre vielleicht die größten Veränderungen zu konstatieren. Möglicherweise ist es sinnvoll, von unterschiedlichen „Konsumkulturen" zu sprechen statt von einer einheitlichen „Konsumgesellschaft".[14]

Demgegenüber scheint sich der Konsumbegriff weniger stark gewandelt zu haben. Die Definition, die Hannes Siegrist 1997 formulierte („das Kaufen, das Gebrauchen und Verbrauchen/Verzehren von Waren" einschließlich der „damit im Zusammenhang stehenden Diskurse, Emotionen, Beziehungen, Rituale und Formen der Geselligkeit und

bis 1980er Jahre. Deutschland, Frankreich und Großbritannien im Vergleich, in: Archiv für Sozialgeschichte, 49 (2009), S. 129-149.

10 Vgl. K. Jarausch / H. Siegrist (Hg.), Amerikanisierung und Sowjetisierung in Deutschland 1945–1970, Frankfurt a. M. / New York 1997; A. Lüdtke / I. Marßolek / A. von Saldern (Hg.), Amerikanisierung. Traum und Alptraum im Deutschland des 20. Jahrhunderts, Stuttgart 1996; H. Rausch (Hg.), Transatlantischer Kulturtransfer im „Kalten Krieg". Perspektiven für eine historisch vergleichende Transferforschung, Leipzig 2006 (Comparativ 4 / 2006); V. De Grazia, Irresistible Empire. America's Advance through Twentieth-Century Europe, Cambridge 2005; H. Schröter, Americanization of the European Economy, Dordrecht 2005; unternehmenshistorisch: C. Kleinschmidt, Der produktive Blick. Wahrnehmung amerikanischer und japanischer Management- und Produktionsmethoden durch deutsche Unternehmer 1950–1985, Berlin 2002; S. Hilger; „Amerikanisierung" deutscher Unternehmen. Wettbewerbsstrategien und Unternehmenspolitik bei Henkel, Siemens und Daimler-Benz (1945/49–1975), Stuttgart 2004.

11 Vgl. W. König, Konsumgesellschaft (Anm. 3), S. 8; H. Siegrist, Konsum (Anm. 2), S. 18 f.; M. Prinz, „Konsum" und „Konsumgesellschaft". Vorschläge zu Definition und Verwendung, in: M. Prinz (Hg.), Der lange Weg in den Überfluss. Anfänge und Entwicklung der Konsumgesellschaft seit der Vormoderne, Paderborn 2003, S. 11-34.

12 J. De Vries, The industrious revolution. Consumer behavior and the household economy, 1650 to the present, Cambridge 2008, S. 37-39.

13 F. Trentmann, „Kurze Unterbrechung – Bitte entschuldigen Sie die Störung." Zusammenbruch, Zäsur und Zeitlichkeit als Perspektiven einer europäischen Konsumgeschichte, in: C. Benninghaus (Hg.), Unterwegs in Europa, Frankfurt a. M./New York 2008, S. 219-245, hier S. 221; vgl. auch C. Torp / H.-G. Haupt, Einleitung: Die vielen Wege der deutschen Konsumgesellschaft, in: H.-G. Haupt / C. Torp, Konsumgesellschaft (Anm. 4), S. 9-24, hier S. 15. Die Autoren sprechen dort von „Pfaden verschiedener konsumgesellschaftlicher Modelle".

14 M. Schramm, Konsum im 20. Jahrhundert. Regionalisierung, Europäisierung, Amerikanisierung? In: W. Eberhard/ C. Lübke (Hg.), Die Vielfalt Europas. Identitäten und Räume, Leipzig 2009, S. 235-249, hier S. 244-248.

Vergesellschaftung“[15]), scheint immer noch brauchbar zu sein. Jedenfalls überzeugen neuere Versuche, Konsum unter Rückgriff auf Bedarfs- oder Bedürfnisbefriedigung zu definieren, weit weniger.[16] Bezieht man nämlich immaterielle Bedürfnisse ein (was bekanntlich Maslow schon getan hat[17]), dient letztlich jede Handlung zur Befriedigung irgendeines Bedürfnisses. Da hilft auch die Einschränkung „Bedürfnisbefriedigung mit wirtschaftlichen Mitteln“ nicht weiter, da dann Konsum und Wirtschaft deckungsgleich wären.

2. Die Herausforderung der Globalgeschichte

Eine weitere Neuheit der letzten Jahre ist die Diskussion über transnationale Geschichte bzw. Globalgeschichte.[18] Die Sache selbst ist an sich nicht neu. Besonders in der Wirtschaftsgeschichte, aber auch anderswo wurden schon früher immer wieder transnationale Beziehungen thematisiert. Neu ist, dass die transnationale Geschichte dabei ist, zu einem Paradigma zu werden, so dass auch bekannte Entwicklungen in einem neuen Licht erscheinen.[19] Prinzipiell ist es natürlich zu begrüßen, dass die nationale Perspektive zunehmend in Frage gestellt wird. Das hatte, auf andere Art und Weise, auch schon die vergleichende Forschung versucht. Gleichzeitig ist auf die schwierigen methodischen Probleme hinzuweisen, die bei der Beschäftigung mit globalen Verflechtungen auftreten können.[20]

In der Konsumgeschichte ist Transnationalität nichts Neues. Schon die „Konsumrevolution“ des 18. Jahrhunderts war auf Handelsbeziehungen nach Übersee angewiesen. Besonders die so genannten „Kolonialwaren“ zogen schon mehrfach die Aufmerksamkeit auf sich und sind auch heute im Rahmen der transnationalen Geschichte wieder ein beliebtes Thema.[21] Aber auch die Geschichte der Ernährung und des Einzelhandels werden heute unter transnationaler Perspektive betrachtet.[22] Auf die Bedeutung der „Amerikanisierung“ wurde bereits hingewiesen. Diese Forschungen sind gewiss eine Bereicherung für die Konsumgeschichte. Allerdings ist auch auf die Gefahr hinzuweisen,

15 H. Siegrist, Konsum (Anm. 2), S. 16.
16 C. Torp / H.-G. Haupt, Einleitung (Anm. 13), S. 12; T. Welskopp, Startrampe (Anm. 9), S. 249.
17 A. Maslow, A Theory of Human Motivation, in: Psychological Review 50 (1943), S. 370-396, hier S. 376-383.
18 Vgl. das Forum „Transnationale Geschichte“ in H-Soz-Kult 2005 (http://hsozkult.geschichte.hu-berlin.de/index.asp?id=584&pn=texte).
19 Z. B. S. Conrad / J. Osterhammel (Hg.), Das Kaiserreich transnational. Deutschland in der Welt 1871–1914, Göttingen 2004.
20 Vgl. H. Siegrist, Transnationale Geschichte als Herausforderung der wissenschaftlichen Historiografie, in: M. Middell, Dimensionen (Anm. 3), S. 40-48.
21 Vgl. T. Hengartner / C. M. Merki (Hg.), Genussmitel. Ein kulturgeschichtliches Handbuch, Frankfurt a. M. 1999; R. Rossfeld, Schweizer Schokolade. Industrielle Produktion und kulturelle Konstruktion eines nationalen Symbols 1860–1920, Baden 2007; A. Menninger (Anm. 9); A. Epple / D. Wierling (Hg.), Globale Waren, Essen 2007 (WerkstattGeschichte 45).
22 Vgl. A. Sedlmaier (Hg.), From Department Store to Shopping Mall. Transnational History of Large-Scale Retail, Berlin 2005 (Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte 2/2005); M. Möhring / A. Nützenadel (Hg.), Ernährung im Zeitalter der Globalisierung, Leipzig 2007 (Comparativ 3/2007).

dass bei einer globalen Sichtweise die innereuropäischen Unterschiede aus dem Blick geraten und die europäische Entwicklung gerade dadurch idealisiert dargestellt wird.[23] Zudem ist der Forschungsstand für einige Weltregionen, z. B. Afrika und Teile Asiens, noch recht dünn.

Zudem reicht es nicht, allein die Tatsache globaler Verflechtungen aufzudecken. Diese müssten auch in ihrer Relevanz gegenüber dem lokalen oder regionalen Konsum eingeordnet werden. So waren die Kolonialwaren schon in der Frühen Neuzeit wichtige Handelsgüter. Der Großteil der Waren wurde aber wohl doch regional oder lokal produziert und konsumiert – was nicht heißen soll, die frühneuzeitlichen Gesellschaften seien alle „autark" gewesen, und die modernen Gesellschaften alle weltoffen und auf den Austausch orientiert.[24]

Die Forschungen zur globalen Konsumgeschichte werden weiter voranschreiten und dabei sicher noch viele wichtige Ergebnisse produzieren. In diesem Band steht stärker die europäische Perspektive im Vordergrund, die ebenfalls in den letzten Jahren einen enormen Aufschwung erlebt hat.[25] Auch hier sind die methodischen Herausforderungen beträchtlich. Sie werden in diesem Band mit Hilfe von Vergleich und Transfergeschichte behandelt.

3. Vergleich und Transfer

Wenn eine europäische Geschichte mehr sein soll als eine Addition von Nationalgeschichten, erscheint das methodische Instrumentarium von Vergleich und Transfergeschichte unverzichtbar. Dabei sind Vergleich und Transfer aufeinander angewiesen, beide ergänzen sich. Der Vergleich muss immer den Transfer berücksichtigen, die Transferforschung vergleicht immer, wenn auch häufig implizit. Die Diskussion der neunziger Jahre, als Vergleich und Transfer sich noch gegenseitig auszuschließen schienen, dürfen mittlerweile als überwunden gelten.[26]

Es spricht für die hier versammelten Beiträge, dass sie sich durch ein hohes Problem- und Methodenbewusstsein auszeichnen. Die Problematik von Vergleich und Transfergeschichte findet sich dementsprechend in den Fußnoten wieder, wobei die zitierte Literatur zum Teil unterschiedlich ist, in der Sache jedoch weitgehend Einigkeit zu bestehen

23 Vgl. P. Stearns, Consumerism in world history. The global transformation of desire, New York [2]2006.

24 Vgl. zur komplexen Frage der Autarkie im 18. Jahrhundert: R. Beck, Unterfinnning. Ländliche Welt vor Anbruch der Moderne, München 1993, S. 285-301; zur Subsistenz in der Moderne M. Prinz, „Mut zur Armut". Zur Historisierung konsumgesellschaftlicher Leitbilder für den westdeutschen Wiederaufbau, in: H.-G. Haupt / C. Torp, Konsumgesellschaft (Anm. 4), S. 403-434.

25 Vgl. die Verlagsreihen „Europa Bauen" (C. H. Beck) oder „Europäische Geschichte" (Fischer). In diesen Reihen gibt es in einen Band zur Ernährungsgeschichte (M. Montanari, Der Hunger und der Überfluss. Kulturgeschichte der Ernährung in Europa, München 1993) und einen Band zur Massenkultur (K. Maase, Grenzenloses Vergnügen. Der Aufstieg der Massenkultur 1850–1970, Frankfurt a. M. 1997), aber bisher keinen Band zur Konsumgeschichte.

26 J. Paulmann, Internationaler Vergleich und interkultureller Transfer: Zwei Forschungsansätze zur europäischen Geschichte des 18. bis 20. Jahrhunderts, in: Historische Zeitschrift 267 (1998), S. 649-685.

scheint. Der „klassische" Vergleich ohne Berücksichtigung von Transferprozessen wird von den Autoren abgelehnt, in einem Fall (Aufsatz Gatejel) sogar explizit. Stattdessen sind unterschiedliche Kombinationen aus Vergleich und Transfergeschichte zu finden, die sich auf die einschlägige Literatur zur „histoire croisée", Kulturtransfer und, besonders für die westeuropäischen Beispiele, Amerikanisierung stützen. Gemeinsam ist den Beiträgen auch die Einbeziehung der kulturhistorischen Perspektive, d. h. die Frage nach Bedeutungen, Wahrnehmungen und Diskursen im Feld des Konsums. Das scheint den Autor/inn/en so selbstverständlich, dass es gar nicht eigens thematisiert wird. Es ist aber bemerkenswert, weil in den Anfängen der Diskussion über die „neue Kulturgeschichte" der Vergleich nicht mit kulturhistorischen Zugängen kompatibel erschien – zu Unrecht.[27]

Die Zielsetzung, zu einer gesamteuropäischen Sicht auf die Konsumgeschichte des 20. Jahrhunderts zu kommen, wird möglicherweise nicht von allen Autor/inn/en geteilt. Dennoch leisten die hier versammelten Beiträge wesentliche Vorarbeiten hierzu, sei es, dass sie vorherrschende Meistererzählungen wie Amerikanisierung (Landenberger, Schramm) und Sowjetisierung (Gatejel) hinterfragen, sei es, dass sie „Konsumkulturen von unten" entdecken (Logemann). Solche Studien, von denen man sich noch mehr wünschen würde, bilden ein wichtiges Korrektiv gegenüber vorschnellen Verallgemeinerungen über den Konsum im 20. Jahrhundert.

4. Die Beiträge

Die vier Beiträge behandeln ausgewählte Probleme des europäischen Konsums in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts, zwei von ihnen in West- und zwei von ihnen in Ost- bzw. Ostmitteleuropa. Sie haben dabei unterschiedliche Herangehensweisen und Erkenntnisinteressen. Manche stellen einzelne Konsumgüter in den Vordergrund, andere eher Konsumpraktiken. Dass gleich zwei Beiträge (Gatejel, Landenberger) das Auto als Konsumgut thematisieren, ist vielleicht kein Zufall, da dem privaten Pkw in dieser Zeit in Ost und West eine herausgehobene Bedeutung zukam. Der Beitrag von Daniel Logemann zielt mit der Untersuchung des deutsch-polnischen Schleichhandels auf die Untersuchung von Konsum- bzw. Handelspraktiken, während mein eigener Beitrag einen Überblick über den Durchbruch zum Massenkonsum in vier westeuropäischen Ländern gibt anhand von ausgewählten Konsumgütern, Diskursen und Praktiken.

Der Aufsatz von *Luminita Gatejel* untersucht die automobile Konsumkultur in der DDR, Sowjetunion und Rumänien im Vergleich. Er thematisiert vor allem die Diskussionen über die private Motorisierung im Sozialismus, die dort lange nicht erwünscht oder zumindest umstritten war. Erst ab Mitte der sechziger Jahre zeichnete sich in allen Ländern

27 Vgl. zum Vergleich in der Kulturgeschichte H. Siegrist, Comparative History of Cultures and Societies. From Cross-societal Analysis to the Study of Intercultural Interdependencies, in: Comparative Education 42 (2006), H. 3, S. 377-404.

eine Akzeptanz des privaten Pkw-Besitzes ab, während vorher der Autobesitz entweder auf eine schmale Schicht von Privilegierten beschränkt bleiben oder die Autos kollektiv genutzt werden sollten. Im Unterschied zur Sowjetunion und Rumänien setzte die DDR von Anfang an auf die private Motorisierung, die anderen Länder zogen später nach. Die Annäherungsprozesse in der Motorisierung erklärt Gatejel mit wechselseitigen Einflüssen, die durchaus nicht einseitig vom sowjetischen Zentrum in die Peripherie gingen, sondern auch umgekehrt. Mental allerdings wirkte die offizielle Propaganda gegen die individuelle Motorisierung noch lange nach und kam als ökologische Kritik bei den Dissidenten der siebziger und achtziger Jahre in veränderter Form wieder zum Vorschein.

Der Beitrag von *Sonia Landenberger* richtet sich dagegen nicht auf die Massenmotorisierung, sondern auf Autos der Luxusklasse aus Großbritannien und Deutschland anhand der Beispiele Jaguar und Porsche. Die Blickrichtung ist hier stärker unternehmensgeschichtlich geprägt. Es geht um die Internationalisierung von Marken, die besonders im Luxussegment eine wichtige Rolle spielen. Obwohl Marken an sich natürlich älter sind, gewannen sie im Zuge des verschärften Konkurrenzkampfes in den siebziger Jahren an größerer Bedeutung. Eine bewusst von Seiten der Hersteller betriebene Internationalisierung fand seit der zweiten Hälfte der achtziger Jahre statt. In beiden untersuchten Fällen war der Erfolg auf dem US-Markt von entscheidender Bedeutung. Der Aufsatz unterstreicht die Ähnlichkeiten zwischen dem deutschen und dem britischen Beispiel und zeigt, dass die Prozesse des Kulturtransfers weitaus komplexer waren als es der häufig verwendete Begriff der „Amerikanisierung" impliziert. Nationale Bedeutungen werden durch die Internationalisierung der Marken gestärkt, da sie geeignet sind, Distinktion herzustellen.

Der Beitrag von *Daniel Logemann* geht stärker von einer transfergeschichtlichen Problemstellung aus. Er untersucht Einkaufstourismus, Schmuggel und Schleichhandel zwischen der DDR und Polen in den siebziger und achtziger Jahren. Nach der Grenzöffnung 1972 setzte ein reger Einkaufstourismus ein, der sich zum Teil mit illegalen Praktiken verband. Die Ursache lag in den für die sozialistischen Länder typischen Mangelerscheinungen, die dadurch ausgeglichen werden sollten. Der polnische Einkaufstourismus in der DDR weckte jedoch anti-polnische Ressentiments. Die Schließung der Grenze 1980 konnte Schmuggel und Schleichhandel nicht unterbinden. Den Konsumenten und Schmugglern fehlte häufig das Unrechtsbewusstsein, da sie keine andere Möglichkeit sahen, an dringend benötigte Waren zu kommen. Somit entstand eine funktionsfähige grenzüberschreitende „Konsumkultur von unten".

Mein eigener Beitrag schließlich fragt nach nationalen Unterschieden in der Phase des Durchbruchs zum Massenkonsum in Westeuropa nach dem Zweiten Weltkrieg. Er vergleicht dazu die Entwicklungen in der Bundesrepublik Deutschland, Frankreich, Großbritannien und Italien einerseits anhand der Verbreitung bestimmter Konsumgüter (Auto, elektrische Haushaltgeräte), andererseits anhand bestimmter institutionalisierter Praktiken wie Werbung, Einzelhandel und Verbraucherschutz. Die in der Literatur häufig vertretenen Thesen der „Amerikanisierung" oder „Europäisierung" des Konsums in dieser Zeit wird durch den Hinweis auf nationale Unterschiede in Frage gestellt. Diese

resultieren zum Teil aus der besonders in den fünfziger Jahren unvollständigen Integration der Märkte (z. B. Autos), aus politischen Unterschieden (z. B. Fernsehen, Verbraucherschutz), aus älteren kulturellen Unterschieden (z. B. Ernährung) und nicht zuletzt aus der spezifischen Aneignung allgemeinerer Prozesse (z. B. Werbung, Einzelhandel). Insgesamt wurde der Durchbruch zum Massenkonsum in den vier untersuchten Ländern als eine nationale Leistung und Errungenschaft gesehen, was hilft, den z. T. heftigen Widerstand gegen die Globalisierungsprozesse der siebziger und achtziger Jahre zu verstehen.

5. Ergebnisse und offene Fragen

Der Herausgeber hat an anderer Stelle fünf europäische Konsumkulturen des 20. Jahrhunderts unterschieden: die Selbstversorgung, die „Rationen-Gesellschaft" (Rainer Gries), die sozialistische Konsumkultur, die traditionell bürgerliche und die Massenkonsumkultur.[28] Inwiefern muss diese Unterscheidung im Lichte der hier versammelten Aufsätze revidiert bzw. modifiziert werden? Offensichtlich beleuchten die Arbeiten Ähnlichkeiten und Unterschiede innerhalb der sozialistischen sowie der marktwirtschaftlich verfassten Massenkonsumkultur. Die Abgrenzung an sich wird durch die Aufsätze nicht revidiert. Allerdings scheinen die Unterschiede zwischen den einzelnen sozialistischen Ländern weniger gravierend gewesen zu sein als bisweilen vermutet.[29] Andere Differenzierungen waren anscheinend wichtiger: die zeitliche (Aufsatz Gatejel) oder die Unterscheidung zwischen einer „offiziellen" und einer Konsumkultur „von unten" (Aufsatz Logemann). Gerade letztere zeigt eindrucksvoll das Spannungsverhältnis zwischen nationalen Unterschieden und sozialistischen Ähnlichkeiten. Der Schleichhandel lebte einerseits von den Unterschieden in der Warenversorgung zwischen der DDR und Polen, andererseits trug er dazu bei, diese Unterschiede tendenziell auszugleichen.

Was die westeuropäische Massenkonsumkultur angeht, so scheinen die nationalen Unterschiede länger bestanden zu haben als bisher angenommen, oder sie verstärkten sich zeitweise sogar (Aufsatz Schramm). Es handelt sich offensichtlich auch nicht einfach um Differenzen zwischen Nord- und Südeuropa. obwohl diese gleichfalls existiert haben mögen. Eine entscheidende Beschleunigung der Transnationalisierungsprozesse erfolgte dann seit den siebziger Jahren (Aufsatz Landenberger). Diese sind bei näherem Hinsehen ebenfalls komplex und weder mit dem Begriff der „Amerikanisierung" noch dem der „Europäisierung" zureichend erfasst.

Die Aufsätze werfen auch Fragen der Periodisierung auf, die sich offensichtlich nicht für Europa als Ganzes einheitlich beantworten lassen. Nach dem Zweiten Weltkrieg dürfte für die meisten westeuropäischen Gesellschaften tatsächlich der entscheidende Einschnitt

28 M. Schramm, Konsum (Anm. 14), S. 244-248.

29 Vgl. v. a. S. Merl, Staat und Konsum in der Zentralverwaltungswirtschaft. Rußland und die ostmitteleuropäischen Länder, in: H. Siegrist / H. Kaelble / J. Kocka, Konsumgeschichte (Anm. 1), S. 205-241.

zu Beginn der siebziger Jahre gekommen sein, mit dem Ende des langen wirtschaftlichen Aufschwungs[30] und der Verstärkung von Transnationalisierungsprozessen. Für Ost- und Ostmitteleuropa scheint, jedenfalls für die Konsumgeschichte, die Zäsur eher in den späten fünfziger Jahren zu liegen, wenn auch mit deutlichen nationalen Unterschieden. Die Rhythmen der west- und der osteuropäischen Geschichte liefen in der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts nicht synchron, und das sollte sich auch durch die Systemtransformation in Osteuropa 1989–91 nicht ändern. Jedenfalls wäre es zu einfach, von einer kurzfristigen Angleichung des Konsums in West- und Osteuropa auszugehen.[31] Ob sie sich längerfristig einstellt, bleibt offen.

30 Vgl. A. Doering-Manteuffel/ L. Raphael (Hg.), Nach dem Boom. Perspektiven auf die Zeitgeschichte seit 1970, Göttingen 2008.

31 Vgl. M. Schramm, Konsum (Anm. 14), S. 238 f.

Privat oder Staatlich? Automobile Konsumkultur in der Sowjetunion, der DDR und Rumänien

Luminita Gatejel

ABSTRACT

Private or State-Owned?Automobile Consumer Culture in the Soviet Union, the GDR, and Romania

The article teases out the common features of a socialist consumer culture by taking three different national settings under scrutiny. Central to the inquiry is the automobile as one of the most prestigious artifacts in the Soviet Union, East Germany and Romania. The main contentious issue regarding the status of the automobile was whether cars should be awarded by the state to its most loyal citizens, bought freely, or rented from state companies. The exclusivist Stalinist consumer society was radically transformed in the postwar period due to internal political reconfiguration and the influence of the other block countries. This comparative study has shown that between Moscow and its satellites a vivid cultural exchange took place that coined the automobile culture of the last decades of socialism. The silent partner in this exchange was the West that made mass motorization around the private car its main characteristic also under socialism.

Die Autos des Sozialismus waren der Lkw als Vehikel der Industrialisierung und der Bus als billiges und zuverlässiges Fortbewegungsmittel für Arbeiter und Bauern. Die ersten Pkws wurden in der Sowjetunion schon in den 1920er Jahren produziert in der Wolgastadt Gorkij nach amerikanischer Ford-Lizenz.[1] Deren Zahl blieb recht übersichtlich; Mitte der 1930er Jahre betrug die registrierte Anzahl von Pkws etwa 6.000 Stück.[2] Diese

1 K. Schultz, Building the 'Soviet Detroit': Construction of the Nizhnii-Novgorod Automobile Factory, 1927–1933, in: Slavic Review 49 (1990), S. 200-212.

2 L. Siegelbaum, Cars for Comrades. The Life of the Soviet Automobil, Ithaca 2008, S. 197.

zuerst sehr kleine Menge an Pkws sorgte für eine über Jahrzehnte andauernde Kontroverse: Wie sollten Pkws im Sozialismus rechtmäßig genutzt werden? Sollten Autos privat gekauft, staatlich zugeschrieben oder kollektiv vermietet werden? Eine eindeutige Antwort ist erst ab Mitte der sechziger Jahre zu finden, als sich im gesamten Ostblock der private Pkw-Besitz durchsetzte. Der folgende Artikel fasst die Diskussionen zu einem geeigneten Umgang mit dem Kleinwagen im Sozialismus anhand von Beispielen aus der Sowjetunion, der DDR und Rumänien zusammen. Die Auswahl der Länder beruht darauf, dass in diesen Ländern sehr unterschiedliche Versuche unternommen wurden, das Automobil als Konsumgegenstand zu etablieren. Umso erstaunlicher ist es, dass sich in der Spätzeit das westlich-kapitalistische Modell des Eigenwagens flächendeckend verbreitete. Die Erklärung dafür erschließt sich aus den Beziehungen der sozialistischen Länder untereinander und zum Westen.

Die drei Länderbeispiele werden im Hinblick auf die Individualmotorisierung miteinander verglichen. Dabei handelt es sich keineswegs um einen „klassischen" Vergleich, sowohl aus erkenntnistheoretischen, als auch aus praktischen Gründen.[3] Dem wichtigsten Vorbehalt gegen einen Vergleich, die getrennte und in sich geschlossene Behandlung der Vergleichseinheiten, kommt die Untersuchung entgegen, indem die drei Länder immer abwechselnd behandelt werden und auf die gegenseitige Beeinflussung besonders Acht gegeben wird.[4] Da hier ein Annäherungsprozess beschrieben wird, ist es umso wichtiger, Schritt für Schritt zu zeigen, wie sich die drei Fallbeispiele näher kamen. Daraus ergibt sich auch die zweite Einschränkung: Die drei Länder werden vor allem auf ihre Gemeinsamkeiten hin analysiert. Dieser „halbe Vergleich" birgt auch die Hauptthese, die auf eine Angleichung der politischen Entscheidungen und ihrer Implementierung hinweist. Auf einen asymmetrischen Vergleich wurde bewusst verzichtet, weil allen drei Ländern dasselbe Gewicht zugesprochen wird. Hier geht es nicht darum, die Besonderheiten oder eine spezifische Entwicklung in einem der Länder mit Bezug auf ein oder zwei andere Beispiele zu prüfen, sondern um die Definition eines gemeinsamen Raumes.[5] Nicht die Besonderheit eines der Länder soll hier unter Beweis gestellt werden, sondern die gemeinsame sozialistische Autokultur soll anhand des sowjetischen, rumänischen und ostdeutschen Beispiels gedeutet werden. „Klassisch" bleibt hingegen die Verankerung der Arbeit auf der Ebene des Nationalstaates. Zwar war der Ostblock in vielerlei Hinsicht ein einem Imperium ähnelndes Staatengebilde, aber die folgende Analyse wird zeigen, dass die einzelnen Regierungen im Laufe der Zeit immer mehr Entscheidungsfreiheit für sich beanspruchten, ohne sich jedoch von der Sowjetunion loslösen zu können. Nach wie vor

3 H.-G. Haupt / J. Kocka, Historischer Vergleich: Methoden, Aufgaben, Probleme. Eine Einleitung, in: Dies. (Hg.), Geschichte und Vergleich. Ansätze und Ergebnisse international vergleichender Geschichtsschreibung, Frankfurt a. M. 1996, S. 9-43; H. Kaelble, Der historische Vergleich. Eine Einführung zum 19. und 20. Jahrhundert, Frankfurt a. M. 1999.

4 M. Middell, Kulturtransfer und Historische Komparatistik – Thesen zu ihrem Verhältnis, in: Comparativ 10 (2000) 1, S. 7-41.

5 J. Kocka, Asymmetrical Historical Comparison: The Case of the German *Sonderweg*, in: History and Theory 38 (1999), S. 40-50.

fielen viele der Entscheidungen in Moskau, aber ihr Weg durch die jeweiligen sozialistischen Staaten veränderte diese meistens so entscheidend, dass die Veränderungen vor Ort genau so wichtig wurden wie der Input aus dem Zentrum.
Doch wie ist der Annäherungsprozess zwischen den drei untersuchten Gesellschaften zu erklären? Eine einfache Antwort deutet auf die Transferprozesse hin. Das Totalitarismus-Paradigma glättet die komplexen Beziehungen zwischen Moskau und seinen Satelliten; es suggeriert einen einseitigen Fluss von Informationen aus der Metropole in die Peripherie, ein Prozess, der einseitig mit der Implementierung sowjetischer Normen und Institutionen endete. Ohne die dominante Position der Sowjetunion in Bezug zu ihren Verbündeten negieren zu wollen, würde ich diesen Austausch eher als einen asymmetrischen „Dialog" oder als eine „Verhandlung" bezeichnen.[6] Zu fragen wäre deswegen: Wie wurde der Input des „Großen Bruders" vor Ort an die jeweils spezifische Form von „nationalem" Sozialismus angepasst? Wie modifizierten die unterschiedlichen ökonomischen Entwicklungsstadien der genannten Länder einen gewollt einheitlichen und homogenen Sozialismus? Und schließlich, was für Rückwirkungen hatten abweichende Entwicklungen in der DDR und in Rumänien auf die Sowjetunion?

1. Die neue stalinistische Elite am Steuer

> *In einer barbarischen Gesellschaft bilden der Fahrer und der Fußgänger zwei Klassen. Der Motor trennt die Gesellschaft nicht weniger als der Pferdesattel. So lange auch der bescheidenste ‚Ford' ein Privileg der Minderheit bleibt, werden die Beziehungen und Gepflogenheiten der bürgerlichen Gesellschaft weiter überleben.*[7]

So schrieb Leo Trotzki im Jahre 1937 aus seinem Exil zum Stand der Dinge in der stalinistischen Sowjetunion. Der Topos der „verratenen Revolution" zog sich wie ein roter Faden durch die Exilliteratur ehemaliger Bolschewiki, die aus der Ferne, ihren Unmut und ihre Besorgnis zur Entwicklung in der Sowjetunion zu Papier brachten. Die Konsolidierung der Macht Stalins wurde zunehmend als eine Abwendung vom „wahren" Weg in den Sozialismus gedeutet und als eine Zeit betrachtet, in der bourgeoise Werte und Vorstellungen, die als längst überwunden geglaubt wurden, erneut Platz in die offizielle Rhetorik fanden.[8] Und vor allem monierten sie den offensichtlichen Widerspruch zwischen dem egalitären Ideal der sozialistischen Revolution und den offen zur Schau gestellten Privilegien der neuen stalinistischen Elite.[9]

6 S. Reid/D. Crowley (Hrsg.), Style and Socialism. Modernity and Material Culture in Post-War Eastern Europe, Oxford 2000, S. 4 f.
7 L. Trotzki, Die verratene Revolution, Zürich 1957 (2. Aufl.), S. 61.
8 Um nur noch einen prominenten Vertreter zu erwähnen: N. Timascheff, The Great Retreat. The Growth and Decline of Communism in Russia, New York 1946.
9 S. Fitzpatrick, Becoming Cultured: Socialist Realism and the Representation of Privilege and Taste, in: The Cultural Front: Power and Culture in Revolutionary Russia, Ithaca 1992, S. 216–237, hier S. 216.

David L. Hoffmann sieht die größte Herausforderung, vor der der Sowjetstaat seit seinen Anfängen stand, in der Versöhnung zweier entgegengesetzten Strömungen, die beide als genuin ‚sozialistisch' galten. Die revolutionäre Tradition eines asketischen Sozialismus stand im offenen Widerspruch zu einem integrativen Verständnis von Sozialismus, das einher ging mit dem Versprechen materiellen Wohlstand für alle Mitglieder der sozialistischen Gemeinschaft zur Verfügung zu stellen.[10] An diesem Punkt ist es wichtig anzumerken, dass die Entscheidung zu Gunsten einer der beiden Optionen die Ausrichtung der allgemeinen Politik bestimmte. Während im Ersten Fünfjahrplan alle Ressourcen in die groß angelegten Industrialisierung- und Kollektivierungskampagnen gelenkt wurden, was weitere Einschnitte in den ohnehin sehr niedrigen Lebensstandard der Bevölkerung zur Folge hatte, vollzog sich während des Zweiten Fünfjahresplanes ein Wandel in Richtung einer zunehmenden Beschäftigung des stalinistischen Staates mit der materiellen Ausstattung der Bevölkerung.

Die Kampagne „Das Leben ist fröhlicher geworden", benannt nach der gleichnamigen Rede Stalins auf dem jährlichen Treffen der Stachanovarbeiter 1935, stellte das sozialistische Leben in Bildern des Überflusses und der materiellen Wonne vor.[11] Jedoch trat dieser viel gepriesene Wohlstand wegen einer unzulänglichen materiellen Basis nicht sofort in das Leben der sowjetischen Bürger ein und blieb für die Mehrheit der Bevölkerung eine idyllische Zukunftsprojektion. Und nicht anders haben die sowjetischen Machthaber, Experten des sozialistisch-realistischen Deutungskataloges, die Wohlstandskampagne begriffen. Materielles Glück hatte damals weit mehr mit Erziehung zu tun als mit Güterversorgung. Der sozialistischen Bevölkerung sollte erst beigebracht werden, wie sie mit dem späteren Wohlstand umgehen sollte. Eine kleine Elite – bestehend aus Stoßarbeitern und Staatsangestellten – sollte die neu errungene materielle Zufriedenheit vorleben. Saubere Kleidung, gepflegtes Aussehen, feine Tischmanieren sind nur einige Attribute, die von den neuen ‚Lieblingen' der Regierung abverlangt wurden. Im Gegenzug stellte der Staat ihnen alles zur Verfügung, damit sie ihrer Rolle als Modelle gerecht werde konnten, wie komfortable Apartments, gut ausgestattete Sonderläden, Landhäuser und nicht zuletzt Autos samt einem Chauffeur.[12]

Jedoch wie erwartet kam die bedürftige Bevölkerung den Begünstigten nicht mit Bewunderung entgegen. Während die Beschäftigung mit den materiellen Wünschen der Bevölkerung, oder besser gesagt mit der Manipulierung dieser, im offiziellen Diskurs immer mehr Platz einnahm, sickerten die Vorstellungen von einem asketischen und egalitären Sozialismus tiefer in die benachteiligten Schichten. Dieser so genannte ‚populäre Sozialismus' nahm der neuen Elite ihre Privilegien Übel.[13] Und der meist verhasste Gegenstand, in dem sich der neu errungene Status der Vorzeigebürger widerspiegelte,

10 D. Hoffmann, Stalinist Values: the Cultural Norms of Soviet Modernity, 1917–1941, Ithaca 2003, S. 119.
11 Ebenda, S. 115.
12 L. Siegelbaum, Stakhanovism and the Politics of Productivity in the USSR, 1935–1941, New York 1988, S. 210 ff.
13 J. Hessler, A Social History of Soviet Trade: Trade Policies, Retail Practices, and Consumption, 1917–1953, Princeton 2004, S. 223.

war das Automobil.[14] Genau wie die Exilsozialisten sahen sie es als Exponenten einer bürgerlichen Lebensweise, die sich in einer sozialistischen Lebenswelt eingenistet hatte: „Eine neue Bourgeoise ist in unserem Land aufgetreten, die in Autos herumfährt" oder „Sie fahren am Wochenende mit ihren Autos zu den Datschas, bezahlt von öffentlichen Geldern, verschwenden Benzin, das uns fehlt." Schließlich ist es kein Wunder, dass Sarah Davies ein Unterkapitel ihres Buches zu populären (volkstümlichen) Meinungen in der Zeit Stalins – „Wir und Sie: soziale Identität und Terror" - benennt.[15] Aber ganz so klar verlief die Trennlinie zwischen oben und unten nicht. Denn zum Teil waren diese Denunziationen von dem obersten Kreis der Macht selbst initiiert. Während der Großen Säuberungen wurden die gefallenen Mitglieder der Nomenklatura auch in der Presse eines luxuriösen Lebensstils bezichtigt. Die Vorwürfe eines bourgeoisen Verhaltens hatten als Ziel, die Führungskader zusätzlich zu verunsichern und waren Teil breiter Kampagnen als Stimmungsmache gegen Chefs und Vorsitzende. Zwar wurden die Privilegien nie als solche angeprangert, aber in den einzelnen Fällen wurde ihnen gerade dieses vorgeworfen.[16]

Über den Genuss eines Autos zu verfügen, setzte die Privilegierten außerhalb einer als homogen imaginierten sozialistischen Gesellschaft. Und wie im weiteren Textverlauf zu zeigen sein wird, werden gerade diese Erwartungen und Vorstellungen „von unten", an den sozialistischen Konsumdiskurs gestellt, bis in die Spätzeit die Verhandlungen mit der Regierung bestimmen. Auch ist es wichtig anzumerken, dass trotz der späteren Ausbreitung des privaten Besitzes der Pkw bis zum Ende des Kommunismus ein hoch begehrtes Privileg bleiben wird.[17]

2. Leihwagen für alle

Als Nikita Chruščev die Macht 1956 übernahm, war er darauf bedacht, die stalinistische Sowjetunion von Grund auf zu verändern. Bekannt ist vor allem seine Distanzierung vom großen Terror und die Generalamnestie aus dem Jahre 1957.[18] Aber auch andere, weniger mediatisierte Bereiche des gesellschaftlichen Lebens wurden in neue Bahnen gelenkt. So gehörte das Transportwesen und insbesondere die Regelung des Pkw-Verkehrs zu den Zielen der neuen Machtinhaber im Kreml. Denn das stalinistische Erbe stellte sie vor eine große Herausforderung. Was auf den ersten Blick eine periphere Angelegenheit zu sein schien, erwies sich bei genauerer Prüfung als der Kern stalinistischer

14 Fitzpatrick, Becoming Cultured (wie Anm. 9), S. 230.

15 S. Davies, Popular Opinion in Stalin's Russia: Terror, Propaganda and Dissent, 1934–1941, Cambridge 1994, S. 138 f.

16 Fitzpatrick, Becoming Cultured (wie Anm. 9), S.229 f.

17 L. Siegelbaum, Cars, Cars and More Cars: The Faustian Bargain of the Brezhnev Era, in: ders., Borders of Socialism: Private Spheres of Soviet Russia, New York 2004, S. 83-103.

18 M. Elie, Amnistiés et réhabilités dans la région de Novosibirsk, 1953–1960, in: Cahiers du Monde Russe 47 (2006), S. 327-348; M. Dobson, Contesting the Paradigms of De-Stalinisation: Readers' Responses to *One Day in the Life of Ivan Denisovich*, in: Slavic Review 64 (2005), S. 580-600, hier S. 598.

Gesellschaftskonstruktion. Wer das hoch komplexe Privilegienraster reformieren oder gar abschaffen wollte, stellte das System als Ganzes in Frage. Denn am Auto erkannte man den sozialen Status des Einzelnen; es war das zur Schau gestellte Symbol für die Zugehörigkeit zur Elite.

Eine der weitreichenden Folgen der Geheimrede 1956 auf dem Parteitag der KPdSU für die sowjetische Gesellschaft bestand darin, dass die Grenzen zwischen Auserwählten und Außenseitern neu verhandelt wurden.[19] Gleichzeitig befand sich die Sowjetunion vor einer großen Herausforderung, der des Massenkonsums. Ende der fünfziger Jahre galt die wirtschaftliche Krise der Nachkriegszeit als überwunden, und ein moderates, aber konstantes Wirtschaftswachstum brachte die Erweiterung der sozialen Kategorien, die mit einem gestiegenen Lebensstandard belohnt wurden.[20] Doch diese Verlagerung in der Konsumpolitik hatte nicht nur rein wirtschaftliche Gründe, sondern verdankte sich in entscheidendem Maße einer „demokratischeren" Ausrichtung der chruščevschen Konsum- und Sozialpolitik. An Stelle einer kleinen stalinistischen Elite, die die sozialistische Konsumkultur verkörpern sollte, konnte nun jeder auf ein gutes Leben hoffen. Neu war auch die technische Revolution im Bereich der Konsumgüter, die technische Artefakte unter der sowjetischen Bevölkerung streute.[21] Es schien, als ob dieser Trend zur allgemeinen Akzeptanz des Autobesitzes führen würde. Aber der Übergang des Autos von einem Staatsgeschenk für ausgewählte Bürger zu einem allgemein verfügbaren Massenkonsumgut war nicht so glatt wie es auf den ersten Blick scheinen mag. Denn nicht nur einfache Sowjetbürger, die über keinen Pkw verfügten, sondern gerade auch die politischen Entscheidungsträger hatten ihre Zweifel, was einen allgemeinen Besitz von Autos anging.

Der am meisten umstrittene Punkt auf Autos bezogen war, ob sie kollektiv genutzt oder in persönlichen Besitz gegeben werden sollten. Das Chruščevsche Wohlfahrtssystem ließ sich daran messen, inwiefern es für jede Familie eine eigene Wohnung zur Verfügung stellen konnte. Fast gegenläufig liefen die Erneuerungen im automobilen Bereich. Die erneute Hinwendung zu „kollektiven" Werten in der Chruščev-Zeit machte nicht vor der Welt des Autos halt. Ein groß angelegtes Verleihsystem (zuerst auf die Großstädte beschränkt) sollte das „elitäre" stalinistische System vielleicht nicht ersetzen, aber weitgehend zurückdrängen. Gemeint ist, die Einrichtung von großen Vermietwagenzentren, deren Autos der Bevölkerung für moderate Summen zur Verfügung gestellt werden sollten.[22] Die Einrichtung eines flächendeckenden Netzes von Mietwagen unterschied sich in zwei Punkten von den stalinistischen Wertvorstellungen seines Vorgängers. Erstens durch die „demokratische" Wende, d. h. jeder Bürger konnte ein Auto ausleihen und vor allem jeder konnte sich dieses leisten. Zweitens veränderte sich nicht nur die Art der Nutzung, sondern auch ihre Dauer und Intensität stieg. Dadurch dass die Vermiet-

19 Ebenda, S. 598.

20 A. Nove, An Economic History of the U.S.S.R., London 1969.

21 S. Reid, Cold War in the Kitchen: Gender and the De-Stalinisation of Consumer Taste in the Soviet Union under Khrushchev, in: Slavic Review 61 (2002), S. 212-52, hier S. 229.

22 Rossijskij Gosudarstvennyj Archiv Novejšej Istorii (RGANI), f. 5, op. 42, d. 103, l. 7.

wagen öfters eingesetzt wurden als Privatautos, war einerseits die Zahl der benötigten Autos geringer und man sparte zusätzlich an Parkraum.[23] Hingegen stiegen die Reparaturkosten drastisch an, was bald zu deren Verhängnis wurde.

> *Im weiteren wird die Entwicklung des Personenautoverkehrs bei uns in folgender Richtung verlaufen: Wir werden die Erzeugung von Personenkraftwagen steigern und dabei ein großes Netz von Leihgaragen schaffen. Ob diese Garagen staatlich oder gewerkschaftseigen sein oder ob sie andern öffentlichen Organisationen gehören werden, kann ich jetzt nicht sagen. Aber das wird wie folgt eigerichtet sein: Wenn irgend jemand einen Kraftwagen benötigt, so geht er in eine Garage, leiht einen Wagen und fährt, wohin er fahren will. Der Mensch wird die Maschine benutzten, wie er es nötig hat. Nach der Benutzung wird er den Kraftwagen in die Garage zurückbringen und sich weiter um nichts zu kümmern brauchen.*[24]

Den Reformen wurden bald materielle Grenzen gesetzt. Das System konnte auf die Privilegierung ausgewählter kleiner Gruppen auch deswegen nicht verzichten, weil die Produktionszahlen von Autos, trotz der Ersparnis durch die Leihwagenzentren, weit unter dem Bedarf lagen. Also blieb auch weiterhin die Praxis erhalten, wenn man nicht alle zufriedenstellen konnte, dann wenigstens strategisch ausgewählte soziale Gruppen oder Individuen. Auch ist zu erwähnen, dass die Verleihzentren schlecht ausgestattet waren, über viel zu wenige Autos verfügten und die vorhandenen Autos sich in einem extrem schlechten Zustand befanden.[25] Trotz dieser Unzulänglichkeiten blieb das sozialistische Autoverleihsystem bis in die Spätzeit das Modell eines gerechten Umganges mit dem Pkw. Freier Zugang und die radikale Ablehnung jeglicher Formen von Privateigentum waren genau die zwei Charakteristika einer gerechten sozialistischen Autowelt, die immer wieder in dieser Zeit zum Ausdruck kommen werden.

Wie schon erwähnt, überlebte das stalinistische System der Privilegierung einer Minderheit seinen Gestalter. Es existierte parallel zu den durchaus ernstzunehmenden Versuchen die Autowelt im Sozialismus von Grund auf zu erneuern, allerdings ohne von diesem Bestreben im Kern angetastet zu werden. Auch weiterhin konnten dieselben bevorzugten sozialen Gruppen auf ihre Privilegien setzen; hinzu kamen noch Spezialisten in Kolchosen und auf Baustellen.[26] Wenn wir die Akademiemitglieder als Beispiel aufgreifen, eine besonders privilegierte professionelle Gruppe: Ein allumfassendes Netz von Begünstigungen, darunter ein Auto, meistens mit einem Chauffeur, stand zu deren Verfügung sowohl bei der Arbeit, als auch in der Freizeit. Das Auto und die Datscha

23 Chruščevs Rede auf der Pariser Weltausstellung 1961, zitiert nach: T. Weymar, Im Trabi zur Sonne, zur Freiheit. Entwicklung, Folgen und Ursachen des Automobilverkehrs im realen Sozialismus am Beispiel der DDR, in: Deutschland Archiv 1985, S. 1009-1115, hier S. 1111. Siehe auch Siegelbaum, Cars (wie Anm. 2), S. 84.

24 N. Chruščev, „Die Dinge in unserem Land stehen gut." Antworten auf Fragen von Gewerkschaftsfunktionären, 31. März 1960, in: Freundschaft Frankreich – UdSSR festigt den Frieden in Europa. Aus den Reden N.S. Chruschtschows in Frankreich, 23. März-3. April 1960, Berlin 1960, S. 146.

25 Siegelbaum, Cars (wie Anm. 2), S. 13.

26 RGANI, f. 5, op. 42, d. 99, S. 1 ff.

wurden auch nach Stalins Tod von diesen eindringlich eingefordert. In deren Auffassung gehörte zu den Pflichten des Staates, sich um ihre Gesundheit und ihr Wohlbefinden zu kümmern.[27]

Chruščevs Machtausübung kann mit Blick auf den Machtwechsel zu Brežnev als eine Zwischenzeit betrachtet werden. Mit Blick auf die Autowelt war sie gekennzeichnet von einem dramatischen Nebeneinander zweier gänzlich verschiedener Vorstellungen von sozialer Regulierung, die sich im Prinzip ausschließen sollten. Doch auf gut sowjetische Art, in der Ansprüche und Wirklichkeit weit auseinanderklafften und versäumte Reformen von der Zukunft eingeholt wurden, ergänzten sie einander. Die Beziehung von Klasse und Masse wurde zwar neu verhandelt, ohne dass dieses zu einem radikal veränderten Verhältnis zwischen den beiden führte. Die stalinistische Elite überlebte den Stalinismus und durfte auch weiterhin ihre Macht und Prestige in Form eines Kleinwagens offen zur Schau stellen. Aber auch die Verfechter eines egalitären, auf kollektiven Werten basierenden Sozialismus fanden in den Chruščevschen Leihwagenzentren ein Modell, auf das sie sich stets berufen konnten. Die Auseinandersetzung zwischen den beiden war 1964, als Chruščev gehen musste, noch längst nicht am Ende und nahm im Zuge der Massenmotorisierung ungeahnte Formen an.

3. Der ostdeutsche Weg zum privaten Pkw

Es waren nicht nur Geldmangel und Schlampigkeit, die die Verbreitung eines engmaschigen Netzes von Mietwagenzentren in der Sowjetunion und in den anderen sozialistischen Ländern verhinderten. Das Erbe der Zwischenkriegszeit und die Existenz eines Weststaates nach dem Krieg bestimmten maßgeblich diese Entwicklung in der ostdeutschen Autowelt. Hier sollte sich die private Motorisierung von Anfang an durchsetzen. Und etwas zeitverzögert sollte der eingeschlagene Weg in der DDR Rückwirkungen auch auf die anderen Satelliten und auf die Sowjetunion selbst haben. Abgesehen davon wurde im traditionsreichen Autoland Deutschland, der Etablierung einer eigenen prestigeträchtigen Autoindustrie ein viel höherer Stellenwert eingeräumt, als in jedem anderen sozialistischen Staat. Und dieses hatte Auswirkungen auf den „ideologischen" Umgang mit dem Kleinwagen, durch dessen hohe Bedeutung in den gesellschaftlichen Aushandlungsprozessen.

Als Pendant zur stalinistischen „Klasse auf Rädern"[28] gilt das nationalsozialistische Projekt, allen Mitgliedern der rassisch definierten deutschen Volksgemeinschaft einen Mittelklassewagen zur Verfügung zu stellen. Die Herstellung eines deutschen Volkswagens, symbolisch „Kraft durch Freude" (KdF) genannt, sollte zusammen mit einem dichten Autobahnsystem die Regionen des Landes näher an das politische Zentrum bringen.

27 Ebenda, S. 9.

28 T. Nichols-Busch, A Class on Wheels: Avtodor and the Automobilization of the Soviet Union, 1927–1935, unveröffentlichte Dissertation, Georgetown University, Washington D.C.

Eine intensive mediale Kampagne, die eine heile, automobile Zukunft versprach, machte das Publikum mit dem neuen Produkt vertraut, das sich in kurzer Zeit für das Auto begeisterte.[29] Und obwohl kein einziger KdF-Wagen auf den Naziautobahnen fuhr, war es genau der Anspruch der Vollmotorisierung, der die Reorganisation der Kleinwagenproduktion in beiden Teilen Deutschlands bestimmen sollte. Der Druck auf die DDR, sich näher mit dem Phänomen Auto auseinanderzusetzen und eine eigene Motorisierungswelle voranzutreiben, wurde erhöht, als der in der Bundesrepublik leicht veränderte Volkswagen vom Band rollte und rasch zu einem Publikumserfolg wurde.[30]
In diesem Kontext ist auch der Anfang eines eigenständigen ostdeutschen Wegs in die Automobilgeschichte zu verorten. Die Begründung für die Massenproduktion von Pkws wirft gleichzeitig auch ein Licht auf die Art ihrer Nutzung. Denn sowohl die Wiederaufnahme der Produktion in den alten Horch- und BMW-Werken, als auch der Bau der neuen Autotypen *Trabant* und *Wartburg* wurde damit gerechtfertigt, die individuelle Motorisierung vorantreiben zu wollen.[31] Wie war es möglich von Individualverkehr in Ostdeutschland zu sprechen in einer Zeit, in der in der Sowjetunion intensiv über die Einführung von Selbstfahrvermietungen als die bessere Alternative zu den individuellen Fahrzeugen nachgedacht wurde? Der folgende Abschnitt widmet sich der Rechtfertigungskampagne für den privaten Pkwbesitz in Ostdeutschland, die nur mit einer partiellen Distanzierung von Moskau zu realisieren war.
Als Einstieg in die Debatte habe ich einen Artikel von Alfred Jante, erschienen in der Zeitschrift der Autohersteller „Kraftfahrzeugtechnik" im Jahre 1961 gewählt, in dem er sehr ausführlich die Vorteile von Mietwagenzentren preist. Andererseits wundert er sich, wieso in der ostdeutschen Presse die sowjetischen Erfolge in diesem Bereich eher totgeschwiegen werden.[32] Er zählt sowohl praktische Gründe auf, wie die geringere Zahl von benötigten Fahrzeugen um den Bedarf zu stillen, als auch ideologische Argumente gegen die Verbreitung von Privateigentum, den nur eine kapitalistische Lebensweise rechtfertigen würde. Hingegen würde der Selbstfahrerservice „den Bedürfnissen der Bevölkerung mit der sozialistischen Methode entgegen kommen."[33] Sein Artikel entfachte eine breite Diskussion über das Thema der rechtmäßigen Nutzung des Automobils unter sozialistischen Bedingungen. Die meisten Einwände gegen die Mietwagenzentren betrafen jedoch die konkrete Umsetzung das Systems. Es wurden Bedenken geäußert, ob der Leihwagen allein das innerstädtische Verkehrsproblem lösen könnte.[34] Viel offener sprach Horst Uebel über die Situation in der ostdeutschen Automobilbranche. Er war der Mei-

29 W. König, Volkswagen, Volksempfänger, Volksgemeinschaft. „Volksprodukte" im Dritten Reich. Vom Scheitern einer nationalsozialistischen Konsumgesellschaft, Paderborn 2004, S. 151 ff.
30 J. Zatlin, The Currency of Socialism. Money and Political Culture in East Germany, Washington 2007, S. 243-285, hier S. 205.
31 R. Bauer, Pkw-Bau in der DDR. Zur Innovationsschwäche von Zentralverwaltungswirtschaften, Frankfurt am Main 1999, S. 97.
32 A. Jante, Fragen zur Automobilentwicklung im Sozialismus, in: Kraftfahrttechnik 4 (1961), S. 137ff.
33 Ebenda, S. 139.
34 R. Grundig, Weitere Gedanken zur Automobilentwicklung im Sozialismus, in: Kraftfahrttechnik 6 (1961), S. 225-233, hier S. 223.

nung, dass die Situation in der DDR und in der Sowjetunion nicht unterschiedlicher sein könnte. Er machte keinen Hehl daraus, dass die die Entwicklung des Pkw-Bedarfs der ostdeutschen Bevölkerung entscheidend von der Entwicklung der Motorisierung in Westdeutschland beeinflusst wurde. Zwar erkannte er die Vorzüge der Selbstfahrvermietung an, glaubte jedoch nicht darin eine Alternative zum Individualverkehr zu sehen, sondern höchstens eine willkommene Ergänzung. Dabei schlussfolgerte er:

> *Der Wunsch nach einem eigenen Wagen ist sehr groß und demzufolge wird die individuelle Motorisierung in den nächsten Jahren eine gewaltige Erweiterung erfahren. Die überschaubare Entwicklungsmöglichkeit der Selbstfahrvermietung wird daher diese Entwicklungstendenz zunächst nicht wesentlich abbremsen können.*[35]

Uebel sollte Recht behalten und die Einrichtung von Mietwagenzentren beschränkte sich auf einzelne Großstädte. Zwar gab es parallel zu den monatlichen Presseberichten über die Publikumslieblinge Trabant und Wartburg auch zähe Versuche die Selbstfahrmietung beliebt zu machen. Aber der allgemeine Eindruck, der entsteht, ist, dass es sich eher um eine Zwischenlösung handelte, bis der persönliche Autobesitz erst richtig in Schwung kommen würde.[36] Das Konzept des kollektiven Individualverkehrs sollte stets eine Utopie bleiben, während der persönliche Individualverkehr die kleine ostdeutsche Republik eroberte. Spätestens ab den siebziger Jahren verschwand auch der Begriff der „Selbstfahrmietung" aus dem verkehrsplanerischen Fachdiskurs.[37] Aber noch viel früher, wie Wolfgang Schröder meint, war auf den privaten Pkw nicht mehr zu verzichten und das unabhängig von der Leistungsfähigkeit der Kraftfahrzeugindustrie. Unmittelbar nach dem Bau der Mauer hatte der Traum vom eigenen Auto eine Ventilfunktion übernommen in der politisch bedrückenden Atmosphäre der frühen sechziger Jahre.[38]
Die DDR wurde das erste Land des Ostblockes sein, in der sich die Privatmotorisierung durchsetzte, und hatte deswegen Vorbildcharakter. Zwar kann man den genauen Einfluss auf die Brüderstaaten schwer messen, aber es ist kaum zu übersehen, dass viele der Dilemmata und Argumentationsmuster der frühen DDR sich etwa zehn Jahre später in den öffentlichen Debatten der anderen sozialistischen Länder wieder finden. Die DDR bleibt somit nicht nur ein Vorreiter, sondern auch ein kleines Laboratorium, zumindest für den automobilen Bereich, in dem mit neuen Lösungen experimentiert wurde. Die DDR-Politiker und die Entscheidungsträger der Automobilbranche hatten entschieden, dass der Traum vom eigenen Auto nicht auszureden sei und dass es viel vernünftiger wäre, das Ziel der privaten Vollmotorisierung tatkräftig zu unterstützen. Vor allem mit der Produktion des *Trabant* ließen sie den Wünschen freien Lauf, die das private Auto

35 H. Uebel, Zur Automobilentwicklung im Sozialismus, in: Kraftfahrttechnik 11 (1961), S. 441-445, hier S. 442 f.
36 Ein großes Programm. Aus den Thesen der Konferenz der Verkehrsschaffenden in Leipzig, in: Der Deutsche Straßenverkehr 6 (1960), S.194; Eine Einrichtung, die Zukunft hat. Wir besuchten die Selbstfahrvermietung des VEB Taxi Berlin, in: Der Deutsche Straßenverkehr 3 (1962), S. 86.
37 B. Schmucki, Der Traum vom Verkehrsfluss. Städtische Verkehrsplanung seit 1945 im deutsch-deutschen Vergleich, Frankfurt a. M. 2000, S. 147.
38 W. Schröder, AWO, MZ, Trabant und Wartburg: die Motorrad- und Pkw-Produktion der DDR, Bremen 1995, S. 56.

als ein Objekt der Begierde für alle darstellte und verzichteten darauf, es nur als Statusobjekt der Elite zu betrachten. Und ferner wurde der Privatwagen und viel weniger der Leihwagen als Vehikel des Fortschritts und Zeichen eines gestiegenen Lebensstandards porträtiert. Diese beiden diskursiven Wendungen sollten auch im übrigen Ostblock Karriere machen.

4. Individueller Massenverkehr in der Sowjetunion und Rumänien

Fast zeitgleich in den Jahren 1964 und 1965 vollzogen sich Machtwechsel in der Sowjetunion und Rumänien. Obwohl Brežnev nach Chruščevs hastigen Reformen bemüht war die gesellschaftlichen Wogen zu glätten[39] und Ceauşescu ganz im Gegenteil nach einem langen Stalinismus das Land aus der Starre wecken wollte[40], fielen die Maßnahmen zur Belebung der Automobilindustrie erstaunlich ähnlich aus. Beide Regierungschefs setzten einen massiven Investitionsplan für die Automobilbranche durch, der zu Rekordzahlen in der Produktion führte. Und mit Hilfe westlicher Lizenzen boten sie der Bevölkerung Pkws an, die sich technologisch auf der Höhe der Zeit befanden. Eng damit verbunden setzte auch eine Wende im offiziellen Umgang mit dem symbolträchtigen Technikgegenstand ein. Auch hier wurde der private Wagen als ein Symbol der Moderne und des technischen Fortschrittes gepriesen. Aber wie ist diese radikale Kehrtwende zu erklären? Höchst unerwartet klingt die Kritik Kosygins, des Vorsitzenden des sowjetischen Ministerrates vor der versammelten staatlichen Planungskommission, an seinen Vorgänger Chruščev, der einen so wichtigen Wirtschaftssektor systematisch ignoriert haben soll. Wenn er behauptet, dass nur mit kollektiver Nutzung von Fahrzeugen die Probleme des Verkehrs nicht zu lösen sind und weiterhin der Bedarf nicht befriedigt wird, klingt er den Befürwortern der privaten Motorisierung in der DDR erstaunlich ähnlich . Hier wie dort wurde auf die Wünsche der Bevölkerung hingewiesen, die zu berücksichtigen wären.[41] Aber wie ernst kann man solche Anspielungen nehmen? Hatten „die Stimmen von unten" (Sheila Fitzpatrick) eine Auswirkung auf die politischen Akzentverschiebungen in der Brežnevzeit? Es liegt sicherlich nahe ihnen eine gewisse Einflussmacht zuzuschreiben. Das gestiegene Lebensniveau und die vermehrt vorhandenen Informationen über die voranschreitende Motorisierung im Westen in den Medien und Wirtschaftsaustellungen hatten die sowjetische Bevölkerung mit dem Thema Auto vertraut gemacht.[42] Vermehrt waren Stimmen zu hören, die ähnliche materielle Bedingungen wie im Westen bzw. die

39 M. Hildermeier, Geschichte der Sowjetunion, 1917–1991, Entstehung und Niedergang des ersten Sozialistischen Staates, München 1998; S. 826f.

40 V. Tismăneanu, Stalinism for all Seasons. A Political History of Romanian Communism, Berkeley 2003, S. 188.

41 A. Kosygin, Povyščenie naučnoy obosnovannosti planov – važejšaja zadača planovych organov, Planovoe Choziajstvo 4 (1965), S. 3-10 hier S. 6.

42 N. Nettleton, Driving Towards Communist Consumerism. AvtoVAZ, in: Cahiers du Monde Russe 47 (2006), S. 132-194, hier S.134.

Verbesserung der Konsum- und Dienstleistungen verlangten.[43] Allerdings ist anmerken, dass die vermehrte Sorge um die materielle Ausstattung der Bevölkerung in den sozialistischen Ländern in einem breiten Kontext verortet werden muss und sie nicht lediglich als eine Antwort der Machtinhaber auf die Aufforderungen von unten abgestempelt werden sollte. Vorangetrieben wurde diese Erneuerung durch die Doktrin der friedlichen Koexistenz zwischen den zwei Lagern, die die heiße Phase des Konfliktes aus Europa verbannte und dort den Weg für den Systemvergleich frei machte. Immer mehr verlagerte sich die Systemkonkurrenz des Kalten Krieges von einer schieren Bewaffnungspolitik zu einer ideologischen Konfrontation über das bestmögliche Gesellschaftsmodell. Dafür gerieten immer häufiger die Konsumvorstellungen und Alltagsgestaltung in den Mittelpunkt der Auseinandersetzung. Das Brežnev-Regime und alle anderen des Ostblocks befürworteten einen stattlich kontrollierten Konsumismus.[44]

Die konsumistische Wende wirkte sich entscheidend auf die gesellschaftliche Bedeutung des Automobils in der Sowjetunion und Rumänien aus. Fast zeitgleich wurden in Tol'jatti (Sowjetunion) und in Piteşti (Rumänien) mit Hilfe von westlichem Know-how neue Autofabriken aus dem Boden gestampft. Als Folge dessen verdoppelte sich die Zahl der produzierten Pkws in der UdSSR, und auch Rumänien war auf dem Weg in die Massenmotorisierung.[45] Obwohl immer mehr Autos der Bevölkerung zur Verfügung gestellt wurden, stieg auch der Bedarf, der zu keiner Zeit gedeckt werden konnte. Aber die Homogenisierungseffekte eines gestiegenen Lebensstandards sollten zumindest die Akzeptanz des Automobils in der Bevölkerung ebnen. Doch eine Diskussion in der sowjetischen Zeitschrift „Literaturnaja Gazeta" aus dem Jahre 1970 zeigt, dass der Besitz eines Autos weiterhin hoch umstritten war. Ausgehend von der Frage, ob das persönliche Auto zu einer sozialistischen Gesellschaft passt, erhielt die Redaktion die unterschiedlichsten Antworten. Einige Stimmen verteidigten die Leihwagenzentren und beschuldigten die Autobesitzer, unnötig die Luft zu verpesten.[46] Aber die meisten Autoren sprachen sich für einen verbreiteten Autobesitz aus, als ein Zeichen des technischen und materiellen Fortschritts in der Sowjetunion.[47] Die Schlussbetrachtungen der Redaktion schaffte den erwünschten Konsens: „Unser Land hat den Weg einer umfassenden Automobilisierung bereits eingeschlagen, das ist ein objektives Gebot des gesellschaftlichen und technischen Fortschrittes, dem auszuweichen weder vernünftig noch möglich ist."[48] Man kann diese inszenierte oder tatsächlich stattgefundene Debatte, sowohl als ein Zeichen von ‚oben',

43 N. Nettleton, Bridging Private and Public: The Role of Cars in Soviet Politics, Papier vorgestellt beim Workshop. "The Socialist Car", Berlin 13-14. Juni 2008.

44 S. Merl, Staat und Konsum in der Zentralverwaltungswirtschaft. Russland und die mitteleuropäischen Länder, in: H.Siegrist/ H. Kaelble/ J. Kocka (Hrsg.): Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert), Frankfurt a. M. 1997, S. 205-243, hier S. 206; J. R. Millar, The Little Deal: Brezhnev's Contribution to Acquisitive Socialism, in: Slavic Review 44 (1985), S. 694-706.

45 Archivele Naţionale Istorice Centrale (ANIC), Fond C.C. al P.C.R., Cancelarie, dosar nr. 105/1966, Stenograma şedinţei Comitelului Executiv al C.C. al P.C.R. din 16. august 1966, o. S.; Siegelbaum, Cars (wie Anm. 2), S. 99.

46 S. Starostin,/ G. Emdin, Sobstvennaja mašina: Blago ili bedstvie?, in: Literaturnaja Gazeta 38 (1970), S. 11.

47 Ebenda, S. 12.

48 S. Starostin / G. Emdin, Obsuždenie stat'i zakončeno, in: Literaturnaja Gazeta 47 (1970), S. 10.

für die allgemeine Akzeptanz des persönlichen Autobesitzes deuten, als auch dafür, dass der private Autobesitz immer mehr Zuspruch in der Bevölkerung fand.
Die rumänische Automobilgeschichte fängt genau in dem Moment an, als sich die Vorstellung von einem persönlichen Auto in der UdSSR durchsetzte. Hier löste die private Motorisierung gleich das stalinistische Modell, Ausnahmebürger mit Autos zu beschenken, ab. Wie die alten Praktiken an die neuen politischen Anforderungen im automobilen Bereich angepasst wurden, geht aus der Debatte um die Verteilung von Autos an die lokale Partei- und Staatsverwaltung hervor. Schon im ersten Satz des zur Diskussion stehenden Berichts des Ministerrates an das Zentralkomitee aus dem Jahre 1968 ist festgehalten:

> *Mit dem Ziel eines verbesserten Arbeitsablaufes, einer Steigerung der Tätigkeit vor Ort und einer rationalen und sparsamen Nutzung der Pkws durch die Parteiaktivisten sollen diese in den folgenden Jahren unterstützt werden sich persönliche Eigentumsautos (*maşini proprietate personală*) zu beschaffen, zu zahlen in Raten, aus dem öffentlichen Autoparks oder neue, für die der ganze Preis auf einmal über die Sparkasse zu zahlen ist. Die Aktivisten sollen zusätzlich unterstützt werden einen Führerschein zu erwerben.*[49]

Dass sich die rumänische Autowelt im Umbruch befand, wird aus zwei Maßnahmen deutlich: Die staatlichen Autoparks wurden drastisch gekürzt und die Funktionäre durften ihre Dienstautos nicht mehr zu persönlichen Zwecken benutzen. Nach einer heftigen Auseinandersetzung wurde dieses lediglich den Vorsitzenden der Kreisverwaltung gestattet.[50] Der Staat war nicht mehr bereit, Autos in Form von Geschenken zur Verfügung der Nomenklatur zu stellen. Die Privilegierung seiner Funktionäre sollte nicht gänzlich abgeschafft, sondern lediglich durch ein lukrativeres System ersetzt werden, in dem die Eigenbeteiligung und Verantwortung in den Vordergrund gestellt wurde. Denn auch weiterhin hatten sie bevorzugten Zugang zu Autos, jedoch weigerte sich der Staat erstmals, alle Kosten zu übernehmen. Somit war auch für die Partei- und Staatsaktivisten der Weg in die private Massenmotorisierung frei.
Auch wenn der private Pkw seinen Siegeszug Ende der sechziger Jahre in den beiden Ländern feierte, war seine gesellschaftliche Sprengkraft noch längst nicht neutralisiert. Auch wenn die politische Elite sich nun offiziell zum Eigentumswagen bekannte und diese Botschaft durch die Presse verbreiten ließ, erweckte der private Autobesitz noch gelegentlich Missmut. Die Autobesitzer waren noch Ziel verbaler Angriffe und es kam noch durchaus vor, dass Autos beschädigt wurden. Diese hartnäckige Haltung, die Pkws als Fremdkörper zu betrachten, verwundert etwas in einer Zeit, in der andere Konsumgüter längst anerkannt wurden und im Dienste der sozialistischen Werktätigen standen. Aber Offizielle und Autobesitzer waren zuversichtlich, dass es nur eine Frage der Zeit sein würde, bis das Auto allgemeine Akzeptanz finden und aus einer Luxusware in einem

49 ANIC, Fond C.C. al P.C.R., Cancelarie, dosar nr. 25 / 1968, S. 13.
50 Ebenda, S. 14.

Alltagsgegenstand verwandelt werden würde.[51] So wie andere technisch hochwertige Konsumgüter sollte auch die Zahl der Haushalte mit einem Pkw rasch ansteigen und aus diesem viel umstrittenen Konsumgegenstand ein ganz banales persönliches Besitzstück machen. Diesem nahtlosen Einfügen des Pkws in die Liste der akzeptierten Konsumgegenstände auf sozialistischem Boden begegnet Lewis Siegelbaum mit Skepsis. Denn in mancherlei Hinsicht war das Auto nicht wie ein Kühlschrank oder eine Waschmaschine. Dass ein Auto wesentlich teurer und viel schwerer zu erwerben war, spielt hier nicht die entscheidende Rolle. Es waren vielmehr seine markantesten Attribute – Flexibilität, Bewegungsfreiheit und Privatheit – die es immer etwas verdächtig in einem sozialistischen Kontext erscheinen ließen. Auch der rasch anwachsende Autobestand konnte nichts daran ändern.[52]

5. Sozialismus ohne Wachstum

„Von dem Pkw in Privatbesitz glaube ich, dass er über kurz oder lang aus der sozialistischen Gesellschaft verschwinden wird." Diese radikale Auffassung vertrat 1975 der ostdeutsche Schriftsteller und Dissident Wolfgang Harich in einer Interviewserie mit dem westdeutschen Sozialdemokrat Freimut Duve.[53] In Angesicht der ökologischen Krise und der Erschöpfbarkeit der Erdölvorräte plädierte er eindringlich für den Verzicht auf private Pkws.[54] Und dieses in einer Zeit, in der die Massenmotorisierung der DDR auf Hochtouren lief und immer neue Rekordzahlen, sowohl in der Produktion als auch bei den Besitzern registriert wurden. Das Privatauto wurde in der offiziellen Rhetorik längst nicht mehr in Frage gestellt. Wie passt das zusammen?

Harich brachte längst vergessene Ideen wieder im Umlauf. Den Privatbesitz von Pkws bezeichnete er als eine unnötige Ressourcenverschwendung. Es sprach sich nicht für einen totalen Verzicht auf den Pkw aus, sondern nur gegen den privaten Pkw-Besitz, den er als einen irrationalen Drang zu konsumieren bezeichnete. Dieser Konsumimpetus würde nur die Aufwärtsspirale des Produzierens und Erwerbens vorantreiben und dabei der Umwelt erheblichen Schaden zufügen.[55] Ähnliche Äußerungen waren recht häufig ein Jahrzehnt zuvor zu hören, bis der private Individualverkehr die Vorstellungen einer kollektiven Motorisierung an den Rand drückte. Neu war allerdings das ökologische Argumentationsmuster. Dieses abschließende Unterkapitel zur gesellschaftlichen Bedeutung des Automobils widmet sich den Diskussionen über Ökologie und Umweltschutz

51 ANIC, Fond C.C. al P.C.R., Cancelarie, dosar nr. 105 / 1966, o. S.

52 L. Siegelbaum, The Impact of Motorization on Soviet Society after 1945, in: C. Kuhr-Korolev / D. Schlinkert, (Hrsg.): Towards Mobility. Varieties of Automobilism in East and West, Hannover, Hannover 2009, S. 21-30, hier S. 28 f.

53 H. Wolfgang, Kommunismus ohne Wachstum? Sechs Interviews mit Freimut Duve und Briefe an ihn, Reinbeck 1975, S. 156.

54 Ebenda, S. 139.

55 Harich, Wachstum (wie Anm. 53), S. 147f.

im Ostblock, die zeitverzögert zu denen im Westen in den siebziger Jahren zum Ausdruck kamen und die Wahrnehmung des Pkws veränderten.
Auf offizieller Seite gab es durchaus Bemühungen und vor allem verbale Engagements, den Umweltschutz im Sozialismus voran zu treiben, jedoch stammten die aufregendsten Gedanken aus dem Milieu der Dissidenten. Eine Reihe von kleinen Gruppen meldete sich aus dem Untergrund, die die sozialistische Regierungen anmahnten, mehr für den Schutz der Umwelt zu tun.[56] Von Anfang an aber muss angemerkt werden, dass das aufkommende Umweltbewusstsein sich hauptsächlich auf die Verpestung der Luft und die Verseuchung von Wasser und Boden durch die Großindustrie richtete.[57] Komplementär dazu verurteilten populäre Darstellungen der Gorbačev-Zeit die alltägliche Umweltverschmutzung durch den Durchschnittsbürger, allen voran den Touristen.[58] Das Auto und seine Emissionen spielten dabei nur eine Nebenrolle. Lediglich in der automobilen Presse finden sich hin und wieder auf das Auto bezogene Stellungnahmen zur Umweltpolitik. Aber zu keiner Zeit wurde das Auto als solches als Problem gesehen, sondern nur die Technik sollte stets verbessert werden.[59]
Eine Erklärung dafür bietet die Feststellung, dass die Ölkrise die Sowjetunion und ihre Satelliten nicht hart traf. Ganz im Gegenteil: Die reichen Gas- und Erdölreserven ermöglichten der UdSSR ein breites Investitionsprogramm umzusetzen, das den allgemeinen Lebensstandard anhob.[60] Auch die osteuropäischen Länder waren auf der sicheren Seite, denn sie wurden von der Sowjetunion mit billigeren Rohstoffen beliefert. Trotzdem hatten die Ölkrise und die Mobilmachung der Umweltaktivisten im Westen Auswirkungen auf der anderen Seite des Eisernen Vorhangs. Es führte dazu, dass einige wenige Intellektuelle sich über die durch das Automobil verursachte Umweltverschmutzung Gedanken machten. Als „wahre Marxisten", wie sie sich gerne bezeichneten, strebten sie eine Lösung an, die der sozialistischen Dogmatik entsprach. Lange musste sie gar nicht suchen; sie rollten die etwas in Vergessenheit geratene Vorstellung einer kollektiven Nutzung von Pkws neu auf und verpassten ihr eine ökologische Pointe. Auch wenn die Kritik am individuellen Automobilbesitz keine Breitenwirkung erzielte und auch innerhalb der Umweltaktivisten eher marginal war, kamen dadurch viele der unterdrückten Spannungen zwischen den Autobesitzern und den anderen Verkehrsbeteiligten erneut zum Vorschein. Es geht hier weniger um die Aufdeckung eines diskursiven Knotenpunktes, sondern vielmehr darum zu verfolgen, wie bestimmte dominante diskursive Muster aus der sozialistischen Öffentlichkeiten verdrängt wurden, die dann regelrecht in den Untergrund rutschten, um von dort in einer getarnter Form wieder zum Vorschein zu treten.

56 J. M. Stewart (Hrsg.), Soviet Environment: Problems, Policies and Politics, Cambridge 1992; D. R. Weiner, A Little Corner of Freedom. Russian Nature Protection from Stalin to Gorbachev, Berkeley 1999, S. 402.
57 Ebenda, S. 355-440; K. Gestwa, Technik als Kultur der Zukunft. Der Kult um die „Stalinistischen Großbauten des Kommunismus, in: Geschichte und Gesellschaft 30 (2004), S. 37-73, hier S. 72f.
58 Siehe z. B. die dritte Episode der populären sowjetischen Zeichentrickserie "Čeburaška".
59 C. Vasilescu, Poluarea intre preocupare şi realizări, in: Autoturism (1973), 4, S. 5; D. Lazăr, In câteva punte din Bucureşti poluarea produsă de automobile depăşeşte limita admisă, in: Autoturism (1975), 7, S. 11.
60 S. Kotkin, Armageddon Averted. The Soviet Collapse, 1970-2000, Oxford 2001, S. 15 f.

In Wolfgang Harich haben wir das Beispiel eines Dissidenten, der anhand der Entwicklung hin zum Privateigentum für Pkws einige Irrwege des real existierenden Sozialismus aufzeichnen wollte. Mit Hilfe einer Anekdote wollte er die Situation anschaulicher machen:

> *Harich: … In Leipzig lernte ich neulich auf einer Geburtstagsfeier ein junges Ehepaar kennen, das sich seit drei Tagen im stolzen Besitz eines ersten Pkw befand, eines Trabant, auf dessen Lieferung es drei Jahre hatte warten müssen. Als ich meine Bedenken gegen die zunehmende Motorisierung in den sozialistischen Ländern vortrug und dabei auf die Verpestung der Luft, das für ‚individualistische Privatfahrten' vergeudete Benzin, die wachsende Zahl der Verkehrsunfälle, den Lärm und das hässlicher werdende Leben in den Städten hinwies, wurden meine Gesprächspartner sehr ungehalten. Im Verlauf der Auseinandersetzung war ich taktisch so unklug, ihren Einwand, man könne der zunehmende Verkehrsdichte ja mit dem Bau neuer Autobahnen begegnen, u. a. mit dem Gegenargument zu entkräften, dass dies unserem Singvögelbestand weiteren Schaden zufügen würde. Kaum hatte ich dies über die Lippen gebracht, da sprang der Mann auf und schrie mich an: ‚Dann scheren Sie sich doch nach Albanien, Sie Idiot, und pflegen Sie dort die Singvögel!'*[61]

Dabei unterstreicht er, dass gemessen an der ökologischen Krise, die allzu oft angeführten Nachteile des Sozialismus, sich als Vorzüge erweisen könnten. Dass in der DDR nur zwei Autotypen gebaut wurden und diese Marken nicht unnötig jedes Jahr aufgemotzt wurden, war in seiner Auffassung ein rationaler Umgang mit knappen Ressourcen. Das wollte er den Autobesitzern in der DDR klarmachen.[62]

6. Fazit

Im Streit mit dem Leipziger Trabant-Besitzer werden die Widersprüche sichtbar, die der Automobilität im Sozialismus konstitutiv waren. Allgemein passte Individualbesitz nicht in eine als kollektiv verstandene sozialistische Gesellschaft. Seine Duldung und später seine Befürwortung konnten nur mit einer Dehnung des ideologischen Gerüstes erreicht werden. Aber es ist schon längst bekannt, wie pragmatisch und wenig ideologisch die sozialistischen Länder in dieser Zeit regiert wurden. Und es ist besonders zu betonen, dass das sozialistische Lager ab den sechziger Jahren, im Vergleich zu der frühen Sowjetunion, sich immer weniger vom Rest der Welt abkoppeln und isolieren konnte. Die frühe Motorisierung im Westen wurde zunehmend als Maßstab für den Sozialismus genommen. Was dabei konkret herauskam, war eine merkwürdige Mischung von stalinistischem Privilegiensystem, kollektiver Nutzung und Privatbesitz. Dass in der Spätzeit die zuletzt aufgezählte Vorstellung die Oberhand gewann, bedeutet noch lange nicht, dass die an-

61 Harich, Kommunismus (wie Anm. 53), S. 142.
62 Ebenda, S. 147.

deren konkurrierenden Vorstellungen ganz verschwanden. So wie der Privatbesitz immer neue Formen der Privilegierung erfand, bewirkte er auch, dass die zuvor dominanten Diskurse zu den kollektiven Werten des Sozialismus sich in den Untergrund zurückzogen, um von dort erneut den Konsens des Privatbesitzes in Frage zu stellen.

Internationalisierung und Kulturtransfer von Marken

Sonia Landenberger

ABSTRACT

Sonia Landenberger, Internationalisation and cultural transfer of brands

Everyone knows them – brands which are known all over the world and bring up coherent assignments. But how did such brands develop and become internationally intelligible carriers of meaning working cross-cultural? Within a process of Internationalisation brands received a check of multiple assimilation both to changes in their home- and main-markets and to new forms of communication-channels and -rooms. Thereby the prime markets took wide influence on the definition and direction of this assimilation which was increasingly geared by internationally understood value-based concepts. Coeval transatlantic transfers proceeded that were not only reciprocal and unique but bred another transfer – a re-transfer – on the basis of a transfer that occurred before. Using the example of the Jaguar and Porsche brands it is shown on the basis of a theoretical as well as empirical comparative study how corporate brand strategies and brand communication evolved within the automobile industry.

1. Einleitung

Jeder kennt sie – Marken, die auf der ganzen Welt bekannt sind und einheitliche Assoziationen und Images hervorrufen. Wie aber sind solche ‚Weltmarken' entstanden und wie wurden sie zu international verständlichen Bedeutungsträgern, die über Landes-, Sprach- und vor allem über Kulturgrenzen hinweg funktionieren? In einem Prozess der Internationalisierung erfuhren Marken mannigfaltige Anpassungen sowohl an Wandlungsprozesse auf Ihren Heimat- und Hauptabsatzmärkten, wie auch an neu entstandene Kommunikationswege und -räume. Dabei nahmen die Hauptabsatzmärkte wesentlichen Einfluss auf die Ausgestaltung und Richtung dieser Anpassung, die sich ausgehend von

Comparativ | Zeitschrift für Globalgeschichte und vergleichende Gesellschaftsforschung 19 (2009) Heft 6, S. 33–49.

den jeweiligen Heimatmärkten zunehmend an international verständlichen Wertkonstellationen orientierte. Gleichzeitig fanden vor allem transatlantische Transfers statt, die nicht nur wechselseitig und einmalig waren, sondern die auf der Grundlage eines bereits erfolgten Transfers einen weiteren, einen so genannten Retransfer, erzeugten.

Marken dienten seit je her als Vertrauen stiftende Instrumente im Vertrieb sowie in der Produktführung. Bereits in der Antike haben Kennzeichnungen Auskunft über die Provenienz eines Produktes gegeben.[1] Thorstein B. Veblen schrieb 1899 in seinem sozialkritischen wie auch satirischen Werk „Theorie der feinen Leute" über demonstrativen Konsum und das dem Menschen immanente Verlangen nach sozialer Distinktion. Mit seiner kritischen Schilderung der Symbole und Attribute der leisure class schuf Veblen eine ‚Soziologe des Prestiges'[2] und trug dazu bei, die Institutionalisierung der Markenidee voran zu treiben: „Endlich bildete sich die Nachfrage fern der Produktion, lösten sich die herkömmlichen Bindungen regionaler Verbraucher an [den ihnen] persönlich bekannten Produzenten."[3] Die Werke von Hans Domizlaff, Konrad Mellerowicz und Georg Bergler zeugen von der Auseinandersetzung mit dem Phänomen Marke im deutschsprachigen Wissenschaftsraum in den dreißiger und fünfziger Jahren. Eine theoriegeleitete Renaissance der Markenforschung erfolgte mit den Markenidentitäts-Modellen in den neunziger Jahren. Basierend auf der Grundidee, über die Identität einer Marke eine Erfolg generierende Beziehung zwischen Konsument und Marke zu ermöglichen, vollzog sich eine Entwicklung von der instrumentellen zur identitätsorientierten Markenführung.[4]

Auch wenn es innerhalb der jeweiligen wissenschaftlichen Disziplinen zu mancher definitorischen Unschärfe und zu einer Vielzahl von Definitionen gekommen ist, lässt sich dennoch von einem neuen Markenparadigma sprechen. Dieses beruht darauf, dass das Verständnis von Marke und Markenführung kontinuierlich einheitlicher wird. Widmeten sich die Marketinglehrbücher um 1995 nur zu etwa einem Prozent ihres Umfangs dem Thema Marke, hat sich der Gegenstand Marke in den folgenden zehn Jahren zu einem der aktuellsten Themen der Marktwirtschaft entwickelt.

Marken sind im höchsten Maße dynamisch und vielseitig, sodass die Methodik einer einzelnen Disziplin ihnen nicht gerecht werden kann. Auf die Entwicklung und Führung von Marken nehmen Wirtschaft, Sozialstruktur, Politik und Kultur gleichermaßen Einfluss. Dieses Zusammenspiel von autonomen, strukturbestimmenden Variablen

1 Herkunftsbezeichnungen bzw. Herstellerzeichen und Signets im Sinne der Handelsmarke sind schon seit der griechischen Antike bekannt und finden sich vornehmlich auf Waren, die als Exportartikel produziert wurden. Sie dienten, ebenso wie das Gefäße und Säcke verschließende Siegel, der Qualitäts- und Originitätssicherheit der Käufer.

2 Vgl. P. und S. Heintz (Hg.), Vorwort zur deutschen Ausgabe in: T. Veblen, Theorie der feinen Leute. Eine ökonomische Untersuchung der Institutionen, München 1981, S. 15.

3 H. Prießnitz, Die Geschichte der Marke, in: N. O. Herbrand / S. Röhrig, (Hg.), Die Bedeutung der Tradition für die Markenkommunikation. Konzepte und Instrumente zur ganzheitlichen Ausschöpfung des Erfolgspotenzials Markenhistorie, Stuttgart 2006, S. 3-22, hier: S. 7.

4 Vgl. H. Meffert / C. Burmann, Wandel in der Markenführung – vom instrumentellen zum identitätsorientierten Markenverständnis, in: H. Meffert / C. Burmann / M. Koers (Hg.), Markenmanagement. Grundfragen der identitätsorientierten Markenführung, Wiesbaden 2002, S. 17-33.

erfordert einen interdisziplinären Ansatz. Daher wird Markenführung hier als Prozess aus kulturgeschichtlicher, sozialgeschichtlicher und aus wirtschafts- und unternehmensgeschichtlicher Dimension untersucht, in dem sich die Geschichten von Kommunikation, Produktion, Handel und Konsum miteinander verbinden.[5] So basiert die sozialgeschichtliche Dimension auf der gesellschaftlichen Konstruktion von Produkten, Formen und Werten und deren Bedeutung in sozialen Beziehungen und Strukturen. Im Mittelpunkt stehen die Unternehmen als Akteure in ihrer Interaktion mit anderen Akteuren, wie zum Beispiel anderen Unternehmen, der Gesellschaft und Politik. Bei der kulturgeschichtlichen Dimension geht es um die kulturelle Konstruktion von Automobilen und Marken als Trägern von Bedeutungen, sowie um Zeichen, Symbolisierungen und Diskurse, die dem Gebrauch der Markenprodukte Bedeutung geben und in sozialen Beziehungen zwischen Akteuren symbolisch vermitteln. Die wirtschaftsgeschichtliche Dimension beschäftigt sich mit den Wettbewerbsvorteilen, den Erträgen und der Überlebensfähigkeit von Unternehmungen, hier also mit den Automobilherstellern. Die sozialwissenschaftlichen, sozial- und kulturgeschichtlichen Ansätze von Bourdieu, Hellmann und Gries gehen die Markenproblematik wiederum von einer andern Seite her an. Pierre Bourdieu nähert sich der Problematik über sein Konstrukt von Habitus und Lebensstilen sowie über seine Gedanken zum distinktiven Charakter des Geschmacks in den sozialen Beziehungen und Hierarchien. Kai-Uwe Hellmann – ebenso wie Rainer Gries – begreifen die Marke als eine spezifische Form von Kommunikation[6]. Bourdieus These von Produkten als symbolisches Kapital deckt sich mit der hier vertretenen Annahme des Bedeutungszuwachses der Marke als Reaktion auf die Auflösung bekannter Strukturen. Marken mindern das Täuschungsrisiko beim Kauf, sie sorgen für eine bessere Orientierung und helfen den Kunden bei der Präferenzbildung.[7] Wie Hellmann bettet auch der Kulturwissenschaftler Rainer Gries die Marke in ein Geflecht kommunikativer Prozesse ein. Gries begreift Produkte als Medien und zeigt, dass sich Markenprodukte nicht vollständig konstruieren und steuern lassen. Besonders interessiert er sich für die Vielzahl von externen Einflussfaktoren, die auf das Produkt und seine Rezeption einwirken und es in Richtungen zu lenken vermögen, die konträr zu denen stehen, die herstellerseitig für das Produkt erdacht wurden. Produkte konstituieren zuweilen einen Bezugsrahmen, der weit umfassender ist, als es den Intentionen der Produktvermarkter entspricht. Auf diese Weise vermögen sie Öffentlichkeiten zu konstitutieren, so beispielsweise wenn potenzielle Verwender mit anderen potenziellen Verwendern über ein Produkt kommunizieren oder Medien darüber räsonieren. [8] Aufgrund dieser Vielzahl an unterschiedlichen

5 Vgl. P. Nolte, Gesellschaftsgeschichte – von der Theorie zur Geschichtsschreibung, in: P. Nolte u. a. (Hg.), Perspektiven der Gesellschaftsgeschichte, München 2000, S. 1-4, hier S. 1.

6 Vgl. Hellmann, Kai-Uwe, Soziologie der Marke, Frankfurt a. M. 2003.

7 Vgl. J. Kaube, Kinderkönig Kunde. Kai-Uwe Hellmann hat an einer Soziologie der Marke gebastelt, in: Frankfurter Allgemeine Zeitung vom 19.01.2004.

8 In der Folge der Entwicklung zur modernen Konsumgesellschaft werden Markenprodukte zu Medien, was von den Produkten eine erhöhte Kommunikationsleistung verlangt. Vgl. R. Gries, Produkte als Medien. Kulturgeschichte der Produktkommunikation in der Bundesrepublik und der DDR, Leipzig 2003, S. 70.

Sichtweisen und Methoden muss die Konstruktion von Marken daher auch unter verschiedenen systematischen Gesichtspunkten historisch beschrieben und analysiert und durch Absichten, Strategien und Kontextfaktoren erklärt werden. Nur auf diese Weise kann der Komplexität von strategischem Agieren der Unternehmen nach innen wie nach außen einerseits, und der Dichte globaler Austauschprozesse und hybrider werdender Märkte andererseits Rechnung getragen werden.
Am Fallbeispiel der Automobilmarken Jaguar und Porsche lässt sich exemplarisch der Prozess der Internationalisierung von Marken sowie die Bedeutung des Faktors Marke im Kulturtransfer nachvollziehen. Als Basis dient eine prozessorientierte Analyse der Markenführung der beiden automobilen Premiumhersteller, die sich auf das Spannungsfeld zwischen Reaktion und Antizipation konzentriert[9]. Im Zentrum der Untersuchung steht dabei der europäisch-amerikanische Kulturtransfer im Gegensatz zur Amerikanisierung oder Globalisierung, da die USA seit den fünfziger Jahren Hauptabsatzmarkt der untersuchten Marken waren und maßgeblich Einfluss auf die Produkte, den Vertrieb sowie auf die Unternehmens-, Produkt- und Markenkommunikation ausübten. Wenn im Folgenden von Internationalisierung die Rede ist, gilt es zu beachten, dass sowohl für Jaguar wie auch für Porsche der US-amerikanische Markt – wenn auch nicht der einzige Auslandmarkt – so doch der mit großem Abstand bedeutendste Markt gewesen ist, auf dem bereits seit Mitte der fünfziger Jahre weitaus mehr als die Hälfte der gesamten Jahresproduktion beider Hersteller abgesetzt wurden. Dass das in Europa vermittelte Bild der USA maßgeblich Einfluss genommen haben auf die Richtung, in welche die Internationalisierung der untersuchten Marken gelenkt wurde, spiegelt sich auch in der Ausbildung von nationalen Zuschreibungen wider, die sich nachhaltig in der Markenkommunikation und den Diskursen und die Markenprodukte herum manifestiert haben.

2. Internationalisierung von Marken

Der Markenführungsprozess unterliegt vielfältigen externen Einflüssen und Entwicklungen. Während des hauptsächlichen Untersuchungszeitraums von 1950 bis 2006 änderte sich der Anspruch an eine Marke mit dem Zusammenwachsen der Märkte, der Verbreitung der Freizeitkultur in den westlichen Gesellschaften, der seit den sechziger Jahren zunehmenden Informationsflut und den neuen Informationstechnologien und Kommunikationsräumen.[10] Infolge dieser Entwicklungen ist der Wunsch nach so ge-

9 Vgl. S. Landenberger, Markenführung als Prozess, Diss., Leipzig 2009.

10 Die Zunahme der Bildlichkeit in der Werbung ist ein Entwicklungsprozess, der mit der Ablösung des Aussagesatzes durch den Frage- und Aufforderungssatz begonnen hat. Damit entwickelte sich ein emotiv-appelativer Gestus, den Hartmann und Haubel in Zusammenhang setzen mit der Transformation der traditionellen literalen Kultur. Benjamin vertrat 1977 die These, dass es sich um einen Modernisierungsprozess handelt, bei dem die Information die bislang dominierende Erzählung und Verschiebung verdrängt. Da es dem modernen Menschen an Erfahrung für die Beurteilung solcher Information mangelt, kommt den Abbildungen die Funktion zu, diesen Erfahrungsmangel anschaulich zu kompensieren. Hinzu kommt der Fakt, dass der Mensch dem, was er sieht, eher Glauben schenkt, als dem nur Gehörten – dies wird auch als Realismusvorteil bezeichnet, den

nannten Markenerlebnissen, der individuellen Erfahrbarkeit einer Marke, erwacht und hat sich kontinuierlich weiterentwickelt. Mehr denn je geht es heute darum, die Welt der Begehrlichkeiten und Sehnsüchte zu besetzen.[11] In der Automobilindustrie hat sich der Markenwert von den austauschbar gewordenen technischen Produkteigenschaften auf ein emotional erfahrbares Markenerlebnis verlagert. Angesichts der gegenwärtig immer kürzer werdenden Diffusionszeiten bei technischen Innovationen, dem jedoch gleich gebliebenen Anspruch an die Hersteller von sportlichen Premiumfahrzeugen, stets einen technischen Vorsprung auf die niedriger positionierten Marken und Modelle aufrecht zu erhalten, richtet sich der Blick auf die Identifikations-, Loyalitäts- und Motivationspotenziale, da sich einzelne Automobile einer rationalen Unterscheidung zunehmend entziehen. Durch die Tendenz zu weltweit agierenden Automobil-Großkonzernen, unter deren Dach sich verschiedenste Marken ganz unterschiedlicher Provenienz befinden, die sämtliche Marktsegmente – vom Kleinstwagen bis zum Luxusautomobil – abdecken[12], wurde die Marke ein wettbewerbsrelevanter Erfolgsfaktor. Marken erfuhren einen Bedeutungszuwachs als Orientierungshilfen ebenso wie als Mittel der sozialen Distinktion. Durch die Entstehung von globalen Aktionsflächen wurde es notwendig, internationale Markenstrategien zu entwickeln, die über kulturelle und sprachliche Unterschiede hinweg funktionieren. Nicht nur der Kundenkreis wurde vielfältiger und plurikulturell, auch die Hersteller passten sich dieser Entwicklung an. Mit der Zunahme der transnationalen Mobilität ist es für die Glaubwürdigkeit einer Marke notwendig geworden, zu einem international kompatiblen Markenauftritt zu gelangen, der über gesellschaftliche und kulturelle Unterschiede hinweg die Kunden zu erreichen vermag.

Die zunehmende Dichte der globalen Vernetzung erhöhte die Bedeutung von Marken als Instrumenten der Vermittlung zwischen den Kulturen, aber auch von menschlichen Mittlern, so genannten interkulturellen Scouts (exemplarisch lässt sich dies an der Person des US-amerikanischen Automobilimporteurs Maximilian E. Hoffman nachvollziehen, der sowohl an dem internationalen Erfolg von Jaguar wie auch von Porsche maßgeblich beteiligt war). Internationale Kommunikationsräume wie das Internet und Veranstaltungen von globalem Interesse, die die Aufmerksamkeit von Millionen potenzieller Konsumenten aus unterschiedlichen Kulturkreisen versammeln und die als Plattformen der Werbe- und Markenkommunikation genutzt werden (hierzu zählen beispielsweise Sportveranstaltungen von der Größenordnung einer Fußballweltmeisterschaft, Formel 1-Rennen usw.), stellten besondere Anforderung an die Marken- und Produktkommunikation. Es galt einen Weg zu finden, der den Kern einer Marke in einer international ver-

sich die Werbung auf dem Weg der Visualisierung zunutze macht. Denn für Werbebilder gilt der so genannte ‚Imperativ der Werbung', der besagt, dass die Übersteigerung des Produkts von der Glaubwürdigkeit, die dem photographischen Bild gutgeschrieben wird, profitiert. Vgl. H. A. Hartmann / R. Haubl, Früher oder später kriegen wir Euch, in: H. A.Hartmann / R. Haubl (Hg.), Bilderflut und Sprachmagie. Fallstudien zur Kultur der Werbung, Opladen 1992, S. 9-33.

11 Vgl. W. Kroeber-Riel, Profil durch Werbung. Anpassung an Bedingungen der 90er Jahre, in: Absatzwirtschaft, Sondernummer Oktober 1989, S. 224-232.

12 Beispielsweise der Volkwagenkonzern, der unter seinem Dach die Marken VW, Skoda, Seat, Scania, Audi, Bugatti, Lamborghini, Bentley und Porsche sowie die Volkswagen Nutzfahrzeuge versammelt.

ständlichen und interkulturell akzeptierten Kommunikationssprache vermittelte, ohne dabei weder den vorab getätigten national gefärbten Imagekampagnen/-botschaften zu widersprechen, noch zu neuen, markenfremden Eigenschaften überzugehen und dabei die Authentizität der Marke zu gefährden. Hierbei stehen besonders Luxusmarken unter dem Druck, sich einer permanenten Aktualisierung unterziehen zu müssen, da Statussymbole, mehr als andere Produkte, dem Zeitgeist unterliegen[13]

Aber nicht nur die Kommunikationsräume haben sich in grenzüberschreitenden Kommunikationsprozessen vervielfacht. Auch die transnationale Mobilität hat zugenommen – die Zahl der Personenkilometer im internationalen Flugverkehr hat sich seit 1950 mehr als verhundertfacht.[14] Damit erhöhten sich zwangsläufig auch die Vergleichsmöglichkeiten, sodass Unregelmäßigkeiten im Markenauftritt vermieden werden mussten. Die Markenattribute, mit denen auf einem Markt geworben wurde, dürften sich nicht von denen auf einem anderen Markt unterscheiden oder ihnen gar widersprechen. Hans Domizlaff hat in seinem Lehrbuch der Markentechnik bereits 1939 die Reaktion der Kunden auf Veränderungen festgehalten:

> *Bereits mit kleinen Änderungen kann man ihm* [dem Käufer, Anm. Verf.] *den Boden unter den Füßen wegziehen. Ist der Käufer erst einmal unsicher geworden, so wird ihm die Konkurrenz sehr bald den letzten Rest von Vertrauen ausreden können.*[15]

Um diese Form der Verwirrung und Irritationen auf Seiten der Kunden zu vermeiden, sahen sich die Hersteller gezwungen, eine international einheitliche Markenführung und -kommunikation zu verfolgen.

Um dauerhaft Bestand zu haben, müssen sich Marken an Veränderungen in ihrer Umwelt anpassen. Sie müssen in verschiedenen Kulturen sowie in einem internationalen Kontext funktionieren. Ein Markenbewusstsein erwachte bei den Autoherstellern in den siebziger Jahren als Reaktion auf das Zusammenspiel verschiedener struktureller Veränderungen, die unter anderem durch die Ölkrisen und die verschärfte Konkurrenzsituation infolge der Warenzunahme ausgelöst wurden. Da eine Abgrenzung innerhalb der Automobilindustrie auf der spezifisch-sachbezogenen Kommunikationsebene zu diesem Zeitpunkt jedoch kaum noch möglich war – zumindest nicht, ohne dabei implizit für ein Konkurrenzprodukt mitzuwerben – setzte die Besinnung auf die eigene individuelle und scheinbar einzigartige Marke ein. Scheinbar deshalb, weil zwischen Geschichte im Sinne einer objektivierenden Geschichtswissenschaft oder als ‚Narrative' unterschieden werden muss. Besonders die Markentheorien und das sich daraus ergebende Konstrukt des ‚Markenkerns' erscheinen aus der Sicht der heutigen Geschichtswissenschaft entweder

13 Vgl. T. Kleinstäuber, Wie verkauft man Träume? Markenführung für Premium, in: B. M. Michael / Grey Global Group (Hg.), Werkbuch M wie Marke, Düsseldorf 2003, Modul 10.1, S. 1-26, hier: S. 12.

14 Vgl. Zahlen und Fakten: Globalisierung, Bundeszentrale für politische Bildung/ bpb, in: http://www.bpb.de/wissen/Y6I2DP, Stand: 10.06.2008.

15 H. Domizlaff, Die Gewinnung des öffentlichen Vertrauens. Ein Lehrbuch der Markentechnik, Bad Wörrishofen 1982 / 1991, S. 47.

als Konstante oder als ‚Narrative', d. h. als eine Metaerzählung, die verschiedenartigste Fakten unter dem Gesichtspunkt des Markenkerns kohärent verknüpft. Der Markenkern kann aber auch als ‚Erinnerungsort' wahrgenommen werden, der sich dadurch auszeichnet, dass verschiedene aufeinanderfolgende Generationen sich zwar auf das gleiche äußere Ereignis oder ‚Ding' (hier z. B. ein Fahrzeug, ein Unternehmen oder eine Marke) beziehen, dieses allerdings auch entsprechend der Zeitumstände, des historischen Kontextes, verschieden deuten. Daraus ergibt sich bei einer gewissen objektiven Kontinuität gleichzeitig eine subjektive Diskontinuität. Nicht zuletzt muss im Zusammenhang mit der unternehmensseitigen Darstellung des Markenkerns sowie mit der gesamten Marken- und Unternehmenskommunikation ein Bewusstsein für die Interessenlage des Geschichtenerzählers geweckt werden. Frei nach Eric J. Hobsbawm wird Geschichte erfunden, wenn keine passende zur Verfügung steht. Bei gleicher Faktenlage kann ein und dieselbe Geschichte unterschiedlich erzählt werden, sodass verschiedene Geschichtsbilder je nach Interessenstandpunkt miteinander rivalisieren.[16]

Mittels der vermehrt eingesetzten Marktforschungsmethoden wurde versucht, eine direktere Zielgruppenansprache mit nur minimalen Streuverlusten zu erreichen. Gleichzeitig wurden die Hersteller durch die neuen gesellschaftlichen und wirtschaftlichen Bedingungen förmlich dazu gezwungen, ihren Marken ein internationales Profil zu geben. Diese Entwicklung markiert den Beginn der professionellen Markenführung in der Automobilindustrie. Ausgehend von ihren jeweiligen Heimatmärkten richteten die Hersteller ihre Markenstrategien anfänglich auf die dortigen, spezifischen Wertkonstellationen aus. Sie bewegten sich dabei in einem Spannungsfeld zwischen ihren Heimatmärkten und ihrem Hauptabsatzmarkt, der in allen untersuchten Fällen der US-amerikanische Markt war. Unmittelbar waren die Unternehmen von dem wirtschaftlichen, politischen und gesellschaftlichen Wandel auf ihren Heimatmärkten betroffen und mittelbar von den Entwicklungen auf den wichtigen ausländischen Absatzmärkten. Bis in die achtziger Jahre wurde die Marken- und Produktkommunikation von den Heimatmärkten aus betrieben. Erst in der zweiten Hälfte der achtziger Jahre begannen Porsche und Jaguar damit, ihre Markenkommunikation international auszurichten. Erste Schritte waren adaptierbare Werbeslogans und -kampagnen. Die Entstehung globaler Produktbühnen, zu denen beispielsweise das Internet gehört, bedeutete eine weitere Zäsur für die Markenkommunikation. Diese musste nun einheitlich sein und durchgängig die gleiche Markenbotschaft kommunizieren. Dabei haben sich alle Hersteller an den Markenimages orientiert, die in der Vergangenheit aus den Diskursen um ihre Produkte herum entstan-

16 In dem Bewusstsein für eine ‚rhetorische Verwendung' von Geschichte, wurde sowohl mit Aussagen aus dem Bereich der Oral History wie auch mit den aus den Unternehmensarchiven stammenden Quellen kritisch umgegangen. Vgl. zu Erinnerungsorten E. François, Von der wiedererlangten Nation zur „Nation wider Willen". Kann man eine Geschichte der deutschen „Erinnerungsorte" schreiben? sowie P. Nora, Das Abenteuer der Lieux de Mémoire, beides in: E. François / H. Siegrist / J. Vogel (Hg.), Nation und Emotion. Deutschland und Frankreich im Vergleich. 19. und 20. Jahrhundert (= Kritische Studien zur Geschichtswissenschaft), Göttingen 1995, S. 93-110 und 83-92 sowie E. François / H. Schulze (Hg.), Deutsche Erinnerungsorte. Bd. 3, München 2001 und J. Kocka, Eric Hobsbawm als Sozial- und Welthistoriker, in: H. C: Ehalt (Hg.), Geschichte: Möglichkeit für Erkenntnis und Gestaltung der Welt. Zu Leben und Werk von Eric J. Hobsbawm, Wien 2008, S. 29-38.

den waren. Die Marken- und Produktkommunikation hat von den fünfziger Jahren bis in die Gegenwart eine Entwicklung vollzogen, die sich stichwortartig mit ‚von national zu international' beschreiben lässt. Sofern herstellerseitig keine auf die ausländischen Märkte ausgerichtete Werbung produziert wurde, erfolgte eine regionale oder nationale Werbung und Markenkommunikation durch die ortsansässigen Händler.
Hier wurden auch die nationalen Zuschreibungen augenfällig, die in weitaus stärkerem Maße von den Importeuren außerhalb des Heimatmarktes zur Vermarktung von Produkt und Marke genutzt wurden, als von den Herstellern selbst. In den USA und Japan ließen die Importeure und Händler Werbematerialien auf eigene Kosten drucken und übernahmen auch die übrige Vermarktung eigenverantwortlich und ohne weitere Absprachen mit den Herstellern. So hat Jaguar über einen langen Zeitraum hinweg nur je einen Werbeprospekt produziert, der – teilweise mit Untertiteln in drei verschiedenen Sprachen – auf allen relevanten Märkten eingesetzt wurde. Die US-Importeure, darunter auch der bereits erwähnte Max Hoffman, waren die ersten, die eine Notwendigkeit sahen, speziell auf ihren Markt abgestimmte Werbematerialien zur Verfügung zu haben. Sie begannen unabhängig vom Produzenten mit der Produktion von Werbeprospekten und Imagebroschüren. Diese waren zum überwiegenden Teil von geringerer Qualität als die Originale, machten aber anhand der Auswahl von Bildern und Werbeargumenten die nationalen Unterschiede deutlich und setzten diese bewusst als Differenzierungsmerkmale ein. Als sich Japan in den achtziger Jahren zu einem ernstzunehmenden Absatzmarkt für Jaguar entwickelte, entstanden auf gleiche Weise wie zuvor für den US-amerikanischen Markt eigene Werbematerialien. Ähnlich verhielt es sich mit Porsche. In den fünfziger Jahren wurden, meist anlässlich von Messen und Autosalons, dreisprachige Werbebroschüren in Deutsch, Englisch und Französisch produziert. US-Importeur Max Hoffman bemühte sich darüber hinaus um eine eigene, amerikanisierte Werbung, die er durch Serviceangebote und weitere Marketingmaßnahmen für Porsche ergänzte.
Dauerhaft konnte die überwiegend semi-professionelle Markenkommunikation unter der Regie der jeweiligen Händler und Importeure den infolge der Globalisierung und brancheninternen Wandlungsprozessen entstandenen neuen Herausforderungen innerhalb der Automobilindustrie aber nicht gerecht werden. Anstatt die Markenkommunikation auf die spezifischen kulturellen Eigenheiten und Ansprüche auszurichten, wie es die lokalen Händler schon getan hatten, kreierten die Automobilhersteller eine international einsetzbare Markenkommunikation. Es reichte nicht mehr aus, die Anpassung Mittlern zu überlassen, die glaubwürdig und autorisiert erschienen, diese Aneignung durchzuführen und zwischen den Kulturen zu vermitteln und zu übersetzen. Schließlich folgte die Abkehr von nationalen Imageportfolios bei gleichzeitiger Hinwendung zu international gültigen Wertkonstellationen.
Die auf vermeintlich nationaltypischen Charakteristika basierenden Eigenschaften dienten im internationalen Vergleich der Differenzierung der Produkte und ihrer Assoziierung mit verkaufsentscheidenden Eigenschaften oder schürten die Identifikation der Käufer mit der Marke. Hier bestätigt sich die bisherige Forschung auf dem Gebiet der Internationalisierung und Europäisierung des Konsums. Mit der Internationalisierung

des Konsums reduzierten sich die Konsumunterschiede zwischen den westeuropäischen Gesellschaften. National gekennzeichnete Produkte erfreuten sich einer zunehmenden Beliebtheit auf dem internationalen und innereuropäischen Markt. Produkte wurden bewusst mit einem nationalen Flair versehen und in manchen Fällen wurde ein solches nationales Image sogar erfunden.[17] Eine derartige Vorliebe für nationaltypische Charakteristika ist besonders auf dem US-amerikanischen Markt festzustellen. Galt die Herkunft der Marken Jaguar, Porsche, Ferrari und Corvette außerhalb ihrer Heimatmärkte in den 1950er / 60er Jahren noch als exotisch und wurde tendenziell negativ konnotiert, hat sich ihre nationale Herkunft zu einem bewusst gepflegten Imagebestandteil entwickelt. Sowohl Jaguar als auch Porsche werden stets in Hinblick auf ihre ‚Britishness' bzw. die ‚deutschen Tugenden' rezipiert; ebenso wie Ferrari als ‚typisch italienisch' wahrgenommen wird, gilt Corvette als ‚typisch amerikanisch'. Gleichzeitig manifestierten sich nationale Zuschreibungen in der Markenkommunikation. Solche nationalen Zuschreibungen wurden im Falle Jaguars bereits in den 1930er Jahren genutzt, jedoch primär, um die Identifikation potenzieller Käufer mit der Marke / dem Produkt auf dem Heimatmarkt zu intensivieren.

Im Zuge der westeuropäischen Massenmotorisierung in den fünfziger und '60er Jahren wurde die Verbindung von bestimmten Automobilmarken mit Ihrem jeweiligen Heimatmarkt sowie mit vermeintlichen nationalen Zuschreibungen in der Markenrezeption offensichtlich.[18] Als sich in den siebziger Jahren schließlich ein Bewusstsein für den Wert bzw. das Potenzial von Marken herausbildete, griffen die Hersteller gern auf diese Diskurse, die um ihre Produkte herum entstanden waren, zurück. Mitte der neunziger Jahre starteten Bemühungen, Jaguar als Lifestyle-Marke zu positionieren und dabei eine neue Interpretation von ‚Britishness' zu kreieren, die frei sein sollte von den angestammten konservativen Marken-Assoziationen. Die Marke sollte mit Modernität, Dynamik, Jugendlichkeit, Technologie und Fahrspaß aufgeladen werden, um die Zielgruppe der Young Professionals, junger und aufstrebender Karrieristen, finanziell potent, noch ungebunden oder in der Phase der Familiengründung begriffen, mit einerseits seriöser Lebensplanung, andererseits jedoch mit dem Bedürfnis nach höchstmöglicher Individualität, anzusprechen.[19]

Weil sich der bisherige konservative und gediegene Stil der Jaguar-Werbung als ungeeignet für die Diversifizierung der Zielgruppen erwies, wurde an die Bedürfnisse der potenziellen Kunden appelliert – und zwar sowohl an die materiellen wie auch an die emotionalen. Was zuvor das Prestige war, wurde nun in neuer Verpackung zum Lifestyle, der ebenso Ausdruck einer persönlichen Haltung ist, nur, dass dieser weniger an die klas-

17 Vgl. H. Kaelble, Europäische Besonderheiten des Massenkonsums 1950–1990, in: H. Siegrist / H. Kaelble / J. Kocka (Hg.), Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18.-20. Jh.), Frankfurt a. M./New York 1997, S. 169-204, hier: S. 188 ff.

18 „Die Kerneigenschaften der Marke Jaguar gruppieren sich fast ausschließlich um die ‚Britishness' herum. Zählt man den in Zusammenhang mit Jaguar in den Medien am häufigsten genannten Begriff, so ist dies von den 1950er Jahren an ‚britisch' bzw. ‚englisch'." vgl. Landenberger, Markenführung (Anm. 9), S. 27, 80-92.

19 Vgl. Jaguar Cars Ltd. (Hg.), Jaguar Lifestyle and Consumer PR, Coventry September 2000, JA.

sischen Formen der sozialen Abgrenzung gekoppelt ist. Die Unterscheidung lässt sich so vornehmen, dass Prestige eine kollektive Form der sozialen Abgrenzung nach unten hin ist, wohingegen der Lifestyle Abgrenzungen auch in die Breite vornimmt. Dem ‚neuen' Kundentypus musste ein Erlebnisversprechen in Verbindung mit dem Produkt offeriert werden. Der ersehnte Ausbruch aus dem Alltag musste dem Kunden in Form des Produkterlebnisses versprochen werden.

In den vergangenen fünfzig Jahren hat der Konsum einen Wandel erfahren und ist zu einem Prozess herangewachsen, in dessen Verlauf die Konsumenten Marken nutzen, um Identitätskonstrukte für sich selbst zu entwickeln.[20] Marken und Produkte sind zu sinnstiftenden Systemen erster Ordnung geworden; sie sind Bedeutungsträger, die entweder als Grenzen oder Brücken eingesetzt werden. Ein Markenprodukt muss mehr leisten als lediglich den bloßen Produktnutzen zu erfüllen. Es muss dem Kunden zahlreiche identifikationsstiftende Anknüpfungspunkte bieten und ihm darüber hinaus Zutritt zu einer ganzen Marken- und Erlebniswelt eröffnen.[21]

Da mit der Entscheidung für eine Marke Aussagen zum Lebensstil des Konsumenten getroffen werden, muss der Kaufakt begriffen werden als Akt der soziokulturellen Abgrenzung, mit dem Präferenzen für Prinzipien ebenso wie Ablehnung gegenüber anderen Lebensstilen ausgedrückt werden.[22] Die Projektion sozialer Funktionen auf Markenprodukte nimmt rasant zu und entsprechend entwickelt sich ein regelrechter nonverbaler Code für jede soziale Schicht und Gruppierung, die über ihren Konsum miteinander kommunizieren, sich entweder einer solchen Personengruppe als zugehörig zu erkennen geben oder sich abgrenzen.

Für die Hersteller wurde der Zusatznutzen ihrer Markenprodukte immer wichtiger. Zu einer Erfolg versprechenden Positionierung gehörte nunmehr vor allem der Mehrwert einer Marke, ihr Erlebnischarakter oder sogar eine ganze Markenwelt, mit der sich der Kunde in höchstmöglichem Maße identifizieren konnte. Marken zu emotionalisieren, erwies sich bei der internationalen Ausrichtung als Erfolgsrezept, da Emotionen weitgehend international verständlich und adaptierbar sind. Bei Porsche setzte die internationale Ausrichtung in den achtziger Jahren mit der Konzentration auf die so genannte ‚Porsche-Welt' ein, die als ein erster Schritt in Richtung einer erlebbaren Markenwelt bewertet werden kann.[23] 1985 beinhaltete eine Kampagne erstmals die Komponente ‚international adaptierbar'. Das Ziel war es, den Begriff ‚Porschefahren' zum Mehr-Wert-Begriff für Autofahren im Porsche zu machen, indem ‚Porschefahren' als deutsches Wort auch in der Fremdsprache seine eigene Dimension behalten sollte.[24] Bei der Positionierung der Modelle Porsche 911 Targa und 911 Carrera in der Mitte der neunziger Jahre stand in beiden Fällen das Markenerlebnis im Vordergrund. Der Targa sollte die „[…] genußorientierte Zielgruppe, für die Stil, Originalität und Ästhetik mehr zählen

20 Vgl. D. Miller, Material Culture and Mass Consumption, Oxford1987.
21 Vgl. G. Schulze, Die Erlebnisgesellschaft. Kultursoziologie der Gegenwart, Frankfurt a. M. 1993.
22 Vgl. ebd.
23 Vgl. Wensauer & Partner Werbeagentur, Vom Porschefahren 1985/86. Ein aktualisiertes Konzept, S. 2, PA.
24 Vgl. ebd.

als außenorientierte Selbstdarstellung […]“[25] ansprechen. Die Kommunikationsstrategie evozierte Assoziationen mit Freizeit und Freiheit – im Vordergrund stand ein positives Lebensgefühl. Der Porsche-Markenkern fokussiert auf die Erlebnis- und Kundenorientierung: „Porsche-Fahrer sollen nicht nur die besten Sportwagen der Welt erhalten, sondern Teil einer exklusiven Erlebniswelt werden, die neben Automobilen auch viele Service- und Zusatzleistungen bietet.“[26]

Eine wichtige Rolle bei der Schaffung von automobilen Markenwelten spielt zudem der Bereich ‚Zubehör'. Accessoires ermöglichen den Imagetransfer – in diesem Fall die Übertragung der Markeneigenschaften auf den Träger und ermöglichen der Marke/ dem Hersteller den Zugang auch zu den automobilfernen Lebensbereichen. Die Kunden sollen auch außerhalb des Autos die Möglichkeit haben, sich mit der Marke zu identifizieren – dass dieser Effekt auch bei solchen Personen funktioniert, die kein Auto der entsprechenden Marke besitzen, wird sowohl von Seiten der Hersteller wie auch von den Nicht-Kunden gut geheißen.[27] Schon in den frühen fünfziger Jahren wurden Koffersets eigens für den Porsche 356 angeboten, darüber hinaus gab es Schlüsselanhänger und Seidenschals für die Damen. Seit 1996 vertreibt Porsche selbstständig Bekleidung (*Porsche Driver's Design Selection*), Tuningzubehör (*Porsche Tequipment*) und Reiseveranstaltungen (*Porsche Travel Club*). 1999 wurden mit Zubehörartikeln und Accessoires Umsatzzahlen in dreistelliger Millionenhöhe erzielt.[28] Das maßgeschneiderte Produkt als Ausformung automobiler Exklusivität rundet das Markenerlebnis ab und trägt dem gesteigerten Kundenbedürfnis nach Individualität Rechnung. Im Falle des Porsche Boxster wird in dem hohen Grad an Individualisierung sogar der Schlüssel zum Erfolg gesehen. Das Markenerlebnis ist von Anfang an zentraler Bestandteil der Kommunikations- und Verkaufsstrategie. Die Individualisierungsmöglichkeiten sollen das Marken-, Kauf- und Produkterlebnis ebenso wie das exklusive Image von Porsche unterstützen.

Die Accessoire-Linie von Jaguar wurde 1984 mit der Gründung des Jaguar Parts & Accessories Marketing Departmen eingeführt. Zu Beginn des Zubehör-Handels bestand das Angebot noch aus Schmutzfängern, Anhängerkupplungen, Nebelscheinwerfern und einer Taschenlampe.[29] Dekorative Accessoires, die sich über den automobilen Bereich hinaus erstreckten, gab es kaum. Erst mit der Einführung des Jaguar XJ40 in 1986 wurde die Zubehör-Linie vervollständigt und es erschien sogar ein eigener, sehr aufwendig gestalteter Prospekt. Durch kontinuierliche Ausweitung des Angebots in den achtziger Jahren wuchs das Ersatz- und Zubehörgeschäft um 300 Prozent – der Handel mit Accessoires sogar um 600%. „Wir kleiden die Dame des Jaguar-Fahrers zum Beispiel mit

25 Vgl. Dr. Ing. h. c. F. Porsche AG (Hg.), Porsche Aktuell Nr. 2 September 1995, PA.

26 Werbeagentur Klaus E. Küster GmbH, Porsche. Die Re-Positionierung eines Unternehmens, Frankfurt a. M. 1997.

27 Vgl. O. A., Schirm-Herrschaften. Die Accessoires der Automobil-Hersteller, in: AMS Magazin, 10/ 1985, S. 265-267.

28 Vgl. PR-Report, „Man kann einen Mythos nicht kopieren“, 18.1.1999.

29 Vgl. Peter Fleming's Script, Sales Review 1984–1989, Auszug, unveröffentlichtes Manuskript der Jaguar Cars Ltd. (Hg.), JA.

einem wertvollen Ledermantel und ziehen ihr nicht wie andere Hersteller einfach eine Jacke über“[30], gab Jaguar 1985 zu Protokoll. Darüber hinaus wurde das Jaguar-Logo gegen Lizenzgebühren von Fremdherstellern gekauft, um das Jaguar-Image auf eine Brillenkollektion und eine Schmuckserie zu übertragen.[31]
Sowohl für Jaguar wie auch für Porsche lassen sich im Ländervergleich drei Stufen im Hinblick auf ihre Markenkommunikation identifizieren: Auf der ersten Stufe warend die Marken- und die Produktkommunikation noch nicht scharf voneinander abgegrenzt. Die Kommunikationsmaßnahmen wurden zentral von dem jeweiligen Heimatmarkt gesteuert, wobei auf nationale Eigenheiten anderer Märkte kaum eingegangen wurde. Die Importeure haben selbstständig Kommunikations- und Werbemaßnahmen ergriffen und dabei eine Anpassung an nationale Vorlieben und Abneigungen vorgenommen. Dabei wurde der nationalen Herkunft der Marken eine prominente Rolle eingeräumt. Die zweite Stufe war gekennzeichnet durch eine zunehmend internationale Ausrichtung. Die Marken- und Produktkommunikation wurde nun zumindest binational geführt, d. h. basierend auf der nach wie vor zentral gesteuerten und primär vom Heimatmarkt beeinflussten Kommunikation, wurde eine international adaptierbare Kommunikationsversion entworfen. Auf der dritten Entwicklungsstufe hat die internationale Kommunikation die nationale Kommunikation weitestgehend verdrängt. Im Zentrum steht eine international verständliche Kommunikations- und Markenstrategie, die sprachlich besonders im Bereich der Werbung noch den jeweiligen Märkten angepasst wurde. Im Laufe dieses Prozesses lassen sich mehr Parallelen zwischen dem englischen Automobilhersteller Jaguar und dem deutschen Automobilhersteller Porsche feststellen als Unterschiede.

3. Marke und Kulturtransfer

Verschiebungen, die sich als Trendwende von nationaler hin zu internationaler Markenkommunikation beschreiben lassen, eröffnen die Sicht auf international akzeptierte Trends, welche wiederum Aussagen über das Zusammenwachsen von Kulturkreisen hinsichtlich ihres Konsumverhaltens ermöglichen. Die Annahme scheint plausibel, dass der Aufstieg der modernen Konsumkultur primär durch deregionalisierende Prozesse der Nationalisierung, internationaler Standardisierung und Globalisierung geprägt und bestimmt ist.[32] Hier geht die Konsumforschung von zwei entgegengesetzten Thesen aus: Der Universalisierungsthese und der Partikularisierungsthese.
Bei der Universalisierungsthese wird postuliert, dass durch die neue Konsumkultur traditionelle Konsumgüterräume aufgeweicht und überlagert werden. Dadurch werden Konsumgüter ortlose, regions-indifferente und ubiquitäre Symbole für universelle zivi-

30 O. A., Schirm-Herrschaften. Die Accessoires der Automobil-Hersteller, in: AMS Magazin, 10/ 1985, S. 265-267.
31 Vgl. ebd.
32 Vgl. H. Siegrist / M. Schramm (Hg.), Die Regionalisierung europäischer Konsumkulturen im 20. Jahrhundert (= Leipziger Studien zur Erforschung von regionenbezogenen Identifikationsprozessen, Bd. 9), Leipzig 2003.

lisatorische Werte.[33] Diese These wird durch die Bemühungen der Automobilhersteller gestützt, die eben dieser Annahme folgend versuchten, ihre Marken in international gültige Wertkonstellationen einzubetten. Zugeständnisse an die verschiedenen Märkte werden in Form von Produkteigenschaften und -varianten vorgenommen, weniger aber über die Markenidentität[34] und Markeneigenschaften. Die sich gegenwärtig vollziehende Verschiebung bei den Hauptmärkten von Nordamerika in Richtung Asien und der arabischen Märkte zeigt, dass es sich hierbei mitnichten nur um eine Betrachtung westlich ausgerichteter Gesellschaften bzw. Märkte handelt. Die Partikularisierungsthese hingegen nimmt an, dass regionale bzw. regional konnotierte Güter – auch in der modernen, durch den weiträumigen Austausch von Waren geprägten Konsumkultur – als Zeichen für die spezifischen Eigenschaften und Werte einer Region fungieren. Gerade in Anbetracht des Zusammenwachsens der Märkte rücken, wie gezeigt werden konnte, nationale und sogar regionale Aspekte im Zuge der Internationalisierung in den Fokus.

Den Prozess der wechselseitigen Einflussnahme prägen Mittler und Rezipienten. Sie sind aufgrund einer Vielzahl von individuellen oder gesellschaftlichen Befindlichkeiten, Prägungen, Motivationen und Interessen für Kulturtransfers entweder empfänglich oder verweigern diesen.[35] Eine solche Vermittlungsinstanz, ein ‚interkultureller Scout', findet sich beispielsweise in der Person des bereits mehrfach erwähnten Maximilian E. Hoffman.[36] Der gebürtige Österreicher emigrierte in den 1930er Jahren in die USA, wo er sich mit dem Import und Vertrieb europäischer Wagen, vornehmlich aus dem Premiumsegment, erfolgreich selbstständig machte. Aus Sicht der Amerikaner war Hoffman ein Europäer – für seine europäischen Geschäftspartner aber war er ein USA-Experte, der den amerikanischen Habitus verinnerlicht hatte und es perfekt verstand, zwischen den Kulturen zu vermitteln. Max Hoffman, so sein Rufname, steht gleichermaßen für Kulturtransfer, wie auch für interkulturellen Transfer und entspricht dem Typus des klassischen Mittlers:

> *[Ein] Mittler im Kulturtransfer, der sich in beiden kulturellen Umgebungen heimisch fühlt oder durch Emigration aus [seinem] originären Kontext dazu veranlasst wurde[n], sich mit den Beziehungen zwischen früherer und aktueller Zughörigkeit auseinander zu setzen.*[37]

33 Vgl. ebd.

34 „Die Markenidentität kann als die Substanz der Marke bezeichnet werden. Sie bildet das strategische Ziel für den Aufbau einer Marke aus Unternehmensperspektive. Sie umschließt die Definition des Markenkerns, die Festlegung der Markenpositionierung und die Ausgestaltung der einzelnen Markenelemente. Damit stellt die Markenidentität die Markenidee und das Markengesicht (= innere und äußere Differenzierung) aus Unternehmensperspektive dar. Die Konsumentenperspektive auf eine Marke nimmt das Markenimage ein. Das Markenimage kann somit auch als Fremdbild der Markenidentität angesehen werden.", Landenberger, Markenführung (Anm. 9), S. 25.

35 H. Rausch, Blickwinkel und Wechselbeziehungen. Zum transatlantischen Kulturtransfer im westlichen Nachkriegseuropa, in: H. Rausch (Hg.), Transatlantischer Kulturtransfer im „Kalten Krieg". Perspektiven für eine historisch vergleichende Transferforschung (= Comparativ 16/2006, H. 4), Leipzig 2006, S. 7-33, hier S. 13.

36 Eigentlich Hoffmann – der Name wurde ‚amerikanisiert', indem auf das zweite ‚n' am Ende verzichtet wurde geschaffen hat, beginnt er mit dem Import und Vertrieb europäischer.

37 Vgl. M. Middell, Kulturtransfer und transnationale Geschichte, in M. Middell, (Hg.), Dimensionen der Kultur- und Gesellschaftsgeschichte, Leipzig 2007, hier S. 56.

Es zählen vor allem kosmopolitisch ausgerichtete Intellektuelle, gewinnorientierte Fernhändler und auf ihren Lebensunterhalt bedachte Emigranten zu den typischen Mittlern in kulturellen Transfers.[38] Indem er ein europäisches Kulturgut in Amerika einführte und für Amerikaner ‚übersetzte', verständlich machte, transferierte er Kultur; indem er zwischen dem amerikanischen Markt und den europäischen Herstellern vermittelte, leistete er interkulturellen Transfer.[39] Mit dem Import europäischer Luxuswagen in die USA integrierte Hoffman das Fremde als etwas Exotisches und eben in dieser Exotik lag der Reiz für die amerikanische Klientel. Max Hoffman bemühte sich darum, den fremden Charakter der Autos, die angeeigneten Kulturelemente, zum Verschwinden zu bringen, als er bei den Herstellern die Fertigung von eigens für den US-amerikanischen Markt konzipierten Wagen anregte.[40] Er initiierte bei Porsche, Mercedes-Benz, BMW oder Alfa Romeo die Entwicklung neuer Modelle, die den Ansprüchen und Bedürfnissen des US-amerikanischen Marktes mehr entsprachen als die vorab aus Europa gelieferten Modelle. Dieses Mitgestalten begann mit einem an die Daimler-Benz AG gerichteten Vorschlag, Autos für den amerikanischen Markt in hellerer Lackierung und mit hellem Leder (anstatt des bis zu diesem Zeitpunkt verwendeten Stoffes) auszustatten, und reichte bis hin zur Ideengebung für spezielle US-Modellvarianten.[41] So gehen Fahrzeugtypen wie der Mercedes-Benz 300 SL Coupé und Roadster, Mercedes-Benz 190 SL, Alfa Romeo Giulietta Spider, Porsche 356 Speedster oder der BMW 507 Roadster auf die Initiative Hofmanns zurück, der auf die europäischen Hersteller regelrecht Druck ausübte, damit die von ihm geforderten Modelle produziert wurden. Jede von ihm motivierte Veränderung oder Innovation wurde wenig später wiederum ein Erfolg in Europa, wohlgemerkt erst, nachdem sie sich in den USA erfolgreich durchgesetzt hatten.[42]

Max Hoffman steht zudem für einen zweiseitigen transatlantischen Kulturtransfer. Die Beispiele Jaguar und Porsche belegen auf eindrückliche Weise, wie der US-amerikanische Markt als Verstärker für europäische Marken gewirkt hat. Sowohl Jaguar wie auch Porsche waren bereits in Europa nahezu etabliert, bevor der Erfolg in den USA einsetzte. Bis sie aber von der breiten Öffentlichkeit als global erfolgreiche Marken wahrgenommen wurden, mussten sie den Umweg über die USA beschreiten. Erst das dortige Interesse und die Anerkennung, die den Marken durch prominente Fahrer zuteil und nicht zuletzt auch von einer entsprechenden Presse begleitet wurde, hob sie in den Status von Weltmarken.[43] Diese Entwicklung weckte wiederum ein neues, gesteigertes Interesse auf den

38 Vgl. T. Höpel, Emigranten der Französischen Revolution in Preußen 1789–1806. Eine Studie in vergleichender Perspektive, Leipzig 2000.

39 Vgl. H. Siegrist, Transnationale Geschichte als Herausforderung der wissenschaftlichen Historiographie, in: Middell, Kulturtransfer (Anm. 37), S. 40-49.

40 Vgl. M. Middell, Kulturtransfer und transnationale Geschichte, in: ders., Kulturtransfer (Anm. 37), hier S. 55.

41 Vgl. R. Fry, The VW Beetle, Osceola 2000, S. 158-165.

42 Vgl. ebd. sowie K. Ludvigsen, The baron of Park Avenue, in: Automobile Quarterly, Second Quarter 1972, Volume X, Number 2, o. O., S. 160 ff.

43 Max Hoffman engagierte sich im Rennsport und nahm mit neuen Fabrikaten und Modellen an Rennen teil. So präsentierte er einen der ersten importierten Glöckler-Porsche, indem er auf ihm mehrere Rennen bestritt. Hoffman nutzte den Rennsport als Bühne, um die von ihm importierten Fahrzeuge der Zielgruppe in Aktion

alten Märkten. Parallel zu der ‚Amerikanisierung' tritt hier besonders die ‚Westernisierung' hervor. Die europäische Provenienz der untersuchten Marken war die Grundlage für ein Interesse auf amerikanischer Seite. Nichtsdestotrotz erhöhten einige Modifikationen bzw. Anpassungen an den US-amerikanischen Geschmack den Verkaufserfolg. Es wäre aber falsch, von einer dominanten ‚Amerikanisierung' zu sprechen. Pells betont die Reziprozität der so genannten Amerikanisierungsprozesse und weist darauf hin, dass diese immer auch als Phänomen einer ‚Europäisierung' der Vereinigten Staaten gedacht werden müssen.[44] Für das hier untersuchte Segment sportlicher Premiumautomobile lässt sich diese Reihenfolge sogar umkehren: Der ‚Amerikanisierung' europäischer Produkte ging der Wunsch nach ‚Europäisierung' auf US-amerikanischer Seite voraus. Es bestätigt sich die Auffassung von Helke Rausch, die diese Transferkonstellation mit einem Vexierbild verglichen hat, das ebenso von der amerikanischen wie auch von der europäischen Seite her gedacht und untersucht werden könne.[45] Der internationale Erfolg und der Aufstieg zu weltweit bekannten Marken lassen sich weder bei Jaguar noch bei Porsche von der Etablierung auf dem amerikanischen Markt trennen.

Hingegen zeigt der nur mäßige Erfolg der amerikanischen Marke Corvette auf den europäischen Märkten, dass auch amerikanische Transferangebote nie unverändert in Europa übernommen, sondern in komplexen, dynamischen Aushandlungs- und Anpassungsprozessen produktiv angeeignet wurden.[46] Interessant ist der zu beobachtende kulturelle Retransfer, der allmählich einsetzte und sich in dem auf europäischer Seite erwachten Interesse für die US-Modelle niederschlug. Es kann durchaus von einem beidseitigen Defizitempfinden ausgegangen werden: In der Vorliebe des amerikanischen Kundenkreises für europäische Sportwagen mag sich ein als unangenehm empfundener Mangel an gewachsener Kultur und Geschichte ausgedrückt haben. Als Defizite auf europäischer Seite können die infolge der Weltkriege hinter den USA zurückhinkende Innovationskraft, der Wille zu Progression und das ungebrochene Selbstbewusstsein der Nation betrachtet werden. Auch die in weiten Teilen Westeuropas verbreitete Ablehnung der traditionellen Kultureliten gegenüber allem ‚Amerikanischen' – Gütern ebenso wie Praktiken, die als amerikanisch gedeutet wurden – kann als Zeichen eines Minderwertigkeitskomplexes verstanden werden.[47]

vorzuführen. Auch stellte Hoffman seine Autos den Rennfahrergrößen seiner Zeit vor, wie z. B. Briggs Cunningham, den er so für Porsche begeisterte, dass dieser umgehend einen Porsche kaufte. Auf diese Weise schaffte er es, die Bekanntheit seiner europäischen Marken in den USA in kurzer Zeit effektiv zu erhöhen. Von 1953 an unterstützte Hoffmann Rennen als Sponsor; zu diesen gesponserten Veranstaltungen zählten die Palm Beach Shores-Events sowie ein Pokal für denjenigen, der mit einem VW die längste Distanz bewältigte. Vgl. G. Maltby, Porsche. 356 & RS Spyders, Osceola 2000, S. 50 sowie Ludvigsen, Baron of Park Avenue (Anm. 42), S. 160 ff.

44 Vgl. R. Pells, From Modernism to the Movies: The Globalization of American Culture in the 20th Century, in: Rausch, Kulturtransfer (Anm. 35), S. 48-57.

45 Rausch, Wechselbeziehungen (Anm. 35), S. 13.

46 Siehe hierzu: R. Kroes, Views of the good life. America's Commercial Culture in Europe, in: Rausch, Kulturtransfer (Anm. 35), S. 48-57 sowie Pells, Globalization (Anm. 44).

47 K. Jarausch / H. Siegrist (Hg.), Amerikanisierung und Sowjetisierung in Deutschland 1945–1970, Frankfurt a. M. 1997; A. Lüdtke / I. Marßolek / A. von Saldern (Hg.), Amerikanisierung. Traum und Alptraum im Deutschland des

Das Interesse für Veränderung durch die Aneignung eines Vorbildes und die Integration in eigene soziale, kulturelle und wirtschaftliche Argumentations- und Handlungszusammenhänge drückte sich in der Vorliebe für die Träger derjenigen Kulturaspekte aus, die als fehlend identifiziert wurden.[48] Besonders nach dem Zweiten Weltkrieg änderte sich das europäische Verhältnis zu allem ‚Amerikanischem' substanziell, da sich am Beispiel der dort herrschenden Zustände die eigenen Entwicklungswege abzeichneten und antizipieren ließen.[49] Jede Strömung und jeder Zustand konnte demnach als Vorschau, sowohl im Guten wie auch im Schlechten, auf zukünftige Entwicklungen im eigenen Land interpretiert und bewertet werden.[50]

4. Fazit

Die Amerikanisierung Europas kann nicht ohne eine Europäisierung in entgegengesetzte Richtung gedacht werden. Nationalisierende oder gar regionalisierende Tendenzen scheinen ein Gegengewicht zur parallel vorangetriebenen Internationalisierung von Produkten und Marken zu sein - und auch hier darf nicht einseitig gedacht werden. Es sind nicht allein die heimischen Käufer, deren Identifikation mit regionalisierenden Anmutungen gesteigert werden soll. Der kultartige Umgang mit der britischen Herkunft Jaguars und der schwäbischen Heimat Stuttgart-Zuffenhausen im Falle der Marke Porsche[51] sprechen für die Faszination, die eine solche regionale und nationale Verwurzelung besonders auch auf die Exportmärkte ausübt. Die nationaltypischen Charakteristika der Marken dienen im internationalen Vergleich der Differenzierung der Produkte und ihrer Assoziierung mit verkaufsentscheidenden Eigenschaften oder schüren die Identifikation der Käufer mit der Marke. Mit der Internationalisierung des Konsums reduzierten sich die Konsum-Unterschiede zwischen den westeuropäischen Gesellschaften, während sich national gekennzeichnete Produkte einer zunehmenden Beliebtheit auf dem internationalen und innereuropäischen Markt erfreuen. Aber nicht nur bei den europäischen Kunden zeigt sich eine Vorliebe für nationale Unterschiede, dies gilt ganz besonders auch für den US-amerikanischen Markt.

Der internationale Erfolg und der Aufstieg zu weltweit bekannten Marken lassen sich weder bei Jaguar noch bei Porsche von der Etablierung auf dem US-amerikanischen

20. Jahrhunderts, Stuttgart 1996 sowie H. Siegrist, Hannes, Konsum, Kultur und Gesellschaft im modernen Europa, in: Siegrist / Kaelble / Kocka, Europäische Konsumgeschichte (Anm. 17), S. 13-50, hier S. 22.

48 Vgl. I. Löhr, Handout zu dem Seminar „Einführung in die vergleichende Kultur- und Gesellschaftsgeschichte, SS 2007, unveröffentlichtes Dokument, Leipzig 2007.

49 Vgl. Rausch, Wechselbeziehungen (Anm. 35), S. 10.

50 Ebd.

51 In Italien erscheint seit 2005 das unabhängige Porsche-Fanmagazin „Zuffenhausen. La rivista bei fanatici Porsche" hrsg. von Automobilia S.r.L., Mailand, darüber hinaus gibt es in den USA einen Porschehändler mit dem Namen Porschezuffenhausen, vgl. http://www.porschezuffenhausen.com/, Stand: 23.11.2009, sowie einen Porsche-Kalender mit dem Titel „Best of Zuffenhausen". In 2010 wird die Porsche AG eine Publikation über den Standort mit dem Titel „Zuffenhausen" herausbringen.

Markt trennen. Beide Marken wurden erst durch das Interesse und die Anerkennung in den USA in den Status von Weltmarken gehoben. Die USA fungierten als Verstärker im Prozess der Etablierung der beiden Marken. Diese Entwicklung weckte wiederum ein neues, gesteigertes Interesse auf den alten Märkten. Bemerkenswert ist, dass der Erfolg der europäischen Marken in den USA zur Grundlage für den weiteren Erfolg in Europa wurde.

„Brüderbund und Freundschaft mit den sozialistischen Ländern darf nicht spekulativ genutzt werden." Deutsch-polnischer Schleichhandel in Leipzig als Konsumkultur „von unten"[1]

Daniel Logemann

Abstract

Daniel Logemann, „Brotherhood and friendship with socialist countries must not be used for speculation". German-Polish illicit trade in Leipzig as consumer culture „from below"

During the communist rule in the Eastern Bloc the economy of shortage influenced everyday life in the GDR and Poland in a decisive way. While facing problems of supply, people in Leipzig developed informal practices like contraband trade to fulfil their needs and wishes of consumption. Transborder encounters between the societies of GDR and Poland in the seventies and eighties fuelled an exchange of goods of shortage in Leipzig's contraband trade structures. Practices reached from spontaneous help by acquaintances to professionalized groups of smugglers and dealers. The grade of implicitness, stability and structure of this informal phenomenon can be described as an own "culture of consumption from below". In the atmosphere of political and social difficulties and distrust this led to a negative perception by the government bodies and by the public sphere of Leipzig alike.

1 Herzlich danken möchte ich Dr. Manuel Schramm und Prof. Dr. Rudolf Boch vom Lehrstuhl für Wirtschafts- und Sozialgeschichte an der TU Chemnitz für die Einladung zu einem Kolloquium und für die anregende Diskussion sowie hilfreiche Anregungen. – Schleichhandel wird hier zusammenfassend für alle Formen des illegalen schwarzen Marktes benutzt. Der Begriff versteht sich als Anlehnung an das durch die Volkswagen-Stiftung finanzierte Projekt „Schleichwege'. Inoffizielle Kontakte zwischen Bürgern sozialistischer Staaten 1956–1989." Im Rahmen dieses Projektes entstand meine Dissertation zum Thema privater deutsch-polnischer Kontakte in Leipzig 1972-1989.

Einleitung

Die Mangelwirtschaften in den staatssozialistischen Systemen der DDR und der Volksrepublik Polen hatten maßgeblichen Einfluss auf das Konsumverhalten in beiden Ländern. Hier wie dort konnte die Nachfrage der Bürger nach begehrten Konsumgütern nur unzulänglich befriedigt werden. Auf der Ebene des täglichen Einkaufs beeinflusste der Mangel stetig die zwischenmenschlichen Beziehungen – sei es zwischen Verkäufern und Käufern wie auch zwischen den Konsumenten untereinander.[2] Seit der konsumpolitischen Wende in der DDR unter Erich Honecker und in der Volksrepublik Polen unter Edward Gierek mit Beginn der siebziger Jahre und unter dem Einfluss des politischen Tauwetters auch innerhalb des staatsozialistischen Blocks wurde Einkaufen zu einem überstaatlichen Phänomen. Entscheidende Wendepunkte in den zwischenstaatlichen Beziehungen der DDR und Volkspolen und zugleich für das Konsumverhalten von Polen und Deutschen waren einerseits die Grenzöffnung für den pass- und visafreien Reiseverkehr am 1. Januar 1972 und andererseits die Grenzschließung auf Bestreben der DDR mit dem 30. Oktober 1980. Mit der Grenzöffnung versuchten beide Staaten, ihren Bürgern neue Konsummöglichkeiten zu eröffnen. In der DDR galten die Überlegungen vor allem dem lange entbehrten Bedürfnis der DDR-Bürger nach Ausland und Ferne und damit Freizeit- und Ferienangeboten; in Volkspolen sah man von Anfang an in Einkaufsmöglichkeiten im Nachbarland einen neuen Nutzen.[3] So hatte die Reisefreiheit ab 1972 erheblichen Einfluss auf die Konsumpraktiken von Deutschen und Polen: Mit diesem Datum verflochten sich die bisher abgeriegelten Binnenmärkte über die Grenze hinweg in einem transnationalen Markt zum Ausgleich allseitiger Mangelerscheinungen.[4] Dies hatte durchaus problematische Folgen für die sozialistische

2 Zu diesem Schluss gelangt János Kornai in seinen grundsätzlichen Überlegungen zum Charakter einer Mangelwirtschaft. Vgl. J. Kornai, Economics of Shortage, Amsterdam / New York / Oxford 1980, S. 5.

3 Zur Grenzöffnung machte die Trybuna Ludu eigens auf die Möglichkeit privaten Einkaufs aufmerksam. Vgl. Dalszy rozwój ruchu turystycznego między Polską i NRD [Die weitere Entwicklung des touristischen Verkehrs zwischen Polen und der DDR], in: Trybuna Ludu, 29.12.1971, S. 4. Polnische Tageszeitungen informierten im Hinblick auf den Einkauf in der DDR über Zollbestimmungen. Vgl. z. B. BStU, MfS, HA VI Nr. 15192, Übersetzung aus „Rzeczpospolita" vom 05.04.1983, Seite 4, Frankfurt / Oder, 5.4.1983, Bl. 2-7. Die SED machte der Polnischen Vereinigten Arbeiterpartei daraus einen Vorwurf und behauptete, in deren Parteiorgan werde auf Konsummöglichkeiten aufmerksam gemacht, indem eine *„bewußte Orientierung auf die Einkaufsmöglichkeiten in der DDR gegeben"* erfolge. Vgl. SAPMO-BArch DY 30 Nr. Nr. 3201B Vgl. ebd. Nr. 3201, Information zu Problemen des grenzüberschreitenden Verkehrs mit der VRP und der CSSR, Berlin, 9.2.1972, Bl. 3 [Hervorhebung im Original].

4 ‚Verflochten' wird hier dahingehend gebraucht, dass immer eine wechselseitige Wirkung verschiedener Faktoren zu Grunde liegt. Zum ersten beeinflussten sich z. B. offizielle Politik und private Praktiken gegenseitig. Zweitens verschränkten sich der deutsche und polnische Markt von Mangelwaren über die Grenze hinweg miteinander. Dabei waren Deutsche wie Polen Anbieter und Konsumenten. Ihre Rollen im Schleichhandel sind nicht eindeutig, sondern variierten. Drittens war die Bewertung von Schleichhandel durch verschiedene Akteure unterschiedlich – auch hier sind die Blickwinkel nicht immer voneinander zu trennen und beeinflussen sich wechselseitig. Zur Verflechtung in transnationalen Zusammenhängen jenseits des Transfers oder des Vergleichs sind die Überlegungen von Michael Werner und Bénédicte Zimmermann zur *histoire croisée* ausgesprochen instruktiv. Werner und Zimmermann schlagen u. a. vor, induktiv vorzugehen, die Untersuchungskategorien laufend in Frage zu stellen und die Wechselseitigkeit von Struktur und Handlung jeweils mehrperspektivisch zu analysieren. Vgl. M. Werner / B. Zimmermann, Vergleich, Transfer, Verflechtung. Der Ansatz der *Histoire croisée* und die Herausforderung des Transnationalen, in: Geschichte und Gesellschaft 28 (2002), S. 607-636.

Planwirtschaft beider Staaten, weil erhöhter Konsum nicht mit erhöhter Produktion beantwortet werden konnte. Beispielhaft für diese systembedingte Verflechtung ist ein Bericht eines DDR-Bürgers von einer Stadtrundfahrt durch Warschau Ende 1972. Auf einem Warschauer Basar stellten die DDR-Touristen fest, dass ein erheblicher Teil des Angebots aus der DDR stammte; darunter auch viele Waren, die in der DDR Mangelware oder sogar teure Importe aus dem Westen darstellten. Seiner Empörung darüber und die offensichtlichen überhöhten Schwarzmarktpreise für die Produkte machte der Berichtende deutlich Luft.[5] Dass er selbst als möglicher Konsument polnischer Waren den Basar besuchte, fiel dabei unter den Tisch.

In obiger Konstellation kommt ein wesentliches Element der Verschränkungen der Märkte des Mangels zum Ausdruck: Polnische Konsumenten waren Konkurrenten um begehrte Güter, die sie – so die Unterstellung – zum Zwecke der persönlichen Bereicherung den DDR-Bürgern wegkauften. Dabei ist jedoch zu berücksichtigen, dass der Einkauf polnischer Touristen in großem Maße vom Verkauf von aus Volkspolen eingeschmuggelten Waren auf dem Mangelgutmarkt der DDR abhängig war. In der Konsequenz entstanden Konflikte zwischen polnischen und deutschen Konsumenten, wobei die Rollen von Käufern, Verkäufern oder gar Schleichhändlern durchaus verschwammen. Jonathan R. Zatlin hat eindrücklich belegt, wie der Mangel auf dem Konsumgütermarkt Ressentiments zwischen Deutschen und Polen aufleben ließ, verstetigte und teils auch rassistische Ausbrüche gegenüber Polen provozierte.[6] Seine These, Ausländerfeindlichkeit in der DDR sei auf dem vom Mangel gekennzeichneten Konsumgütermarkt entbrannt, begründet Zatlin mit der spezifischen Reaktion der DDR, die Schuld nicht in der ineffektiven Planwirtschaft, sondern beim kaufenden Fremden zu suchen.[7]

Auch deshalb hatte die Grenzschließung auf Betreiben der DDR im Oktober 1980 neben offensichtlichen politischen Gründen nach der Legalisierung der polnischen unabhängigen Gewerkschaft „Solidarność“ auch eindeutige ökonomische Gründe zum Schutze des Binnenmarktes der DDR sowie zur Ruhigstellung der DDR-Bevölkerung.[8]

5 Vgl. SAPMO-BArch, DC 20 Nr. 16828, Information, Berlin, 24.11.1972, Bl. 207.

6 Vgl. J. R. Zatlin, Scarcity and Resentment. Economic Sources of Xenophobia in the GDR, 1971-1989, in: Central European History 40 (2007), S. 683-720, hier besonders S. 684-686.

7 Vgl. ebd., S. 695-702.

8 Zu den politischen Gründen der SED vgl. u. a.: R. Gutsche / M. Kubina / M. Wilke, Die SED-Führung und die Unterdrückung der polnischen Oppositionsbewegung 1980/81, in: Schriftenreihe des Bundesinstituts für ostwissenschaftliche und internationale Studien 36 (1994); M. Kubina / M. Wilke (Hgg.), „Hart und kompromißlos durchgreifen“. Die SED contra Polen 1980/81. Geheimakten der SED-Führung über die Unterdrückung der polnischen Demokratiebewegung, Berlin 1995; M. Tantzscher, „Was in Polen geschieht, ist für die DDR eine Lebensfrage!“ – Das MfS und die polnische Krise 1980 / 81, in: Materialien der Enquete-Kommission „Aufarbeitung von Geschichte und Folgen der SED-Diktatur in Deutschland“ (12. Wahlperiode des Deutschen Bundestages), hrsg. Vom Deutschen Bundestag, Band V/3, S. 2601-2760 und M. Wilke, Die Solidarność und die SED, in: Ders., Der SED-Staat. Geschichte und Nachwirkungen. Gesammelte Schriften. Zu seinem 65. zusammengestellt und herausgegeben von Hans-Joachim Veen, Köln / Weimar / Wien 2006, S. 245-262. Zu den ökonomischen Gründen vgl. z. B.: K. Wasiak, Wpływ otwartej granicy pomiędzy Polską a NRD na przebieg procesów internacjonalizacyjnych [Der Einfluss der offenen Grenze zwischen Polen und der DDR auf den Verlauf internationalisierender Prozesse], Szczeciń 1985, S. 210 und SAPMO-BArch, DY 30 Nr. 3205, Information über die zeitweilige Aussetzung des

Dieser Aufsatz beschreibt und analysiert die Auswirkungen grenzübergreifenden Konsums mit seinen Erscheinungen von Einkaufstourismus, Schmuggel und Schleichhandel in Leipzig aus alltagsgeschichtlicher Perspektive in den siebziger und achtziger Jahren des 20. Jahrhunderts. Die Industrie- und Handelsstadt Leipzig zog besonders zu Messezeiten polnische Besucher an – polnische Touristen kamen immer wieder auch als Einkäufer und Händler. Von besonderem Gewicht bei Migrationsbewegungen von Volkspolen nach Leipzig waren polnische Vertragsarbeiter. Diesen kam beim Warentransfer eine eigene Rolle zu.
Es soll hier im Folgenden darum gehen, wie sich in Leipzig deutsch-polnische Konsumpraktiken ausprägten, die in grenzübergreifender Verflechtung den Regeln der Planwirtschaft auswichen: Wie sahen die Praktiken des Schleichhandels in Leipzig aus? Mit welchen Waren wurde gehandelt? Wer betrieb Schleichhandel und mit welchen Mitteln und Motiven? Wie schlug sich deutsch-polnischer Schleichhandel auf die Beziehungen zwischen Deutschen und Polen in Leipzig nieder?

Warenart und -menge

Eine Klassifizierung wie Quantifizierung der gehandelten Waren ist in absoluten Angaben ein schier unmögliches Unterfangen. Leichter ist es, eine ungefähre Vorstellung vom Umfang und Art der Waren zu gewinnen.
In Volkspolen wie in der DDR zählten jeweils andere Waren zu Mangelgütern. Die Palette der transferierten Waren war außerordentlich vielfältig und schwankte angesichts akuter Mängel und Nachfrage. DDR-Bürger verstanden den eigenen Einkauf in Volkspolen und den Schleichhandel von Polen in der DDR vor allem als Möglichkeit, Produkte außerhalb des unmittelbaren alltäglichen Bedarfs zu erstehen. Begehrt waren polnische Erzeugnisse aus kunstgewerblicher Produktion: Glas- und Porzellanerzeugnisse, Holzschnitzereien, Plakate und ähnliches.[9] Einen weiteren Verkaufsschlager bildete modische Kleidung wie Lederjacken, Kunstlederjacken, Mäntel oder Jeanshosen. Polnische Mode galt schlicht als farbenfroher, individueller, besser geschnitten – kurz: „westlicher". Beliebt waren zudem Schmuck, Kosmetikartikel und Armbanduhren. Genau wie Bekleidung gelangten sie oft über den illegalen Verkauf in die Hände Leipziger Bürger.[10] Großer Nachfrage erfreuten sich „Thermoventilatoren", also Heizlüfter, die es in der DDR nicht zu kaufen gab und die wegen ihres hohen Energiebedarfs nicht besonders gelitten waren. Auch in Volkspolen erhältliche westeuropäische Elektroartikel wie Tonbandgeräte und Stereoanlagen weckten die Begehrlichkeiten vieler DDR-Käufer.[11]

Abkommens über den paß- und visafreien Reiseverkehr zwischen der DDR und der VR Polen vom 25.11.1971, [undatiert] Bl. 434-437.

9 Vgl. Interviews mit Frau K. und Frau T.

10 Vgl. u. a. SächsStA, StA-L, 20250 BDVP Leipzig 24.1 Nr. 1425, Rapporte 1978 und Nr. 1427 Rapporte BDVP 1979.

11 Tonbandgeräte und Heizlüfter wurden recht häufig gehandelt. Vgl. BStU, MfS, HA IX Nr. 5365, Zuarbeit zur Lage und Situation bei der Bekämpfung von Schmuggel und Spekulation im paß- und visafreien Reiseverkehr mit der VR Polen, Berlin 2.11.1979, Bl. 5 und Interview mit Frau B.

Polnische Käufer in der DDR wie in Volkspolen waren dagegen immer stärker – aber besonders in der schwierigen wirtschaftlichen Situation der achtziger Jahre – an Waren des alltäglichen Bedarfs interessiert. Lebensmittel – vor allem Fleisch und Fleischwaren – und Genussmittel wie Schokolade, Kaffee oder Gewürze standen ganz oben auf der Wunschliste. Dazu kamen Gegenstände des täglichen Bedarfs wie Bekleidung und Schuhe, aber auch Haushaltsgeräte. Bei Bekleidung wurden Männer- und Damenunterwäsche, Kinderbekleidung und Schuhe eingekauft. Auch scheinbar unbedeutende Artikel konnten sich großer Beliebtheit erfreuen. So z. B. Pfeffer, Butter, Kaugummi oder Speisegelatine. Noch verwunderlicher muss erscheinen, dass auch große und schwere Haushaltsgeräte, Fahrräder und Mopeds – und dies sogar per Zug – aus der DDR ausgeführt wurden. Eine wohl charakteristische Auflistung stellte die Transportpolizei z. B. am 7. September 1984 zusammen. Dort wurden in internationalen Zügen folgende Waren registriert: „Hochwertige Konsumgüter" (Tiefkühlschränke, Trockenschleudern, Staubsauger, Kaffeemaschinen, elektrische Haushalts- und Küchengeräte, Strickmaschinen), Musikinstrumente (u. a. 22 Akkordeons), ein Moped, Klappfahrräder plus Zubehör, Teppiche, Kinder- und Sportwagen, ein Kaffeeservice, eine große Anzahl an Wolldecken, Textilien (Kinder- und Babybekleidung), „Damenuntertrikotagen", Strumpfhosen, Angelruten, Glaswaren, Haushaltsgegenstände, Schuhe (Damenschuhe, Sandaletten), Wurstwaren, Tapeten, Pfeffer, „Schokoladenwaren", „Gummitiere in originalverpackten Kartons", Spirituosen, Bier, Fruchtsäfte, Limonade, Wasserkessel, „Zigarettenstangen westlicher Produktion", Mark der DDR und der Bundesrepublik.[12]

Größenordnungen sind anhand der Archivangaben nur punktuell und zudem nicht für Leipzig, sondern für die deutsch-polnische Grenzregion zu ermitteln.

Vom 1. Januar 1978 bis zum 31. März 1979 wurden Zoll- und Devisenstraftaten von ca. 48 Millionen DDR-Mark festgestellt. Ca. 67 % der Straftäter waren polnische Staatsbürger, ca. 29 % kamen aus der DDR. Über die Gesamtzahl der Delikte wird im Dokument keine Aussage getroffen.[13] An anderer Stelle wird deutlich, dass im Laufe des Jahres 1979 immer mehr Waren aus der DDR ausgeführt wurden. An der Grenze wurde demnach von Januar bis Oktober 1979 in 17.600 Fällen Waren eingezogen, im gleichen Zeitraum des Vorjahres waren es lediglich 8.300 Fälle. Von den Einziehungen waren zu 76 % Polen betroffen. Die Zahlen sprechen für sich selbst: Im August wurden zum Beispiel 1.000 Paar Schuhen eingezogen sowie im September 5.100 und im Oktober 7.000. Für Kindertextilien galt in denselben Monaten, dass anfangs 1.700 dann 7.900 und 8.100 beschlagnahmt wurden. Bei Tapetenrollen stieg die Zahl von 60 auf 1.300, um

12 Vgl. BStU, MfS, HA XIX Nr. 2014, Bericht über die Ergebnisse der operativen Beobachtungsmaßnahmen am 10.08.1984 in den internationalen Reisezügen D 487 und D 1487 von Leipzig nach Warschau bzw. Katowice, Berlin, 12.8.1984, Bl. 114. Die Liste wurde sinngemäß zitiert, nur die Begriffe in Anführungsstrichen wurden nach dem Original wiedergegeben.

13 Vgl. BStU, MfS, BdL Nr. 6612, Information über einige politisch-operativ bedeutsame Ergebnisse und Erkenntnisse bei der Durchsetzung der Maßnahmen zur Bekämpfung von Schmuggel und anderen Rechtsverletzungen unter Mißbrauch des paß- und visafreien Reiseverkehrs zwischen der DDR und der Volksrepublik Polen, Berlin, 10.7.1979, Bl. 4.

im Oktober wieder auf 900 zu sinken.[14] In fast allen Fällen hatten die schmuggelnden Personen Einzelstücke bei sich, beziehungsweise drei bis fünf verschiedene Positionen.
Die Grenzschließung war zwar eine Reaktion auf solche für die DDR-Verantwortlichen eindeutige und alarmierende Zahlen, sie löste aber das Problem keineswegs. Im Zeitraum vom 30. Oktober 1980 bis zum 31. Dezember 1980 wurden durch die Zollorgane in der gesamten DDR 1.408 Zoll- und Devisenverfahren eingeleitet und Werte im Umfang von 520.000 DDR-Mark eingezogen; die Volkspolizei beschlagnahmte im selben Zeitraum Gegenstände und Geld im Umfang von ungefähr 32.000 Mark. Bei der Ausfuhr nach Volkspolen wurden in jenen zwei Monaten 2.800 Stück Kindertextilien, 2.200 Paar Schuhe, 1.000 kg Fleisch, 1.000 Stück Unterwäsche, 700 Paar Strümpfe und 500 Rollen Tapete entdeckt.[15] Auch für das Jahr 1985 geben Beschlagnahmungen eine Vorstellung davon, welche Mengen in die DDR und in die Volksrepublik Polen eingeschmuggelt wurden. DDR-weit waren es bei der illegalen Einfuhr 128.000 Modeartikel, wie Schmuck, Gürtel, Sonnenbrillen und Tücher, 9.800 Stück Glas-, Porzellan- oder Keramikerzeugnisse, 5.300 Anoraks und Jacken und 1.350 Heizlüfter. In die andere Richtung sollten 13.100 Stück Unterwäsche und Kindertextilien, 5.100 Paar Schuhe, 4.100 Paar Strumpfwaren, 4,1 Tonnen Gewürze – vor allem Pfeffer – und 36,4 Tonnen Süßigkeiten oder ähnliche Nahrungsmittel illegal die DDR verlassen.[16]

Praktiken des deutsch-polnischen Schleichhandels

Die Praktiken des grenzüberschreitenden Ein- und Verkaufs von Mangelwaren verschränkten die polnischen und ostdeutschen Märkte in Leipzig. Polnisches Schmuggelgut wurde in Leipzig auf unterschiedliche Weise und in verschiedenen Milieus verkauft. Die Strukturen des Warenhandels reichten von Einzelgängern über eingespielte Netzwerke bis zu kriminellen Strukturen internationaler Banden. Deutsch-polnischer Schleichhandel formierte sich in einem ökonomischen Subsystem, dessen Regelhaftigkeit aus heutiger Sicht durchaus verblüffend ist.
Polnische Waren gelangten häufig einfach über Straßenhandel in der Leipziger Innenstadt an den deutschen Kunden:

> *Der Verkauf von rechtswidrig eingeführten Waren erfolgt – auch unter Einbeziehung von DDR-Bürgern – zunehmend auf Märkten, besonders sogenannten Trödelmärkten, im*

14 Vgl. BStU, MfS, HA VI Nr. 4845 Teil 1, 1. Zur Entwicklung des Reiseverkehrs und der Entscheidungen an der Staatsgrenze gegenüber der VRP, [undatiert], Bl. 115-18.

15 Vgl. BStU, MfS, HA IX Nr. 13553, Hinweise über Entwicklungstendenzen des Einreise-, Ausreise- und Transitverkehrs sowie Erkenntnisse über die Bekämpfung und Zurückdrängung von Straftaten und anderen Reiseverletzungen unter Missbrauch der am 30. Oktober 1980 in Kraft getretenen veränderten Modalitäten im paß- und visafreien Grenzverkehr zwischen der DDR und der Volksrepublik Polen für den Zeitraum vom 30. Oktober bis 31. Dezember 1980, Februar 1981, Bl. 7.

16 Vgl. BStU, MfS, Sekretariat Neiber Nr. 652, Information über Ergebnisse der Zollkontrolle und Feststellungsbearbeitung im Reiseverkehr über die Staatsgrenze zur VR Polen im Jahre 1985, Berlin, 29.1.1986, Bl. 57/58.

> *ambulanten Straßenhandel auf Fußgängerboulevards, in Fußgängertunneln, auf Bahnhofsvorplätzen und ähnlichen stark frequentierten Stellen* […].[17]

Aus stichprobenartigen Einblicken in die Rapporte der Deutschen Volkspolizei in Leipzig lässt sich Straßenhandel von Polen für Ende der siebziger und Anfang der achtziger Jahre gehäuft nachweisen.[18] Im Grunde zeigte sich in der Konsumpraxis der Leipziger ihr Wunsch nach „westlichen" Artikeln. Die Volkspolizei stellte bei ihren Kontrollen Armbanduhren, Leder- bzw. Kunstlederjacken, Kosmetik und Modeschmuck sicher.[19] Den Verkaufsschlager bildeten Kunstlederjacken, von denen im Zeitraum von 1979/80 mindestens 399 gefunden wurden. Ansonsten wurden mehrere hundert Ohrringe, Halsketten, dutzende Cognac-, Wein- und Likörgläser, echte Lederjacken, mehrere dutzend Strickjacken, Blusen, Pullover sowie Heizlüfter, Kaugummi, Niveacreme, Zigaretten und Schallplatten beschlagnahmt. Dazu kamen ungefähr 85.000 Mark der DDR und hin und wieder geringere Summen D-Mark und US-Dollar.[20]
Straßenhandel war aber nur der unmittelbar sichtbare Bereich von Schleichhandelspraktiken. „Hausieren" in Wohngebieten gehörte ebenfalls zu den verbreiteten Praktiken polnischer Händler.[21] Oftmals wurden Waren auch über Mittelsmänner in der DDR weiterverkauft.[22] Über das vernetzte deutsch-polnische Vorgehen waren die Staatsorgane durchaus im Bilde. Deutsche nutzten demnach nicht nur das Angebot, sondern organisierten den Schleichhandel mit: So existierte ein „regelrechtes ‚Bestellsystem' mit einem festen Abnehmerkreis", Abnehmer größerer Posten verkauften ihre Waren wiederum weiter.[23] Die Dokumente der Staatssicherheit beschreiben das deutsch-polnische Vertriebssystem in seinen Einzelheiten. Schmugglergruppen gingen arbeitsteilig vor, indem Sicherungsposten, Verkäufer, Warenzubringer, Kassierer oder Geldboten feste Aufgabenbereiche hatten. Größere polnische Gruppen reisten in die DDR ein und wurden von erfahrenen Händlern regelrecht in den illegalen Straßenhandel eingewiesen. Gleichzeitig wurden die Waren unter deutschen Bekannten verteilt und von diesen bis in den Einzelhandel und Dienstleistungssektor wie Frisiersalons weiterveräußert. Dieses Vorgehen sicherte die Schleichhändler gegen den Eingriff der Staatsorgane relativ gut ab.[24] Polnische Gruppen hatten der Kriminalpolizei zufolge oftmals einen regelrechten „Chef", der den

17 BStU, MfS, Abt. X Nr. 12, Probleme des Schmuggels im grenzüberschreitenden Reiseverkehr zwischen der DDR und der VR Polen, Berlin, November 1987, Bl. 305.
18 Vgl. u. a. SächsStA, StA-L, 20250 BDVP Leipzig Nr. 1425; Nr. 1427; Nr. 1429 und Nr. 1431.
19 Vgl. ebd.
20 Vgl. SächsStA, StA-L, 20250 BDVP Leipzig, Nr. 1427.
21 Vgl. BStU, MfS, BV Leipzig, KD Leipzig-Stadt Nr. 1861, Information über den spekulativen Handel mit Waren durch polnische Bürger in Leipzig und den Stand der operativen Bearbeitung durch das Komm. I des VPKA Leipzig, Leipzig, 14.7.1977, Bl. 114.
22 So gibt es in den Dokumenten einen Fall von Zusammenarbeit polnischer Schmugglerinnen und zweier Leipziger Familien. Vgl. BStU, MfS, BV Leipzig, Abt. IX Nr. 368. Einen Hinweis auf ein solches Vorgehen liefert auch die Akte BStU, MfS, Sekr. Neiber Nr. 652, Information über Ergebnisse der Zollkontrolle und Feststellungsbearbeitung im Reiseverkehr über die Staatsgrenze zur VR Polen im Jahre 1985, Berlin, 29.1.1986, Bl. 60.
23 Vgl. BStU, MfS, ZAIG Nr. 23073, Information über den von Bürgern der VR Polen betriebenen illegalen Straßenhandel in verschiedenen Bezirken der DDR, Berlin, 1.8.1977, Bl. 16.
24 Ebd., Bl. 16/17.

Schleichhandel koordinierte. Er organisierte Quartiere, verteilte die Ware und rechnete ab. Den Grad der Tarnung des „Chefs" sowie des Schleichhandels bewertete die Kriminalpolizei als konspirativ.[25] Der Leipziger Hauptbahnhof wird in den Dokumenten zu einem regelrechten Basar polnischen Warenumschlags:

> *Beim Einfahren der polnischen Züge aus Warschau, Krakow und anderen polnischen Städten werden diese von einer ganzen Anzahl sich in Leipzig zeitweise aufhaltenden polnischen Bürgern erwartet. Die einreisenden polnischen Bürger führen große Reisetaschen, Einkaufsbeutel und Kartons mit sich, die mit Handelwaren gefüllt sind. Ein Teil der einreisenden polnischen Bürger verkaufen ihre gesamte mitgebrachte Ware an die auf dem Hauptbahnhof Wartenden.* […] *Bei den Personen, die die Ware aus der VR Polen nach Leipzig bringen handelt es sich überwiegend um Frauen. Von den auf dem Bahnhof wartenden polnischen Bürgern werden diese wahllos angesprochen und zum Verkauf ihrer mitgeführten Waren aufgefordert.*[26]

An der Oberfläche scheinen sich die Phänomene und Praktiken des organisierten Schleichhandels in den siebziger und achtziger Jahren nicht grundsätzlich voneinander unterschieden zu haben; allerdings zeigen sich in bestimmten Punkten durchaus signifikant andere Wesensmerkmale. So wurde vielen Einzelprofiteuren des grenzübergreifenden Handels mit der Grenzschließung jede Möglichkeit der Reise und damit des Warentransfers genommen. Damit änderten sich natürlich Strategien und Milieus. Was vorher einer gewissen Regelhaftigkeit folgte und mit verhältnismäßig geringem Aufwand betrieben werden konnte, verlangte nun eine professionelle Struktur. Aus den Dokumenten entsteht der Eindruck, dass sich das Milieu kriminalisierte und weibliche Schleichhändler von männlichen abgelöst wurden.
Der Anteil polnischer Bürger an den Schmuggel- und Schleichhandelstätigkeiten in der DDR und in Leipzig war während des gesamten untersuchten Zeitraums erheblich.[27] Von den Staatsorganen wird den Zoll- und Devisenstraftätern ein hoher Grad an Organisation und kriminellem Potential vorgeworfen. So hätten 1979 46 % der aufgedeckten Vergehen „kriminelle Begehungsmethoden" aufgewiesen. Einzeltäter und Tätergrup-

25 Vgl. BStU, MfS, BV Leipzig, KD Leipzig-Stadt Nr. 1861, Information über den spekulativen Handel mit Waren durch polnische Bürger in Leipzig und den Stand der operativen Bearbeitung durch das Komm. I des VPKA Leipzig, Leipzig, 14.7.1977, Bl. 114/15.

26 Ebd., Bl. 115.

27 Vgl. u. a. ebd., MfS, HA IX Nr. 5365, Zuarbeit zur Lage und Situation bei der Bekämpfung von Schmuggel und Spekulation im paß- und visafreien Reiseverkehr mit der VR Polen, Berlin 2.11.1979, Bl. 4 und BStU, MfS, Sekr. Neiber Nr. 652, Vermerk zur Jahresinformation der Zollverwaltung der DDR über Ergebnisse der Zollkontrolle an der Staatsgrenze der DDR zur VR Polen und zur CSSR 1985, Berlin, 18.2.1986, Bl. 46. Auch für Leipzig lässt sich eine solche These aufrechterhalten: Polen waren an Schwerpunktorten des Schleichhandels recht deutlich vertreten. Vgl. BStU, MfS, BV Leipzig, AOG Nr. 1804/85, Information zu einem Schwerpunkt der allgemeinen und Zollkriminalität in der „Milch-Mocca-Eisbar" in Leipzig, Leipzig, 4.5.1981, Bl. 16. Aus Rapporten der Volkspolizei von 1989 geht ebenso hervor, dass von allen in Städten der DDR aufgegriffenen Schleichhändlern der Anteil polnischer Bürger am höchsten war: Vgl. BStU, MfS, Sekr. Neiber Nr. 653, Rapport Nr. 212/89, Bl. 3/4, Rapport Nr. 181/89, Bl. 33/34, Rapport Nr. 152/89, Bl. 36/37, Rapport Nr. 122/89, Bl. 38/39 und Rapport Nr. 90/89, Bl. 59/60.

pen scheinen sich relativ die Waage gehalten zu haben.[28] Die Schmuggler waren in der Mehrzahl jung (zwischen 17 und 30 Jahre alt) und in den siebziger Jahren weiblichen Geschlechts – vermutlich, weil Frauen weniger oft einer beruflichen Tätigkeit nachgingen.[29]

Einzelbeispiele stützen dieses Bild: In den siebziger Jahren und unter den Bedingungen der offenen Grenze verkaufte eine kleine Gruppe von wohl fünf bis sechs polnischen Hausfrauen über zwei Leipziger Familien Waren im Gesamtwert von über 150.000 Mark der DDR an asiatische Einzelhändler weiter.[30] Mit dem erwirtschafteten Geld kauften sie wiederum in Leipzig ein. Das Vorgehen war dabei denkbar einfach und vor Ort in Leipzig nicht einmal sehr zeitaufwendig, weil der Verkauf der Waren nicht durch die Schmugglerinnen vorgenommen wurde. Das zu tragende Risiko bestand in der unverzollten Einfuhr und Ausfuhr der Waren. Da die Transaktionen sich über ungefähr drei Jahre hinzogen, kann das Risiko an den Grenzen nicht sehr hoch oder muss zumindest kalkulierbar gewesen sein. Aus den beschlagnahmten Geschäftsbüchern der asiatischen Händler geht die Vielfalt der geschmuggelten Waren deutlich hervor. Auf den Listen befanden sich z. B. Strickjacken, Röcke, Blusen, Kleider, Lampen, Vasen, Zuckerdosen, Likörgläser, Uhrenarmbänder, Samoware, Aschenbecher, Schalthebel, Teeservices, Wandteller, Brieföffner und vieles mehr.[31]

Unter den Bedingungen der geschlossenen Grenze wuchs der Aufwand polnischer Schleichhändler. Sie mussten versuchen, eine Einladung in die DDR zu erlangen oder gar zu kaufen.[32] Aufenthalte wurden eigenmächtig über den beantragten Besuchszeitraum hinaus verlängert; aufgegriffene Polen behaupteten nicht selten, ihre Papiere verloren zu haben.[33] Die Helfer der polnischen Schleichhändler waren den Dokumenten der Staatssicherheit zufolge häufig deutsche Frauen, die die eingeführten Waren entweder selbst verkauften oder per Inserat weitervermittelten. Sie stellten auch Wohnungen als Anlaufstellen und für die Lagerung von Waren und sollen die Polen beherbergt haben.[34] Vor allem – sei es deswegen, weil sich die Aufmerksamkeit Schleichhändlern gegenüber und die Kontrollen verschärft hatten oder weil die eingesehenen Akten keinen optimalen

28 Vgl. BStU, MfS, HA IX Nr. 5365, Zuarbeit zur Lage und Situation bei der Bekämpfung von Schmuggel und Spekulation im paß- und visafreien Reiseverkehr mit der VR Polen, Berlin, 2.11.1979, Bl. 5.

29 Vgl. BStU, MfS, ZAIG Nr. 2803, Nr. 177/ 78: Information über die bisherigen Ergebnisse der Durchsetzung der Maßnahmen zur Bekämpfung und Zurückdrängung von Straftaten und anderen Rechtsverletzungen unter Missbrauch des paß- und visafreien Reiseverkehrs zwischen der DDR und der Volksrepublik Polen, Berlin, [undatiert], Bl. 8.

30 Vgl. BStU, MfS, BV Leipzig, Abt. IX Nr. 368.

31 Vgl. ebd., Schlussberichte, Bl. 223 und Bl. 327.

32 Vgl. MfS, HA IX Nr. 13553, Hinweise über Entwicklungstendenzen des Einreise-, Ausreise- und Transitverkehrs sowie Erkenntnisse über de Bekämpfung und Zurückdrängung von Straftaten und anderen Reiseverletzungen unter Missbrauch der am 30. Oktober 1980 in Kraft getretenen veränderten Modalitäten im paß- und visafreien Grenzverkehr zwischen der DDR und der Volksrepublik Polen für den Zeitraum vom 30. Oktober bis 31. Dezember 1980, Februar 1981, Bl. 10.

33 Vgl. ebd., Bl. 7/8.

34 Vgl. ebd., Bl. 6.

Querschnitt vermitteln – wurden aber seit der Schließung der Grenzen vermehrt Schieberringe und organisierte Schmugglerkriminalität aufgedeckt und bekämpft.
In Leipzig wurden organisierte Schmugglerstrukturen an verschiedenen Treffpunkten beobachtet. In mehreren Zusammenhängen mit Schleichhandel erscheint in den Akten die „Milch-Mocca-Eisbar", in der sich Schleichhändler und angeblich auch andere Kriminelle unterschiedlicher Nationalitäten trafen. Das Publikum in dieser Bar wurde allgemein gesetzeswidriger Handlungen, zum Beispiel der Prostitution und Drogenkriminalität, verdächtigt. Im Mittelpunkt des illegalen Handels standen Währungsgeschäfte und Schleichhandel mit Quarzuhren, die in der Bar ihre Besitzer wechselten – zum Teil für Beträge über 100.000 Mark der DDR. Eine Uhr soll dabei den Schwarzmarktpreis von 250 bis 300 DDR-Mark erreicht haben – bei einem Einkaufspreis von 30 DM in der Bundesrepublik. Täter dieser Aktivitäten seien Ausländer mit zeitweiligem Wohnsitz in der DDR, „Touristen" – also wohl mit Einladungen getarnte Schleichhändler – und sich illegal in der DDR aufhaltende ehemalige Studenten und Arbeiter gewesen. Unter ihnen befanden sich den Beobachtungen der Staatssicherheit neben Jugoslawen und „Zigeunern" mit osteuropäischen Staatsbürgerschaften auch polnische Bürger.[35]
In den Augen der Sicherheitsorgane hatten die Schleichhändler einen hohen organisatorischen Grad erreicht, indem sie arbeitsteilig, möglichst unauffällig und konspirativ vorgingen. So wurden Autos von nicht mehr in der DDR anwesenden Personen benutzt und oft gewechselt und die Unterkunft bei DDR-Bürgerinnen, die teilweise auch eine Heirat eingingen, organisiert. Nicht alle Aufenthaltsorte – gerade der „Zigeuner" – waren der Stasi bekannt.[36] Hinzu kam, dass die Orte des Schleichhandels – wie z. B. Parkplätze – gewechselt, ständig von Spähern abgesichert und bei Anzeichen einer Überwachung durch die Polizei oder die Staatssicherheit sofort Konsequenzen zur erneuten Absicherung getroffen wurden.[37] Besonders die eigentlichen Organisatoren des Schleichhandels hielten sich im Hintergrund. So fiel ein Pole, der ohne Aufenthaltsgenehmigung und polizeiliche Anmeldung eine Leipziger Wohnung gemietet hatte, in seinem Wohngebiet als höflicher und hilfsbereiter Mann auf, aber nicht als Schleichhändler.[38] Selbst nach flächendeckenden Beobachtungen des Schleichhändlermilieus konnte nur „ein Teil der am Handel und Warenumschlag beteiligten polnischen Bürger […] namentlich und teilweise mit Geburtsdaten und Anschrift festgestellt werden." Immerhin waren das schon 245 Personen.[39]

35 Vgl. BStU, MfS, BV Leipzig, AOG Nr. 1804/85, Information zu einem Schwerpunkt der allgemeinen und Zollkriminalität in der „Milch-Mocca-Eisbar" in Leipzig, Leipzig, 4.5.1981, Bl. 15-16 und ebd., Bericht über die Entwicklung des spekulativen Warenhandels und der Währungsmanipulation in der Stadt Leipzig, Leipzig, 23.6.1981, Bl. 20-23.

36 Vgl. BStU, MfS, BV Leipzig, AOG Nr. 1804/85, Information zum gegenwärtigen Erscheinungsbild der Währungsspekulation sowie des spekulativen Handels mit Quarzuhren, Leipzig, 19.6.1981, Bl. 17-19.

37 Vgl. BStU, MfS, BV Leipzig, AOG Nr. 1884/83 Bd. 1, Information zum gegenwärtigen Erscheinungsbild des spekulativen Waren- und Devisenhandels durch ausländische Staatsbürger im Stadtgebiet von Leipzig, Leipzig, 23.9.1981, Bl. 159.

38 Vgl. ebd., Bl. 160.

39 Vgl. ebd., KD Leipzig-Stadt Nr. 1861, Information über den spekulativen Handel mit Waren durch polnische

Während die letzten Beispiele auf kriminellen Strukturen zum Teil professionalisierter Netzwerke von Schleichhändlern fußten, boten die offiziell abgesteckten Kontakte zwischen der DDR und Volkspolen in den achtziger Jahren ebenso vielfältige Möglichkeiten für Schleichhandel an. Nach der Grenzschließung 1980 waren in Leipzig beschäftigte polnische Vertragsarbeiter für eine Schmuggler- und Händlerrolle geradezu prädestiniert. Denn in Leipzig arbeiteten seit Anfang der siebziger Jahre immer mehrere hundert, in den achtziger Jahren sogar mehrere tausend polnische Vertragsarbeiter. Ohne jegliche Übertreibung kann behauptet werden, dass sie auch durch eine gewisse Privilegierung zu den Hauptakteuren eines systematischen Warenumschlags zählten. So gaben sie ihre Verdienste – wie es hieß – „fast ausschließlich" schon in der DDR aus und nutzten erleichterte Zollbestimmungen zur Ausfuhr ihrer Einkäufe nach Volkspolen.[40] Zum Verkauf in der DDR schmuggelten sie wiederum Schleichhandelswaren aus Volkspolen ein. Grundsätzlich durften Vertragsarbeiter alle Waren ausführen, sofern sie für den Eigenbedarf und den ihrer Familienangehörigen bestimmt waren.[41] Diese Grenzen wurden jedoch regelmäßig überschritten.

Ein Blick auf die Gewinnspannen beim Weiterverkauf deutscher Waren in Volkspolen beleuchtet die Lukrativität dieser Praktiken: Schon wenn man die offiziellen Wechselkurse von DDR-Mark in polnische Złoty zugrunde legt, waren sie enorm. So konnten z. B. mit Hausschuhen und Herrenunterwäsche 100 % Gewinn erzielt werden, mit Pfeffer 520 %, mit Mandeln 310 % und mit Rosinen 300 %. Die Spitzenplätze belegten Süßtafeln mit 900 % und Gelatine mit 1.370 % Gewinn.[42]

Beispiele für Schmuggel von polnischen Vertragsarbeitern sind in den Dokumenten zahlreich. Im Januar 1986 wurde ein polnischer Arbeiter des VEB Glasseidenwerks Oschatz dabei ertappt, wie er zwölf Kilogramm Zitronen, 70 Süßtafeln und 15 Thermosflaschen am Zoll vorbei in die Volksrepublik ausführen wollte; ein Gleisarbeiter hatte neben den am Zoll angegebenen zwei Kartons Tapete ein Kilogramm Pfeffer und Paprikapulver, jeweils 12,5 Kilogramm Mandeln und Sultaninen, acht Kilogramm „Kleine Bären", 120 Süßtafeln, 29 Büchsen Wurst und zwölf Büchsen Lackfarbe bei sich.[43] Dass eingeführte Ware in den meisten Fällen für den Verkauf in Leipzig bestimmt war, belegen die Anga-

Bürger in Leipzig und den Stand der operativen Bearbeitung durch das Komm. I des VPKA Leipzig, Leipzig, 14.7.1977, Bl. 113.

40 Vgl. BStU, MfS, Abt. 94, Information über den Einsatz polnischer Werktätiger in der DDR, Berlin, 28.1.1987, Bl. 53.

41 Vgl. BStU, MfS, HA VI Nr. 4845 Teil 2, Zu einigen Fragen der Zollabfertigung von polnischen Werktätigen, die auf der Grundlage des Regierungsabkommens über die zeitweilige Beschäftigung polnischer Werktätiger in Betrieben der DDR tätig sind, [1979], Bl. 165.

42 Vgl. BStU, MfS, Sekretariat Neiber Nr. 652, Gewinnspannen zu Gegenständen, die in der Ausreise zugleich den Schwerpunkt des Schmuggels und der Spekulation bilden, Bl. 63. Laut der gesamten Auflistung konnte man mit Damenstiefeln 150 %, mit Kinderstiefeln 470 %, mit Hausschuhen 100 %, mit Damenstrumpfhosen 230 %, mit Herrenunterwäsche 100 %, mit Süßtafeln 900 %, mit Erdnüssen 450 %, mit Gummitieren 470 %, mit Knabberspaß 150 %, mit Pfeffi 400 %, mit Kaugummi 150 %, mit Gelatine 1.370 %, mit Pfeffer 520 %, mit Piment 320 %, mit Paprika 170 %, mit Zimt 150 %, mit Salami 400 %, mit Rosinen 300 % und mit Mandeln 310 % Gewinn erzielen.

43 Vgl. ebd., Anlage, [undatiert], Bl. 13.

ben eines Vertragsarbeiters, die von ihm geschmuggelten Waren wolle er an Arbeitskollegen weiterverkaufen.[44]
Ein nicht unerheblicher Teil der Schleichhandelsware wurde von den Vertragsarbeitern in den täglichen Zügen zwischen Volkspolen und Leipzig transportiert – am Anfang eines Wochenendes Richtung Osten, montags Richtung Westen.[45] In seinem Roman zum polnischen Vertragsarbeitermilieu in Leipzig findet Henryk Sekulski amüsante Worte zur Situation auf dem Leipziger Bahnhof:

> *Der Zug nach Polen fährt am Bahnsteig 26 ab, aber das muss man nicht wissen, das erkennt man sofort. Dieser Bahnsteig ist der letzte auf der rechten Seite vom Eingang. Es reicht hinzuschauen und alles ist klar.* […] *auf dem Bahnsteig 26 geht kein Mensch normal. Auf dem Bahnsteig 26 rennen, eilen, sausen, galoppieren alle. Verschwitzt, müde, außer Atem.* […] *Auf dem Bahnsteig 26 schieben sich Pakete, Passagiere sind nur eine Zutat, eine Zugabe. Packen auf Packen, Paket auf Paket, Wagen auf Wagen, Taschen, Taschenberge, Riesentaschen.*[46]

Glaubt man dem, was die Staatssicherheit über die Situation auf dem Bahnsteig und im Zug zusammengetragen hat, scheint die Schilderung Sekulskis nicht einmal übertrieben. Zu den Stoßzeiten der Heimfahrten – besonders an Freitagen – wurden die internationalen Züge im Jargon von Staatssicherheit, Polizei und Zoll zu „Schmugglerzügen": Mit der Bereitstellung des Zuges beginne dessen Beladung mit unzähligen Gepäckstücken, zum Teil unter recht tumulthaften Bedingungen – Sitzplatzreservierungen würden ignoriert, die Abteile mit Gepäck überladen.[47] Verstecke für Schmuggelware befänden sich in Dachhohlräumen, Rückenlehnen, Fenster- und Türblenden, Luftschächten, Wasserbehältern, Sitzkästen und -bänken, Verkleidungen, in den Toiletten der Züge und im Unterbau der Waggons.[48] Die Züge seien zu 120-150 Prozent überbelegt und schon zu Beginn der Fahrt sei die Zuordnung der Gepäckstücke zu ihren Eigentümern nicht mehr möglich. Die chaotischen Zustände im Zug würden eine effektive Grenzkontrolle verhindern; zum einen wegen der Masse der transportierten Waren, zum anderen, weil die Besitzer der Gepäckstücke nicht zugeordnet und damit nicht dingfest gemacht werden könnten.[49] Dabei muss nach allem Wissen über Grenzabwicklungen verwundern, dass

44 Vgl. BStU, MfS, Abt. X Nr. 94, Anlage zu einem Brief an den Staatssekretär für Arbeit und Löhne, Berlin, [undatiert], Bl. 81.
45 Vgl. BStU, MfS, HA XIX Nr. 2014, Bericht, [ohne Ort], 3.6.1985. Bl. 22.
46 Sekulski: Przebitka, S. 92.
47 Vgl. BStU, MfS, HA XIX Nr. 2014, Information über die Einhaltung der Ordnung und Sicherheit sowie der Gewährleistung der ordnungsgemäßen Zollkontrolle in den Schwerpunktzügen, die zur Beförderung von polnischen Staatsbürgern, die in der DDR arbeiten, genutzt werden, Bl. 2-5 und Bericht über die Ergebnisse der operativen Beobachtungsmaßnahmen am 10.08.1984 in den internationalen Reisezügen D 487 und D 1487 von Leipzig nach Warschau bzw. Katowice, Berlin, 12.8.1984, Bl. 104-114.
48 Vgl. BStU, MfS, HA VI Nr. 15192, Information über Ergebnisse der Zollkontrolle und Feststellungsarbeiten im Reiseverkehr über die Staatsgrenze zur VRP im Jahre 1982, Bl. 15.
49 Vgl. BStU, MfS, HA XIX Nr. 2014, Bericht über die Ergebnisse der operativen Beobachtungsmaßnahmen am 10.08.1984 in den internationalen Reisezügen D 487 und D 1487 von Leipzig nach Warschau bzw. Katowice, Berlin, 12.8.1984, Bl. 104-114.

sich bei in den Akten der Staatssicherheit keine Informationen zu bestechlichen Schaffnern oder Grenzbeamten finden. Dies nur mit der Naivität der Staatssicherheitsspitzel zu erklären, griffe wahrscheinlich auch zu kurz. Hier liegt eines der – zumindest laut Quellenlage – ungeklärten Rätsel der deutsch-polnischen Warentransfers.
Auch wenn diese Formen des Schleichhandels aufgrund ihrer – zumindest in vielen der obigen Fälle – kriminellen Strukturen Niederschlag in den Akten gefunden haben, so ist davon auszugehen, dass der Großteil deutsch-polnischer Konsumpraktiken unentdeckt blieb. Denn die sicherste Form des Warenaustausches fand innerhalb des unmittelbaren Bekannten- und Freundeskreises statt. In dessen informellen Strukturen wurde das Angebot des jeweils anderen Landes genauso zur Erfüllung von individuellen Konsumwünschen wie zum gewinnbringenden Weiterverkauf genutzt. Leipziger Gesprächspartner berichten praktisch immer von dem einen oder anderen Gegenstand, den sie oder ihre Bekannten aus Gefälligkeit mit über die Grenze brachten.[50] Zu den üblichen Praktiken zählte, polnischen und deutschen Bekannten, Verwandten oder Freunden den einen oder anderen Gefallen zu tun, wenn man zum Beispiel bei der Ausfuhr verbotene Salami und Kinderkleidung nach Volkspolen mitnahm und dafür Westbücher und -schallplatten von Polen in die DDR gebracht wurden.[51] Deutsche und polnische Bekannte verabredeten konkrete Geschäfte mit Mangelwaren. Ein Leipziger erzählte zum Beispiel: „Und dann gab's eben auch handfeste Interessen. So auf dieser Basis des kleinen Tauschhandels: ‚Hör mal, kannst Du mir nicht Schuhe aus der DDR mitbringen, ich hab' die und die Größe und ich besorg' Dir dafür dies oder jenes.' Eine meiner größten Handelsunternehmungen war damals, dass ich eine Schreibmaschine nach Polen geschmuggelt habe."[52] Solche Strukturen erreichten manchmal bereits den Grad organisatorischer Vorgehensweise, blieben aber genauso oft auf der Ebene von spontanen Gefälligkeiten. Eine Gesprächspartnerin beschreibt die Mechanismen von Warenumsatz im Bekanntenkreis:

> *Aber diese Thermoventilatoren habe ich direkt bestellt. Die Leute sind an mich herangetreten, die haben* […] *gehört,* […] *dass ich Beziehungen nach Polen hatte und ich habe dann jedes Mal, wenn ich Besuch kriegte aus Polen gesagt: ‚Ich brauche fünf Thermoventilatoren oder ich brauche drei Thermoventilatoren.' Und die haben dann ein bisschen draufgeschlagen, denn es war gefährlich und sie haben dann versucht, wenigstens einen Teil der Reisekosten rauszukriegen. Sie haben's ja auch tragen müssen, sie haben's über die Grenze schmuggeln müssen* […].[53]

50 Insgesamt wurden im Rahmen der Arbeit mit zwölf Leipzigern Interviews geführt.
51 Vgl. Interview mit Herrn T.
52 Ebd.
53 Interview mit Frau B.

Einstellungen gegenüber Schleichhandel und Schleichhändlern

Gerade diese Praktiken im Privaten sind es, die von Einstellungen in der Bevölkerung Schleichhandel gegenüber zeugen. Kaum jemand hegte Skrupel, wenn es darum ging, Mangelerscheinungen informell zu überbrücken. Eine Interviewpartnerin bestritt, dass es sich bei dem Warenaustausch zwischen Polen und Deutschen um Schleichhandel gehandelt habe:

> *Das betrachte ich nicht als Schwarzhandel, wenn ein Staat nicht im Stande ist, die Bedürfnisse der Bevölkerung wirklich zu befriedigen. Und wenn das in einem anderen Land zu kaufen ist, dass dann die Bevölkerung einspringt und sich ein bisschen Gewinn davon verspricht, dann finde ich das überhaupt legitim. Ich finde das ist kein Schwarzhandel.*[54]

Unterschiede in der Versorgung mit verschiedenen Waren in der DDR und in Volkspolen wurden schnell erfasst und man profitierte von den jeweiligen Vor- oder Nachteilen. Vom Wissen um das Angebot und dessen Ausnutzung zum eigenen Vorteil war es nur ein kleiner Schritt. In solchen Fällen spielte die Konkurrenz um Güter keine Rolle, deutsche wie polnische Bekannte arbeiteten angesichts der Versorgungslage vielmehr zusammen. Wie das oben genannte Beispiel der Schleichhandelsstrukturen zwischen zwei Leipziger Familien und polnischen Hausfrauen zeigt, waren viele der privaten Motive wie Hilfe und Gegenhilfe selbst dann noch präsent, wenn der Schleichhandel organisierte Formen annahm. Die Leipziger gaben in Polizeiverhören zu Protokoll, sie hätten aus Mitleid gehandelt oder hätten den Polinnen helfen wollen.[55] Sicherlich spielte bei diesen Aussagen eine Rolle, dass die Beteiligten über die schlechte Versorgungslage und Alltagsnöte in der Volksrepublik informiert waren.[56] Aus diesem Wissen speiste sich die Einsicht, dass die polnischen Frauen ihre Verkaufs- und Einkaufsreisen nach Leipzig aus finanziellen Gründen unternahmen. Der – aus Sicht des Staates – kriminelle Charakter des Handels wurde ausgeblendet. Wie eine beschuldigte Deutsche im Verhör versicherte, willigte sie in das Geschäft ein, um den polnischen Frauen das nötige Geld für Einkäufe in der DDR zu beschaffen:

> *Der Hauptgrund meiner Bereitschaft, den polnischen Bürgern beim Absatz ihrer Waren zu helfen, war aber doch aus meinem Mitleid heraus. Sie erzählten immer, wie schlecht es ihnen in Polen geht und daß sie für das durch uns erhaltene DDR-Geld letztendlich Nahrungsmittel und Bekleidung kaufen wollen.*[57]

Eine weitere Staatssicherheitsquelle belegt, dass beim wechselseitigen Schleichhandel nicht zwangsläufig Empathie zwischen Polen und Deutschen von Bedeutung war. Sie

54 Interview mit Frau B.
55 Vgl. BStU, MfS, BV Leipzig, Abt. IX Nr. 368.
56 Vgl. ebd., Bl. 52 und Bl. 146.
57 Ebd., Bl. 147.

macht aber trotzdem greifbar, wie wenig bestimmend das Bewusstsein, Zollbestimmungen zu brechen, bei der Beschaffung begehrter Mangelwaren war. So bestellte ein stellvertretender Vorsitzender einer LPG mit polnischer Vermittlung Tischrechner aus Volkspolen, obwohl ihm die mögliche Strafbarkeit dieses Vorgehens bewusst war. Ihren Anfang nahmen diese Geschäfte, als ein in der DDR lebender polnischer Elektriker von einem seiner Vorgesetzten gebeten wurde, eine solche Maschine in Polen zu erstehen. Nachdem er 1978 ein gebrauchtes Gerät mitgebracht und für 2.500 DDR-Mark an die LPG verkauft hatte, nutzte er seine Sprachkenntnisse, um mit polnischen Schleichhändlern Absprachen hinsichtlich der Lieferung von weiteren Rechnern zu treffen. Dafür erhielten die polnischen Schmuggler in der Folge die begehrten DDR-Devisen, der Elektriker profitierte vom Weiterverkauf. Buchungen liefen unter anderem über Konten von Bekannten und die benachbarten LPGs rüsteten wissentlich mit Schmuggelware auf. Insgesamt wurden so 24 Tischrechner und sieben Taschenrechner im Verkaufswert von 158.452,07 DDR-Mark eingeschmuggelt, ungefähr 50.000 DDR-Mark von dieser Summe wurden an die polnischen Bürger „weitervermittelt".[58]

Der Leiter der LPG beschrieb sein Dilemma während eines Verhöres dahingehend, dass die LPG die Rechner nötig gebraucht habe, sie aber über legale Quellen in der DDR nicht habe beziehen können. Deshalb habe er der illegalen Beschaffung zugestimmt und habe somit – zumindest stellte er dies im Protokoll so dar – im Interesse der LPG gehandelt. Bei den Abrechnungen der Summen, die für illegale Rechner geflossen waren, vertuschte der stellvertretende Vorsitzende der LPG dieses Vorgehen.[59] Der polnische Mittelsmann gab in Verhören an, er habe sowohl seinen deutschen Vorgesetzten wie auch den polnischen Schleichhändlern einen Gefallen tun wollen.[60] Auch dieser Fall zeigt – wiederum unter dem Vorbehalt der besonderen Situation des Verhörs –, wie Mangel in der DDR umgangen wurde.

Aus der Schlussfolgerung, bestimmte Waren auf legalem Wege nicht beziehen zu können, entwickelten sich Denk- und Handelsmuster, die der Situation angepasst waren. Moralische Bedenken wurden dabei relativ schnell überwunden, auch wenn die formale Strafbarkeit des Schleichhandels den Beteiligten durchaus bewusst war.

Anders als in diesen „inneren" Motiven des Warenaustauschs wird Einkaufstourismus und Schleichhandel in den Dokumenten der Staatsmacht beschrieben. Leipziger Bürger protestierten demnach im öffentlichen Raum heftig gegen den angeblichen polnischen Kaufrausch, der gleich nach der Grenzöffnung einsetzte. In der Bevölkerung Leipzigs blieben antipolnische Stimmungen zumindest keine Randerscheinung. Sie reichten von Verärgerung gegenüber polnischem Einkaufstourismus bis zu politischen Urteilen und fremdenfeindlichen Äußerungen. Der Widerhall polnischer Einkäufe in Leipzig zieht sich bereits durch die Berichterstattung der SED aus dem Jahr 1972. Kurz nach der

58 Vgl. BStU, MfS, BV Leipzig, ZMA Abt. II Nr. 438, Bl. 107-118. Die gesamte Akte widmet sich dem Schleichhandel mit den Tischrechnern, sie umfasst Verhöre und Berichte.

59 Vgl. BStU, MfS, BV Leipzig, Abt. II Nr. 613, Befragungsprotokoll des Beschuldigten, Leipzig, 2.2.1982, Bl. 501.

60 Vgl. ebd., Bl. 192.

Grenzöffnung wurden Verdachtsmomente auf kriminelle Machenschaften der Käufer wach:

> *Die Parteileitung des Centrum Warenhauses Leipzig schätzt ein, daß es eine sehr verbreitete Auffassung gibt, die Touristen würden uns auskaufen und am Ende bliebe nichts für die eigene Versorgung. Dabei tritt Unverständnis auf, daß die Touristen, vorrangig aus der VR Polen, sich oft nicht belehren lassen, wenn ihnen verständlich gemacht wird, daß sie bestimmte Artikel nur für den persönlichen Bedarf erhalten können. Es wird die Meinung vertreten, daß mit den hier gekauften Waren Schiebergeschäfte durchgeführt werden.*[61]

Die Bevölkerung fürchtete polnische „Hamsterkäufe"; die Polen würden „alles wegkaufen", lautete eine gängige Formel.[62] Es entstand sehr schnell die Sorge, der Markt der DDR könne die polnische Kaufkraft nicht auffangen und die „bestehenden Disproportionen und Mängel in der Versorgung [würden] durch den visafreien Verkehr negativ beeinflusst".[63] Den Bürgern in Leipzig war offensichtlich sonnenklar, dass die Wirtschaft der DDR nur bedingt belastbar war; alle Kritik an Polen war also auch eine Reaktion auf die wirtschaftlichen Probleme im eigenen Land.

Diese Besorgnis wurde in polenfeindliche Reflexe umgewandelt. In den Akten finden sich vermehrt Anzeichen, dass polnischen Touristen der Einkauf verwehrt wurde. Es kam zu Beschimpfungen und Forderungen nach Konsequenzen gegen die polnischen Einkäufer wurden laut.[64] Schon Ende 1972 wurde so die Schließung der Grenze als Lösung des Problems gesehen.[65] Mehrfach wurde auch die Ansicht geäußert, polnischen Bürger nutzten die gekauften Waren nicht für persönliche Zwecke, sondern würden sie weiterverkaufen.[66] Diese Meinungen hielten sich bemerkenswert konstant und nahmen in den achtziger Jahren an Radikalität eher noch zu:

> *Für polnische Bürger ist Leipzig wieder zum Handelsplatz geworden und sie führen für das erworbene Geld hochwertige Waren des Bevölkerungsbedarfs aus.* […] *Statt bei uns*

61 SächsStA, StA-L, 21123 SED-BLL Nr. IV/C/2/5/415, Argumente und Fragen aus Berichten der Stadtleitung Leipzig, der Kreis- und Stadtbezirksleitungen sowie den Grundorganisationen, die an die Bezirksleitungen berichtspflichtig sind, 6.11.72, S. 6/7.

62 Vgl. ebd., S. 7-10.

63 SächsStA, StA-L, 21123 SED-BLL Nr. IV/C/2/5/415, Argumente und Fragen zu aktuellen Problemen und Ereignissen, 28.8.1972, S. 3.

64 Vgl. SächsStA, StA-L, 21123 SED-BLL Nr. IV/C/2/5/415, Argumente und Fragen aus Berichten der Stadtleitung Leipzig, der Kreis- und Stadtbezirksleitungen sowie den Grundorganisationen, die an die Bezirksleitungen berichtspflichtig sind, 16.11.1972, S. 10.

65 Vgl. SächsStA, StA-L, 21123 SED-BLL Nr. IV/C/2/5/415, Argumente und Fragen aus Berichten der Stadtleitung Leipzig, der Kreis- und Stadtbezirksleitungen sowie den Grundorganisationen, die an die Bezirksleitungen berichtspflichtig sind, 14.12.1972, S. 7.

66 Vgl. SächsStA, StA-L, 21123 SED-BLL Nr. IV/C/2/5/415, Argumente und Fragen aus Berichten der Stadtleitung Leipzig, der Kreis- und Stadtbezirksleitungen sowie den Grundorganisationen, die an die Bezirksleitungen berichtspflichtig sind, 6.11.72, S. 7 und Argumente und Fragen aus Berichten der Stadtleitung Leipzig, der Kreis- und Stadtbezirksleitungen sowie den Grundorganisationen, die an die Bezirksleitungen berichtspflichtig sind, 16.11.72, S. 9.

> *Geschäfte zu machen, sollten sie lieber zu Hause ehrlich arbeiten und ihrem Volk helfen, aus der bestehenden Krise herauszukommen. Brüderbund und Freundschaft mit den sozialistischen Ländern darf nicht spekulativ genutzt werden.*[67]

Auch in den Akten der Staatssicherheit finden sich außerordentlich viele direkte und indirekte moralische Bewertungen zu (polnischen) Schleichhändlern. Ihre Qualität und Semantik lässt tief in das Wesen des DDR-Geheimdienstes blicken. Moralische Bewertungen ziehen sich durch alle Textgattungen: Sie finden sich in klassischen Denunziationen, IM-Berichten, Beobachtungsprotokollen, Maßnahmekatalogen und kriminalistischen Untersuchungen. Gemeinsam ist diesen Zeugnissen, dass sie keine Ursachen für Schleichhandel benennen und sich einer Analyse der den Schleichhandel bedingenden Umstände verschließen. Gesellschaftliche und wirtschaftliche Probleme wurden schlichtweg ignoriert. Es muss ebenso überraschen, dass in keinerlei Weise Korruption – geschweige denn eigenes Fehlverhalten – zum Thema wurden. Die Schuldigen wurden immer außerhalb des Systems von Staat und Gesellschaft der DDR gesucht und auf diese Weise wurde Verantwortung verwischt und ausgelagert. Das „Krisenmanagement" zeichnete sich also dadurch aus, dass man Schleichhandel externalisierte und – zumindest indirekt – polnisches Versagen und schlechte polnische Einflüsse zur Begründung anführte. Alles Verwerfliche und Antisozialistische war somit nicht mehr systemimmanent, sondern kam von außen – aus der politisch wie wirtschaftlich angeblich unzuverlässigen Volksrepublik Polen.

Ausgangspunkt jeder Argumentation war, dass die sozialistische Ordnung von Schmuggel und Schleichhandel empfindlich gestört werde und derjenige, der sich eines solchen Vergehens schuldig mache, kein vollwertiges Mitlied der „entwickelten sozialistischen Gesellschaft" sei. Entsprechend wurden Schmuggel und Schleichhandel zum Teil in die unmittelbare Nähe zu Staatsverbrechen gerückt. Zudem wurden Schleichhändler als Verbündete des westlichen Klassenfeinde abgestempelt und somit ein traditionelles Feindbild der DDR bedient.[68] Weniger drastisch – aber immerhin mit dem Pfund der sozialistischen Gesellschaft wuchernd – wurde Schmuggel ebenfalls mit „Gesellschaftsgefährlichkeit" identifiziert.[69] Schleichhändler waren aus der Sicht der DDR-Behörden kein Bestandteil der Gesellschaft, sondern asozial. Ihre Lebensweise war dem sozialistischen Staat gegenüber „parasitär".[70] Menschen aus der DDR, die sich mit in den Schleichhandel einbinden ließen, waren per se charakterlich verdorben oder ließen sich

67 SächsStA, StA-L, 21123 SED-BLL Nr. IV/C/2/5/415 Nr. 866, Information über Stimmung und Meinungen zu den neuen Zollbestimmungen der DDR, Leipzig, 21.11.1988, S. 2.

68 BStU, MfS, ZKG Nr. 1906, Maßnahmen zur Bekämpfung und Zurückdrängung von Straftaten u. a. Rechtsverletzungen unter Mißbrauch des paß- und visafreien Reiseverkehrs zwischen der DDR und der Volksrepublik Polen, Berlin, 29.11.1977, Bl. 3.

69 Vgl. BStU, MfS, HA IX Nr. 5365, Zuarbeit zur Lage und Situation bei der Bekämpfung von Schmuggel und Spekulation im paß- und visafreien Reiseverkehr mit der VR Polen, Berlin, 2.11.1979, Bl. 4.

70 Vgl. BStU, MfS, HA VII Nr. 790, Jahresarbeitsplan 1989 des Leiters der Abteilung 13 der Hauptabteilung VII, Berlin, 3.1.1989, Bl. 40.

von Polen auf die falsche Seite ziehen.[71] Ob Schmuggel und Schleichhandel von der Stasi hinsichtlich ihrer kriminellen Energie überschätzt wurden, bleibt damit offen. Vielmehr sollen die angeführten Argumentationsmuster verdeutlichen, mit welchen Begriffen Schleichhändler kategorisiert wurden und welche potentiellen Auswirkungen diese Berichte auf jene haben konnten, die aufgrund dieser Informationsquellen politische Entscheidungen trafen.

Fazit

Der inoffizielle Markt einer Konsumkultur „von unten" gehorchte den ungeschriebenen Gesetzen einer Mangelwirtschaft und fußte auf weitreichenden Verflechtungen zwischen Staaten, Gesellschaften und Privatpersonen sowie deren Intentionen, Einstellungen und Praktiken. Der Praxis von Deutschen und Polen, innerhalb des sozialistischen Systems eine eigen-sinnige und illegale Konsumkultur zu etablieren, konnte die Staatsmacht nichts entgegensetzen. Schleichhandel war sowohl in der DDR, als auch in Volkspolen eine weit verbreitete und breit genutzte Alternative zur Ergänzung des Warenangebots. Ein Blick auf die Quellen zeigt, dass viele Bemühungen der Staatsorgane der DDR, den Schleichhandel durch Polen und Deutsche in Leipzig einzudämmen oder gar ganz zu verhindern, erfolglos versandeten. Zwar wurden kriminelle Strukturen von Schleichhandel durchaus erfasst und Verantwortliche dingfest gemacht. Sobald der Schleichhandel aber auf privater und zwischenmenschlicher Ebene stattfand und nicht in organisierte und kriminelle Bereiche abwanderte, versagten die Strategien der Staatsorgane.
Private Kontakte zwischen Bürgern der DDR und Volkspolens hatten einen erheblichen Einfluss auf die „Kanäle" des Warentransfers. Durch die Annäherung der Menschen beider Länder wurden nicht nur Verbindungen geknüpft, entlang derer Waren transferiert wurden: Weit bedeutsamer war, dass der Kontakt mit dem Nachbarland überhaupt erst einen Ausweg aus verschiedenen Versorgungsproblemen bot. Mit der Öffnung der Grenze entstanden Konsummöglichkeiten, die im Alltag der Menschen eine wesentliche Rolle einnehmen sollten. Diese Praktiken konnten in ihrer gesellschaftlichen Breite nicht effektiv bekämpft werden. Mit der Strategie der Kriminalisierung des Schleichhandels und dessen Ausschluss aus der sozialistischen Werteordnung ging die Handhabe gegenüber alltäglichem Schleichhandel verloren. Wenn man der Logik von schwarzen Märkten in Mangelwirtschaften auf den Grund gegangen wäre, wäre dies einer Fehleranalyse gleichgekommen, die man in der DDR tunlichst vermied. Die Problematik wurde politisiert und damit in der Überhöhung wiederum banalisiert. Die – auch in der staatlichen Propaganda forcierten – negative Einstellung gegenüber polnischen Einkaufstouristen

71 Vgl. BStU, MfS, HA IX Nr. 13553, Hinweise über Entwicklungstendenzen des Einreise-, Ausreise- und Transitverkehrs sowie Erkenntnisse über de Bekämpfung und Zurückdrängung von Straftaten und anderen Reiseverletzungen unter Missbrauch der am 30. Oktober 1980 in Kraft getretenen veränderten Modalitäten im paß- und visafreien Grenzverkehr zwischen der DDR und der Volksrepublik Polen für den Zeitraum vom 30. Oktober bis 31. Dezember 1980, Februar 1981, Bl. 9.

und Schleichhändlern barg integrative Angebote an die DDR-Gesellschaft, indem das Problem externalisiert und die Schuld beim Nachbarland und seinen Bewohnern verortet wurde. Das Vorurteil vom polnischen Schieber wie auch die Angst vor polnischen Käufern prägte sich dauerhaft in das Bewusstsein vieler Leipziger ein.

Die Phänomene von Einkaufstourismus und Schleichhandel erreichten in Leipzig jedoch eine Breite und Tiefe, denen man mit einfachen und eindimensionalen Formeln nicht gerecht werden konnte. Was innerhalb des staatssozialistischen Systems unaussprechlich blieb, erscheint heute als offensichtlicher Befund: Alltäglichkeit und Verflechtung von deutschen und polnischen Konsumpraktiken ließen eine funktionsfähige Konsumkultur „von unten" entstehen.

Nationale Unterschiede im westeuropäischen Massenkonsum. Großbritannien, Frankreich, Deutschland und Italien 1950–1970

Manuel Schramm

ABSTRACT

National Differences in Western European Mass Consumption. Great Britain, France, Germany and Italy, 1950–1970

The article takes issue with the notions of "Americanization" and "Europeanization" of mass consumption in the period following World War II. It is argued that, for this period, processes of Americanization and globalization have been overestimated. Even where influence from the outside made itself felt, it took different forms in different countries. The article examines the following dimensions of mass consumption: motorization, domestic equipment, advertising, retail trade and nutrition, and consumers´ organizations. Because developments in these fields attenuated regional and social divisions within countries, the national cultures became actually more homogenous. The transition to mass consumption was a distinctively national experience which helps to explain the resistance to globalization processes since the 1970s.

1. Einleitung

Die Entstehung moderner Konsumgesellschaften wird häufig als eine der wichtigsten Entwicklungen des 20. Jahrhunderts angesehen. Innerhalb einer relativ kurzen Zeitspanne von ungefähr zwanzig Jahren bewegten sich die westeuropäischen Gesellschaften vom Mangel der Nachkriegszeit zu bis dahin unbekanntem Überfluss in den siebziger Jahren. Diese Entwicklung besaß grundlegende Bedeutung für alle Bereiche der Gesellschaft wie

Comparativ | Zeitschrift für Globalgeschichte und vergleichende Gesellschaftsforschung 19 (2009) Heft 6, S. 69–85.

Politik, soziale Ungleichheit und Kultur. Im Ergebnis entstanden Konsumgesellschaften, die auf Massenkonsum beruhten.[1]

Diese fundamentale Entwicklung ist, von wenigen Ausnahmen abgesehen, nur auf der nationalen Ebene analysiert worden.[2] Es fehlt an vergleichenden Studien, die über die statistische Ebene hinausgehen und einen stärker kontextualisierten Blick auf die Entstehung des modernen Massenkonsums werfen, insbesondere unter Einbeziehung der öffentlichen Diskurse und Aneignungsleistungen der Konsumenten. Häufig wird explizit oder implizit angenommen, dass der Durchbruch des Massenkonsums die westeuropäischen Gesellschaften einander ähnlicher gemacht habe. So schreibt Wolfgang König von *einer* Konsumgesellschaft, die sich zeitversetzt in den USA und in der Bundesrepublik Deutschland durchgesetzt habe und die trotz nationaler Unterschiede in den Grundstrukturen überall ähnlich sei.[3] Diese Sicht auf den Massenkonsum sieht ihn als notwendige Folge und Begleiterscheinung der fordistischen Massenproduktion des 20. Jahrhunderts. Sie ist kompatibel mit den in jüngster Zeit häufig vorgetragenen Thesen, die von einer „Amerikanisierung" der westeuropäischen Wirtschaft im Allgemeinen und des Konsums im Besonderen ausgehen.[4]

Andere Forscher haben dieser Sicht widersprochen. Insbesondere Hartmut Kaelble geht davon aus, dass sich zwar die westeuropäischen Gesellschaften durch den Konsum einander angenähert hätten, während zu außereuropäischen Konsumgesellschaften wichtige Unterschiede bestehen geblieben seien, etwa durch einen besonderen europäischen Geschmack und europäisches Design, oder durch andere Konsumprioritäten.[5] Andere Historiker machen dagegen auf nach wie vor vorhandene nationale und andere Unterschiede aufmerksam. So argumentiert Frank Trentmann, die Homogenität der modernen Konsumgesellschaft werde oft überbetont, und es gelte, die heterogene Zeitlichkeit und die Eigenlogiken der Konsumpraktiken zu beachten.[6] Eine Gruppe niederländischer Technikhistoriker argumentiert wiederum, gerade die Vielfalt der Konsummuster sei für den europäischen Konsum kennzeichnend.[7]

Der vorliegende Aufsatz vergleicht die Phase, die gemeinhin als Durchbruch zum mo-

1 Vgl. zur Terminologie M. Prinz, „Konsum" und „Konsumgesellschaft". Vorschläge zu Definition und Verwendung, in: M. Prinz (Hg.), Der lange Weg in den Überfluss. Anfänge und Entwicklung der Konsumgesellschaft seit der Vormoderne, Paderborn 2003, S. 11-34; M. Schramm, Konsumgeschichte, in: M. Middell (Hg.), Dimensionen der Kultur- und Gesellschaftsgeschichte, Leipzig 2007, S. 163-183.

2 Als Ausnahmen siehe H.-G. Haupt, Konsum und Handel. Europa im 19. und 20. Jahrhundert, Göttingen 2003; H. Kaelble, Sozialgeschichte Europas. 1945 bis zur Gegenwart, München 2007, S. Haustein, Vom Mangel zum Massenkonsum. Deutschland, Frankreich und Großbritannien im Vergleich 1945–1970, Frankfurt a. M. / New York 2007.

3 W. König, Geschichte der Konsumgesellschaft, Stuttgart 2000, S. 8.

4 V. De Grazia, Irresistible Empire. America's Advance through Twentieth-Century Europe, Cambridge 2005; H. Schröter, Americanization of the European Economy, Dordrecht 2005.

5 H. Kaelble, Sozialgeschichte (Anm. 2), S. 113-115.

6 F. Trentmann, „Kurze Unterbrechung – Bitte entschuldigen Sie die Störung." Zusammenbruch, Zäsur und Zeitlichkeit als Perspektiven einer europäischen Konsumgeschichte, in: C. Benninghaus (Hg.), Unterwegs in Europa, Frankfurt a. M. / New York 2008, S. 219-245, hier S. 221, 238.

7 R. Oldenziel / R. Albert De La Bruhèze / O. De Wit, Europe's Mediation Junction. Technology and Consumer Society in the 20th Century, in: History and Technology, 21 (2005), S. 107-139.

dernen Massenkonsum gilt, in vier westeuropäischen Ländern, nämlich Bundesrepublik Deutschland, Frankreich, Großbritannien und Italien. Ein Vergleich mit den anders gearteten ost- bzw. ostmitteleuropäischen Gesellschaften ist hier nicht beabsichtigt. Die hier untersuchten Länder waren im Betrachtungszeitraum die größten Westeuropas und dennoch können die Ergebnisse nicht ohne Weiteres für ganz Westeuropa verallgemeinert werden. Insbesondere hinsichtlich der Transnationalisierungsprozesse ist vielmehr davon auszugehen, dass diese in den kleinen westeuropäischen Ländern erheblich stärker waren.

Mit diesen Einschränkungen kann die These formuliert werden, die im Folgenden an mehreren Beispielen auszuführen ist: Der Durchbruch zum modernen Massenkonsum in den fünfziger und sechziger Jahren war in den vier betrachteten Ländern vor allem eine nationale Entwicklung. Der Massenkonsum schliff in dieser Phase zwar regionale und soziale Unterschiede ab, nicht aber nationale. Das Ausmaß von Amerikanisierungs- und anderen Transnationalisierungsprozessen ist in der Literatur stark überschätzt worden. Selbst dort, wo solche Prozesse stattfanden, nahmen sie in den einzelnen Ländern sehr unterschiedliche Verläufe. Diese Phase ist somit abzugrenzen von früheren und späteren Phasen der Transnationalisierung oder Globalisierung des Konsums, etwa der Phase vor dem Ersten Weltkrieg oder der Zeit seit den 1970er Jahren. In der Tat sind das Unbehagen an oder der Widerstand gegen die späteren Globalisierungstendenzen dadurch zu erklären, dass diese erste Phase des Aufbruchs in den Wohlstand spezifisch national geprägt war und von den Konsumenten ganz überwiegend auch so erlebt wurde.

Diese These soll im Folgenden an fünf wichtigen Dimensionen des modernen Massenkonsums erläutert werden. In zwei Fällen handelt es sich um die Einführung neuer langlebiger Konsumgüter, die auf je spezifische Weise den Alltag der Konsumenten veränderten: das Auto (Abschnitt 2) und die elektrischen Haushaltsgeräte (Abschnitt 3). Zur neuen Konsumgesellschaft gehörten aber nicht nur neue Waren, sondern auch neue Formen des Einzelhandels (Abschnitt 4), der Werbung (Abschnitt 5) und des Verbraucherschutzes (Abschnitt 6). Natürlich sind die Ausführungen eher vorläufiger Natur und, aufgrund des eingeschränkten Raums wie aufgrund des Forschungsstandes, eher skizzenhaft. Nur die wesentlichen Entwicklungen können thematisiert werden.

2. Automobilisierung und Mobilität

Unter „Automobilisierung" soll der Prozess verstanden werden, in dem private Haushalte zunehmend in den Besitz von PKW gelangten. Im Unterschied zum gebräuchlicheren Begriff der „Motorisierung" werden die Motorräder und Motorroller hier ausgeblendet. Das Auto war nicht nur Kandidat auf den Titel des „folgenreichsten technischen Produkts des 20. Jahrhunderts"[8], sondern auch eines der „Leitgüter des Massenkonsums"[9]. Der

8 J. R. McNeill, Blue Planet. Die Geschichte der Umwelt im 20. Jahrhundert, Bonn 2005, S. 328.
9 H. Kaelble, Sozialgeschichte (Anm. 2), S. 106.

Prozess der Automobilisierung hatte jedoch schon vor dem Zweiten Weltkrieg begonnen. Wenn man, wie eine Studie von 1961, die Schwelle zu echter Popularität bei 35-40 PKW pro 1.000 Einwohner festlegt, dann hatten Großbritannien und Frankreich dieses Niveau 1938 gerade erreicht, nicht jedoch Italien und Deutschland.[10] Nach dem Krieg starteten jene Länder von einem höheren Niveau, während diese ein schnelleres Wachstum aufwiesen. Die höchsten Wachstumsraten wiesen die Bundesrepublik Deutschland in den fünfziger und Italien in den sechziger Jahren auf. In diesem Jahrzehnt erreichte der PKW in allen vier Ländern eine Mehrheit der Haushalte.

Auf den ersten Blick handelt es sich hierbei also um einen Prozess der Angleichung.[11] Allerdings gilt das nur so lange, wie man nicht danach fragt, was für Autos gekauft bzw. gefahren wurden. Die Automärkte der hier betrachteten Länder waren in den fünfziger Jahren fast ausschließlich, in den sechziger Jahren trotz Gründung der EWG 1957 noch überwiegend national geprägt. Der Marktanteil von Importwagen stieg von zwischen 1,4 und 5 % 1955 auf 13-27 % 1970. Den höchsten Anteil eines einzelnen Importlandes erreichten die deutschen Hersteller 1970 in Italien mit 13,3 %.[12] Selbst dort stammten aber noch ca. drei Viertel aller neu zugelassenen Wagen aus einheimischer Produktion. In der Bundesrepublik dominierte bereits in den 1950er Jahren der VW mit einem Marktanteil von ca. 30 %.[13] Er beherrschte seine Klasse, die untere Mittel- oder Kompaktklasse, und war dort bis zum Ende der fünfziger Jahre nahezu konkurrenzlos. Kleinere und billigere Autos waren zwar vorhanden, aber für viele Konsumenten war der VW das billigste „richtige" Auto.[14]

In Italien dominierte Fiat den Markt sogar noch stärker als VW in Deutschland. Der Marktanteil des Turiner Herstellers betrug 1958 88 % und sank in der Folgezeit auf 74 % 1966 und 70 % 1970. Im Gegensatz zu Deutschland dominierten allerdings die Kleinwagen, deren Anteil 1964 noch ca. zwei Drittel und 1970 noch 58 % ausmachte.[15] Im Wesentlichen verdankte Fiat drei Modellen seine marktbeherrschende Stellung, dem Fiat 500, dem Fiat 600 und dem Fiat 1100.

In Frankreich und Großbritannien war die Zersplitterung des Marktes größer, was auf den insgesamt langsameren Automobilisierungsprozess zurückzuführen sein mag. Hier dominierte kein einzelner Hersteller. In Frankreich existierten vier große Produzenten: Citroën, Peugeot, Renault and Simca. In den 1950ern beherrschten Renault und Citroën in der Kleinwagenklasse, Peugeot in der Mittelklasse, während Simca und wiederum Citroën die Oberklasse unter sich aufteilten.[16] Die meist verkauften Autos waren der

10 J. W. Schödermeier, Die Entwicklung und Zusammensetzung des Personenkraftwagenbestandes in Westeuropa. Eine retrospektive Analyse, Köln 1961, S. 49; Zahlen nach ebd., S. 20; vgl. T. Südbeck, Motorisierung, Verkehrsentwicklung und Verkehrspolitik in der Bundesrepublik Deutschland der 1950er Jahre. Umrisse der allgemeinen Entwicklung und zwei Beispiele: Hamburg und das Emsland, Stuttgart 1994, S. 28 f.

11 So H. Kaelble, Sozialgeschichte (Anm. 2), S. 109.

12 J. Foreman-Peck / S. Bowden / A. McKinlay, The British Motor Industry, Manchester 1995, S. 161.

13 Auto, Motor und Sport, 15 (1960), H. 8, S. 30; vgl. T. Südbeck, Motorisierung (Anm. 10), S. 33.

14 Das Auto, 5 (1950), S. 283.

15 F. Paolini, Un paese a quattro ruote, Venezia 2005, S. 115 f.

16 J.-L. Loubet, Histoire de l´automobile française, Paris 2001, S. 283-286.

Renault 4CV und der bekannte Citroën 2CV, der seinen Konkurrenten 1957 überholte. Mitte der 1950er Jahre erzielten beide einen Marktanteil von jeweils ca. zehn Prozent.[17] Mitte der 1960er Jahre war jedoch Renault der erfolgreichste französische Produzent und erreichte u. a. mit dem 1961 eingeführten Renault 4 einen Marktanteil von 38 %.[18]

In Großbritannien war die Zersplitterung des Marktes noch größer als in Frankreich. Der Massenmarkt wurde in den fünfziger und sechziger Jahren von zwei Unternehmen dominiert, der 1952 entstandenen British Motor Corporation (BMC, später British Motor Holding bzw. British Leyland Motor Corporation) und Ford Großbritannien. Die meisten Zulassungen in den fünfziger Jahren erfolgten in der Kleinwagen- und unteren Mittelklasse, während bereits in den sechziger Jahren die Mittelklassewagen dominierten. Mitte der fünfziger Jahre bot allein BMC in der unteren Mittelklasse acht verschiedene Modelle an.[19] Das Unternehmen hielt bis 1970 einen Marktanteil von um die vierzig Prozent.[20] Die starke Position von Ford in Großbritannien könnte als Zeichen der Amerikanisierung gewertet werden. In gewisser Hinsicht mag das stimmen, aber die Zeitgenossen sahen das nicht so. Bis zum Ende der 1960er Jahre wurden die Autos von Ford Großbritannien als britische Autos wahrgenommen, mit einiger Berechtigung, denn die europäischen Ford-Töchter verfolgten bis dahin keine gemeinsame Strategie. Das änderte sich erst mit der Markteinführung des in Großbritannien entwickelten Ford Escort in Deutschland 1969.[21]

Somit erfolgte die Automobilisierung in den hier untersuchten Ländern zwar weitgehend zeitgleich, aber die Autos unterschieden sich doch erheblich. Dominierten in Italien und Frankreich die Kleinwagen, so erfolgten in Deutschland die meisten Zulassungen in der unteren Mittelklasse und in Großbritannien in der Mittelklasse. Ein Teil dieser Unterschiede lässt sich durch die unterschiedliche Kaufkraft erklären, ein Teil ist aber auch unterschiedlichen Präferenzen geschuldet. So fing, wie erwähnt, für die meisten deutschen Konsumenten, das „richtige" Auto erst beim VW an, der doch erheblich größer war als ein Fiat 500 oder ein 2CV. Zusätzlich sollte allerdings der Einfluss der Politik nicht außer Acht gelassen werden. Die nationalen Regierungen nahmen vor allem durch ihre Steuerpolitik Einfluss auf die Konsumentscheidungen, da die Unterhaltskosten bei der Kaufentscheidung mindestens ebenso wichtig waren wie die Anschaffungskosten.

Es ist schwierig, die Steuern über den gesamten Zeitraum zu vergleichen, da sich die entsprechende Gesetzgebung häufig änderte. Ein Vergleich von 1960 soll allerdings angeführt werden.[22] Danach waren die Steuern für einen Kleinwagen (600 ccm) in Italien und Frankreich am niedrigsten. Deutschland nahm eine mittlere Position ein, während Großbritannien die höchsten Steuern erhob. Für einen Mittelklassewagen (1100 ccm) war die Reheinfolge anders. Hier war die Steuer am günstigsten ebenfalls in Frankreich,

17 Ebenda, S. 284.
18 H. Schrader / D. Pascal, Renault. Vom R4 zum Kangoo, Stuttgart 1994, S. 55.
19 T. Whisler, The British motor industry. A case study in industrial decline, Oxford 1999, S. 286, 290.
20 Ebenda, S. 6.
21 Auto, Motor und Sport, 1970, H. 8, S. 28-33.
22 Schödermeier, Entwicklung (Anm. 10), S. 26.

gefolgt von Großbritannien, und am teuersten in Italien und Deutschland. Die unterschiedliche Position von Großbritannien lässt sich dadurch erklären, dass dort die Steuer nicht vom Hubraum abhängig war, was Kleinwagen relativ teuer machte.

Der Prozess der Automobilisierung in Westeuropa ist vergleichsweise gut erforscht. Schwieriger ist es, etwas über die Nutzung der PKW und damit über veränderte Mobilitätsmuster auszusagen. Nach einer Studie von 2007 sind die heutigen Mobilitätsmuster in Westeuropa erstaunlich ähnlich. Jeder Einwohner legt danach im Durchschnitt drei Wege pro Tag zurück und fährt ca. 30-40 km, also zehn Kilometer oder etwas mehr pro Strecke.[23] In früheren Zeiten dürfte die Streckenlänge eher geringer gewesen sein. In der Bundesrepublik Deutschland der fünfziger Jahre wurde das Auto nur jeden zweiten Tag genutzt. Die durchschnittliche Streckenlänge betrug zehn Kilometer.[24] Damit dürfte der PKW vor allem die alltäglichen Mobilitätsbedürfnisse für Arbeit und Freizeit befriedigt haben. In erster Linie half er also, die eigene Region besser kennenzulernen. Als Vehikel der Transnationalisierung diente er allenfalls in Grenzregionen.

Eine mögliche Ausnahm bildet der Tourismus. In den sechziger Jahren begannen die Westeuropäer zunehmend, das Auto für Urlaubsreisen zu nutzen. In Großbritannien und Frankreich wurde es bereits um 1960 zum wichtigsten touristischen Verkehrsmittel, in Deutschland ab der Mitte der sechziger Jahre.[25] Auch im Tourismus gab es allerdings wichtige nationale Unterschiede. So war die Reiseintensität in Großbritannien am höchsten, wo Mitte der sechziger Jahre bereits sechzig Prozent der Bevölkerung eine Urlaubsreise antraten. In der Bundesrepublik Deutschland und Frankreich waren es zu demselben Zeitpunkt nur um die vierzig Prozent, in Italien nur zwanzig Prozent.[26] Die einzelnen Länder entwickelten somit unterschiedliche Reisemuster[27]: Während in Italien eine Urlaubsreise noch die Ausnahme blieb, waren die Briten die europäischen Reisemeister, blieben allerdings ganz überwiegend im eigenen Land. Ebenso die Franzosen, die noch dazu häufig zu Verwandten oder Freunden auf dem Land fuhren. Einzig in Deutschland begann sich die Auslandsreise in der zweiten Hälfte der sechziger Jahre einzubürgern mit einem Auslandsreiseanteil von 51 % (1968). Beliebtestes Reiseziel im Ausland blieb aber zunächst das nahe und kulturell ähnliche Österreich.[28] Zieht man die Reisen in dieses Nachbarland vom Auslandstourismus ab und berücksichtigt die begrenzte Reiseintensität, so verbrachten auch Ende der 1960er Jahre nicht mehr als ca. fünfzehn Prozent der Bundesbürger ihren Urlaub im Ausland.

Die Automobilisierung fand in allen betrachteten Ländern in den fünfziger und sechziger Jahren statt. Jedoch fuhren die Europäer unterschiedliche Autos, so dass die Auto-

23 L. A. De La Fuente Layos, Mobilität im Personenverkehr in Europa, Brüssel 2007, S. 2.

24 A. Andersen, Der Traum vom guten Leben. Alltags- und Konsumgeschichte vom Wirtschaftswunder bis heute, Frankfurt a. M./ New York 1995, S. 164.

25 S. Haustein, Mangel (Anm. 2), S. 181.

26 Europäische Kommission, Statistisches Amt, Statistische Grundzahlen der Gemeinschaft, 10 (1970).

27 C. Kopper, Eine komparative Geschichte des Massentourismus in Europa der 1930er bis 1980er Jahre. Deutschland, Frankreich und Großbritannien im Vergleich, in: Archiv für Sozialgeschichte, 49 (2009), S. 129-149, hier S. 135, 142-145.

28 R. Hachtmann, Tourismus-Geschichte, Göttingen 2007, S. 168.

mobilisierung eher zur Aufwertung des Autos zum Nationalsymbol führte als zu einer europäischen Angleichung. Auch die Mobilitätsmuster blieben bis 1970 durchaus unterschiedlich, jedenfalls im Tourismus. Das Auto wurde nur von wenigen dazu genutzt, fremde Länder kennenzulernen, sondern zunächst wollten die Westeuropäer die eigene Region und Nation erfahren.

3. Haushaltstechnisierung

Der Einzug technischer Geräte in die privaten Haushalte stellte eine kaum weniger wichtige Entwicklung dar als die Automobilisierung. Die neuen Apparate veränderten Hausarbeit, Freizeitgestaltung und Wohnkultur. Der Fernseher mag in der Tat den größten Einfluss ausgeübt haben, da er den Tagesablauf neu strukturierte.[29] Generell ist auffällig, dass die Unterhaltungsmedien wie Radio oder Fernseher sich schneller verbreiteten als die Geräte, die die Hausarbeit erleichterten wie Waschmaschine oder Kühlschrank. Der Grund dürfte in der Tat darin liegen, dass die Unterhaltungsmedien allen Familienmitgliedern zugute kamen, während die Hausarbeit zum größten Teil Frauensache war.[30]
In den fünfziger und sechziger Jahren verbreiteten sich die teuersten und wichtigsten neuen Haushaltgeräte Waschmaschine, Fernseher und Kühlschrank in allen vier Ländern, allerdings in unterschiedlicher Geschwindigkeit. Das war nicht nur eine Frage des Einkommens, sondern auch der Präferenzen. Zu Beginn der fünfziger Jahre waren alle diese Geräte noch selten in den Haushalten anzutreffen. Anders sah es da schon 1960 aus. Zu diesem Zeitpunkt besaßen bereits 41 % der britischen Haushalte eine Waschmaschine gegenüber 29 % der bundesdeutschen, 26 % der französischen und nur 5 % der italienischen Haushalte.[31] Zwar stieg der Ausstattungsgrad der italienischen Haushalte bis 1965 auf 23 % an, blieb aber damit immer noch deutlich hinter den anderen Ländern zurück. Bis 1969 gelang es Frankreich und der Bundesrepublik, den britischen Vorsprung einzuholen.
Auch bei den Kühlschränken gab es länderspezifische Besonderheiten. Hier war es Deutschland, das 1960 die höchste Ausstattung aufwies mit 41 % gegenüber 27 % in Frankreich, 24 % in Großbritannien und 17 % in Italien. Diese Präferenz der Deutschen für Kühlschränke ist auf den ersten Blick überraschend, stellt sich doch das Problem der Nahrungsmittelkonservierung stärker in den wärmeren Ländern. Im Besitz von Fernsehern schließlich hatte Großbritannien 1962 einen großen Vorsprung vor den anderen Ländern mit einem Ausstattungsgrad von 71 % gegenüber 38 % in der Bundesrepublik und Frankreich mit 25 %. In Italien stieg der Ausstattungsgrad von 20 % 1960 auf 49 % 1965. Die Vorliebe für das Fernsehen äußerte sich in Großbritannien auch in

29 A. Andersen, Traum (Anm. 24), S. 121.
30 S. Bowden / A. Offner, Household Appliances and the Use of Time. The United States and Britain since the 1920s, in: Economic History Review, 47 (1994), S. 725-748, hier S. 725, 744.
31 Zahlen nach S. Haustein, Mangel (Anm. 2), S. 98-100, 134; A. Arvidsson, Marketing Modernity. Italian Advertising from Fascism to Postmodernity, London 2003, S. 81.

der stärkeren Nutzung des neuen Mediums. Ende der sechziger Jahre sahen die Briten 14-28 Stunden in der Woche fern, während die Deutschen und Franzosen nur auf 7-13 Wochenstunden kamen. Der britische Fernsehkonsum war somit zwar niedriger als der US-amerikanische, aber höher als der kontinentaleuropäische.[32]

Die nationalen Unterschiede im Fernsehkonsum lassen sich vielleicht am einfachsten erklären. Schließlich unterlagen Fernsehen und Rundfunk im Allgemeinen der staatlichen Kontrolle, wobei die Formen sehr unterschiedlich aussahen.[33] Großbritannien war in zweifacher Hinsicht Pionier. Zum einen war hier mit der BBC die erste öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt entstanden, die von den Deutschen und später auch von den Franzosen nacgeahmt wurde, wobei Deutschland das Element der Regionalisierung hinzufügte. Gleichzeitig führte Großbritannien mit ITV 1955 als erstes europäisches Land das Privatfernsehen ein. In Frankreich bis 1964 und in Italien war das Fernsehen dagegen direkt der Regierung unterstellt und besaß nur wenig Autonomie. Die öffentlich-rechtlichen und staatlichen Fernsehsender glaubten zumeist, ihr Publikum erziehen zu müssen und schränkten daher Werbung und Unterhaltungssendungen ein. Nicht so dagegen der unabhängige britische Sender ITV, der sich von Anfang an am Publikumsgeschmack orientierte. Das vielfältigere Angebot trug somit zur größeren Attraktivität des Fernsehens in Großbritannien bei. Die kulturelle Wirkung des Fernsehens ging aber weit darüber hinaus. Der italienische Fernsehhistoriker Aldo Grasso schreibt dem Medium sogar die kulturelle Einigung Italiens zu. Insbesondere habe es zur Durchsetzung der Hochsprache beigetragen, die allerdings nicht diejenige Dantes, sondern des populären Fernsehmoderators Mike Bongiornos gewesen sei.[34] In anderen Ländern mag der Effekt nicht ganz so groß gewesen sein, aber auch in Deutschland fungierte das Fernsehen bis zum Beginn der siebziger Jahre als Integrationsmedium.[35]

Schwieriger zu erklären ist die schnelle Verbreitung des Kühlschranks in Deutschland. Hierbei handelt es sich nicht um ein statistisches Artefakt. Vielmehr ergab eine Umfrage 1955, dass sowohl bei deutschen Frauen als auch bei deutschen Männern der Kühlschrank auf der Wunschliste ganz oben stand. Hier dürfte die nationalsozialistische Propaganda für den „Volkskühlschrank" nachgewirkt haben. Jedenfalls knüpfte die Werbung in den fünfziger Jahren an solche Vorstellungen an.[36]

Frankreich wies im Gegensatz dazu keine auffälligen Präferenzen für bestimmte Haushaltsgeräte auf. Im Gegenteil verbreiteten sich fast alle Elektrogeräte in Frankreich langsamer als in der Bundesrepublik oder Großbritannien, ob nun Fernseher, Kühlschränke, Waschmaschinen, Staubsauger oder Elektroherde. Letztere waren 1960 in weniger als

32 Haustein, Mangel (Anm. 2), 135; S. Briggs, Television in the Home and Family, in: A. Smith (Hg.), Television. An International History, Oxford 1995, S. 191-214, hier S. 194 f.

33 Vgl. R. Barberio/ C. Macchitella, L'Europa della Televisioni. Della vecchia radio alla TV interattiva, Bologna 1989, S. 31-38, 43 f.

34 A. Grasso, Storia della Televisione Italiana, Milano 2004, S. XIV f.

35 K. Hickethier, Geschichte des deutschen Fernsehens, Stuttgart 1998, S. 202 f.

36 A. Andersen, Traum (Anm. 24), S. 92 f., 95. Zum "Volkskühlschrank" vgl. W. König, Volkswagen, Volksempfänger, Volksgemeinschaft. „Volksprodukte" im Dritten Reich, Paderborn 2004.

5 % der französischen Haushalte anzutreffen, verglichen mit 30 % in Großbritannien und 40 % in der Bundesrepublik.[37] Dass es sich dabei nicht um eine Frage des Einkommens handelte, macht die schnelle Verbreitung des Autos deutlich. Der Grund dürfte wohl in der bis Anfang der sechziger Jahre unzureichenden Energieversorgung Frankreichs zu suchen sein.[38]

An der italienischen Entwicklung fällt neben der generellen Verzögerung vor allem eine deutliche Zurückhaltung gegenüber Waschmaschinen auf, die im Vergleich dazu weder bei Kühlschränken noch bei Autos zu beobachten ist. In der Tat traf gerade die Waschmaschine auf kulturelle Vorbehalte, da sie die traditionelle Rolle der Hausfrau in Frage zu stellen schien, ähnlich wie Konservennahrung.[39] Eine weitere Besonderheit der italienischen Küche war die Möblierung. Die Einbauküche konnte sich hier weitaus weniger durchsetzen als in anderen Ländern.[40]

Schließlich existierten nationale Unterschiede nicht nur hinsichtlich der Haushaltsausstattung, sondern auch die verwendeten Geräte unterschieden sich voneinander. Die deutsche Waschmaschine war in der Regel nicht dieselbe wie die britische, französische oder italienische.[41] In den fünfziger Jahren wurde noch eine Vielzahl von unterschiedlichen Typen angeboten, jedoch stabilisierte sich die französische Waschmaschine um 1960 mit bestimmten distinktiven Merkmalen wie horizontaler Trommel und Beladung von oben. Die deutschen Waschmaschinen waren dagegen überwiegend Frontlader und besaßen keine Vorrichtung zur Hinzufügung von Bleichlauge. Die italienischen Hersteller versuchten dagegen, die Vorzüge der US-amerikanischen und der deutschen Modelle zu kombinieren, während die britischen Waschmaschinen über zwei Trommeln verfügten.

Die Haushaltstechnisierung war zwar ein Prozess, der nach dem Zweiten Weltkrieg in allen vier Ländern stattfand. Doch deswegen machte er die Gesellschaften nicht ähnlicher. Besonders das Fernsehen sorgte für eine nationale kulturelle Homogenisierung. Auch in der Präferenz für bestimmte Geräte sowie in den technischen Details derselben zeigten sich deutliche Unterschiede.

4. Werbung

Es ist nicht einfach zu benennen, was an der Werbung in den fünfziger und sechziger Jahren wirklich neu war. Die meisten Darstellungen verweisen auf allgemeine Prozesse

37 Haustein, Mangel (Anm. 2), S. 99 f.

38 Q. Delaunay, Histoire de la machine à laver. Un objet technique dans la société française, Rennes 1994, S. 213-217.

39 A. Arvidsson, Modernity (Anm. 31), 97 f.; vgl. G. P. Ceserani, Storia della pubblicità in Italia, Roma 1988, S. 176.

40 R. Riccini, The Appliance-Shaped Home. From the Electrified Home to the Wired Home, in: G. Bosoni (Hg.), Italy. Contemporary Domestic Landscapes, 1945–2000, Milano 2001, S. 126-143, hier S. 139.

41 Q. Delaunay, Machine à laver (Anm. 38), S. 106-109, 125-130; E. Asquer, Per una storia sociale della lavatrice in Italia. Donne, elettrodomestici e consumi negli anni cinquanta e sessanta, in: Italia Contemporanea 241 (2005), S. 449-470, hier S. 460; J. Obelkevich, Consumption, in: J. Obelkevich / P. Catterall, Understanding Post-War British Society, London/New York 1994, S. 141-154, hier S. 145.

wie Amerikanisierung, Professionalisierung und Verwissenschaftlichung, aber diese begannen bereits vor dem Zweiten Weltkrieg.[42] Die Professionalisierung bleibt zudem in vielen Ländern unvollständig, d. h. eine effektive Schließung des Zugangs zu Werbeberufen wurde nicht erreicht.[43] Laut Harm Schröter erfolgte die Amerikanisierung der Werbung in der Bundesrepublik in zwei Stufen: erstens mit der Durchsetzung der „Full Service"-Werbeagentur in den fünfziger Jahren und zweitens mit der Durchsetzung des Marketingansatzes in deutschen Unternehmen in den späten sechziger und frühen siebziger Jahren.[44]

Die US-amerikanischen Einflüsse in der westeuropäischen Werbung sind in der Tat nicht von der Hand zu weisen. Sie prägten auch die in den fünfziger und sechziger Jahren viel diskutierte Verwissenschaftlichung, etwa in Gestalt der empirischen Meinungsforschung und der psychoanalytisch inspirierten Motivforschung. Was die Aneignung dieser neuen Methoden angeht, so ist hier noch einige Forschungsarbeit zu leisten. Immerhin lassen sich nationale Unterschiede am Beispiel der Motivforschung aufzeigen. Als Vater dieser Forschung gilt der Österreicher Ernest Dichter, der in den dreißiger Jahren in die USA emigriert war und dort ein Institut für Motivforschung gegründet hatte.[45] Es ging ihm darum, die versteckten Wünsche der Konsumenten mit Hilfe psychologischer Methoden zu entdecken, um Werbebotschaften effektiver auf die Zielgruppen zuschneiden zu können. Dieser Ansatz kam nach dem Zweiten Weltkrieg als Re-Import wieder nach Europa, fand aber in den einzelnen Ländern eine sehr unterschiedliche Aufnahme. Während sich die italienischen Werbetreibenden als Vorreiter der Motivforschung in Europa verstanden, galten Dichters Theorien insbesondere über den Einfluss des Unbewussten auf die Kaufentscheidung in Großbritannien als zu spekulativ und wurden daher überwiegend abgelehnt bzw. entsprechend modifiziert.[46]

Unterschiede gab es natürlich auch in den Werbeausgaben. Diese sind allerdings schwierig zu erfassen, da ihre Definition nicht einheitlich ist. Eine recht plausible Statistik beziffert die Werbeausgaben im Jahr 1971 auf 1,26 % des Bruttosozialprodukts in der Bundesrepublik, 1,14 % in Großbritannien, 0,6 % in Frankreich und 0,51 % in Italien.[47] Somit wurde in der Bundesrepublik und in Großbritannien deutlich mehr Geld für Werbung ausgegeben als in den beiden anderen Ländern.

42 Vgl. V. De Grazia, Irresistible Empire (Anm. 4), S. 226-284; A. Arvidsson, Modernity (Anm. 31), S. 44-64.

43 S. Nixon, In Pursuit of the Professional Ideal. Advertising and the Construction of Commercial Expertise in Britain 1953–64, in: P. Jackson (Hg.), Commercial Cultures. Economies, Practices, Spaces, Oxford 2000, S. 55-74; M.-E. Chessel, Die Werbefachleute in Frankreich in der Zeit zwischen den beiden Weltkriegen. Geschichte einer Professionalisierung? in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte 1997, H. 1, S. 79-92.

44 H. Schröter, Die Amerikanisierung der Werbung in der Bundesrepublik Deutschland, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte 1997, H. 1, S. 93-115.

45 Vgl. zu Dichter: R. Gries / S. Schwarzkopf (Hg.), Ernest Dichter. Doyen der Verführer, Wien 2007.

46 A. Arvidsson, Modernity (Anm. 31), 97; S. Schwarzkopf, Ernest Dichter motiviert Großbritannien. Oder: Wie der Kalte Krieg eine „amerikanische" Marktforschungstechnik etwas „englischer" machte, in: R. Gries/ S. Schwarzkopf, Dichter (Anm. 45), S. 218-233.

47 European Advertising and Marketing Handbook, 1 (1973); A. Arvidsson, Modernity (Anm. 31), S. 134, gibt für Italien 1970 mit 0,4 % eine etwas niedrigere Zahl an. Wenig plausibel erscheinen die Zahlen von H. Schröter,

Wie international war die Werbung in den fünfziger und sechziger Jahren? Einerseits waren gerade in dieser Zeit Modernität und Weltläufigkeit beliebte Themen der Werbung, wie in der Werbung für die Zigarettenmarke *Peter Stuyvesant*: „Der Duft der großen weiten Welt".[48] Aber diese Kampagne wurde von einer kleinen deutschen Agentur entwickelt und richtete sich speziell an den deutschen Konsumenten.

Rainer Gries macht zu Recht auf die Bedeutung der Werbefiguren aufmerksam, die besonders in den sechziger Jahren für Vertrauen auf zunehmend anonymen Märkten warben, indem sie den Produkten ein unverwechselbares Gesicht verliehen.[49] Viele dieser heute noch bekannten Werbefiguren, wie das *HB-Männchen*, *Klementine*, *Frau Antje*, der *Krawatten-Muffel*, der *Tchibo-Kaffee-Experte* u. a., waren jedoch rein nationale Figuren, die nur in der deutschen Werbung verwendet wurden.[50] Das trifft nicht nur auf Deutschland zu. Welcher deutsche Konsument kennt z. B. die französischen Werbefiguren *Bébé Cadum* oder *Mamie Nova*?[51] Eine britische Werbefigur, die auch auf dem Kontinent einige Bekanntheit erlangt hat, ist *Captain Birds Eye* (in Deutschland: *Käpt'n Iglo*), der seit 1966 für Fischstäbchen Werbung machte. In der ausländischen Werbung wurde er aber erst seit 1985 eingesetzt.[52]

Wahrscheinlich die weltweit bekannteste Werbefigur ist der als *Marlboro Man* bekannt gewordene Cowboy, der in den USA 1963 eingeführt wurde.[53] In Deutschland dagegen zeigten die Marlboro-Anzeigen der sechziger Jahre Bilder von leitenden Angestellten. Der *Marlboro Man* kam erst 1972 nach Deutschland.[54] Generell waren selbst multinationale Unternehmen in den sechziger Jahren noch sehr zurückhaltend mit international einheitlicher Werbung. Esso versuchte es Mitte der sechziger Jahre mit einer europaweiten Kampagne mit dem Slogan „Pack den Tiger in den Tank!", aber auch diese Kampagne lief nur bis 1968.[55] In der Automobilwerbung liefen erste standardisierte Werbekampagnen von VW schon in den sechziger Jahren, blieben aber gleichfalls isoliert. Der wirkliche Durchbruch zu international standardisierter Werbung datiert hier aus den frühen neunziger Jahren.[56]

Insgesamt war die Werbung in den fünfziger und sechziger Jahren noch stark national geprägt. Zwar wurden Innovationen aus den USA wie die „Full-Service"-Agentur oder die Motivforschung übernommen, jedoch konnte es auch hier zu landesspezifischen Abwandlungen kommen. Die Werbekampagnen und Werbefiguren waren trotz erster Ver-

Amerikanisierung (Anm. 44), S. 109, wonach die Werbeausgaben pro Kopf der Bevölkerung in der Bundesrepublik 1970 dreimal so hoch waren wie in Großbritannien und fast viermal so hoch wie in Frankreich.

48 R. Gries, Produkte als Medien. Kulturgeschichte der Produktkommunikation in der Bundesrepublik und der DDR, Leipzig 2003, S. 180.

49 Ebenda, S. 180-186.

50 Vgl. J. Kellner / W. Lippert (Hg.), Werbefiguren. Geschöpfe der Warenwelt, Düsseldorf 1992.

51 Vgl. A.-C. Lelieux (Hg.), De Bébé Cadum à Mamie Nova. Un siècle de personnages publicitaires, Paris 1999.

52 J. Kellner/ W. Lippert, Werbefiguren (Anm. 50), S. 111.

53 Ebenda, S. 143 f.

54 T. Jacobs / S. Schürmann, Rauchsignale. Struktureller Wandel und visuelle Strategien auf dem deutschen Zigarettenmarkt im 20. Jahrhundert, in: WerkstattGeschichte, 45 (2007), S. 33-52, hier S. 50 f.

55 J. Kellner / W. Lippert, Werbefiguren (Anm. 50), S. 75 f.

56 M. Minucci, Automobilwerbung in Italien und Deutschland, Wilhelmsfeld 2008, S. 466 f.

suche international standardisierter Werbung in den sechziger Jahren noch weitgehend nationale Phänomene.

5. Einzelhandel und Ernährung

Neben der Werbung benötigen moderne Konsumgesellschaften einen effizienten Einzelhandel zum Vertrieb der alten und neuen Konsumgüter. Gerade in der hier untersuchten Zeit, den fünfziger und sechziger Jahren, gab es in diesem Bereich wichtige Veränderungen, vor allem die Einführung der Selbstbedienung und die Entstehung von Supermärkten, die die alten „Tante-Emma-Läden" mehr und mehr ablösten. Häufig wird diese Entwicklung als Geschichte einer betriebswirtschaftlichen Rationalisierung erzählt, die wenig bis gar nicht mit den Konsumgewohnheiten der Bevölkerung verbunden ist. Die rein unternehmenshistorische Perspektive greift jedoch zu kurz. Insbesondere hängt die Entwicklung des Einzelhandels eng mit der Geschichte der Ernährung zusammen, da der Lebensmitteleinzelhandel immer noch den größten Bereich des Einzelhandels ausmacht.[57]

Es ist unter Ernährungshistorikern umstritten, ob es in Europa so etwas wie unterschiedliche Ernährungsregionen oder unterschiedliche Küchen gibt. Uwe Spiekermann problematisiert den Begriff der „Küche": Er macht darauf aufmerksam, dass es sich meist um Konstruktionen handelt, dass Küchen aus mehreren Elementen bestehen und sie sich meist im Wandel befinden. Einen übergreifenden Trend sieht er in der Internationalisierung und gleichzeitigen Regionalisierung von Europas Küchen.[58] Dagegen betont der italienische Historiker Massimo Montanari eine klare Zweiteilung Europas, die sich mit der Reformation verstärkt habe. Im Norden Europas aßen die Menschen mehr Fleisch, tranken Bier und verwendeten tierische Fette, während im Süden Getreideprodukte, vor allem Brot, Wein und pflanzliche Öle vorherrschend waren.[59]

Ein Prozess, der für die angebliche Vereinheitlichung der nationalen und regionalen Küchen verantwortlich gemacht wird, ist derjenige der so genannten Industrialisierung der Ernährung, d. h. das Aufkommen von weitgehend speisefertigen Gerichten oder Zutaten in Konserven oder als Tiefkühlkost. Allerdings ist es nicht immer einfach, deren Anteil an der Gesamternährung zu bestimmen. Wenn sich z. B. in der Bundesrepublik Deutschland der Konsum von Gemüsekonserven zwischen 1949 und 1954 auf 381 g für eine vierköpfige Familie im Jahr verzehnfachte, so ist das in Beziehung zu setzen zu einem Gemüsekonsum von 40 kg pro Kopf und Jahr 1950, d. h. der Anteil der Kon-

57 A. Godley, Foreign Multinationals and Innovation in British Retailing, 1850–1962, in: Business History, 45 (2003), S. 80-101, hier S. 83.

58 U. Spiekermann, Europäische Küchen. Eine Annäherung, in: Mitteilungen des Arbeitskreises für Kulturforschung des Essens, 5 (2000), S. 31-48.

59 M. Montanari, Der Hunger und der Überfluss. Kulturgeschichte der Ernährung in Europa, München 1993, S. 132-139; vgl. auch U. Spiekermann, Küchen (Anm. 58), S. 34-37.

serven am Gemüseverzehr beliefe sich auf ca. 0,1-0,2 %.[60] Der Anteil der „industrialisierten" Ernährung am Gesamtverzehr sollte also in den fünfziger Jahren nicht zu hoch angesetzt werden.

Immerhin gab es auch hier deutliche nationale Unterschiede. Am aufgeschlossensten gegenüber den neuen Fertiggerichten war wohl Großbritannien, wo z. B. der 1955 eingeführte „Fish Finger" (Fischstäbchen) schnell ein großer Erfolg wurde.[61] Er konnte hier eben an eine längere Tradition der „Fish and Chips" anschließen.[62] Währenddessen begegneten italienische Konsumenten den neuen Nahrungsmitteln mit viel Skepsis, obwohl die italienische Nahrungsmittelindustrie eine Reihe von neuen Produkten auf den Markt brachte.[63] Frankreich und die Bundesrepublik dürften irgendwo zwischen diesen beiden Extremen liegen.

Kam es in den fünfziger und sechziger Jahren zu einer Transnationalisierung der Ernährung? Auch diese Frage ist schwieriger zu beantworten als es zunächst den Anschein hat. Zu unterscheiden ist hierbei vor allem zwischen Alltags- und Festspeisen sowie zwischen häuslichem und Außerhausverzehr. Transnationale Einflüsse machten sich primär bei den Festspeisen sowie in der Gastronomie bemerkbar, und auch hier existierten deutliche nationale Unterschiede. Generell zeigten sich Deutschland und Großbritannien gegenüber ausländischen kulinarischen Einflüssen aufgeschlossener als Frankreich und Italien.[64] In Italien wurde sogar die italienische Küche neu entdeckt bzw. erfunden, zum Teil als Reaktion auf den zunehmenden Tourismus.[65] In der britischen Gastronomie traten indische und chinesische Restaurants ihren Siegeszug an, während in der Bundesrepublik die mediterranen Einflüsse dominierten. Das lag natürlich nicht zuletzt an der imperialen Tradition Großbritanniens, die z. B. indische Gerichte weniger fremdartig erscheinen ließ als in Deutschland. Insgesamt war aber auch in diesen beiden Ländern das Ausmaß der Transnationalisierung begrenzt. Die Alltagsspeisen scheinen sich bis zum Beginn der siebziger Jahre kaum verändert zu haben. Selbst der „Toast Hawaii", der in den fünfziger Jahren in der Bundesrepublik in Mode kam, wurde nur zu besonderen Anlässen verzehrt.[66] In Großbritannien zeigten Ergebnisse von Umfragen nach der „idealen Mahlzeit" überraschend wenig Unterschiede zwischen 1947 und 1973: Garnelen statt Seezunge, Steak statt Hühnchen und ein Branntwein zum Abschluss, das waren die gesamten Veränderungen in einem Vierteljahrhundert revolutionären sozialen Wandels.[67]

60 Zahlen nach A. Andersen, Traum (Anm. 24), S. 39, 48.

61 J. Burnett, Plenty and want. A social history of food in England from 1815 to the present day, London 31994, S. 307.

62 Vgl. J. Walton, Fish & chips & the British working class 1870–1940, London [2]1994.

63 C. Helstosky, Garlic and Oil. Politics and Food in Italy, Oxford 2004, S. 138.

64 Burnett, Plenty (Anm. 61), S. 312; S. Mennell, All Manners of Food. Eating and Taste in England and France from the Middle Ages to the Present, Urbana 21996, S. 329 f.; F. Régnier, Spicing up the Imagination. Culinary Exoticism in France and Germany, 1930–1990, in: Food & Foodways, 11 (2003), H. 4, S. 189-215, hier S. 206; M. Möhring, Gastronomie in Bewegung. Migration, kulinarischer Transfer und die Internationalisierung der Ernährung in der Bundesrepublik Deutschland, in: Comparativ, 17 (2007) 3, S. 68-85; C. Helstosky, Garlic (Anm. 63), S. 127.

65 C. Helstosky, Garlic (Anm. 63), S. 129, 144.

66 A. Andersen, Traum (Anm. 24), S. 51.

67 J. Burnett, Plenty (Anm. 61), S. 316 f.

Die unterschiedlichen nationalen Ernährungstraditionen blieben nicht ohne Auswirkung auf die Entwicklung des Einzelhandels. Die entscheidende Innovation nach 1945 war hier die Einführung der Selbstbedienung und der damit verbundene Aufstieg der Supermärkte.[68] Die Selbstbedienung setzte sich zuerst in den USA der Zwischenkriegszeit durch. In den meisten westeuropäischen Ländern erfolgte der Übergang zur Selbstbedienung erst in den fünfziger und sechziger Jahren. In der Bundesrepublik erfolgte der Durchbruch gegen Ende der fünfziger Jahre. Um 1960 waren Supermärkte in Schweden und der Schweiz am weitesten verbreitet.[69]

Anders als häufig dargestellt war die Einführung der Selbstbedienung kein allgemeiner Prozess, der in allen Ländern bloß mit einer gewissen Zeitverzögerung stattgefunden hätte. Der Einzelhandel in den europäischen Ländern unterscheidet sich bis heute erheblich z. B. hinsichtlich der Flächengröße der Verkaufsstellen oder des Konzentrationsgrades. Der Anteil der Kleinstunternehmen mit ein bis neun Beschäftigten schwankt zwischen zwanzig und achtzig Prozent.[70] Supermärkte blieben im Italien der fünfziger und sechziger Jahre unbedeutend.[71] Der Grund liegt neben einer mittelstandsfreundlichen Wirtschaftspolitik in den Ernährungsgewohnheiten der italienischen Konsumenten, die mehr Wert auf Frische als auf billige Preise legten.

Auch in denjenigen Ländern, in denen sich die Selbstbedienung in den fünfziger und sechziger Jahren durchsetzen konnte, existierten nationale Unterschiede, die mehr waren als bloß nationale „Färbungen“[72] desselben Prozesses. In der Bundesrepublik Deutschland etablierte sich z. B. seit den frühen sechziger Jahren der Discounter (z. B. Aldi), der die bundesdeutsche Einzelhandelslandschaft nachhaltig prägen sollte. Diese Vertriebsform zeichnet sich durch ein schmales Sortiment, sparsame Ladenausstattung und besonders niedrige Preise aus.[73] Eine Steigerung des Supermarkt-Konzeptes gelang dem französischen Unternehmen Carréfour mit ihren „hypermarchés“ seit den frühen sechziger Jahren und britische Supermarktketten wie Tesco oder Sainsbury´s waren führend bei der Verwendung eigener Handelsmarken.[74]

68 Vgl. T. Welskopp, Startrampe für die Gesellschaft des Massenkonsums. Verbreitung und Entwicklung der Selbstbedienung in Europa nach 1945, in: Ch. Benninghaus (Hg.), Unterwegs in Europa, Frankfurt a. M. / New York 2008, S. 247-267.

69 Ebenda, S. 252, 254, 260; K. Ditt, Rationalisierung im Eizelhandel. Die Einführung und Entwicklung der Selbstbedienung in der Bundesrepublik Deutschland 1949–2000, in: M. Prinz (Hg.), Der lange Weg in den Überfluss. Anfänge und Entwicklung der Konsumgesellschaft seit der Vormoderne, Paderborn 2003, S. 315-358, hier S. 325.

70 Vgl. W. Sura, Der Einzelhandel in der Europäischen Union, Brüssel 2006, S. 4.

71 V. Zamagni, Die langsame Modernisierung des italienischen Einzelhandels. Die Geschichte eines Sonderfalls in vergleichender Perspektive, in: H. Siegrist / H. Kaelble / J. Kocka (Hg.): Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18.-20. Jh.), Frankfurt a. M. 1997, S. 705-716; C. Helstosky, Garlic (Anm. 63), S. 148.

72 T. Welskopp, Startrampe (Anm. 68), S. 266.

73 R. Banken, Schneller Strukturwandel trotz institutioneller Stabilität. Die Entwicklung des deutschen Einzelhandels 1949-2000, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte, 2007, H. 1, S. 117-145, hier S. 134; K. Ditt, Rationalisierung (Anm. 69), S. 342-345.

74 H. Paturle, Marcel Fournier, l'hyperman. Il etait une fois l'homme qui inventa la grande distribution, Paris 2005; J. Benson, The rise of consumer society in Britain, 1880–1980, London 1994.

Supermärkte etablierten sich in vielen westeuropäischen Ländern, so auch in Großbritannien, Frankreich und der Bundesrepublik, nicht jedoch in Italien. Die Supermarktkonzepte wiesen aber deutliche nationale Unterschiede aus, was durch die geringe Transnationalisierung des Handels bis in die achtziger Jahre begünstigt wurde. Die Supermarktketten strebten häufig eine nationale Präsenz an, eine internationale Expansion fand aber bis 1970 nicht statt. Der Marktanteil ausländischer Firmen am britischen Einzelhandel betrug 1961 gerade 3,9 %.[75]

Der Siegeszug der Selbstbedienung in Westeuropa nach 1945 war weder selbstverständlich noch verlief er gleichförmig. Der Lebensmitteleinzelhandel muss generell im Zusammenhang mit den kulturell geprägten Essgewohnheiten der Konsumenten gesehen werden, welche im Fall Italiens der Verbreitung von Supermärkten Grenzen setzten. Die Supermärkte in den westeuropäischen Ländern waren zudem nicht überall gleich. Die Supermarktketten zielten vorwiegend auf den nationalen Markt und wiesen spezifische Eigenheiten auf. Eine wirkliche Transnationalisierung in diesem Bereich trat erst seit den achtziger Jahren auf. Auch die Transnationalisierung der Essgewohnheiten war nicht so stark wie manchmal angenommen wird und erfolgte zudem in national spezifischer Weise. Der Bereich der Alltagsspeisen änderte sich zwar hinsichtlich der Quantität, kaum aber hinsichtlich der Art der Speisen und Zusammensetzung der Mahlzeiten.

6. Konsumentenorganisationen, Verbraucherschutz

Eine Konsumgesellschaft benötigt zu ihrem Funktionieren vielleicht nicht unbedingt organisierte Konsumenten, aber in den meisten Konsumgesellschaften des 20. Jahrhunderts bildeten sie sich heraus, vor allem um den Konsumenten Schutz vor irreführender Werbung und Beratung gegenüber einer zunehmend unübersichtlicher werdenden Warenfülle zu bieten. Historisch gesehen nahmen die Konsumgenossenschaften im 19. und in Teilen des 20. Jahrhunderts diese Funktion wahr.[76] Spätestens nach dem Zweiten Weltkrieg gerieten jedoch die europäischen Konsumgenossenschaften in die Krise. Das Arbeitermilieu, auf das sie sich gestützt hatten, begann sich aufzulösen. Ihre Läden mussten sich gegenüber der kommerziellen Konkurrenz behaupten. In manchen Ländern wie Schweden, der Schweiz oder Italien gelang dies durchaus mit Erfolg, allerdings um den Preis einer weitgehenden Anpassung an die Geschäftspraktiken der kommerziellen Konkurrenz. In anderen Ländern, wie der Bundesrepublik Deutschland oder Großbritannien, verschwanden die Konsumgenossenschaften.

Inspiriert von US-amerikanischen Vorbildern wie „Consumer Research“ oder „Consumers' Union“ entstanden nach dem Zweiten Weltkrieg daher neue Konsumentenorga-

75 Godley, Multinationals (Anm. 57), S. 82; Vgl. A. Seth / G. Randall, The Grocers. The Rise and Rise of the Supermarket Chains, London ²2001, S. 27.

76 Vgl. M. Prinz, Brot und Dividende. Konsumvereine in Deutschland und England vor 1914, Göttingen 1996; E. Furlough / C. Strickwerda (Hg.), Consumers against capitalism? Consumer cooperation in Europe, North America and Japan, 1840–1990, Lanham 1999.

nisationen wie z. B. in Deutschland die Stiftung Warentest (gegründet 1964).[77] Aber nicht alle sahen ihre Aufgabe in vergleichenden Produkttests und der Verbreitung von Informationen unter den Konsumenten. Vielmehr entstanden in einigen Ländern eine Vielzahl von größeren und kleineren Organisationen mit unterschiedlichen Zielsetzungen, Rechtsformen und Strategien. Gunnar Trumbull unterscheidet daher zwischen drei Ansätzen, dem ökonomischen, politischen und gesellschaftlichen Ansatz.[78] Der ökonomische Ansatz ist marktkonform und beruht vor allem auf der besseren Information der Konsumenten. Der gesellschaftliche Ansatz beinhaltet eine korporatistische Repräsentation der Konsumenten wie z. B. in der Institution des Ombudsmannes. Der politische Ansatz wiederum zeichnet sich durch eine hohe Mobilisierung der Konsumenten und vom Staat unabhängige Organisationen aus. Nach Trumbull lassen sich die einzelnen Länder nach dem jeweils vorherrschenden Ansatz ordnen. Danach würden die Bundesrepublik Deutschland (Stiftung Warentest) und Großbritannien (Consumers' Association) dem ökonomischen und Frankreich dem politischen Ansatz zugerechnet werden. Italien dagegen kenne keine institutionalisierten Konsumentenrechte.[79] Interessant ist hierbei, dass die Institutionalisierung des Verbraucherschutzes nicht mit dem in der produzierenden Wirtschaft vorherrschenden Muster konform gehen muss, das z. B. in der Bundesrepublik eher korporatistisch ausgerichtet sei.[80] Dieser Ansatz betont daher die Eigenlogik des Konsums gegenüber der Produktion.

Eine solche Identifizierung ganzer Länder mit unterschiedlichen Ansätzen des Verbraucherschutzes ist nicht ganz unproblematisch. Andere Autoren haben darauf aufmerksam gemacht, dass in vielen Ländern mehrere Ansätze gleichzeitig von unterschiedlichen Organisationen verfolgt würden. Zudem existiert seit 1960 mit der International Organization of Consumers' Unions ein internationaler Zusammenschluss der Verbraucherverbände.[81]

Dennoch lassen sich deutliche nationale Unterschiede sowohl in den Zielsetzungen als auch in der Institutionalisierung des Verbraucherschutzes feststellen. Bis in die siebziger Jahre hinein bleibt zudem der nationale Rahmen für die Verbraucherschutzgesetzgebung entscheidend. Die Europäische Gemeinschaft entdeckt dieses Politikfeld erst Mitte der siebziger Jahre.[82]

77 Vgl. C. Kleinschmidt, Konsumgesellschaft, Verbraucherschutz und Soziale Marktwirtschaft, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte, 2006, H. 1, S. 13-28.

78 G. Trumbull, National Varieties of Consumerism, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte, 2006, H. 1, S. 77-93, hier S. 79-81.

79 Ebenda, S. 82.

80 Ebenda, S. 91 f.

81 M. Hilton, Consumer Protection in the United Kingdom, in: Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte, 2006, H. 1, S. 45-60, hier S. 58-60.

82 Vgl. E. Čikara, Die Angleichung des Verbraucherschutzrechts in der Europäischen Gemeinschaft unter besonderer Berücksichtigung des Verbraucherschutzrechtes in der Republik Kroatien, in: Zbornik Pravnog Fakulteta Sveucilista u Rijeci, 28 (2007), S. 1067-1112.

7. Ergebnisse

Die Ergebnisse dieses kurzen Aufsatzes lassen sich schnell zusammenfassen. Nicht die Amerikanisierung der westeuropäischen Gesellschaften war der Fundamentalprozess der fünfziger und sechziger Jahre[83], sondern der Durchbruch des Massenkonsums. Dieser erfolgte jedoch überwiegend in nationalen Bahnen und wurde von den Konsumenten auch so empfunden. Sicher, viele Deutsche, Franzosen und Briten erwarben in dieser Zeit Waschmaschinen und Autos, aber die Deutschen fuhren noch ganz überwiegend deutsche Autos und besaßen andere Waschmaschinen als ihre westlichen Nachbarn. Sie kauften in deutschen Supermärkten, die anders aussahen als französische „hypermarchés" und sahen deutsches Werbefernsehen, in dem andere Figuren um ihr Vertrauen warben als in Großbritannien oder Frankreich. Der Durchbruch des Massenkonsums erfolgte auf nationaler Ebene. Regionale und soziale Unterschiede traten zunächst in den Hintergrund.[84] Gerade weil der Massenkonsum als nationale Errungenschaft empfunden wurde, konnte er die fragilen Nachkriegsdemokratien weitaus stärker stabilisieren, als wenn er ein bloßer amerikanischer Import gewesen wäre. Insofern ist der Durchbruch zum Massenkonsum eine Erfolgsgeschichte, die allerdings ein schwieriges Erbe hinterließ. Es besteht darin, dass der Übergang zum immer stärker transnationalen Konsum seit den siebziger Jahren von vielen Konsumenten mit Befremdung und Ablehnung registriert wird.[85]

Eine vergleichende Betrachtung dieser entscheidenden Übergangsphase ist von unschätzbarem Vorteil. Erst dadurch treten nationale Unterschiede zutage, die bei der isolierten Betrachtung häufig übersehen werden. Somit verdankt sich die z. T. vorherrschende Überschätzung der Amerikanisierung paradoxerweise einem methodischen Nationalismus. Problematisch wird ein historischer Vergleich jedoch dann, wenn er sich nur noch auf quantitative Daten stützt und die kulturelle Bedeutung von Konsumgütern sowie die Aneignungsweisen der Konsumenten vernachlässigt. Das setzt natürlich der Zahl der möglichen Vergleichsfälle Grenzen, die aber akzeptiert werden sollten.

83 A. Döring-Manteuffel, Dimensionen von Amerikanisierung in der deutschen Gesellschaft, in: Archiv für Sozialgeschichte, 35 (1995), S. 1-34, hier S. 1 f., 11.

84 Vgl. zur Regionalisierung H. Siegrist/ M. Schramm, Einleitung: Die Regionalisierung der Konsumkultur in Europa, in: H. Siegrist/ M. Schramm (Hg.), Regionalisierung europäischer Konsumkulturen im 20. Jahrhundert, Leipzig 2003, S. 9-33.

85 Vgl. zum Protest gegen die multinationalen Konzerne N. Klein, No Logo. No Space, no Choice, no Jobs, New York 2000.

FORUM

Telekommunikation in Britisch-Indien (ca. 1850–1930). Ein globalgeschichtliches Paradigma

Michael Mann

ABSTRACT

So far, the history of the telegraph has been told from a trans-Atlantic perspective. Likewise, the history of the telegraph has been written as a history of technological invention and scientific progress measurable in the mileage of underwater cables. However, the social consequences of the new communication medium have been neglected almost completely. Taking South-Asia (British India) into consideration it becomes evident that the history of the telegraph is by far more complex than hitherto assumed. In the first place contemporary telegraphic connection across the Atlantic was as important as connecting British India with the centre of the British Empire, i.e. London, simply for economic and financial reasons. Secondly, the invention of a practicable telegraphic system took place in the USA, in Great Britain and British India simultaneously during the 1830s. In British India one of the world's largest telegraph system was constructed outside Europe and the USA. Thirdly, completing the world-wide network of telegraph systems at the beginning of the twentieth century caused massive tariff-competition among the globally acting telegraph cartells leading to strikes in the US and British India which had enormous social consequences for the telegraph personnel. Fourthly, as in Europe and the USA, the possibility to telegraphically transmit information created new forms of news, journalism and newspaper-layouts in British India (as well as in other parts of the world) and helped to establish an all-India public sphere by the 1920s.

Comparativ | Zeitschrift für Globalgeschichte und vergleichende Gesellschaftsforschung 19 (2009) Heft 6, S. 86–112.

1. Plädoyer zur Revision des Narrativs von der Telekommunikationsgeschichte

Seit zwei Jahrzehnten findet eine digitale Medienrevolution statt, ausgelöst durch die weltweite Zugänglichkeit zum Internet, das sich inzwischen zu *der* globalen Kommunikationsplattform entwickelt hat. Basierend auf einer Idee aus dem Jahr 1962 und ursprünglich ein Projekt des US-Verteidigungsministeriums zur internen Kommunikationsvernetzung des Jahres 1969, wuchs das ARPANET (*Advanced Research Project Agency*) in den 1970ern und 80ern dann zu dem heran, was heute als Internet bekannt ist und mit der weltweiten Vernetzung (www) seit 1995 prinzipiell jedem privaten Nutzer zur Verfügung steht. Seitdem vollzieht sich eine der größten Veränderungen des Informationswesens nach Erfindung des Buchdrucks.[1] Ähnlich wie bei diesem wird nun eine unvergleichlich größere Zahl an Menschen mit Informationen unterschiedlichster Art erreicht als zuvor. Mit besagter Medienrevolution, die auf drahtgestützter Datenübermittlung beruht, hat auch seitens der Geschichtswissenschaft das Interesse an den Anfängen dieser Entwicklung eingesetzt. Parallel zur Verbreitung des Internets nahm auch die Zahl der Publikationen zur Geschichte der Telekommunikationsmittel zu, besonders der Telegrafie. Nachdem das Internet als globales Kommunikationsmittel Ende der 1990er Jahre etabliert war, titelte ein Buch zur Geschichte der Telegrafie gar „The Victorian Internet".[2]

Hört oder liest man das Wort Telegrafie, dann fällt den meisten Lesern und Hörerinnen sogleich der Name Morse (und eventuell noch dessen Vorname Samuel) ein. Sie verbinden damit das nach ihm benannte Morse-Alphabet. Gemeinhin gilt er auch als der Erfinder der Telegrafie. Kräftig hat Samuel Morse selbst an dieser Geschichte und ihrer Schreibung mitgewirkt, denn er verfasste eigens eine Schrift, die ihn als den alleinigen Erfinder der Telegrafie präsentiert.[3] Diese Selbstdarstellung hatte nachhaltigen Einfluss auf die weltweite Historiografie zur Telekommunikation im Allgemeinen und zur Telegrafie im Besonderen. Denn wirft man einen Blick auf die Publikationen, die gerade in den beiden Jahrzehnten nach dem globalen Eroberungszug des Internet in historischem Rückblick über den Ursprung der modernen Kommunikationsmittel und ihrer Entwicklung erschienen sind, so wird deutlich, dass zum einen die Geschichte der Telegrafie, wie auch die des Telefons und des Radios, eine fast ausschließlich transatlantische Erfolgsgeschichte, genauer gesagt, eine anglo-amerikanische Geschichte ist.[4] Zum anderen

1 Eine wissenschaftlich-historische Darstellung zur Entwicklung des Internet steht noch aus. Momentan im Internet zugänglich: Barry M. Leiner et al., OnTheInternet. A Brief History of the Internet. Part I http://www.isoc.org/oti/articles/0597/leiner.html bzw. dies., OnTheInternet. A Brief History of the Internet. Part II http://www.isoc.org/oti/articles/0797/leiner.html.

2 Tom Standage, The Victorian Internet. The Remarkable Story of the Telegraph in Nineteenth Century's On-line Pioneers. New York 1999.

3 Samuel F. B. Morse, Modern Telegraphy. Some Errors of Dates of Events and of Statement in the History of Telegraphy Exposed and Rectified. Paris 1867. Die Schrift entstand im Zuge einer Gerichtsverhandlung um die Patentierung des Telegrafen in den USA und ist demnach Rechtfertigung und Selbstdarstellung in einem.

4 Peter Hugill, Global Communications Since 1844. Geopolitics and Technology. Baltimore, MD 1999. Peter McMa-

spiegelt dieses Narrativ auch den Anspruch wider, Fortschritt und Modernisierung hätten nur in diesem Viertel der Welt stattgefunden. Nirgends wird das deutlicher als bei der heldenhaften Schilderung der wagemutigen Verlegung des ersten transatlantischen Kabels im Jahr 1866, ein Ereignis, das in der Tagespresse ebenso wie bald darauf in den Geschichtsbüchern seinen Niederschlag fand.[5]

Übersehen wird freilich stets, dass das erste funktionierende Unterwasserkabel bereits ein Jahr zuvor zwischen Fao am Kopf des Persischen Golfes und Karachi in Britisch-Indien verlegt worden war, wenn auch die Qualität der Übertragung nicht recht überzeugte.[6] Übersehen wird auch, dass zur selben Zeit, als Samuel F. B. Morse (1791–1872) in den USA während der 1830er Jahre die Technik der elektromagnetischen Telegrafie entwickelte, in Großbritannien Charles Wheatstone (1802–1875) und William Cooke (1806–1879) ebenfalls an einem solchen Telegrafiesystem arbeiteten und es nach erfolgreichen Tests auch patentieren ließen.[7] Und zu guter letzt wird übersehen, dass ebenfalls zur selben Zeit in Calcutta, der Hauptstadt Britisch-Indiens, William O'Shaughnessy (1808–1889) den ersten erfolgreichen Freiversuch einer Telegrafenleitung unternahm – denn diejenigen von Morse und Wheatstone / Cooke beschränkten sich zunächst auf laborhafte Demonstrationen – und dabei auch erstmals eine Leitung unter Wasser verlegte.[8] Dieser Teil der Telekommunikationsgeschichte hat in der Historiografie kaum Beachtung und damit im Bewusstsein der Menschen weltweit keinen Niederschlag gefunden.[9]

An dieser Stelle drängt sich wieder einmal das seit der europäischen Aufklärung behauptete west-östliche Zivilisationsgefälle auf: Hier der dynamische 'Westen', der progressiv ist und die soziale, wirtschaftliche und gesellschaftliche Moderne verkörpert, dort der inerte 'Osten' mit seinen statischen Gesellschaften und despotischen Regimen. Dieses Stereotyp gilt ganz pauschal für den 'Osten', selbst wenn dort ein Ire in einer britischen Kolonie wichtige Beiträge zur Entwicklung und zur erfolgreichen Installation eines Telekommunikationsmittels geleistet hat. Dass es in einigen Teilen der Welt in den 1830er Jahren einen annähernd gleichen Wissensstand zum Elektromagnetismus gegeben hat, der die akustische und visuelle Übertragung von Nachrichten gegebenenfalls überflüssig

hon, Global Control: Information Technology and Globalization since 1845. Cheltenham 2002, bes. S. 19-45, and Anton A. Huurdeman, The Worldwide History of Telecommunications. Hoboken, NY 2003.

5 George P. Oslin, The Story of Telecommunications. Macon 1992 widmet ein ganzes Kapitel der Geschichte von der Verlegung des transatlantischen Kabels, s. S. 169-86. Das davor liegende Kapitel „The Story of Submarine Cables" bezieht sich nur auf die Vorgeschichte der ersten erfolgreichen Kabelverlegung durch den Atlantik, während diejenigen durch den Persischen Golf und das Rote Meer, die zeitgleich stattfanden, keinerlei Erwähnung finden, s. S. 157-68.

6 Halford L. Hoskin, British Routes to India. Philadelphia 1928, S. 376-97 und Christina P. Harris, The Persian Gulf Submarine Telegraph of 1864, in: Geographical Journal 135,2 (1969), pp. 169-90.

7 Edward A. Marland, Early Electrical Communities. London 1964.

8 Deep Kanta Lahiri Choudhury, "Beyond the reach of monkeys and men"? O'Shaughnessy and the telegraph in India c. 1836–56, in: Indian Economic and Social History Review 37,3 (2000), S. 331-59. Zur reinen Technikgeschichte die positivistische Darstellung von Mel Gorman, Sir William O'Shaughnessy, Lord Dalhousie and the establishment of the telegraphic system in India, in: Technology and Culture 12,4 (1971), S. 581-601.

9 Zu den wenigen Ausnahmen gehört Russel W. Burns, Communication. An International History of the Formative Years, London 2003.

machen würde, hat in der akademischen Forschung bislang kaum nennenswerten Niederschlag gefunden.[10] Zudem scheint auch der kapitalistische Markt mit seinen Wettbewerbsstrukturen, den zu repräsentieren die USA und Großbritannien reklamierten, eine solche Vernachlässigung zu rechtfertigen. Da in Britisch-Indien die Telegrafie in (kolonial-)staatlichen Händen war, wie übrigens in allen Ländern des europäischen Festlandes, wird die Geschichte der Telegrafie für das kontinentale Europa wie für Südasien als diejenige von staatlicher Kontrolle und Überwachung dargestellt, während sie in Großbritannien und den USA als eine des freien Unternehmertums geschrieben wird.[11] Freies Unternehmertum, positivistische Wissenschaften und demokratische Staatsordnungen waren und sind die Paradigmen, aufgrund derer die Geschichte der Telekommunikation für einen Großteil der Welt nicht geschrieben zu werden braucht(e), da ihm per definitionem die Voraussetzungen fehlten.[12]

Betrachtet man hingegen die Vernetzung der Welt durch Telegrafenleitungen zu Beginn des 20. Jahrhunderts, so ist unübersehbar, dass neben Westeuropa und den USA in Britisch-Indien, aber auch in Brasilien, eines der dichtesten Telegrafennetzwerke der Welt betrieben wurde.[13] In Britisch-Indien befand es sich nicht allein in kolonial-staatlichen Händen, auch wenn die britische Kolonialmacht es als mächtiges und wirkungsvolles Kontrollinstrument betrachtete und gelegentlich auch so darstellte.[14] Von Anfang an benutzten auch Inder die Telegrafie, vor allem in Handels- und Bankenkreisen. Seit 1866 unterhielt auch die Nachrichtenagentur Reuters ein Büro in Bombay und sicherte sich von hier innerhalb weniger Jahre den 'asiatischen' Markt für Nachrichtenübermitt-

10 Marland, Early Electrical Communities (Anm. 7), S. 74-83 und S. 99-132.

11 Vgl. z. B. Hugill, Global Communications Since 1844 (Anm. 4).

12 Zum 19. Jahrhunderts siehe inter alia Charles Bright, Submarine Telegraphs. Their History, Construction and Working. London 1898, reprint New York 1974. Charles Bright (1863–1937) war der Sohn von Sir Charles T. Bright (1832–1888), der ein britischer Elektringenieur war und ein führender Experte zur Verlegung von Unterwasserkabel. Er überwachte die Verlegung des ersten transatlantischen Kabels, wofür er später geadelt wurde. Zur ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts Alvin F. Harlow, Old Wires and New Waves: The History of the Telegraph, Telephone and Wireless. New York / London 1936, und zum Ende des 20. Jahrhunderts Daniel R. Headrick, The Invisible Weapon – Telecommunications and International Politics, 1851–1945. Oxford 1992. Ausnahme war die zeitgenössische Perzeption, die die Geschichte noch anders sah und schrieb: George Sauer, The Telegraph in Europe: A Complete Statement of the Rise and Progress of Telegraphy in Europe. Paris 1869.

13 Im Jahr 1920 umfasste das Telegrafennetzwerk Britisch-Indiens 141.467km, während das Brasiliens knapp 80.000km betrug. Zu bedenken ist hier, dass ein Großteil des Landes aus unzugänglichem Urwald bestand. Im selben Rechnungsjahr wurden in Britisch-Indien 19.382.010 Telegramme aufgegeben, in Brasilien 637.382, vgl. Annual Report Posts and Telegraphs for the Year 1932–33, Appendix XIV, Growth of Telegraph Department and its operations from 1854–55 to 1932–33 [BL: IOR], S. 84-5 mit Victor Maximilian Berthold, History of the Telephone and Telegraph in Brazil, 1851–1921. New York 1922, reprint Whitefish, MT, 2009, S. 16, 30 u. 21.

14 Gerne wird der Satz zitiert, der Telegraf hätte im Zuge des Großen Aufstandes/Befreiungskrieges von 1857-1859 Indien gerettet (freilich für die Briten), s. Christopher A. Bayly, Empire and Information. Intelligence Gathering and Social Communication in India, 1780–1870. Cambridge 1997, S. 317-20. Paul Fletcher aus der Junior Research Group: Asymmetries in Cultural Information Flows: Europe and South Asia in the Global Information Network since the Nineteenth Century des Exzellenzclusters: Asia and Europe in a Global Context der Universität Heidelberg verdanke ich den Hinweis aus seinem Dissertationsprojekt, dass in Ceylon die Telegrafie nur ein zusätzliches Mittel der Kommunikation darstellte und es keinesfalls zu einer verstärkten inneren, ebensowenig wie zu einer intensiveren Kontrolle durch die Zentrale in London kam.

lungen innerhalb des Britischen Empires.[15] Wegen der hohen Kosten bezog bis zum Ende des 19. Jahrhunderts nur die englische Presse (britische Eigentümer) Nachrichten von Reuters, was Zeitungen in südasiatischen Sprachen und englischer Sprache (indische Eigentümer) jedoch nicht davon abhielt, innerhalb Britisch-Indiens solche Auslandsnachrichten zu kopieren, zu redigieren, telegrafisch zu übermitteln und als Nachdrucke zu veröffentlichen.[16]

Als im Jahr 1885 der *Indian National Congress* (INC) gegründet wurde, eine Versammlung von mehrheitlich Anwälten, Richtern und Ärzten, vereinbarte dessen Leitungsgremium mit Reuters exklusive Übertragungsrechte. Zu Beginn des 20. Jahrhunderts versuchte die *Associated Press of India* und die *Free Press of India* das Monopol von Reuters zu brechen, allerdings ohne Erfolg. In jedem Fall aber war die Telegrafie ein wesentliches Instrument im Rahmen der politischen Willensbildung durch den INC und andere politische Organisationen.[17] Offenkundig spielte der Telegraf von Anbeginn seiner Installation eine nicht zu unterschätzende Rolle im wirtschaftlichen, öffentlichen und politischen Leben Britisch-Indiens. Wie neueste Untersuchungen zeigen, reichte die Intensität der Nutzung in Britisch-Indien zwar bei weitem nicht an die Westeuropas oder der USA heran. Im internationalen Vergleich aber nahm Indien seit dem ausgehenden 19. Jahrhundert eine respektable Position ein, durchaus vergleichbar mit der der iberischen und osteuropäischen Staaten sowie Brasiliens, jedoch übertroffen von dem technologisch bekanntermaßen schnell 'modernisierenden' Japan.[18] Unter globalgeschichtlichen Gesichtspunkten macht gerade dieser Sachverhalt Britisch-Indien zu einem Zentrum (und nicht zur Peripherie)[19] von medien- und gesellschaftspolitischer Relevanz, weshalb die Weltregion im Kontext einer vergleichenden Telekommunikationsgeschichte zwingend heranzuziehen ist.[20]

Ein zweiter Gesichtspunkt lässt eine Neuorientierung in der Historiografie zur Telekommunikation dringend erforderlich erscheinen, nämlich die Abkehr von einer Darstellung im Rahmen einer Nationalgeschichte und stattdessen die Hinwendung zu einer transnationalen Geschichte. Der nationalstaatliche Aspekt schlägt sich besondes ausgeprägt in der anglo-amerikanischen Literatur nieder. So erscheint in einem Buch mit dem Titel „The Story of Telecommunications" die Geschichte der Telegrafie zunächst ganz allgemein, dann aber speziell zu den USA unter der Rubrik „Birth of Our Telegraph System".[21] Nicht minder national orientiert erscheinen die Darstellungen zur Telegrafie im Britischen Empire. Hier hat vor allem der Mythos um die „All-Red-Line" das

15 Donald Read, The Power of News. The History of Reuters, 1849–1989. Oxford 1992, S. 40-67.
16 Milton Israel, Communications and Power. Propaganda and the Press in the Indian Nationalist Struggle, 1920–1947. Cambridge 1994, S. 20-23.
17 Chandrika Kaul, Reporting the Raj. The British Press and India, c. 1880–1922. Manchester / New York 2003, S. 43.
18 Roland Wenzelhuemer, The development of telegraphy, 1870–1900: A European perspective on a world history challenge, in: History Compass 5 (2007) S. 1-23.
19 Ders., The dematerialization of telecommunication: Communication centres and peripheries in Europe and the world, 1850–1920, in: Journal of Global History 2 (2007), S. 345-72.
20 Es ergäbe durchaus Sinn, für Brasilien und Japan einen Vergleich anzustellen.
21 George P. Oslin, The Story of Telecommunications. Macon 1992, Kap. 6, S. 73-88.

Narrativ unter jingoistischer Schwerpunktsetzung bestimmt, bis die Geschichte um die exklusiv britisch kontrollierte Telegrafenleitung rund um den Globus am Ende des 20. Jahrhunderts entzaubert wurde.[22] Indessen finden solche Narrative ihre Fortsetzung in der Gegenwart, wenn die Geschichte der Telegrafie als die des Verlegens von Kabeln, meist unter Wasser, in messbaren Kilometer-Einheiten präsentiert wird.[23]

Inzwischen hat eine Studie jedoch nachgewiesen, dass nicht Kontrolle durch nationale oder / und imperiale Regierungen das entscheidende Kriterium bei der Geschichte der Telekommunikation war, sondern dass es die inter- und transnational operierenden Kartelle der Telegrafengesellschaften waren, die sich die Märkte weltweit aufteilten. Regierungen konnten allenfalls versuchen, nationale Interessen zu wahren, aber selbst hier war der Handlungsrahmen eng gesteckt.[24] Über diesen Sachverhalt kann auch nicht hinwegtäuschen, dass auf den Internationalen Konferenzen zur Telekommunikation – die erste fand in Paris im Jahr 1865 statt, gefolgt von weiteren in Wien (1868), Rom (1871), Sankt Petersburg (1875) und schließlich Madrid (1932) – Richtlinien zum internationalen Telegrafieverkehr, Tarifen, zulässigen Sprachen, Präferenzen etc. verhandelt wurde und damit die ordnungspolitischen Rahmenbedingungen geschaffen wurden.[25] Trotz des Anspruchs, internationale Vereinbarungen zu treffen, war nicht zu übersehen, dass bei der Verlegung des Azorenkabels zu Beginn des 20. Jahrhunderts, welches das Deutsche Reich 'direkt' mit dem amerikanischen Kontinent verband, nicht einmal Großbritannien gegen die Macht der Kartelle angehen konnte, wenn diese zielstrebig ihre Interessen verfolgten.[26] Von einer solchen Warte zeigt sich, dass eine nationalstaatliche Herangehensweise an die Geschichte der Telekommunkation keinen erkenntnistheoretischen Mehrwert erzeugen kann.

Und schließlich sei noch auf einen letzten, vielleicht den wichtigsten Aspekt verwiesen. Bislang ist die Geschichte der 'modernen' Telekommunikationsmittel fast ausschließlich als diejenige des technischen Fortschritts geschrieben worden, messbar in verlegten Kabelkilometern, gesendeten und empfangenen Telegrammen, gebauten Telegrafenstationen, installierten Telefonanschlüssen und anderen statistisch auflistbaren Größen. Kaum Beachtung haben hingegen die sozialen Auswirkungen der Telegrafie und des Telefons gefunden. Da in den USA das Telefon, im Unterschied zum Rest der Welt – sieht man einmal vom Deutschen Reich ab –, schnell zum allgemeinen Kommunikationsinstrument avancierte, liegen zumindest ein Sammelband und eine einschlägige Monogra-

22 Zur imperialen Telegrafenleitung siehe z. B. Hoskin, British Routes to India, S. 394. Zur Entmytifizierung Robert W. D. Boyce, Imperial dreams and national realities: Britain, Canada and the struggle for a Pacific telegraph cable, 1879–1902, in: English Historical Review 115 (2000), S. 39-70.

23 Vgl. z. B. Headrick, The Invisible Weapon (Anm. 12). Hier werden lediglich zeitgenössische Datensammlungen, wie sie beispielsweise in den "Annual Reports on the Posts and Telegraphs of India" [BL: IOR] über Jahrzehnte bereitgestellt werden, neu geordnet, ohne dass einer historischen Fragestellung nachgegangen wird.

24 Dwayne R. Winseck / Robert M. Pike, Communication and Empire. Media, Markets, and Globalization, 1860–1930. Durham / London 2007.

25 George A. Codding, The International Telecommunication Union. An Experiment in International Cooperation. Leiden 1952.

26 Winseck / Pike, Communication and Empire (Anm. 24), S. 90.

fie zum Thema vor.[27] Zu Britisch-Indien ist kürzlich der nahezu landesweite Streik des indischen Telegrafenamt-Personals von 1908 Gegenstand einer wissenschaftlichen Untersuchung geworden, die belegt, dass das Thema Telekommunikationsmittel durchaus von gesellschaftspolitischer Relevanz ist – nicht nur in Bezug auf das Internet.[28] Auch die Frage, inwieweit in Britisch-Indien die Telegrafie, wie auch anderswo auf der Welt, mit zur Entwicklung einer kritischen Öffentlichkeit bis hin zur Unabhängigkeitsbewegung beigetragen hat, ist in diesem Kontext zu berücksichtigen.[29]

Vor diesem Hintergrund drängt es sich geradezu auf, einen genaueren Blick auf die Entwicklung der Telegrafie in Südasien, genauer: Britisch-Indien, zu werfen. Mit Hilfe eines solchen Perspektivwechsels wird erstens nicht nur auf ein polyzentrisches Geschichtsverständnis verwiesen, sondern eine solche Akzentsetzung dient in erheblichem Maße dazu, die Geschichte der 'modernen' Telekommunikation neu zu betrachten. Der Ansatz aus den „Area Studies" vermag hier einen globalgeschichtlichen Paradigmenwechsel zu initiieren. Zweitens erfordert die geänderte Sichtweise bzw. die Einbeziehung Südasiens in die Geschichte der globalen Vernetzung eine neue Periodisierung der Telekommunikationsgeschichte, wie sie am Ende des Artikels vorgestellt wird. Um vorneweg mit einem weiteren Stereotyp zu brechen, sei an dieser Stelle betont, dass nicht erst die Telegrafie und die Verlegung der Hochseekabel eine Beschleunigung in der Übermittlung von Nachrichten eingeleitet hat. Jüngste Untersuchungen zeigen, dass bereits zwischen 1820 und 1860, also noch vor der Verlegung der ersten großen Unterwasserkabel, mit den ersten Dampfschiffen sich die Passage zwischen New York und London von drei auf gut eine Woche reduzierte, diejenige zwischen Calcutta von 145 Tagen auf 39 fiel – und das noch vor Eröffnung des Suez-Kanals – und die Zahl der Transporttage von Rio de Janeiro nach London von 76 auf 28 sank. Im Durchschnitt ging die Dauer der maritimen Postfracht während des genannten Zeitraumes um die Hälfte zurück.[30] Das Narrativ der angeblich so plötzlichen Beschleunigung von Informationsübermittlungen mit Einführung des Telegrafen muss also zumindest eingeschränkt werden, ohne dabei die revolutionären Veränderungen durch ihn abstreiten zu wollen.

2. Zwischen Atlantik und Pazifik: Installation der Telegrafie in Britisch-Indien

Bereits zu Beginn des 19. Jahrhunderts kam aus Britisch-Indien der Vorschlag, subkontinentale Kommunikationsstränge anzulegen, die sich technisch am zeitgenössischen Se-

27 Ithiel de Sola Pool (Hg.), The Social Impact of the Telephone. Boston 1977; Claude S. Fischer, America Calling. A Social History of the Telephone to 1940, Berkeley / Los Angeles / London 1992.

28 Deep Kanta Lahri Choudhury, A Social and Political History of the Telegraph in the Indian Empire, c. 1850–1920. Ph.D thesis, Cambridge University 2003 [classwork PhD. 26 344]; Ders., India's first virtual community and the Telegraph General Strike of 1908, in: International Review of Social History 48 (2003), Supplement 11, Uncovering Labour in Information Revolutions, 1750–2000 (hg. von Aal Blok and Greg Downey), S. 45-71.

29 Der Verfasser bearbeitet gegenwärtig ein DFG-Projekt zu diesem Thema („Telegrafie und Öffentlichkeit in Britisch-Indien, ca. 1830–1950").

30 Yrjö Kaukiainen, Shrinking the world: Improvements in the speed of information transmission, c. 1820–1870, in: European Review of Economic History 5 (2001), S. 1-28.

maphor-System des napoleonischen Frankreich orientierten.[31] Doch die Initiative fand bei den Mitgliedern der Entscheidungsgremien in London kein Gehör, zu sehr war man mit den politisch-militärischen Ereignissen in Europa beschäftigt.[32] Erst in den 1830er Jahren tauchten schließlich neue Pläne zur Installation des Telegrafen in Britisch-Indien auf. Wie einleitend bemerkt, war der Wissensstand um die elektromagnetische Übertragung von Impulsen in den Fachkreisen annähernd gleich hoch. Bisweilen schienen jedoch Forscher und Entwickler auch ohne das Wissen ihrer Kollegen an denselben Problemen zu arbeiten und dabei zu ähnlichen Ergebnissen zu kommen, so auch im Fall der 'indischen' Erfindungen. Hier war es zunächst Adolphe Bazin, der 1838 der *Royal Asiatic Society of Bengal*, die nach zeitgenössisch-europäischem Verständnis die damals einzig akademisch-wissenschaftliche Institution in Britisch-Indien war, vorschlug, eine Telegrafenleitung zu konstruieren. Doch der Vorschlag wurde abgewiesen, weil William O'Shaughnessy das Vorhaben als ein nicht realisierbares System erachtete.

William B. O'Shaughnessy hatte 1829 seinen Abschluss von der *Medical School*, University of Edinburgh erhalten, woraufhin er für zunächst vier Jahre als Chirurg in Diensten der *East India Company* nach Indien ging. 1835 wurde er Professor der Chemie am *Medical College* in Calcutta, seit 1837 war er Mitglied und bald darauf auch Vorsitzender der Royal Asiatic Society of Bengal.[33] Kurz nach seiner Ankunft in Calcutta begann O'Shaughnessy mit Experimenten zu Elektromagnetismus und Telegrafie.[34] Aus perönlichem Ehrgeiz nutzte O'Shaughnessy seine Position in der *Royal Asiatic Society* dazu, seinen potenziellen Rivalen aus dem Feld zu schlagen. Der Wetteifer seitens der Forscher hatte bereits kurios-groteske Züge angenommen bzw. sollte solche annehmen. Hintergrund dessen war unter anderem die Patentierung und damit die wirtschaftliche Verwertung von Erfindungen, die zu persönlichen, bald aber auch nationalen Wettläufen um Erfindungen führte. Zu beachten ist, dass Patente nur auf nationalem Boden angemeldet werden konnten, wozu Kolonien nicht zählten, was einer der wesentlichen Gründe sein dürfte, warum die Erfindung des Telegrafen durch O'Shaughnessy international nicht zur Kenntnis genommen wurde.[35] In jedem Fall aber ist die Geschichte um die Patentierung des Telegrafen respektive seiner unterschiedlichen Systeme nur eines von

31 Dieses beruhte auf der Technologie, wie sie Claude Chappe am Ende des 18. Jahrhunderts erfunden und installiert hatte. Von ihm stammt auch die Namengebung „Telegraph", siehe Claude Chappe, Beschreibungen und Abbildungen des Telegraphen oder der neuerfundenen Fernschreibmaschine in Paris. Leipzig 1794.

32 Robert M. Sheaman, Copy of a Plan for a Day and Night Telegraph, and proposed for general communication of intelligence throughout India […]. London [1807].

33 Choudhury, "Beyond the reach of monkeys and men"? (Anm. 8), S. 334-6.

34 Mel Gorman, An early electric motor in India, in: Technology and Culture 9,2 (1968), S. 184-214 und ders., Sir William O'Shaughnessy (Anm. 8), S. 581-601, bes. S. 582-4.

35 Das Patentrecht geht auf das englische „Statute of Monopolies" aus dem Jahr 1624 zurück und hat sich bis zur nationalen Kodifizierung, so im Deutschen Reich 1877, in modifizierter Weise in den USA und auf dem europäischen Kontinent weiter entwickelt. Siehe Peter Kurz, Weltgeschichte des Erfindungsschutzes. Erfinder und Patente im Spiegel der Zeiten. Zum hundertjährigen Jubiläums des Gesetzes betreffend die Patentanwälte vom 21. Mai 1900. Köln u. a. 2000.

zahlreichen Beispielen der national-historiografischen Inwertsetzung von persönlichem Ehrgeiz und Erfolg.[36]

Im Jahr 1839 gelang O'Shaughnessy die erste erfolgreiche Demonstration seines Telegrafen, dessen Leitung rund 20 Kilometer lang war und dabei durch den Hugli, an dem Calcutta liegt, verlegt wurde. Damit gehört O'Shaughnessy zu den Pionieren bei der Entwicklung von Unterwasserkabeln.[37] Ebenso wie in Großbritannien und den USA war die Regierung in Britisch-Indien zunächst wenig überzeugt von dem neuen Kommunikationsmittel, was mit einer gewissen „technologischen Inertia" erklärt wird.[38] So musste auch O'Shaughnessy erfahren, auf staatliche Unterstützung nicht hoffen zu können. Zudem war es für O'Shaughnessy nachteilig, dass seine Erfindung über den akademischen Zirkel der *Royal Asiatic Society of Bengal* nicht hinausreichte. Diese mangelnde Beachtung sollte sich jedoch schlagartig ändern, als der neue Generalgouverneur James Earl Dalhousie 1848 (bis 1856) sein Amt antrat. Er gilt als einer der radikalsten Modernisierer Britisch-Indiens, denn während seiner Amtszeit wurden die Streckennetze von Eisenbahn und Telegrafie zügig ausgebaut.[39] Hintergrund dieser Entschlossenheit war die Tatsache, dass Dalhousie als Mitglied des englischen Parlaments von 1843–1845 Vizepräsident des *Board of Trade* und im darauf folgenden Jahr dessen Präsident war und während dieser Zeit Einblick in die Probleme der damaligen „railway-mania" Großbritanniens erhielt.

Beide Kommunikationsmittel betrachtete Dalhousie als unverzichtbare Instrumente der Machtausübung und Herrschaftsabsicherung. Er gehörte zu den großen Expansionisten in Südasien während des gesamten 19. Jahrhunderts. Unter seiner Generalgouverneurschaft wurde das Königreich der Sikhs im Panjab annektiert und damit die Grenze Britisch-Indiens bis nach Afghanistan vorgeschoben. Im Westen des Subkontinents annektierte er „Lower Burma", das anschließend systematisch zur Reiskammer Südasiens ausgebaut wurde. Britisch-Indien spannte sich nun vom Indus bis zum Irawaddy. Um ein solches Territorium effektiv zu beherrschen und zugleich abzusichern, förderte Dalhousie den Ausbau von Transport- und Kommunikationsmitteln gleichermaßen.[40] Nach-

36 Als analoges Beispiel des instrumentalisierten Patenwettlaufs mag die persönliche wie nationale Rivalität zwischen Robert Koch und Louis Pasteur gesehen werden, bei dem der Ehrgeiz der renommierten Mediziner vor den jeweiligen nationalen Prestigekarren gespannt wurde, siehe Michael Mann, Kolonialismus in den Zeiten der Cholera: Zum Streit zwischen Robert Koch, Max Pettenkofer und James Cuningham über die Ursachen einer epidemischen Krankheit, in: Comparativ 15 (2005) 5/6, S. 80-106.

37 William B. O'Shaughnessy, Memoranda relative to the experiments on the communication of Telegraphic Signals by induced electricity, in: Journal of the Royal Asiatic Society of Bengal, September 1839, S. 713-41.

38 Darunter ist die generell zögerliche Haltung von Regierungen und anderen öffentlichen Institutionen gegenüber technischen Neuerungen zu verstehen, die verhindert, dass solche Errungenschaften zügig implementiert werden, siehe Joel Mokyr, Technological inertia in economic history, in: Journal of Economic History 52,2 (1992), S. 325-38. Für den Telegrafen wird ins Feld geführt, dass beispielsweise die Mitglieder des us-amerikanischen Congress die Technik schlicht nicht verstanden, siehe Menahem Blondheim, News Over the Wires. The Telegraph and the Flow of Public Information in America, 1844–1897. Cambridge Mass. 1994, S. 31-3.

39 Zaheer Baber, The Science of Empire. Scientific Knowledge, Civilization and Colonial Rule in India. Delhi u. a. 1998, S. 207.

40 Daniel Thorner, Investment in Empire. British Railway and Steam Shipping Enterprise in India, 1825–1849. Philadelphia 1950. Ian J. Kerr, Building the Railways of the Raj, 1850–1900. Delhi u. a. 1997, S. 16-43.

dem schließlich 1850 der Aufsichtsrat der *East India Company* seine Zustimmung zum Aufbau eines Telegrafensystems gegeben hatte, beauftragte der begeisterte Generalgouverneur O'Shaughnessy mit der zügigen Umsetzung der zuvor ausgearbeiteten Pläne.[41] Dalhousie selbst betrachtete den Telegraf als nationales (freilich britisches) Experiment und als eine Investition in das Empire, um hier mehr Einheitlichkeit in der Verwaltung und Einheit bei der Machtausübung zu erreichen.[42]

Am Ende der Amtszeit Dalhousies war die Basis des Telegrafiesystems in Britisch-Indien aufgestellt. Prinzipiell folgte es (zunächst) den Eisenbahnlinien, um hier unter anderem die Kommunikation zwischen den Zügen zu optimieren.[43] Da das Eisenbahnnetz an den bestehenden Kommunikationswegen des Mogul-Reiches orientiert war, verstärkten die Telegrafenlinien dieses alte Muster, das sich in Form eines „Z" über den gesamten Subkontinent erstreckte. Es reichte von Calcutta das Gangestal hinauf bis über den Panjab hinaus nach Peshawar, hatte bei Agra (südlich von Delhi) einen Abzweig nach Bombay, und von dort verliefen die Leitungen quer über das zentralindische Plateau nach Madras. Alle wesentlichen wirtschaftlichen und militärischen Zentren der Briten waren somit verbunden.[44] Bereits in den 1860ern verknüpfte die neue imperiale Infrastruktur, bestehend aus Eisenbahn, Straßen und den Telegrafenlinien, etwa 175 britische Cantonments (so die Bezeichnung der militärischen Stützpunkte in Britisch-Indien).[45] Im Verlauf der folgenden Jahrzehnte wurden die rudimentären Verbindungen zu einem tatsächlichen Netzwerk ausgebaut, das selbst kleinere Orte, die nicht an den Hauptverkehrsstraßen lagen, anschloss.[46] Schließlich bildeten in den 1930er Jahren Telegrafen- und Eisenbahnlinien das dichteste Kommunikationsnetzwerk außerhalb der USA und des westlichen Europa.[47]

Mit dem Bau der ersten Telegrafenleitungen kam in England sogleich der Gedanke auf, Britisch-Indien so schnell wie möglich mit der Zentrale des Empires zu verbinden. 1857 brachte eine der führenden britischen Zeitungen, „The Observer", einen Artikel über

41 Siehe J. G. A. Baird (Hg.), Private Letters of the Marquess of Dalhousie. Edinburgh/London 1910, Letter: Dak Bungalow, Kyrasole, April 16th, 1850, S. 117-22, bes. S. 119 und Letter: Government House, March 30th, 1854, ebenda., S. 292-4, bes. S. 293. Eine frühe Darstellung zum Telegrafenbau bietet P. V. Luke, Early history of the telegraph in India, in: Journal of the Institution of Electrical Engineers (London), 20 (1891), S. 109-28, bes. S. 104-111.

42 Baird (Hg.), Private Letters of the Marquess of Dalhousie, Letter: Government House, March 30th, 1854, S. 332. Siehe auch Gorman, Sir William O'Shaughnessy (Anm. 8), S. 584-5 und Eric Stokes, The English Utilitarians and India. Oxford 1959; Delhi u. a. 1982, S. 251.

43 Hier orientierte man sich ganz direkt an den Erfahrungen aus Großbritannien, siehe Marland, Early Electrical Communities (Anm. 7), S. 99-132.

44 Choudhury, "Beyond the reach of monkeys and men" (Anm. 8), S. 349. Gorman, Sir William O'Shaughnessy (Anm. 8), S. 589-95.

45 Anthony D. King, Colonial Urban Development. Culture, Social Power and Environment. London 1976, S. 182.

46 Siehe die Karte „India. Railways, Telegraphs, Navigable Canals and Irrigation" in 3 sections, im Anhang von George W. MacGeorge, Ways ands Works in India, Being an Account of the Public Works in that Country from the Earliest Times up to the Present Day. Westminster 1894.

47 Zur Telegrafie siehe Annual Report Posts and Telegraphs for the Year 1932–33. Government of India Press: New Delhi 1934, Appendix XIV "Growth of Telegraph Department and its operations from 1854-55 to 1932-33", S. 84-5 [BL: IOR]. Zur Eisenbahn siehe Map 7.1 Railways in 1931, John Hurd, 'Railways', in: Ian J. Kerr (Hg.), Railways in Modern India. Delhi u. a. 2001, S. 147-72, bes. S. 154. Im Jahr 1946-47 umfasste das Eisenbahnnetz 60,217 km, siehe ebenda S. 149.

„The Mediterranian and the Indian Telegraphs", worin geradezu euphorisch festgehalten wurde, dass „when the British and Continental and Indian Submarine Telegraph systems meet at Seleucia, the east and the west will be united."[48] Doch die ersten Versuche, ein Hochseekabel über den Persischen Golf nach Südasien zu verlegen scheiterten ebenso wie die transatlantischen Versuche.[49] Schließlich wurde 1865 die erste funktionierende Telegrafenverbindung zwischen London und Calcutta über eine Kombination von Überland- und Unterwasserkabeln zuwege gebracht, gefolgt vom ersten transatlantischen Kabel im Jahr darauf.[50] Unter den Zeitgenossen fand die Verbindung Indiens mit Europa mehr Resonanz als späterhin in der Historiografie.[51] Obwohl politische, vor allem aber finanzielle und kommerzielle Kreise beide ozeanischen Verbindungen nachdrücklich forderten und förderten, fand die 'östliche' Verbindung auch deshalb weniger Beachtung, weil sie keine direkte war. Neben einigen europäischen Ländern verlief die Telegrafenleitung auch durch das Osmanische Imperium,[52] was per se als ein Unsicherheitsrisiko galt, allzumal es zu häufigen Übertragungs- und Übermittlungsfehlern kam.[53]

Schließlich sollte die *Indo-European Telegraph Line*, die zwischen 1868 und 1870 verlegt wurde und bis 1931 in Diensten war, die anhaltenden Übertragungsprobleme zufriedenstellend lösen. Konstruiert wurde die Leitung von der Telegraphen-Bauanstalt Siemens & Halske, die bereits in den 1850er Jahren eine Verbindung von Berlin bis an die Küste des Schwarzen Meeres verlegt hatte. Von hier aus schien es nur vernünftig, die Linie weiter über Teheran nach Bushahr und den Persischen Golf zu verlängern, um hier an die existierenden Unterwasserkabel anzuschließen. Zusammen mit seinen Brüdern Carl und Wilhelm, die Zweigstellen des Unternehmens in St. Petersburg und London unter-

48 The Observer, October 18, 1857.

49 Der erste Plan einer Land-Wasser-Verbindung zwischen Europa und Südasien stammte aus dem Jahr 1845. Doch aus ihm wurde nichts, siehe Satpal Sangwan, Science, Technology and Colonisation. An Indian Experience, 1757–1857. Delhi 1991, S. 92. Erneut tauchten dann Pläne zur direkten Telegrafenverbindung 1856 auf, die von der European and Indian Junction Telegraph Co., Ltd vorgebracht wurden, siehe Hoskins, British Routes to India (Anm. 6), S. 374-6. J. M. Adams, Development of the Anglo-Indian telegraph, in: Engineering Science and Education Journal 10 (1997), S. 140-48. Christina P. Harris, The Persian Gulf Submarine Telegraph of 1864, in: Geographical Journal 135,2 (1969), S. 169-90.

50 Zu Indien siehe Hoskins, British Routes to India (Anm. 6), S. 376-97 sowie die spät-zeitgenössische Darstellung von Charles Bright, Submarine Telegraphs. Their History, Construction, and Working. London 1898, reprint New York 1974.

51 Frederic J. Goldsmith, Telegraph and Travel. A Narrative of the Formation and Development of Telegraphic Communication between England and India. London 1874.

52 Die Istanbul-Anatolia-Aleppo-Mesopotamia-Fao-Verbindung folgte dem seit dem Altertum bekannten Handelsweg, siehe Thomas Riis, Die Frage der „India Mail" 1830–1870, in: Stephan Conermann (Hg.), Der Indische Ozean in historischer Perspektive. Hamburg 1998, S. 261-9, bes. S. 261-4.

53 Railway and Electric Telegraph Department. No. 2 Telegraphs 1860; No. 3 Telegraphs 1861; No. 4 Telegraphs 1862; No 5. Telegraphs 1863 and No. 6 Telegraphs 1864. Die Convention Telegraphique zwischen Großbritannien und dem Osmanischen Reich wurde nach langjährigen Verhandlungen schließlich am 6. September 1864 unterzeichnet. Das Konstruktionsmaterial wurde ausschließlich aus Großbritannien geliefert, siehe ebenda No. 7 Telegraphs 1865 [BL: IOR]. Allerdings ließ sich der Sultan damit nicht das Heft des Handelns aus den Händen nehmen, denn er bestand auf dem eigenen Betrieb der Leitung wie der Telegrafenämter und damit der Kontrolle über das neue Kommunikationsmedium, siehe Yakub Bektas, The Sultan's messenger: Cultural constructions of Ottoman telegraphy, 1847–1880, in: Technology and Culture 41,4 (2000), S. 669-96 – was wohl das eigentliche „Sicherheitsrisiko" darstellte.

hielten, gründete Werner Siemens mit einigen britischen Unternehmern die *Indo-European Telegraphy Company*. Neben der soliden Finanzierung interessierte Werner Siemens vor allem die technische Verbesserung der Übertragung, beispielsweise der Telegrafenmasten, die er aus Gusseisen hatte herstellen und umgehend patentieren lassen: Besonders aber beschäftigte Werner Siemens die Erhöhung der Übertragungsgeschwindigkeit. Tatsächlich war die eurasische Landlinie um die Jahrhundertwende die schnellste und zuverlässigste. 1899–1900 dauerte ein Telegramm von Calcutta nach London via Osmanisches Imperium (Karachi-Fao-Konstantinopel) 35 Stunden, via Mittelmeer-Linie (die von der *Eastern Telegraph Company* betrieben wurde) 117 Minuten, und über die Siemens-Verbindung (*Indo-European Telegraph Company*) nur 74 Minuten.[54]
Obwohl die Briten die Mittelmeer-Rote Meer-Verbindung ab 1870 betrieben und damit eine Telegrafenleitung nach Südasien bis auf die Landverbindung zwischen Alexandria und Suez kontrollierten, floss Ende des 19. Jahrhunderts nahezu die Hälfte aller Telegramme zwischen Großbritannien und Britisch-Indien über die angeblich unsichere und unkontrollierbare Siemens-Linie. Diese Geschichte belegt nicht nur den Wandel eines kleinen Unternehmens wie Siemens & Halske innerhalb weniger Jahrzehnte zu einem international operierenden Konzern, der seine Reputation vor allem über die permanente technische Verbesserung, sprich: Modernisierung der Telegrafie-Technologie samt Maschinen und Material erhielt, sondern auch die Transnationalität der Telekommunikation, die an schneller Übertragung von Nachrichten und offensichtlich nicht an nationalen Sicherheitsbedürfnissen interessiert war.[55] Die Siemens-Telegrafenlinie ist obendrein ein luzides Beispiel für die internationale Verflechtung von Kapital und Kompetenzen, wie sie im Rahmen des Globalisierungsprozesses ab der Mitte des 19. Jahrhunderts verstärkt zu beobachten war. Bemerkenswert ist zudem, dass trotz aller (angeblichen) Bemühungen um eine ausschließlich durch Briten kontrollierte Telegrafenverbindung nach Britisch-Indien im Jahr 1875 zehn verschiedene Telegrafenleitungen von Europa nach Südasien verliefen, ohne dass britische Sicherheitsinteressen gefährdet schienen.[56]

3. Das Trans-Pazifik-Kabel und der weltweite Verfall der Telegramm-Tarife

In wirtschafts- und finanzpolitischer Hinsicht war eine national-imperial kontrollierte Telegrafenleitung folglich uninteressant. Allerdings drängte die kanadische Regierung seit 1879 auf eine Pazifik-Verbindung nach Australien. In London betrachteten Regierung und Admiralität solche unabhängigen Verbindungen ungern, befürchtete man doch, die Linie nach Australien werde die Zentrale des Imperiums, durch die der Großteil der

54 Public Works Department. Memorandum by Director-in-Chief, Indo-European Telegraph Company. 18 March 1901. Appendix B, 4 [BL: IOR].

55 Elisabeth Bühlmann, La ligne Siemens. La construction du télégraph indo-européen 1867–70, Bern u. a. 1999, siehe bes. Teil 1, S. xxii-xxiv; sowie S. 11-53 und S. 87-107.

56 Vergleiche hierzu die ausgezeichnete Karte, die als Anhang in Hoskins, British Routes to India (Anm. 6) beigefügt ist.

weltweiten Telegrafiekommunikation ging, die monopolartige Position an das ohnehin schon aufstrebende New York verlieren.[57] Das Kabel-Kartell, das sich bekanntlich die Welt in Einflussbereiche aufgeteilt hatte, war über die Pläne zu dieser neuen Verbindung ebenfalls alarmiert, befürchtete es doch den weltweiten Fall der Telegramm-Tarife. Nicht zu unrecht, denn allein die Verhandlungen über die Verlegung ließ die Preise innerhalb eines Jahrzehnts einbrechen.[58] Diese Preisentwicklung schürte die Forderung nach allgemein niedrigen Tarifen innerhalb des Britischen Empires.[59] Die konservative Regierung, die in England 1895 gebildet wurde, rückte ihrerseits imperiale Ambitionen in den Vordergrund, vor allem nachdem US-Präsident McKinley 1899 hatte verlauten lassen, dass sich die USA nicht mehr auf „ausländische" Telegrafenleitungen verlassen und ab jetzt eine nationale Politik der Telekommunikation betreiben wolle. Auch beinflussten der Buren-Krieg / Südafrikanischer Krieg (1899–1900) und der Boxer-Krieg (1900–1902) die Entscheidung zu Gunsten der „All-Red-Line", so dass das Pazifikkabel schließlich 1902 fertiggestellt wurde.[60]

Obwohl die Tarife für Telegramme auch nach der Installation des Pazifik-Kabels fielen, empfahl die erste *Imperial Press Conference*, die 1909 in London stattfand, weitere Preissenkungen. Die Kabelgesellschaften, die britische sowie diverse koloniale Regierungen einigten sich auf eine einheitliche Rate von neun Pence pro Wort zwischen Großbritannien, Britisch-Indien, Australien und Südafrika.[61] Doch erst nach der zweiten *Imperial Press Conference*, die wegen des Ersten Weltkrieges mit Verzögerung 1920 in Ottawa

57 Zur herausragenden Stellung Londons als weltweitem Kommunikationsknotenpunkt siehe Roland Wenzelhuemer, London in the global telecommunication network of the nineteenth century, in: New Global Studies 3,1 (2009) Article 2, 32 S. http://www.bepress.com/ngs/vol3/iss1/art2, gesehen am 23. April 2009.

58 Thomas Lenschau, Das Weltkabelnetz. 2. Aufl., Frankfurt a. M. 1908, S. 59 zeigt den dramatischen Preisverfall in Mark an:

	1. July 1890	1 July 1902	1 July 1908
Pernambuco	6.30 Mark	3.10 Mark	3.10 Mark
Peru	8.55	5.95	5.95
Martinique	11.50	5.30	5.30
British Guyana	14.70	7.20	7.20
Lagos	9.25	6.80	5.10
Mombasa	8.00	3.10	2.60
British-India	4.10	2.60	2.05
Hong Kong	7.30	5.60	4.55
New Zealand	10.75	3.35	3.10

Eine ähnliche Statistik für die Jahre 1890, 1895 und 1902 geben Winseck and Pike, Communication and Empire (Anm. 24), S. 147, Hintergrundinformationen dazu S. 146-50.

59 1901 verhandelte die britisch-indische mit der russischen Regierung wegen der Reduzierung der Telegramm-Tarife, allerdings vergeblich, denn das russische Finanzministerium fürchtete nicht zu unrecht, dass es zu erheblichen Einkommensausfällen in der eigenen Staatskasse kommen würde. Siehe Public Works Department. File 456 A, To His Excellency the Right Honorable the Government of India in Council, India Office, London, 15th February 1901, Telegraph No. 3. [BL: IOR]

60 Robert W. D. Boyce, Imperial dreams and national realities: Britain, Canada and the struggle for a Pacific telegraph cable, 1879–1902, in: English Historical Review 115 (2000), S. 39-70.

61 Administration Report of the Indian Telegraph Department for the Year 1909–10. Simla 1910, S. 8. [BL: IOR]

abgehalten wurde, fielen die Tarife tatsächlich, besonders die in Britisch-Indien.[62] Das Trans-Pazifik-Kabel löste in der Tat einen massiven Preiskampf aus, der weltweit ausgefochten wurde. Nachdem die *Imperial Pacific Cable Company* 1902 Dumping-Tarife angeboten hatte, sah sich die bis dahin marktbeherrschende *Eastern Extension Commany* veranlasst, ebenfalls die Preise zu senken. 1904 war schließlich auch die britisch-indische Regierung gezwungen, ihre staatsmonopolistische Tarifpolitik aufzugeben um so den Informationsfluss innerhalb des Britische Empires zu erleichtern. Dazu wurden eigens Tarif-Vereinbarungen mit den britischen Kolonien im östlichen und südlichen Afrika getroffen.[63]

Um die Einnahmenausfälle auszugleichen, die nicht über ein zunächst erwartetes höheres Telegrammaufkommen kompensiert wurden, sollten die Löhne herabgesetzt und die Arbeitszeiten verlängert werden. Die angekündigten Maßnahmen lösten 1907 beim Personal der *Western Telegraph Union*, dem Monopolisten in den USA, sowie 1908 in Britisch-Indien Streiks beim Telegrafen-Personal aus.[64] Im Zuge der Streiks wurden schließlich die Löhne gesenkt, Personal umfangreich entlassen und in einigen Bereichen die Automatisierung des Übertragungsprozesses eingeführt.[65] In Britisch-Indien, wo die Regierung die subalternen indischen Angestellten entließ, bedienten vorübergehend britische Soldaten die Telegrafenämter.[66] In Calcutta wurden erstmals Frauen als Telegrafistinnen eingestellt, freilich zu geringeren Löhnen als ehedem die Männer.[67] Bei der Western Telegraph Union ist die gleiche „konsequente" Politik zu beobachten.[68] Neben der rigiden Tarif-Politik ist vor allem der umfangreiche Austausch des teuren männlichen

62 Kaul, Reporting the Raj (Anm. 17), S. 37-41. Table 2.3 Cable Rates to India, per word, 1908 und 1923, S. 40:

Ordinary / Press 1908		Ordinary / Press 1923	
2s 0d	1s 0d	1s 8d	0s 4d

63 Public Works Department. Reduction of Rates between India and Africa, File No. 493.1, July 1903-January 1929. Letters of 11th April 1906, 7th March 1906 and 8th May 1906. [BL: IOR]

64 Auch im Deutschen Reich sind die Tarife gesenkt worden, und ebenso wie in den USA und Britisch-Indien ist auch hier das Personal ab 1902 durch billigere Arbeitskräfte ersetzt worden, um den Einnahmeverlust auszugleichen. Da deutsche Beamte, und das waren die meisten Telegrafisten, nicht streiken durften, ist über Proteste zumindest in der Fachliteratur nichts bekannt. Siehe: Das deutsche Telegraphen-, Fernsprech- und Funkwesen 1899–1924, S. 11.

65 Die Geschichte des Telegrafenstreiks ist ausgiebig bearbeitet worden von Deep Kanta Lahri Choudhury, Sinews of panic and the nerves of empire: The imagined state's entanglement with information panic, India c. 1880–1912, in: Modern Asian Studies 38,4 (2004), S. 965-1002, bes. S. 986-7, 992-3, 996. Ders., India's first virtual community (Anm. 28) und Ders., Treason of the clerks. Sedition and representation in the Telegraph General Strike of 1908, in: Chrispin Bates (Hg.), Beyond Representation. Colonial and Postcolonial Constructions of Indian Identity, Delhi u. a. 2006, S. 300-21. Allerdings entgeht dem Verfasser die transnationale Verflechtung und damit der Umstand, dass der Telegrafisten-Streik Teil einer globalen Entwicklung bzw. globaler Zusammenhänge war.

66 Seit 1868 wurden zahlreiche Soldaten in den Cantonments zu Telegrafisten ausgebildet, um in Notfall sofort die Telegrafenämter besetzen und die Kommunikation aufrecht erhalten zu können. Administration Report of the Telegraph Department for the Year 1867–68 to 1870–71. Office Superintendent Government Printing [BL: IOR], S. 14.

67 Administration Report of the Indian Telegraph Department for the Year 1907–08. Simla 1908, S. 3-4 [BL: IOR].

68 The Telegraph Strike At Chicago, First, The New York Times, June 15, 1907. http://query.nytimes.com/gst/abstract.html. Siehe v.a. Charles Craypo, The impact of changing corporate structure and technology on telegraph labor, 1870–1978, in: Ders. (Hg.), Labour Studies Journal 3,3 (1979), Special Issue: The Impact on Labour of Changing Corporate Structure and Technology), S. 283-304, bes. S. 291-295. In den USA waren Ende der 1920er Jahre 75 Prozent der männlichen Telegrafisten durch weibliche Angestellte ersetzt.

gegen das billigere weibliche Personal festzustellen. Meist unverheiratete Frauen werden fortan zum Symbol der Telegrafen- und besonders der Telefonvermittlung.[69]
Die Ereignisse um die Jahrhundertwende zeigen unter globalgeschichtlichen Gesichtspunkten drei neue Trends auf. Zum einen löste die Verlegung des Transpazifik-Kabels nicht primär, wie erhofft, eine Erhöhung des Telegrammaufkommens, sondern, wie befürchtet, einen scharfen Preiskampf unter den Monopolisten aus. Zuvörderst sind hier die *Western Telegraph Union* in den USA und das Telegrafen- und Postamt in Britisch-Indien zu nennen, die beide in ihren jeweiligen Ländern die Preise diktierten. Gerade sie traf es aufgrund des Preiskampfes am härtesten, weshalb sie auch am schärfsten auf den Preisverfall reagierten. In beiden Ländern kam es aufgrund der monopolartigen oder tatsächlichen Monopolstellung zu Streiks, die vor dem Hintergrund einer ökonomischen Krise zu Rationalisierungs- und Einsparungsmaßnahmen seitens der Telegrafengesellschaft bzw. des Telegrafie-Departments führten.
Zweitens scheinen sich gerade um die Jahrhundertwende zwei anscheinend gegenläufige Bewegungen zu verstärken, einmal die Nationalisierung und zum anderen die Internationalisierung. Transnationale Kartellbildungen und internationale Preiskämpfe sind Ausdruck des Letzteren. Die Ausrichtung der Telegrafenleitunge auf nationale Bedürfnisse, so zumindest den offiziellen Verlautbarungen nach, wie auch die Einführung der *Greenwhich Mean Time* (GMT) zur Zeitorientierung in Britisch-Indien am 1. Juli 1905 sind Indikatoren für die politische und wirtschaftliche Synchronisierung des Imperiums, mit dem Telegrafen als ihrem wirkungsvollsten Instrument.[70] Diese wachsende Synchronisierung um die Jahrhundertwende teilte den Globus in Zeitzonen ein, die der Abgleichung von Zugfahrplänen in Kursbüchern (national wie international) diente und die zeitliche Festlegung des Telegrammversands vereinfachte, wodurch weltweite Termingeschäfte, allen voran auf den Finanzmärkten, überhaupt erst möglich wurden.[71]

4. Telegrafie und Nachrichtenagenturen in Britisch-Indien

Im Gegensatz zum Internet und Telefon entwickelte sich die Telegrafie nie zu einem Massenkommunikationsmittel. Da die Leitungen nicht individuell in Häuser und Haus-

69 Brenda Maddox, Women and the switchboard, in: Ithiel de Sola Pool (ed), The Social Impact of the Telephone (Anm. 27), S. 262-80.

70 Iwan R. Morus, "The nervous system of Britain": space, time and the electric telegraph in the Victorian age, in: British Journal for the History of Sciences 33 (2000), S. 455-475, hier S. 464 f. Siehe auch Choudhury, India's first virtual community (Anm. 28), S. 52-3.

71 In der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts wurde der Telegraf generell als Standardisierer und damit auch Nivellierer von Zeit und Raum betrachtet, ein Umstand, der es dem sich herausbildenden Nationalsaat überhaupt erst gestattete, unmittelbar und landesweit zu kommunizieren und mit Hilfe dieses technischen Mittels, neben vielen anderen Mitteln, aus der Bevölkerung ein nationales Volk zu erschaffen. Absprachen zu Zeitzonen wurden weltweit erstmals auf der International Meridian Conference getroffen, die 1874 in Washington D.C. stattfand. Delegierte aus 27 Staaten einigten sich auf 24 Zeitzonen von je 15 Längengraden, ausgehend von GMT. Bis 1929 hatten die meisten Staaten der Welt sich diesem System der Zeitzonen angeschlossen und ihre Landeszeit entsprechend festgelegt. Siehe John B. Thompson, The Media and Modernity. A Social Theory of the Media, Cambridge 1995, S. 33.

halte verlegt wurden, sondern mit einem Telegramm stets der Gang zum Telegrafen- und Postamt verbunden war, stellte allein dieser Umstand ein Hemmnis für die Benutzung des Telegramms durch weite Bevölkerungskreise dar, ganz abgesehen von den recht hohen Gebühren. Die meisten der weltweit versandten Telegramme hatten einen kommerziellen und / oder finanziellen Hintergrund – Börsendaten, Ernteergebnisse und Produktionszahlen, generell Preisentwicklungen aller Art waren der Gegenstand solcher Übermittlungen. Auch in Britisch-Indien, wo der Staat die Telegrafie als Kontroll- und Herrschaftsinstrument betrachtete und für Inder der Zugang zu den Telegrafenämtern in den abgelegenen Cantonments erschwert wurde, bildeten die privaten Telegramme, darunter die von indischen Kaufleuten und Unternehmern, von Anfang an die Mehrheit der Kommunikation.[72] Beschwerden über unzuverlässige, mangelhaft übertragene und teure Telegramme von und nach Europa kamen denn auch zuerst aus den indischen Handelskammern in Bombay, Karachi und Calcutta.[73] Doch für die aufstrebende indische Händlerklasse war die telegrafische Kommunikation nicht nur innerhalb Südasiens wichtig, denn die globale Kommunikation bildete recht schnell das Rückgrat der weltweit zunehmenden Handelsgeschäfte.

Grundlagen für die weltweite Kommunizierung von Handelsdaten bot, wie bemerkt, seit 1866 in Britisch-Indien die Nachrichtenagentur Reuters an. Ein Jahr, nachdem die Verbindung zwischen Europa und Südasien hergestellt worden war, eröffnete der junge Henry Collins (1844–1928),[74] den Julius Reuter nach Bombay entsandt hatte, in der südasiatischen Handelsmetropole ein Büro. Nachrichten über die Preisentwicklung des Baumwollmarktes in Gujarat und Khandesh – das Hinterland von Bombay war eine ausgewiesene Anbauregion für Baumwolle – sowie aus London und Liverpool waren hoch begehrte Informationen in den Zeiten eines weltweit kollabierenden Baumwollmarktes. Obwohl der Amerikanische Bürgerkrieg, im Zuge dessen die Baumwolllieferungen aus den konföderierten Südstaaten nach Großbritannien fast völlig ausblieben, seit einem Jahr beendet war, verlief die Entwicklung auf dem Baumwollsektor noch turbulent. Nicht nur für die baumwollverarbeitende Industrie in England, sonder immer stärker

72 Von den 83.981 Telegrammen, die innerhalb Britisch-Indiens im letzten Quartal des ersten Rechnungszeitraumes 1855-56 aufgegeben wurden, verschickten Inder 11.790, siehe General Report on the Administration of the several Presidencies and Provinces of British India during the Year 1855–56. Part II. Calcutta: John Gray „Calcutta Gazetteer" Office 1857.„Report on the Operations of the Electric Telegraph in India for the last quarter of the year 1855–56" (S. 1-10), S. 6. Annual Report of the Electric Telegraph Department for the Year 1858-59. General Report on the Administration of the several Presidencies and Provinces of British India during the Year 1858–59. Vol. III with Appendix. Calcutta: F. F. Wyman, Home Secretariat 1860, S. 529-48, hier S. 535. In Bombay betrug die Zahl der privaten Telegramme 28.334, davon waren 17.647 von Indern aufgegeben worden, was deutlich auf den kommerziellen Hintergrund der Stadt verweist. Der Anteil der Telegramme, die von Indern versendet wurde, erhöhte sich binnen eines Jahres von 39.724 auf 71.554, siehe General Report on the Administration of the several Presidencies and Provinces of British India during the Year 1858-59. Vol. I with Appendices. Calcutta 1861, S. 9. [BL: IOR]

73 Indian Telegraphs G-2. Indian Chamber of Commerce, Bombay 1868; Indian Telegraphs G-2: Indian Chamber of Commerce 1869; Indian Telegraphs G-2: Indian Chamber of Commerce, Kurrachee 1871; General Telegraph A-5. Complaints 1867; General Telegraph A-5 Chamber of Commerce. Complaints 1868; General Telegraph A-5 1859. Complaints 1870 [BL: IOR].

74 Einen knappen biografischen Hintergrund zu H. Collins bietet Read, Power of News (Anm. 15), S. 42.

auch für die baumwollproduzierenden wie auch -verarbeitenden indischen Unternehmer wurde Reuters' Nachrichtendienst ein unverzichtbares Mittel. Innerhalb kürzester Zeit nutzten weite Kreise der weltweit operierenden indischen Händler Reuters, trotz der exorbitanten Preise.[75] Noch im Jahr 1866 richtete Collins einen Zwei-Tage-Dienst zwischen Liverpool und Bombay ein, so groß war die Nachfrage nach aktuellen Informationen. Innerhalb weniger Jahre wurden Büros in Madras, Karachi, Rangun, Colombo und Point de Galle (Ceylon) eingerichtet. Seit Beginn der 1870er Jahre operierten Reuters' Nachrichtenagenten von Singapur, Shanghai, Tokio und Sydney aus. Sie folgten damit den strategisch-kommerziellen Pfaden des expandierenden Britischen Empire und halfen gleichzeitig bei dessen politisch-ökonomischer Integration.[76]

Nicht nur auf die regionalen, nationalen und internationalen Handels- und Finanzgeschäfte übte die Telegrafie einen unmittelbaren Einfluss aus. Die Kriegsschauplätze des Mexikanisch-Amerikanischen Krieges (1846–1848), auf der Krim (1853–1856), während des Indischen Befreiungskrieges (1857–1859), des Amerikanischen Sezessionskrieges (1861–1865) und der sogenannten „Einigungskriege" (1864–1871) durch Preußen im Deutschen Bund hatten erstmals nach aktueller Berichterstattung für ein immer breiter werdendes Lesepublikum verlangt und Zeitungsjournalisten wie auch Politikern neue Aktions- und Aufgabenfelder zugewiesen.[77] Im westlichen Europa und in Nordamerika führte das neue Kommunikationsmittel zu einer dramatischen Veränderung im Pressewesen, allerdings ist der gleiche Prozess auch in Britisch-Indien zu beobachten. Das, was gegenwärtig als „Öffentlichkeit", auch im Sinne einer „öffentlichen Meinung", bezeichnet wird, erhielt mit der Vernetzung der Welt in den 1850er und 60er Jahren und der globalen Distribution von Nachrichten eine neue Dimension, vor allem aber eine neue Form der Präsentation.

Schlagzeilen kündigten nun die *neuesten* Nachrichten, mitunter (und zunehmend) aus aller Welt, auf der ersten Seite einer Zeitung an. Reine Berichterstattung und separate Kommentare wurden zu neuen Rubriken innerhalb von Zeitungen, wie sich insgesamt Aufbau und Gestaltung der Zeitungen änderte. Reklamen und Anzeigen, die bis in die

75 Im Jahr1866 kostete ein Wort £ 1 bei einem Grundwert von mindestens £ 20 pro Telegramm. Collins beschwerte sich über die horrenden Preise, die er für 77 Wörter pro Tag zu entrichten hatte weil sie sein Budget überschritten. Fünfzig Jahre später wurden rund 4000 Wörter pro Tag von Britisch-Indien nach Großbritannien gesendet, was die drastische Reduktion der Tarife für Telegramme um die Wende zum 20. Jahrhundert widerspiegelt.

76 Read, Power of News (Anm. 15), S. 29-30. Innerhalb weniger Jahre hatte sich Julius Reuter einen Ruf als verlässliche und unparteische Nachrichtenagentur aufbauen können. Nachdem er sich durch frühe Kooperation it der englischen Regierung ein Monopol in Großbritannien und schließlich im Britischen Empire hatte sichern können, scheiterte er jedoch bei dem Versuch, weltweit zur dominierenden Nachrichtenagetur zu avancieren. Reuters musste sich den globalen Markt mit der französischen Agence Havas, der Berliner Agentur Wolff und der Associated Press auf den amerikanischen Kontinenten teilen, siehe Graham Storey, Reuters: The Story of a Century of News Gathering. New York 1951, repr. Ann Arbor 1983, S. 62-5. Jill Hills, Struggle for Control. The Formative Century, Urbana Ill. 2002, S. 56.

77 Alvin F. Harlow, Old Wires and New Waves. The History of the Telegraph, Telephone and Wireless. New York and London 1936, S. 260-87. Vgl. zum Indischen Befreiungskrieg beispielsweise die Berichterstattung von Friedrich Engels und Karl Marx in der „New York Daily Times", die im Wesentlichen auf telegrafischer Übermittlung basierte, Karl Marx / Friedrich Engels, Werke. Bd. 12, Berlin 1977. Siehe die diversen Artikel auf den Seiten 353-359, 439-445, 463-497, 518-527, 574-579.

Mitte des 19. Jahrhunderts noch vielfach auf der ersten Seite anzutreffen waren, wurden nun zunehmend auf die hinteren Seiten einer Zeitung verschoben und machten so Platz für die erst jetzt entstehende Titelseite mit ihren Leitartikeln.[78] Im Zuge dieser Veränderungen schien die „Öffentliche Meinung" immer mehr eine Domäne der Tageszeitungen und Wochenmagazine und von ihnen „gemacht" zu werden. Dieser hier nur grob skizzierte Prozess ist in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts auch in Britisch-Indien zu beobachten, wo in dem Maße, wie telegrafisch übermittelte Nachrichten zugänglich wurden, sich die Landschaft der Printmedien ebenfalls veränderte, allerdings nicht immer nach europäischem 'Vorbild'.[79]

Anfänglich war es nur die Nachrichtenagentur Reuters, die den indischen Markt mit weltweit zusammengestellten Informationen und Nachrichten versorgte. Zunächst, wenn auch nur für kurze Zeit, beschränkte sich Reuters in Bombay auf die Distribution von Nachrichten für Wirtschafts- und Handelskreise sowie für die Presse. Bereits im Mai 1867 bekam Reuters' Nachrichtenagent in Karachi den Auftrag, gegen ein Zahlung von 600 Rupien (etwa £ 60) an den Kolonialstaat, Nachrichtentelegramme, die für die anglophone Presse in Britisch-Indien bestimmt waren, auch an ausgesuchte Regierungsstellen zu versenden. 1873 erhielt die Agentur dann das Privileg, regierungsamtliche Nachrichten zuerst zugestellt zu bekommen, im Gegenzug sollte sie den Generalgouverneur vor allen anderen mit Nachrichten versorgen. In Britisch-Indien wurden Nachrichten, die für Europa und die Welt bestimmt waren, zunächst nach Calcutta und Bombay gesendet, dort zusammengestellt, bevor sie nach London übermittelt wurden.[80] Bis zum Vorabend des Ersten Weltkrieges baute Reuters in Britisch-Indien seine Monopolstellung zielstrebig aus und versorgte allein die dortigen Zeitungen mit rund 128.000 Wörtern pro Jahr, wovon 117.000 direkt nach Bombay, die restlichen 11.000 nach Calcutta übermittelt wurden und sich meist auf die Kommunikation mit der ortsansässigen Jute-Industrie beschränkte.[81] Die großen Tageszeitungen Britisch-Indiens erhielten von Reuters ab Juli 1922 den „ordinary service", während einige wenige wohlhabende Tages- und Wochenzeitschriften sich den „special service" leisteten.[82] Reuters' so systematisch auf- und ausgebautes Nachrichtenmonopol innerhalb Britisch-Indiens konnte erst Ende

78 Überblicke geben Antony Smith, The Newspaper: An International History. London 1979; Erich Straßner, Zeitung. 2. veränd. Aufl. Tübingen 1999; Martin Welke (Hg.), 400 Jahre Zeitung. Die Entwicklung der Tagespresse im internationalen Kontext. Bremen 2008.

79 Bisher ist dieser Sachverhalt in Bezug auf die südasiatische Presse nur im Fall der in Lakhnau erscheinenden Tageszeitung Awadh Akhbar kurz angesprochen worden, siehe Ulrike Stark, An Empire of Books. The Naval Kishore Press and the Diffusion of the Printed Word in Colonial India. Ranikhet 2007, S. 77-9.

80 Israel, Communications and Power (Anm. 16), S. 100-05. Im Jahr 1878 vereinbarte Reuters mit der britisch-indischen Regierung, mindestens 2.500 Wörter pro Monat gegen eine Zahlung von 1.200 Rupien zu senden.

81 Indo-European Telegraph Department, File No. 685 Reuters Special Press Agency. 685.5/6, India Office, 17th March 1910 [BL: IOR].

82 Zu den Zeitungen gehörten: Bengalee, Daily News, Englishman, Evening, Statesman, Amrita Bazar Patrika, Servant Gazette, Observer, Indian Times, New India, Swarajya, The Hindu, Daily Express, Daily Post und The Pioneer, Indo-European Telegraph Department, File No. 685.59, Posts and Telegraphs (Karachi 24 July 1922). Special Traffic Routine, Circular No. 17, dated Calcutta, the 19th July 1922, Appendix 13-A („ordinary service") und 13-B („special service") [BL: IOR].

der 1920er aufgebrochen werden, unter anderem, weil der vorbehaltlose Rückhalt der Kolonialregierung schwand.[83]

Wegen der hohen Gebühren von Reuters gründete K. C. Roy 1899 die *Associated Press of India* (API), um so wenigstens innerhalb Britisch-Indiens für einen kostengünstigen Vertrieb von Nachrichten zu sorgen. 1910 unterhielt API Büros in Bombay, Calcutta und Madras. Um die Kosten gering zu halten, wurden Nachrichten an diese Büros geschickt, dort kopiert und an die Kunden von API verteilt. Als weitere inner-indische Nachrichtenagentur kam 1913 die *India News Agency* (INA) hinzu, die allerdings von dem Briten Everad Cotes gegründet wurde, der wiederum mit Reuters assoziiert war. Schon im darauf folgenden Jahr fusionierte die INA mit der API zur *Eastern News Agency* (ENA). Reuters kaufte bald darauf Cotes aus, ließ jedoch API unter eigenem Namen und unter der Leitung von Roy, der zu einem der Direktoren von Reuters ernannt wurde, weiter laufen. Bis zu seinem Tod 1931 leitete Roy maßgeblich die Geschicke seines ehemaligen Unternehmens. Insgesamt sicherte sich Reuters durch die Übernahme den südasiatischen Markt, denn ENA belieferte exklusiv den indischen Markt mit Nachrichten, während API die inner-indische Distribution übernahm.[84]

Diese Mischung von Verantwortlichkeiten und Bereichen sicherte Reuters nicht nur die Monopolstellung in Britisch-Indien, sondern sorgte durch die Trennung in unterschiedliche Märkte dafür, dass innerhalb Britisch-Indiens Roy und seine Mitarbeiter über API ihre nationale Gesinnung verbreiten konnten. Im Schatten von Reuters bewahrte sich API indes den Ruf einer verlässlichen Nachrichtenagentur, die von Nationalisten weder beeinflusst noch kontrolliert wurde, ebensowenig wie die britisch-indische Regierung Druck auf die Berichterstattung und Übermittlung von Nachrichten ausübte. Als in den 1920er Jahren die Nationalisierung der indischen Politik einsetzte und mit der Resolution des INC von 1929 der Ruf nach Unabhängigkeit unüberhörbar geworden war, als aber auch die Fragmentierung der politischen Landschaft zunahm und unterschiedliche Gruppen nach politischer und gesellschaftlicher Repräsentanz verlangten, gelang es API durch Professionalität, Neutralität und Loyalität, sich zwischen parteipolitischem und persönlichem Gezänk wie auch regierungsamtlichen Positionen zu behaupten. Für die indische Nationalbewegung wie für die Kolonialregierung wurde API zum unverzichtbaren Medienpartner.[85]

Bei der politischen Willensbildung nahm API eine herausragende Stellung in der britisch-indischen Medienlandschaft ein. Seit 1923 öffnete nämlich der INC seine jährlichen Tagungen für alle Pressevertreter und damit auch für Nachrichtenagenturen. Gegen die fixe Zahlung von 40 Rupien pro Jahr an den INC konnte API entsprechende Nachrichten von den Tagungen direkt an die subskribierenden Zeitungen per Telegramm verschicken. Zudem entwickelte manch führender INC-Repräsentant ganz eigene Beziehungen zur Presse, wenn er bereit war, Interviews zu geben, die dann per Telegramm für die

83 Israel, Communications and Power (Anm. 16), S. 140 f.
84 Ebenda, S. 113 f.
85 Ebenda, S. 114 f.

nächste Ausgabe der entsprechenden Tageszeitung übermittelt wurden. Ganz besonders Mohandas Karamchand Gandhi (der ab 1930 zunehmend Mahatma genannt wurde), legte Wert auf eine gute Berichterstattung über die Aktivitäten des INC in der Presse, bat sich allerdings bei Interviews aus, vorab den Gegenstand und Inhalt des Interviews genannt zu bekommen.[86] Bis 1934 bediente API auch die nationalistische Presse und unterhielt bei manchen Blättern eigene Korrespondenten, bis die britisch-indische Regierung auf Reuters derart Druck ausübte, dass die Nachrichtenagentur sich veranlasst sah, diese Form der einseitigen Unterstützung aufzugeben.[87]

Die Nationalisierung der indischen Politik führte auch zur Gründung neuer Zeitungen, deren Eigentümer Inder waren. Die steigende Zahl solcher Printmedien spiegelt die wachsende Rolle und Macht der Presse im Rahmen einer entstehenden all-indischen Öffentlichkeit wider, zumal die Zahl der britischen Zeitungen rückläufig war.[88] Ein weiterer Indikator für die Nationalisierung der Politik und der Presse stellte 1924 die Gründung der *Free Press of India* (FPI) durch Swaminath Sadanand dar.[89] Offen bekannte sich diese unabhängige Nachrichtenagentur zu den nationalistischen Zielen der indischen Politik. Zum einen ging die FPI und vorneweg Sadanand aggressiv das ENA-Monopol an, zum anderen fühlte sich Roy persönlich durch den Stil und die Vorgehensweise der FPI angegriffen, weshalb er, auch weil die britisch-indische Regierung die FPI heftig kritisierte, die Konkurrentin von Anbeginn vehement bekämpfte. Allerdings fehlte, ebenfalls von Anbeginn, der FPI der uneingeschränkte Rückhalt seitens indischer Abnehmer, besonders der Presse, aber auch von Finanziers, die vielfach Zweifel an der Ausgewogenheit der Berichterstattung hegten, worauf man bei aller nationalen Sache doch großen Wert legte. Reuters-API (ENA) hatte hier offensichtlich Maßstäbe gesetzt. Bis zum endgültigen Bankrott der FPI im Jahr 1935 war Sadanand sysiphosartig damit beschäftigt, Sponsoren und Abnehmer für seine Nachrichten zu finden und zu binden.[90]

5. Telekommunikation und die Entstehung einer 'indischen' Presselandschaft

Zu den ersten Zeitungen, die in Britisch-Indien Nachrichten von Reuters bezogen, gehörte die *Delhi Gazette* und der *Lahore Chronicle*. Beide Zeitungen befanden sich in den Händen britischer Eigentümer. Erst gegen Ende des 19. Jahrhunderts bezogen auch Zeitungen, deren Besitzer Inder waren, neueste Nachrichten über Reuters bzw. ENA

86 A. S. Iyengar, All Through the Gandhian Era. Bombay 1950, S. 102.

87 Israel, Israel, Communications and Power (Anm. 16), S. 116 f.

88 Das war einerseits auf die Verfassungsreformen von 1919 zurückzuführen, die in Britisch-Indien eine partielle Mitregierung von Indern auf der Provinzebene einführte, andererseits wurde mit den Reformen auch die knebelnde Pressegesetzgebung von 1910 aufgehoben, was bei südasiatisch-sprachigen Zeitungen zu einer Gründungswelle führte, siehe ebenda, S. 318.

89 Dass der Nachrichtenmarkt trotz des Monopols von Reuters inzwischen hart umkämpft war, belegen die £200, die die Nachrichtenagentur an den britisch-indischen Staat seit 1923 pro Monat entrichtete, um sich so den regierungsamtlichen Nachrichtendienst zu sichern, siehe Read, The Power of News (Anm. 15), S. 168.

90 Israel, Israel, Communications and Power (Anm. 16), S. 128-155.

und API. Anhand zweier Zeitungen, einerseits der erwähnten *Delhi Gazette*, andererseits der *Amrita Bazar Patrika* aus Calcutta, lassen sich beispielhaft die Veränderungen in der Berichterstattung wie im Aufbau von Zeitungen und die unterschiedlichen 'öffentlichen Meinungen' in Britisch-Indien verfolgen. Eine kritische Analyse zeigt ebenfalls, wie sehr die Telegrafie auch auf dem südasiatischen Subkontinent allmählich Form und Inhalt der Tagespresse beeinflusste und gleichzeitig eigenständige, nicht vom europäisch-britischen Vorbild geleitete Prozesse einleitete. Zudem lässt sich beobachten, dass über die telegrafische Vernetzung des Subkontinents überhaupt erst eine all-indische Öffentlichkeit entstand, wenn Zeitungen in der Lage waren, aktuell von politischen Ereignissen zu berichten und sich dabei nicht mehr nur an ein lokales Lesepublikum wandten, sondern an eines, das durch die Grenzen Britisch-Indiens definiert war. In einem nicht unerheblichen Ausmaß wurde mittels der überregionalen und gleichzeitig neuen Form der politischen Berichterstattung die indische Nation konstruiert.[91]

Die *Delhi Gazette* erschien zuerst 1837 als Wochenzeitung, von 1841–1857 dann zwei Mal wöchentlich in einer Stärke von meist acht Seiten. Sie wandte sich primär an ein britisches Lesepublikum. Anzeigen und Reklamen zu Büchern, Möbeln und kosmetischen Artikeln wie Seifen und Ölen, Verkaufsanzeigen, Bankanzeigen, Mietgesuche und Meldungen zur Pariser Mode waren auf der ersten Seite zu finden, ähnlich den heutigen Anzeigenblättern, die kostenlos an Haushalte verteilt werden. Auf der zweiten Seite folgten Nachrichten aus den „Military Establishments", was besonders auf die Bedeutung des Militärs und ganz generell auf den Charakter der Kolonialherrschaft verweist. Die dritte Seite fasste die Nachrichten aus Südasien zusammen, gefolgt von den „Shipping News", also den Nachrichten über Schiffspassagen, Ankünfte, Löschung der Güter und anstehende Verkäufe etc. „Domestic Occurrances" beinhalteten Geburts- und Todesanzeigen, gefolgt von den „Local News" aus der Stadt und ihrer Umgebung. Die letzten beiden, meist aber nur die letzte Seite blieb der „Literary Gazette" vorbehalten, auf der Buchauszüge und andere literarische Erzeugnisse veröffentlicht wurden. Die einzige Veränderung in dieser Gestaltung war 1850 zu beobachten, als die Anzeigen allmählich von der ersten auf die zweite Seite verschoben wurden.[92]

Seit 1877 erschien die *Delhi Gazette* als Tagesblatt. Auf der ersten Seite sind immer noch diverse Anzeigen von Banken und Versicherungsunternehmen zu finden. Sportnachrichten werden auf der fünften Seite platziert, gefolgt von den telegrafischen Nachrichten auf Seite sechs. Sie nehmen von den vier Spalten nur ein Drittel der vierten Spalte ein und beschränken sich auf knappe Mitteilungen, die von Reuters übermitteltt wurden und aus europäischen und amerikanischen Metropolen berichten. Vereinzelt tauchen auch Kurswerte von Banken auf. Generell stammen diese telegrafischen Nachrichten

91 Der kulturgeschichtliche Aspekt der Telegrafie und des Zeitungswesens wird von den Klassikern zur Entstehungsgeschichte von Nationen, Nationalstaaten und Nationalismus nicht beachtet, siehe z. B. Benedict Anderson, Imagined Communities. Reflection on the Origin and Spread of Nationalism. London / New York 1983, revised edn. 2006. Eric Hobsbawm, Nations and Nationalism since 1780. Programme, Myth, Reality. Cambridge 1990.

92 Delhi Gazette, 1837–41, 1847–57 [BL: IOR].

aus Städten, in denen Reuters Agenturen unterhielt.[93] Ein wesentlicher Eingriff in die inhaltliche wie äußere Gestaltung wurde erst gegen Ende des Jahres 1878 vorgenommen, als die telegrafischen Nachrichten von Seite sechs auf Seite eins vorgezogen und dort als „Telegraphic News" angekündigt werden. Internationale Nachrichten wurden so zu aktuellen Informationen über das Weltgeschehen, auch wenn es sich nach wie vor um Kurzmeldungen handelte, ergänzt durch Wechselkurse und andere Wirtschaftsdaten. Bei den politischen Meldungen kann bisweilen nicht unterschieden werden, ob es sich um den Abdruck eines Telegramms oder dessen redigierten Inhalt handelt, in jedem Fall aber erhalten solche Nachrichten einen prominenten Platz.[94]

Seit Beginn des Jahres 1880 wird im Inhaltsverzeichnis auf die „Telegrams" ein Hinweis auf die „latest News from the Press Commissioner" gegeben. Die telegrafischen Nachrichten stehen auf der ersten Seite unterhalb der ersten Spalte und beinhalten allgemeine Nachrichten aus Britisch-Indien sowie, aktuell, vom britisch-afghanischen Krieg. Meldungen aus anderen Teilen des Britischen Empires wie beispielsweise der Wahl Krügers zum Präsidenten des burischen Volksraads in Südafrika und der Ankündigung des britischen Gouverneurs, den Transvaal zur Kronkolonie zu erheben, gehören nun ebenfalls zu den aktuellen Nachrichten.[95] Bis zum Ende des Jahrhunderts ändert sich am Layout der Zeitung und der Platzierung der telegrafischen Nachrichten nichts. Auffällig ist freilich die zunehmend globale Streuung der Nachrichten, die nun neben politischen auch wirtschaftliche und kulturelle Angelegenheiten beinhalten.[96] Telegrafische Nachrichten beschränken sich nicht mehr allein auf Kurzmeldungen, sondern schließen auch Kurzkommentare ein, die bis zu einer Spalte Umfang haben können.[97]

Verfolgt man die Nachrichten, Meldungen und Kommentare in der *Delhi Gazette* bis zum Beginn des 20. Jahrhunderts, dann ist unübersehbar, dass die Leserschaft der Zeitung die Gesellschaft Großbritanniens in Südasien widerspiegelt. Der Stil der Zeitung entsprach der bürgerlich-liberalen Mittelklasse, wie sie sich in Großbritannien in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts formierte und aus der ein Großteil der Angestellten im *Indian Civil Service* und Offiziere der britisch-indischen Armee stammten. Zu den Hauptinteressen dieser Gesellschaftsschicht gehörten daher auch in Britisch-Indien verfassungsrechtliche Fragen und politische Bewegungen, wobei weniger ein republikanischer als vielmehr ein dezidiert royalistischer Tenor im Vordergrund stand. Das erklärt die Nachrichten von den europäischen Höfen in einer Zeitung wie der *Delhi Gazette*, im Unterschied zu den meisten 'indischen' Zeitungen, die nur wenig Interesse an solchen Mitteilungen zeigten.[98] Abgesehen von der royalistischen Gesinnung der britischen Leserschaft zeichnete sie ein besonderes Interesse an der imperialen Idee aus, weshalb

93 Delhi Gazette, Thursday, February 1, 1877, Friday, 2. February 1877 sowie passim 1877–1879 [BL: IOR].
94 Delhi Gazette, Monday, November 4, 1878 [BL: IOR].
95 Delhi Gazette, vol. X, Friday, January 2, 1880 [BL: IOR].
96 Siehe z. B. Delhi Gazette, vol. XIX, December 30, 1889 [BL: IOR].
97 Delhi Gazette, vol. X, Saturday, January 3, 1880 [BL: IOR].
98 Die Amrita Bazar Patrika ist nur ein Beispiel hierfür.

zunehmend Nachrichten aus anderen Teilen des Britischen Empires gedruckt wurden.[99] Und zu guter Letzt war der britische „gentleman" natürlich auch ein guter „sportsman", daher auch Meldungen zu Sportereignissen aus Großbritannien.[100]

Auffallend – und bezeichnend zugleich – an der *Delhi Gazette* ist, dass es kaum Nachrichten zu 'Indien' gibt – und diese Zeitung mag hier pars pro toto für die gesamte englische Presse in Britisch-Indien stehen. Die britische 'öffentliche Meinung' in der Kolonie nahm die sich hier formierenden politischen Bewegungen nur selten und meist nicht mit der gebührenden Ernsthaftigkeit zur Kenntnis. Für die Briten existierte in 'Indien' per definitionem keine andere 'öffentliche Meinung' als die ihrige, denn sie sahen sich als die alleinigen Repräsentanten einer politischen und obendrein demokratischen Ordnung, während 'Indien' aufgrund seiner Geschichte als ein ehedem despotisch regiertes Land galt, in dem sich, wiederum per definitionem, keine 'öffentliche Meinung' hat herausbilden können.[101] Dessen Bewohner waren daher an der Wende zum 20. Jahrhundert, trotz angestrengter Zivilisationsmission, zur kritischen Meinungsäußerung, gar gegenüber der britischen Kolonialregierung, nicht fähig. Dass dies im Widerspruch zu der kolonialen Pressegesetzgebung stand, die besonders mit dem *Vernacular Press Act* von 1878 die 'indisch'-sprachigen Zeitungen zu kontrollieren und eine kritische Meinungsvielfalt zu unterdrücken versuchte, gehört mit zu den Inkonsistenzen der britischen, wenn nicht jeglicher Kolonialherrschaft.[102]

Parallele und unterschiedliche Entwicklungen in Aufbau, Gestaltung und Inhalt einer 'indischen' Zeitung in Britisch-Indien lassen sich gut an der *Amrita Bazar Patrika* nachvollziehen. Sie erschien erstmals 1868 als bengalische Wochenzeitschrift. Ein gutes Jahr später wurden auch Artikel auf Englisch publiziert. Seit 1875 gab es eine überregionale Ausgabe in Englisch, die sich an ein nicht-bengalisches Lesepublikum wandte. Geschickt reagierten die Eigentümer des bilingualen Blattes auf den *Vernacular Press Act*, indem sie es über Nacht in eine rein englischsprachige Zeitung umwandelten, um so die Restriktionen des Gesetzes zu umgehen.[103] Ab 1891 erschien die *Amrita Bazar Patrika* dann regelmäßig als Tageszeitung.[104] Neben den stets üblichen Anzeigen und Werbungen sowie den Ankündigungen von Veranstaltungen gab es auf der ersten Seite eine Rubrik „Scraps and Comments", die auf telegrafisch übermittelten Nachrichten basierten bzw. Abdrucke von Telegrammen waren, die innerindisch verschickt worden waren. Gelegentlich finden

99 Read, The Power of News (Anm. 15), S. 30.

100 Ab 1922 wurden die Resultate aus „Derby" gar per Funk von Oxford nach Karachi gesendet, um dann per Telegramm an die entsprechenden Zeitungen verteilt zu werden, vgl. Annual Report on the Posts and Telegraphs of India for the Year 1922–23. Delhi 1923, S. 50 [BL: IOR].

101 Wie lebhaft diese um die Jahrundertwende schließlich war, zeigt S. N. Paul, Public Opinion and British Rule (A study of the influence of Indian Public Opinion on British Administration and Bureaucracy, 1899–1914). New Delhi 1979.

102 Zur Pressegesetzgebung siehe Margarita Barns, The Indian Press: A History of the Growth of Public Opinion in India. London 1940 und S. N. Paul, Public Opinion and British Rule (Anm. 101).

103 Vishwanath Iyer, The Indian Press. Bombay 1945, S. 4.

104 Einen knappen Überblick überr die ersten drei Jahrzehnte der Amrita Bazar Patrika bietet http://www.economypoint.org/a/amrita-bazar-patrika.html.

sich auch auch Abdrucke von telegrafischen Nachrichten aus anderen Zeitungen. Bereits im Verlauf des Jahres 1890 wuchs diese Spalte von einer guten halben auf eineinhalb an. Hiervon wird die Rubrik „Telegraphic Summary" unterschieden, die allein auf internationalen Nachrichten basierte und stets auf der dritten Seite platziert war.[105]

Zu Beginn des 20. Jahrhunderts änderte sich diese Ordnung. Während des Russisch-Japanischen Krieges 1904–1905 berichtete die Zeitung ausführlich und fast täglich über den Kriegsverlauf, denn erstmals befand sich die aufstrebende 'asiatische' Macht Japan im militärischen Konflikt mit der etablierten europäischen Imperialmacht Russland.[106] Allerdings waren „Reuter's Telegrams" nicht auf der 'Titelseite' platziert, die gab es nämlich bei der *Amrita Bazar Patrika* noch nicht, sondern auf Seite vier, umfasste hier aber teilweise mehrere Spalten. Eine separate Rubrik kommentierte auf Seite sieben, also deutlich getrennt, die Kriegsereignisse, aber auch die revolutionären Unruhen, die überall in Russland ausbrachen.[107] Auf Seite vier standen auch die „Indian Telegrams", die von innerindischen Ereignissen berichteten. Ganz prominent darunter waren die stets zum Jahreswechsel stattfindenden Versammlungen des INC, von denen seit Beginn und über die Jahre hinweg immer ausführlichere Berichte gedruckt wurden, die hauseigene Korrespondenten verfassten und per Telegramm übermittelten.[108] Die Teilung der Provinz Bengalen aus administrativ-politischen Gründen war ebenfalls Gegenstand längerer und höchst hitziger Artikel, die zunächst per Telegramm übermittelt worden waren, um dann wiederum in separaten Kolumnen kommentiert zu werden.[109] Hinzu kamen Beiträge zur aktuellen Swadeshi-Bewegung,[110] die von einzelnen Versammlungen und Aktionen berichteten.[111]

Im März 1907 tauchte eine neue Rubrik mit dem Titel „Latest Telegrams" auf, die auf Seite vier platziert war. Eine weitere Neuerung fand im Oktober desselben Jahres statt, als die Rubrik mit den Telegrammen auf den Seiten drei und vier mit der Rubrik „Indian News" der Seiten fünf und sechs getauscht wurde. Die Berichte von „nationalem" Belang

105 Amrita Bazar Patrika, vol. XXIII, January 2, 1890, S. 1 und 3; Ebenda, March 27, 1890, S. 1 und 3. [BL: IOR]

106 Der Sieg Japans beflügelte die Nationalbewegung in Britisch-Indien, siehe Gita Dharampal-Frick, Der Russisch-Japanische Krieg und die indische Nationalbewegung, in: Maik Hendrik Sprotte, Wolfgang Seifert und Heinz-Dietrich Löwe (Hg.), Der Russisch-Japanische Krieg 1904/05. Anbruch einer neuen Zeit? Wiesbaden 2007, S. 259-75.

107 Hierzu speziell Amrita Bazar Patrika, vol. XXXVI, Thursday, January 26, 1905, S. 4 [BL: IOR].

108 Ebenda, Tuesday, January 7, 1905, S. 1-7; Von der Jahresversammlung des INC vom 29. Dezember 1905 bis 1. Januar 1906 wurde täglich ausführlich berichtet, siehe Ebenda, Friday, 29. Dec.–1905 bis Monday, 1. January – 1906, jeweils S. 3. Deutlich umfangreicher war beispielsweise die Berichterstattung vom INC-Jahrestreffen in Allahabad 1910, vgl. ebenda, Wednesday, Dec. 28, 1910 bis Saturday 31, 1910, jeweils S. 6.

109 Ebenda, Wednesday, July 19, 1905, S. 3-4.

110 Die Swadeshi- (swa=selbst, desh=Land, etwa Selbstversorgung, und Selbstregierung als programmatische Forderung) Bewegung organisierte nach der Teilung Bengalens Proteste, bei denen unter anderem ausländische, d.h. vornehmlich britische Erzeugnisse, insbesondere Textilien, verbrannt wurden. Gleichzeitig erging der Aufruf, Importwaren zu boykottieren, siehe Sumit Sarkar, The Swadeshi Movement in Bengal, 1903–1908, Calcutta 1973 und Sankari Prasad Basu, Swadeshi Movement in Bengal and Freedom Struggle of India, Kolkata 2005.

111 Amrita Bazar Patrika, vol. XXXVI, Wednesday, July 19, 1905, S. 3-4; Ebenda, Monday, August 21, 1905, S. 3; Ebenda, Tuesday, August 22, 1905, S. 3. Ebenda, vol. XXXVII, Thursday, August 2, 1906, S. 3. Fast täglich gab es Meldungen zur Swadeshi-Bewegung bzw. einzelnen Aktionen, ebenda, passim [BL: IOR].

erhielten damit offensichtlich eine vorrangige Position.[112] Unübersehbar bei den Themen wie auch der Platzierung von Nachrichten ist die wachsende, offen 'nationale' Gesinnung des Blattes. Über Bengalen hinaus wird ein nunmehr 'indisches' Lesepublikum angesprochen, das für die 'nationale' Sache gewonnen, wenn nicht begeistert werden soll. Im Unterschied zur *Times* (of London), in der Ende des 19. Jahrhunderts die internationalen Nachrichten auf der Titelseite häufiger vertreten waren als das gegenwärtig der Fall ist[113] (obwohl das Thema „Globalisierung" heutzutage in aller Munde ist), wurde in einer sich zunehmend patriotisch gerierenden Zeitung wie der *Amrita Bazar Patrika* die national-indische Sache durch die Positionierung entsprechender Beiträge betont, während internationale Nachrichten ebenso wie Nachrichten aus dem Britischen Empire auf die hinteren Seiten relegiert werden. Auf die Mobilisierung der imaginierten Nation verweist auch die ausführliche Berichterstattung samt Kommentierung der INC-Jahresversammlungen, deren politische Forderungen sich gerade nach dem Ersten Weltkrieg radikalisierten.[114]

Der Telegrafie kam bei dieser Entwicklung eine ganz zentrale Stellung zu, denn ohne sie hätte in Britisch-Indien die aktuelle Berichterstattung, wie wir sie zur gleichen Zeit in Europa und Amerika beobachten können, nicht stattgefunden. Zu einem noch nicht abzuschätzenden, aber vemutlich erheblichen Teil ist die Politisierung und die Mobilisierung der indischen Nation auf die telegrafisch übermittelten Pressemitteilungen zurückzuführen, die binnen Tagesfristen in lokalen, regionalen und überregionalen Zeitungen erschienen. Vor diesem Hintergrund ist es offenkundig, dass bei aller beeindruckenden Technikgeschichte zur Telegrafie auch in Britisch-Indien die kulturell-gesellschaftliche Bedeutung der Telegrafie bislang unterschätzt worden ist. Wenn man zusätzlich die Preiskämpfe um die Telegrammtarife in Betracht zieht, dann ergibt sich mit der Telegrafiegeschichte zu Britisch-Indien auch eine neue globalgeschichtliche Perspektive. Aus einer bisher exklusiv transatlantischen Geschichte wird unversehens ein globalgeschichtliches Paradigma. Die hier angestellten Überlegungen lassen Rückschlüsse zu, die gerade unter polyzentrischen Blickwinkeln eine neue Periodisierung der Telekommunikationsgeschichte verlangen.

6. Plädoyer für eine neue Periodisierung der Telekommunikationsgeschichte

Wenn eine neue Darstellung zur Telekommunikationsgeschichte geschrieben werden soll, die über die reine Technikgeschichte und ihre konventionelle Erzählung hinausgeht, indem gesellschaftlich-kulturelle Aspekte in den Vordergrund gerückt werden,

112 Ebenda, vol. XXXVIII, March 1907 und ebenda, October 1907.

113 Kaul, Reporting the Raj (Anm. 17), S. 65.

114 Hierzu trugen wesentlich die unzureichende Verfassungsreform von 1919 sowie das Massaker in Jallianwalla Bagh (Amritsar) bei, als bei einer verbotenen Versammlung von mehreren tausend Menschen etwa 400 den Gewehrsalven der britisch-indischen Armee zum Opfer fielen, siehe Michael Mann, Geschichte Indiens. Vom 18. bis zum 21. Jahrhundert. Paderborn 2005, S. 86-88.

dann stellt die erste Hälfte des 19. Jahrhunderts die erste von vier Phasen dar, in die die Geschichte der Telekommunikation zwischen 1800 und 1930 eingeteilt werden kann.[115] Der Zeitraum von 1800 bis 1850 umfasst gewissermaßen die Vorgeschichte, während derer der wissenschaftliche Kenntnisstand in verschiedenen Ländern und Institutionen, aber auch bei einzelnen Personen in Europa, den USA und Britisch-Indien so weit gedieh, dass bisherige theoretische Entwicklungen in praktische Nutzung umschlagen. Dass die meisten Regierungen und Wirtschaftsunternehmen anfänglich wenig Interesse an dem neuen Kommunikationsmittel zeigten, mag vielleicht überraschen, andererseits auch nicht weiter verwundern, denn viele technische Entwicklungen überforder(te)n die Zeitgenossen zunächst. War jedoch sein ökonomischer, politischer und militärischer Nutzen erst einmal erkannt, wurde der Telegraf zügig installiert. Ideen und Pläne zur weltweiten Vernetzung sind, wie gesehen, bereits in den 1850er Jahren erdacht worden.
Die zweite Phase reicht von 1850 bis 1880 und kann als diejenige Periode charakterisiert werden, in der die weltweite Vernetzung durch den Telegrafen erfolgte. Gleichzeitig sind nachhaltige Veränderungen im Bereich des Pressewesens zu beobachten. Telegrafisch übermittelte Nachrichten erhalten gesonderte Rubriken in Tageszeitungen, deren Aktualität zum Markenzeichen wird. Die dritte Phase erstreckt sich von 1880 bis zum Vorabend des Ersten Weltkrieges. Die Globalisierung erreichte hier nicht allein in Bezug auf die territoriale Ausdehnung der europäischen Imperialmächte und der USA ihren Höhepunkt, was auch für eine bisher nicht dagewesene Intensität an Warenaustausch und der Migration von Menschen galt; auch auf dem Gebiet des Informationsaustausches, im Wesentlichen getragen durch die Telegrafie, fand eine weltweite Verdichtung statt. Wie intensiv diese Vernetzung in sozialgeschichtlicher Hinsicht sein konnte, belegen die Streiks des Telegrafen-Personals in den USA und in Britisch-Indien. Gerade hier wäre die Organisation des landesweiten Streiks durch das subalterne indische Personal ohne den Telegrafen nicht möglich gewesen.[116]
Die vierte und letzte Phase schließlich umfasst den Zeitabschnitt zwischen dem Ende des Ersten Weltkrieges und der deutlichen Radikalisierung der Politik in Europa und anderen Teilen der Welt wie China, Japan und Britisch-Indien mit Beginn der 1930er Jahre. Auf der einen Seite ist die Phase durch angestrengte Internationalisierung gekennzeichnet – der Völkerbund ist hier nur das bekannteste Beispiel –, die sich aber auch und gerade im Bereich der Telekommunikation niederschlägt. Auf der anderen Seite verhindern vor dem Hintergrund der um sich greifenden Weltwirtschaftskrise zunehmend nationalistische Töne die Umsetzung solcher Vereinbarungen.[117] Signifikum für

115 Dies geschieht in Anlehnung an Winseck and Pike, Communication and Empire (Anm. 24), S. 1-4 und S. 339-40, obgleich beide Autoren von einem anderen Standpunkt ausgehen und Britisch-Indien in ihrer Studie keine besondere Rolle spielt, da, wie eingangs erwähnt, hier keine privatrechtlichen Geschäfte getätigt werden konnten, die für die Geschichte der Kommunikationskartelle von Belang gewesen wäre..

116 Choudhury, India's first virtual community (Anm. 28).

117 George A. Codding, The International Telecommunication Union. An Experiment in International Cooperation. Leiden 1952; Andreas Tegge, Die Internationale Telekommunikations-Union. Organisation und Funktion einer Weltorganisation im Wandel. Baden-Baden 1994.

eine solchermaßen auftretende Bruchzone ist die Tatsache, dass Britisch-Indien in der Internationalen Telekommunikations-Union 1932 erstmals einen selbständigen Vertreter zugesprochen bekam und damit in den Kreis von 'Nationen' erhoben wurde, dass aber andererseits die weltweiten politischen Entwicklungen einschließlich der britischen Kolonialpolitik gegenüber 'Indien' in Bezug auf verfassungsrechtliche Zugeständnisse diese internationale Aufwertung des Landes zunichte machen.

Das Beispiel Britisch-Indiens im Zusammenhang mit der globalen Medienrevolution des 19. Jahrhunderts zeigt, wie notwendig eine Neuausrichtung der Forschung und letztlich der Geschichtsschreibung ist. Obendrein deutet das nur kurz angesprochene Beispiel Brasilien[118] und sein vergleichsweise dichtes Telegrafennetzwerk darauf hin, dass für viele Länder dieser Erde überhaupt erst eine Telekommunikationsgeschichte geschrieben werden muss. Erstaunen mag da, dass selbst für das technikfreundliche Deutsche Reich eine Gesamtdarstellung zu Telegrafie und Telefon völlig fehlt, und das, wo sich ein Werner von Siemens als „nationaler Held" bestens für eine solche Geschichte geeignet hätte / eignen würde. Offenkundig ist der anglo-amerikanische Diskurs zur Telegrafiegeschichte wirkmächtiger als bislang vermutet. Für einen globalgeschichtlichen Paradigmenwechsel dürften die vorgebrachten Argumente allein in Bezug auf Britisch-Indien hinreichend sein.

118 Siehe oben Anm. 13.

BUCHBESPRECHUNGEN

Andreas Klinger / Hans-Werner Hahn / Georg Schmidt (Hrsg.): Das Jahr 1806 im europäischen Kontext. Balance, Hegemonie und politische Kulturen, Köln: Böhlau Verlag, 2008, 394 S.

Rezensiert von
Thomas Töpfer, Leipzig

Der vorliegende Band reiht sich ein in eine kaum zu übersehene Menge von Neuveröffentlichungen in Gestalt von Ausstellungskatalogen, Monographien und Sammelbänden aus Anlass des 200. Jahrestages der Gründung des Rheinbundes, der Auflösung des Alten Reiches und der Niederlage Preußens und seiner Verbündeten gegen die Armeen Napoleons bei Jena und Auerstedt im Oktober 1806.[1] Die Beiträge gehen zurück auf eine 2006 veranstaltete Tagung des Sonderforschungsbereiches 482 „Ereignis Weimar-Jena“, der sich seit mehreren Jahren mit Erfolg den vielfältigen geistigen, kulturellen und politischen Wandlungsprozessen um 1800 widmet und mittlerweile eine Reihe gewichtiger Forschungsbeiträge vorgelegt hat.

Der hier anzuzeigende, ausgezeichnet redigierte und illustrierte Aufsatzband sticht unter den genannten Jubiläumsveröffentlichungen deshalb heraus, weil er versucht, europäische Perspektiven auf die vielfältigen Umbrüche des Jahres 1806 mit Forschungsbeiträgen zu verbinden, die gleichsam die große Politik in der kleinteiligen politischen und kulturellen Topographie des „Ereignisraumes“ Weimar-Jena verorten. Zudem bietet der Band eine Reihe von Studien, die jenseits der engeren Politikgeschichte Themen wie die Entwicklung der europäischen Öffentlichkeit, der höfisch-monarchischen Inszenierung, der Symbolpolitik im Schatten kriegerischer Erfolge, sowie der Rechts- und Historiographiegeschichte behandeln. In der Gesamtschau entsteht dadurch ein thematisch und methodisch mitunter sehr heterogenes, aber gleichwohl spannendes Panorama, das über den Wert der Einzeluntersuchungen hinausweist. Leider spiegelt der Titel des vorliegenden Bandes, der den Blick etwas einseitig auf den „europäischen Kontext“ richtet, diese thematische Vielfalt nur unvollkommen wider. Denn nur eine Minderheit der Beiträge beschäftigt sich explizit mit den europäischen Dimensionen des Leitthemas. Seinen besonderen Wert gewinnt der Band aber gerade in der Kombination dieser Studien mit regional und lokal verorteten Untersuchungen.

Eine gelungene Einführung in die drei thematischen Abschnitte des Buches – Eu-

ropa und die internationalen Beziehungen im Zeichen der napoleonischen Hegemonie, die Folgen der Zäsur von 1806 für die politischen Kulturen, das Umbruchsjahr und der Ereignisraum Weimar-Jena – legt zunächst der Mitherausgeber Hans-Werner Hahn vor. Er fragt nach der Zäsurkraft der machtpolitischen Ereignisse für die genannten drei Bereiche und lenkt den Blick vor allem auf den im Schatten der Machtausdehnung des Kaisers der Franzosen vielerorts zu konstatierenden „innenpolitischen Aufbruch" (8). Völlig zurecht macht Hahn darauf aufmerksam, dass im Unterschied zu Preußen, Westfalen und den süddeutschen Rheinbundstaaten der ersten Generation die Reformpolitik in den mitteldeutschen Territorien – neben Thüringen vor allem auch in Kursachsen – bislang wenig Beachtung gefunden hat. Darauf wird im dritten Teil des Bandes genauer eingegangen.

Zunächst folgen Beiträge von Heinhard Steiger, Volker Sellin und Etienne François, die Fragen der internationalen Beziehungen und den Charakter des napoleonischen Hegemonialsystems behandeln. Steiger beschäftigt sich mit den Auswirkungen der Französischen Revolution und Napoleons auf das Völkerrecht. Sellin spürt den unterschiedlichen Verwendungsformen der Begriffe „Gleichgewicht" und „Konzert" in der zeitgenössischen Diplomatie vom Zusammenbruch Preußens 1806 bis in die Zeit der Reichseinigung von 1871 nach. François arbeitet die „Vielfalt der Absichten" im napoleonischen Hegemonialstreben heraus, der ein „Eklektizismus der zu ihrer Realisierung angewendeten Mittel" entsprochen habe (79). Einen ganz anderen Zugang wählt Tim Blanning. Anhand von Gemälden und druckgraphischen Bildwerken versucht er zu zeigen, wie der militärische Erfolg bei Jena und Auerstedt propagandistisch ausgenutzt werden sollte. Napoleon nahm in diesen Werken die Pose des Befreiers nicht zuletzt gegenüber dem im Schlepptau Preußens mit besiegten Sachsen ein.

Georg Schmidt und Dieter Langewiesche untersuchen in ihren ebenso grundsätzlichen wie instruktiven Beiträgen Traditionen und Brüche in den Nations- und Staatskonzeptionen bzw. -diskursen in Deutschland an der Wende vom 18. zum 19. Jahrhundert. Schmidt versucht zu zeigen, dass der Nationsdiskurs keineswegs erst im Zeichen der Befreiungskriege eine entschiedene Beschleunigung erfahren hat, sondern bereits um 1800 florierte und „den sich rasch verändernden Verhältnissen" anzupassen vermochte (103). Trotz zahlreicher machtpolitischer Brüche und ungenutzter Chancen – der Rheinbund als „ein potentieller politischer Akteur" (109) – waren Traditionen des Alten Reiches weiterhin wirksam. Föderative Staatsvorstellungen und weltbürgerliche Ideen, die nicht zuletzt aus dem Umfeld des Weimarer Kulturkreises ausgingen, bestanden nebeneinander. Der politische Schlüsselbegriff der „Nation" war noch nicht einseitig festgelegt.

In eine ähnliche Richtung argumentiert auch Dieter Langewiesche in seinem dem „Überleben des Alten Reiches im 19. Jahrhundert" gewidmeten Beitrag. Er sieht das Staatsverständnis und den Nationsdiskurs des 19. Jahrhunderts maßgeblich von den Traditionen der Frühen Neuzeit her bestimmt. Dies verdeutlicht er anhand des aus der Vormoderne stammenden und noch im 19. Jahrhundert weiterlebenden Quellenbegriffs der „zusammengesetzten

Staaten“ (composite state, composite monarchy), der beispielsweise weit besser als der moderne Begriff des Staatenbundes geeignet sei, den vor allem für die kleinen Territorien wichtigen „Schutzraum des Deutschen Bundes“ (128) zu beschreiben. Erst mit der Reichseinigung von 1871 sei die „Tradition der zusammengesetzten Staaten“ zu Ende gegangen.

Einen wirtschaftshistorischen Blick auf Europa im Zeichen der napoleonischen Hegemonie richtet Michael North. Er fragt nach den Folgen der Kontinentalsperre für Norddeutschland und den Ostseeraum und vermag zu zeigen, dass die Stellung Englands, beispielsweise im Verhältnis zum Handelsplatz Hamburg, keineswegs geschwächt, sondern vielmehr gestärkt wurde. Zudem wurde die Zusammenarbeit zwischen den Hansestädten erstmals seit dem 17. Jahrhundert wieder deutlich intensiviert.

Demgegenüber völlig andere Perspektiven auf das Thema des Buches eröffnen die im zweiten Teil versammelten Beiträge, die sich dem Wandel der politischen Kulturen an der Wende vom 18. zum 19. Jahrhundert widmen. So versucht Jörn Leonhard zu zeigen, wie die Entscheidung über Krieg und Frieden und damit über Kriegsbegründung und Kriegslegitimation im Zeichen der ideologisch aufgeladenen Konflikte der Jahrhundertwende zu einem zentralen Gegenstand der öffentlichen Debatte wurde. Indem im Zeichen des Krieges an die Opferbereitschaft des „Volkes“ appelliert wurde, konnte natürlich nicht mehr von einem Kabinettskrieg alteuropäischer Prägung gesprochen werden.

Sowohl Horst Carl als auch Thomas Biskup thematisieren in ihren Aufsätzen Aspekte politischer Repräsentation und Inszenierung. Carl zeigt, wie sich die um 1806 in Mitteleuropa entstehenden neuen Monarchien und Staatsgebilde auch neuartiger höfischer Zeremonielle und Repräsentationsformen bedienten, ohne sich vollständig von den überkommenen Formen fürstlicher Hofhaltung lösen zu können. Biskup beschäftigt sich mit der von ihm so bezeichneten „napoleonischen Symbolpolitik“ und belegt nicht zuletzt anhand der von den Franzosen nach Paris verbrachten preußischen Siegestrophäen und Artefakte, dass die auf dem militärischen Erfolg basierende charismatische Herrschaft Napoleons auch stets der „propagandistische[n] Konstruktion“ bedurfte.

Die bereits im Beitrag von Georg Schmidt diskutierte Idee des „Weltbürgertums“, deren inhaltliche Prägung wesentlich Vertretern der Weimarer Klassik zuzuschreiben ist, steht im Mittelpunkt der Studie von Andreas Klinger. Er spricht von „Weltbürgerdiskursen“ (207) und zeigt, wie dieses Denken im Zeichen der napoleonischen Machtpolitik in die Krise geriet. Die allmählich dominierenden nationalen und nationalistischen Denkweisen gewannen die Oberhand und wiesen dem Kosmopolitismus eine Randexistenz als „Sehnsuchtsbegriff“ (231) zu. Fragen der Rechtskultur thematisiert Siegrid Westphal, indem sie der Frage nachgeht, inwiefern die von Frankreich ausgehenden Rechtsbücher Code Civil und Code Napoléon die ehegüterrechtliche Stellung der Frau in Deutschland verändert haben. Westphal stellt eine deutliche Verschlechterung der Vertragsfreiheit für Ehefrauen fest, weist aber darauf hin, dass Rechtsnorm und Rechtspraxis, wie so häufig unter den vormodernen Rechts- und Verwaltungsbedingungen, auseinanderfielen. Der

mit dem Schlagwort „politische Kulturen" überschriebenen Abschnitt schließt überraschender Weise mit einem historiogra phiege¬schichtlichen Beitrag ab, in dem Gerd Krumeich der Zeitabhängigkeit der wissenschaftlichen Bewertung der Schlacht von Jena und Auerstedt nachgeht.

Den Abschnitt zu den Auswirkungen des Jahres 1806 auf den Ereignisraum Weimar-Jena eröffnet Gerhard Müller. Dessen Aufsatz über die Auswirkungen des „rheinbündischen Reformimpuls" auf die thüringischen Kleinstaaten ist leider sehr kurz ausgefallen, was neben einer mäßigen Forschungslage vermutlich auch dem Umstand geschuldet ist, dass eine mit den „alten" Rheinbundstaaten vergleichbare umfassende Reformpraxis in Mitteldeutschland bis auf die verzögert in Kraft gesetzte Weimarer Verfassung von 1816 ausblieb. Den Ursachen hierfür geht Alexander Schmidt in seiner komplementär zu Müller zu lesenden Studie nach. Schmidt beleuchtet die außenpolitische Entwicklung Sachsen-Weimar-Eisenachs, ausgehend von der Zugehörigkeit zum preußischen Hegemonialbereich nach dem Frieden von Basel (1795) bis in die Zeit nach der Niederlage Napoleons bei Leipzig. Schmidt betont neben den politischen und territorialen Interessenlagen die persönliche Abneigung des nicht immer glücklich agierenden Herzogs Carl August gegenüber dem Kaiser. Jüngste Studien haben gezeigt, dass vermeintliche oder tatsächliche Reformschritte, beispielsweise auf dem Feld der religiösen Toleranz, erzwungen wurden.[2] Das vermeintlich aufgeklärte „Musterland" in Thüringen wurde keineswegs automatisch zu einem Hort ausgeprägter Reformfreude, sondern fügte sich, wie Schmidt zeigt, lange Zeit selbstverständlich dem Patrimoniat des benachbarten Kursachsen, das an seiner aus den Tagen des Alten Reiches erprobten traditionsverhafteten Politik im Inneren wie im Äußeren ungebrochen festhielt.

Der Sammelband wird beschlossen durch die Beiträge von Klaus Ries, der am Beispiel der Jenaer Professoren im Umfeld der Ereignisse des Jahres 1806 die Anfänge der allmählichen Politisierung der deutschen Gelehrtenschaft nachzuweisen versucht, sowie Temilo van Zantwijk – über den Einfluss der Ereignisse auf die Philosophie Hegels und Fichtes – und Werner Greiling – über das zeitgenössische Napoleon-Bild im Raum Weimar-Jena. Erwähnt sei schließlich auch die Studie von Marko Kreutzmann, der nach der ständischen Identität des Adels im Rahmen des beginnenden Nationsdiskurses in Deutschland fragt. Die Perspektive des Adels blieb stark von den nicht zuletzt auf der Aristokratie basierenden Strukturen des untergegangenen Alten Reiches her bestimmt.

Der vorliegende Tagungsband bietet wichtige Untersuchungsergebnisse zur politischen, ökonomischen und kulturgeschichtlichen Zäsurkraft des Jahres 1806, zu Wandlungsprozessen in der Repräsentation und Legitimation von Herrschaft und Politik und zu den Auswirkungen der Mächteauseinandersetzungen auf eine der geistesgeschichtlichen Kernregionen Deutschlands an der Wende vom 18. zum 19. Jahrhundert. Die Auswirkungen der Zugehörigkeit zum Rheinbund auf Mittel- und Norddeutschland bleiben weiterhin ein Desiderat, wobei zu hoffen ist, dass sich der Jenaer Sonderforschungsbereich auch zukünftig dieser Themen annehmen wird.

Anmerkungen

1 Vgl. A. D. Bernstein, Von der Balance of Power zur Hegemonie. Ein Beitrag zur europäischen Diplomatiegeschichte zwischen Austerlitz und Jena / Auerstedt 1805–1806, Berlin 2006; B. Beßlich, Der deutsche Napoleon-Mythos. Literatur und Erinnerung 1800–1945, Darmstadt 2007; W. Burgdorf, Ein Weltbild verliert seine Welt. Der Untergang des Alten Reiches und die Generation 1806, München 2006; R. Decot (Hrsg.), Kontinuität und Innovation um 1803. Säkularisation als Transformationsprozeß. Kirche, Theologie, Kultur, Staat, Mainz 2005; W. Demel, Reich, Reformen und sozialer Wandel. 1763–1806, Stuttgart 2005; J. Erichsen (Hrsg.), Bayerns Krone 1806. 200 Jahre Königreich Bayern, München 2006; W. Greiling, Napoleon in Thüringen. Wirkung – Wahrnehmung – Erinnerung, Erfurt 2006; P. C. Hartmann (Hrsg.), Das Heilige Römische Reich und sein Ende 1806. Zäsur in der deutschen und europäischen Geschichte, Regensburg 2006; L. Kittstein, Politik im Zeitalter der Revolution. Untersuchungen zur preußischen Staatlichkeit 1792–1807, Stuttgart 2003; Das Königreich Württemberg 1806–1918. Monarchie und Moderne. Große Landesaus¬stellung Baden-Württemberg, Kat. Stuttgart 2006; H.-C. Kraus, Das Ende des alten Deutschland. Krise und Auflösung des Heiligen Römischen Reiches Deutscher Nation 1806, Berlin 2007[2]; D. Langewiesche (Hrsg.), Kleinstaaten in Europa. Symposium am Lichtenstein-Institut zum Jubiläum 200 Jahre Souveränität Liechtenstein, Vaduz 2007; D. Schönpflug (Hrsg.), Révolutionnaires et émigrés. Transfer und Migration zwischen Frankreich und Deutschland 1789–1806, Stuttgart 2002; H.-U. Thamer, Napoléon. La construction symbolique de la légalité, Ostfildern 2006; V. Veltzke (Hrsg.), Napoleon. Trikolore und Kaiseradler über Rhein und Weser, Köln 2007; D. W. Wilson (Hrsg.), Goethes Weimar und die Französische Revolution. Dokumente der Krisenjahre, Köln 2004.

2 Vgl. J. Bronisch, Gabriel Henry, die Schlacht von Jena und Auerstedt und die rechtliche Gleichstellung der katholischen Konfession 1806. Eine Quelle und ihre Hintergründe, in: Theologie der Gegenwart 51 (2008), S. 56-68.

Stefan Schweizer: Anthropologie der Romantik. Körper Seele und Geist. Anthropologische Gottes-, Welt- und Menschenbilder der wissenschaftlichen Romantik, Paderborn: Ferdinand Schöningh Verlag, 2008, 740 S.

Rezensiert von
Leslie Brückner, Freiburg

Die wissenschaftliche Anthropologie, die in der Aufklärung entstandene „Lehre vom ganzen Menschen“, beansprucht in der Epoche der Romantik ihr Recht als Universalwissenschaft, welche die Philosophie abzulösen scheint. Im Sinne eines umfassenden Menschenbildes versucht die Anthropologie, eine Popularisierung und Empirisierung der Philosophie zu leisten. Im Zeitraum zwischen 1800 und 1840 floriert die neue Disziplin in einer Fülle von Zeitschriften und Publikationen, erst in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts wird sie von den experimentellen Naturwissenschaften aus dem wissenschaftlichen Diskursgeschehen verdrängt.

Die Habilitationsschrift von Stefan Schweizer untersucht den Diskurs der wissenschaftlichen Anthropologie in der Epoche der deutschen Romantik unter literatur- und kulturwissenschaftlichen Vorzeichen. Ziel der Studie ist es, den Diskurs der Anthropologie zwischen 1800 und 1840 als kulturellen Kontext der Literatur der Romantik aufzuarbeiten, und eine verlässliche Grundlage für neue literaturwissenschaftliche Analysen zu schaffen. Die

Monographie möchte damit einen Beitrag zu einer kulturwissenschaftlich geöffneten Literaturwissenschaft im Sinne der Text-Kontext-Ansätze leisten.

In Schweizers Studie werden sechs Hauptwerke der wissenschaftlichen Anthropologie zwischen 1800 und 1840 analysiert. Um der Heterogenität der anthropologischen Konzepte gerecht zu werden, hat sich Schweizer für differenzierte Einzeldarstellungen entschieden. In sechs Kapiteln wird jeweils ein Werk ausführlich vorgestellt. Die Anthropologen Fries, Heinroth, Carus, Schubert, Leupoldt und Ennemoser werden vorab in einer kurzen biographischen Skizze präsentiert. In die Analyse des Hauptwerks bezieht Schweizer zusätzliche Aufsätze und Schriften desselben Autors ein, wenn sie für die zentrale Fragestellung von Bedeutung sind und gibt abschließend Hinweise auf weitere, ähnlich denkende Anthropologen.

Schweizer geht in seinem Buch konsequent der Leitfrage nach, welche Vorstellungen vom Menschen die Anthropologie der Romantik entwirft. Woraus besteht der Mensch? Ist der Mensch dualistisch (Leib und Seele) zu denken, oder kann man von einer Trias (Leib, Seele, Geist) ausgehen? Welche Vorstellungen hat man vom Verhältnis der Teile zueinander, von der Hierarchie zwischen Geist, Seele und Leib? Im Zusammenhang mit dieser Leitfrage werden auch die verschiedenen Konzepte zum Verhältnis des Menschen zur Natur, zur Entstehung und Heilung psychischer Krankheiten und zu den ‚unterbewussten' Teilen der Seele, etwa der animalische Magnetismus und die Traumforschung untersucht.

Am Anfang der Monographie steht das Handbuch der psychischen Anthropologie des Heidelberger Professors für Philosophie und Mathematik Johann Jakob Fries (1773–1843). Fries' Handbuch, obgleich 1837 erschienen, steht geistig sehr eng in der Tradition der Aufklärung. Mit seinem Versuch einer Empirisierung der kantischen Philosophie nimmt Fries eine Zwischenstellung zwischen Aufklärung und Romantik ein, so dass er zu Recht am Beginn des Bandes steht.

Unter den Anthropologen der Romantik im engeren Sinne stellt Schweizer zunächst zwei Autoren vor, die den Geist als Teil der menschlichen Seele verstehen, also ein dualistisches Menschenbild vertreten. So vertritt der Leipziger Arzt Johann Christian August Heinroth (1773–1843) in seinem 1822 erschienen Lehrbuch der Anthropologie ein dualistisches Menschenbild. Für Heinroth ist der Geist ein Teil der menschlichen Seele: Geist und Seele erscheinen als organische Einheit. Das Verhältnis zwischen Natur und Mensch betrachtet er hingegen als Polarität: die Natur erscheint als etwas Böses, dass den menschlichen Geist zu Sünde verführt. Krankheiten sind für Heinroth stets psychisch bedingt, und werden als Folge von Sünde aufgefasst. Die christliche Religion bildet somit den zentralen Bezugspunkt der Anthropologie Heinroths.

Ein zweiter wichtiger Vertreter der romantisch-naturphilosophischen Medizin ist der vielseitig interessierte ‚Universalgelehrte' Carl Gustav Carus (1789–1869). Der Arzt und Schriftsteller stand mit vielen bedeutenden Persönlichkeiten seiner Zeit, unter anderem mit Goethe, Alexander von Humboldt und Ludwig Tieck in Verbindung. Seine Vorlesungen über Psychologie, die er im Wintersemester 1829/30 in Dresden hielt, stellen den Geist ebenfalls

als Teil der Seele dar. Carus betrachtet die Seele dabei als unsterbliche Idee, den Körper als materielle Manifestation der göttlichen Seele.

Im Gegensatz zu den „Dualisten" vertrat die Mehrheit der Anthropologen zur Zeit der Romantik ein trinitarisches Modell. Schweizer behandelt hier drei Autoren. Zunächst geht er auf Gotthilf Heinrich Schuberts „Die Geschichte der Seele" von 1830 ein. Schubert (1780–1860) war vielleicht der bekannteste Vertreter der romantischen Anthropologie: seine Werke wurden von vielen bedeutenden Literaten der Romantik wie E. T. A. Hoffmann, Kleist, de la Motte Fouqué und Eichendorff rezipiert. Seine Betonung der ‚unterbewussten' Dimensionen der menschlichen Seele, etwa in der Traumforschung, gelten als innovativer Schritt in Richtung der modernen Psychologie.

Als zweiten ‚Trinitarier' untersucht Schweizer den in der praktischen Psychiatrie engagierten Arzt Johann Michael Leupoldt (1794–1874). Sein 1180 Seiten starkes Hauptwerk Die gesammte Anthropologie neu begründet durch allgemeine Biosophie und als zeitgemäße Grundlage der Medicin im Geiste germanisch-christlicher Wissenschaft, das 1834 erschien, beschäftigt sich mit Fragen der Medizingeschichte, mit Heilwissenschaften und Seelenheilkunde. Schließlich werden die 1828 publizierten Anthropologische Ansichten oder Beiträge zur besseren Kenntnis des Menschen von Joseph Ennemoser (1787–1843) analysiert. Ennemoser gilt als einer der extremsten Vertreter eines mystisch inspirierten Verständnisses der Naturwissenschaften, was sich auch in seiner intensive Beschäftigung mit tierischem Magnetismus und Mesmerismus ausdrückt.

Die drei zeitlich wie gedanklich genuin der Epoche der Romantik angehörenden Anthropologen gehen von einer Parallelität zwischen dem christlichen Schöpfergott und dem Menschen aus. Nach dem Bild des dreieinigen Gottes besteht der Mensch aus drei Teilen: Leib, Seele und Geist. Alle drei Autoren nehmen dabei eine Hierarchie an, die vom materiellen Körper über die Seele hin zum Geist, dem göttlichen Teil des Menschen, führt. Die Konzepte der drei Autoren zur Verbindung bzw. Polarität von Körper und Seele, von Geist und Körper, sowie zur (Un)Sterblichkeit der einzelnen Teile, unterscheiden sich erheblich. Gemeinsam ist den drei Anthropologen aber die Idee einer teleologischen Entwicklung des Geistes: Die individualgeschichtliche Entwicklung des Menschen strebt dem Ziel einer Wiedervereinigung mit Gott entgegen. Parallel zur ontogenetischen Entwicklung wird geschichtsphilosophisch eine phylogenetische Entwicklung des Menschen hin zum christlichen Gott angenommen. Alle drei Autoren machen so die christliche Religion zur absoluten Grundlage ihrer Anthropologie. In einer Abwendung von den Emanzipationsangeboten der Aufklärung kehrt hier die christliche Metaphysik in die Anthropologie zurück.

Schweizer vermittelt in seiner Studie ein differenziertes Bild der verschiedenen Positionen der Anthropologen in der Epoche der Romantik. Es gelingt ihm, die Theoriekonzepte und Ansätze der Anthropologen wissenschaftsgeschichtlich darzustellen, ohne zu stark zu werten oder zu vereinfachen. In diesem Sinne stellt er auch die wissenschaftstheoretischen Positionen der einzelnen Denker vor. Um eine methodisch fundierte wissenschaftsgeschichtliche

Herangehensweise an die Texte zu garantieren, beruft sich Schweizer auf das Konzept des „Beobachters zweiter Ordnung" nach Niklas Luhmann, welches er in seinem Schlussteil ausführlich reflektiert.

Im Laufe der Studie zeigt sich deutlich, wie sich im Diskurs der Anthropologie der Romantik spekulativ-naturphilosophische Ansätze mit medizinischer Beobachtung und mit Elementen christlicher Herkunft überlagern. So erweist sich die Anthropologie als „interdisziplinär", denn hier überkreuzen und durchdringen sich die – freilich noch nicht in der heutigen Form ausdifferenzierten – Disziplinen Medizin, Psychologie, Ethnologie, Philosophie und Theologie. Viele Anthropologen, etwa Carus und Schubert, sind Universalgelehrte, andere sind praktizierende Ärzte, die sich um eine Verbindung von Praxis und Empirie mit den großen Theoriegebäuden der Philosophie und Theologie bemühen. Schweizer zeigt in den Texten der Anthropologen die gemeinsamen geistigen Grundlagen, wie den Einfluss der Naturphilosophie Schellings, auf. Er arbeitet zudem gemeinsame Denkfiguren der Romantik, die zum Teil mit der idealistischen Philosophie verbunden sind, heraus: so treten etwa das Konzept des All-Organismus, die Annahme einer Parallelität von ontogenetischer und phylogenetischer Entwicklung des Menschen und teleologische Geschichtsbilder bei den einzelnen Autoren mehrfach abgewandelt immer wieder auf.

Stefan Schweizers Habilitation schließt an ein zunehmendes Interesse an der Romantischen Anthropologie an, das mit dem Sonderforschungsbereich unter der Leitung von Manfred Engel im Jahre 1997 seinen Anfang nahm. Mit der Erschließung der Romantischen Anthropologie leistet Schweizer zweifellos einen wichtigen vertiefenden Beitrag zu diesem Forschungsgebiet. Hingegen erschöpft sich der kurze Abschnitt, in dem Schweizer Ansatzpunkte für die Analyse der Literatur der Romantik aufzuzeigen versucht, weit gehend in andeutenden „Vokabellisten" und bleibt damit unbefriedigend oberflächlich. Die Anwendung von Schweizers Erkenntnissen auf die konkreten literarischen Textanalysen wird von anderen Forschern zu leisten sein.

Als Qualifikationsschrift ist Schweizers Studie in einem wissenschaftlich-gelehrten Stil abgefasst, der an mancher Stelle schwerfällig wirkt. Es wäre wünschenswert, dass auch in der deutschen Forschung und vor allem in Buchpublikationen ein etwas freierer essayistischer Stil gepflegt würde. Nichtsdestotrotz gelingt Stefan Schweizer, gerade durch die gründliche und detaillierte Vorgehensweise, eine differenzierte Darstellung der heterogenen Konzepte der Anthropologie der Romantik zwischen 1800 und 1840. Sein großes Verdienst ist es, dieses umfangreiche Quellenmaterial für die weitere Forschung, vor allem für die literaturwissenschaftliche Analyse, erschlossen zu haben.

Sabine Darbringhaus: Mao Zedong (= Wissen in der Beck'schen Reihe), München: C. H. Beck Verlag, 2008, 136 S.

Rezensiert von
Kai Filipiak, Leipzig

Mao Zedong hat als Revolutionsführer, Staatsmann und Idol zu Lebzeiten und auch nach seinem Tod unterschiedliche Generationen in verschiedenen Teilen der Welt fasziniert. Systembedingt reichte im geteilten Deutschland die Spannweite emotionaler Zustimmung oder Ablehnung von der Verehrung als politische Leitfigur innerhalb der 68er Bewegung in der Bundesrepublik Deutschland bis zur Verurteilung Mao Zedongs als kleinbürgerlicher Großmachtchauvinist in der ehemaligen DDR.

Mit zunehmendem zeitlichen Abstand fällt das Urteil der Historiker über Mao Zedong ausgewogener aus, wie die Biographie von Sabine Dabringhaus beweist. Obwohl das Buch nur 136 Seiten umfasst und damit im Vergleich zu anderen Werken[1] von geringem Umfang ist, entsteht beim Leser das Gefühl einer dichten Darstellung, die keine Seite des Lebens Mao Zedongs unberücksichtigt lässt. Dabei geht es der Autorin gar nicht um eine allgemeine Lebensbeschreibung Maos, sondern um die Darstellung seines Lebens aus der „Perspektive spezifischer Machtkonstellationen."

Dieses Anliegen verfolgt Dabringhaus über sechs Kapitel. Die ersten fünf Kapitel befassen sich mit Maos Jugendzeit, seinen ersten Erfahrungen in der Kommunistischen Partei Chinas, den Kämpfen als Führer der chinesischen Revolution, seiner Entwicklung zum Staatsmann nach der Gründung der Volksrepublik und schließlich den letzten zehn Jahren seines Lebens, die mit der von ihm initiierten Kulturrevolution eng verbunden waren. Das sechste Kapitel widmet sich dagegen dem Mao-Mythos, der sich bereits zu Lebzeiten Maos etablierte und nach seinem Tod eine Wiederbelebung fand.

Dabringhaus beginnt ihre Darstellung mit einer Schilderung des familiären Umfeldes, in das Mao geboren wird. Seine Jugendzeit ist eine Zeit des Suchens nach Vorbildern, wobei der ausgeprägte Wille, politisch aktiv zu sein und China zu neuer Stärke zu führen, bereits erkennbar ist. Ebenso lassen sich bestimmte Grundpositionen des späteren maoistischen Denkens feststellen. Es zeigt sich ein beständiger pragmatischer Zug in Maos Denken, der später seinen Niederschlag in der Forderung nach der Verbindung der marxistisch-leninistischen Theorie mit der Praxis der chinesische Revolution finden wird. Auch lehnt Mao eine Umgestaltung Chinas nach westlichem Vorbild ab. Seine Auffassung, dass China im Kern immer chinesisch bleiben müsse, wird auch durch seine wenngleich selektive Wertschätzung der chinesischen Geschichte und Kultur unterstrichen.

Nach Maos Eintritt in die KP Chinas, deren Gründungsmitglieder er ist, begann Maos eigentliche politisch-revolutionäre Aufgabe. Dabringhaus weist darauf hin, dass sich Mao dabei oft im Gegensatz zu seiner Partei befand. Das zeigte sich nicht zuletzt in der Bauernfrage, die Mao als einer der wenigen als Kardinalfrage der chi-

nesischen Revolution frühzeitig erkannte. Zugleich ist diese Phase seines Lebens mit der Entwicklung zum Revolutionsführer verbunden, wobei seine militärischen Erfolge auf die Entwicklung neuer militärischer Taktiken (Guerillataktik), den Rückhalt seiner Truppen in der ländlichen Bevölkerung und die Bildung von Sowjets als territorial- administrative Einheiten zurückzuführen sind.

Der militärische Erfolg bewirkte auch, dass Maos Einfluss auf die Partei zunahm. Gleichzeitig traten, wie Dabringhaus zu Recht bemerkt, ideologische Fragen in den Hintergrund. Deshalb war Mao auch nicht wählerisch hinsichtlich seiner Verbündeten. Er umwarb die muslimische Bevölkerung im Nordwesten und nahm Gespräch mit den früher bekämpften Geheimgesellschaften auf. Selbst die Anerkennung Chiang Kaisheks als nationaler Führer wurde hingenommen, um eine Einheitsfront mit der Guomindang-Partei gegen Japan zu bilden.

Maos Aufenthalt in Yan'an, jenem Standort, der nach dem Ende des Langen Marsches bezogen wurde, bezeichnet Dabringhaus als wichtigste Phase seines Lebens. In Yan'an entwickelte sich Mao zur Führungsfigur der kommunistischen Bewegung. Zugleich weist die Autorin daraufhin, dass die Yan'an-Phase auch für Maos intellektuelle Entwicklung von großer Bedeutung war. Es zeigten sich erste Ansätze, die bisherigen Erfahrungen in eine systematische Form zu bringen. Im Ergebnis entstand ein Ordnungsmodell, das als maoistisches Denken oder sinisierte Form des Marxismus-Leninismus bezeichnet wurde. Es diente der KP Chinas fortan als ideologische Grundlage. Erziehung und Zwang richteten die Partei in verschiedenen Kampagnen auf die Linie Maos aus, dessen kultische Verehrung allmählich Form annahm.

Was die Yan'an-Phase betrifft, so schreibt Dabringhaus, dass es unklar ist, wie überhaupt Neuigkeiten nach Yan'an gelangten. Diesbezüglich sei angemerkt, dass es zumindest einen sowjetischen Radiosender im „Garten der Dattelpalmen", dem Wohnsitz Maos in Yan'an, gab.[2]

Die größte Leistung Maos sieht die Autorin in der Tatsache begründet, dass Mao die Wiedervereinigung Chinas herbeigeführt und den Wiederaufbau des Landes eingeleitet hat. Dass er sich anfangs für ein Bündnis mit der Sowjetunion entschied, führt Dabringhaus auf Maos Ausspruch zurück, dass es in Zeiten des Kalten Krieges keine Neutralität geben könne. Demnach war Maos Entscheidung durch die ideologische Gemeinsamkeit mit dem „sozialistischen Bruderstaat" begründet.

Angesichts der tiefgreifenden ideologischen Unterschiede zwischen dem marxistisch-leninistischen Denksystem und dem maoistischen Denken, die bereits in der Vergangenheit zu Auseinandersetzungen geführt hatten, erscheint das Argument der ideologischen Affinität etwas brüchig. Die Anlehnung an die Sowjetunion erfolgte aus objektiven Zwängen. China benötigte für Wiederaufbau und Modernisierung dringend wirtschaftliche Unterstützung. Ein Bündnis mit den USA kam auf Grund der einseitigen amerikanischen Unterstützung Taiwans nicht in Frage. Insofern war das Bündnis mit der Sowjetunion für Mao ein Zweckbündnis, das er auf Grund fehlender Alternativen einging.

Die relativ unangefochtene Stellung Maos innerhalb der Partei überdauerte den er-

sten Fünfjahrplan (1953–1957). Sein persönliches Versagen im von ihm initiierten „Großen Sprung nach vorn“ löste jedoch Kritik aus, die ihren Höhepunkt in Peng Dehuais Memorandum auf der Lushan-Konferenz 1959 fand. Dabringhaus verweist zwar darauf, dass es Mao gelang, seine Kritiker in die Schranken zu weisen. Allerdings erhebt sich dann die Frage, warum er sein Amt als Staatspräsident zur Verfügung stellte. Ist das nicht ein Anzeichen dafür, dass Mao den Kritikern Tribut zollen musste?

Maos letzte zehn Lebensjahre standen im Zeichen der Kulturrevolution, die er mit dem Ziel entfesselte, den Staats- und Parteiapparat zu zerstören. Das gelang ihm durch die Fähigkeit, die Massen für seine Zwecke zu mobilisieren und die Kontrolle über das Militär zu wahren. Obwohl Mao durch die katastrophale Bilanz der Kulturrevolution an Glaubwürdigkeit verlor, behielt Mao, so Dabringhaus, bis zu seinem Tod die Macht inne. Das zeigt sich vor allem darin, dass er bis zuletzt die wichtigen Personalentscheidungen treffen konnte.

Das abschließende Urteil der Autorin über Mao Zedong unterstreicht die Widersprüchlichkeit Maos als Mensch, Politiker und Staatsführer. Einerseits war Mao ein geschickter Machtstratege, der erfolgreich die Wiedervereinigung Chinas und den Wiederaufbau des Landes betrieb. Andererseits war er unentschlossen bis wechselhaft in der Regierungsarbeit. Ideologische Erfolge standen ökonomischen Misserfolgen gegenüber. Dabringhaus wirft hier die interessante Frage auf, wie modern die Regierung Maos war. Vielleicht hätte man diese Problemstellung etwas vertiefen können. Es stellt sich in diesem Zusammenhang generell die Frage, inwieweit das maoistische Modell zur Modernisierung Chinas überhaupt modern war. Kann man den Egalitarismus Maos tatsächlich als „revolutionär“ bezeichnen oder ist es nicht eher so, dass viele seiner Ideen wie die Massenlinie der Großen Gemeinschaft, das Vertrauen in die Kraft des Menschen bei der Gestaltung von Ordnung, die Erziehung des Menschen, die klare Unterscheidung von Gut und Böse usw. in der traditionellen chinesischen Kultur verankert sind?

Was eingangs zur Bewertung dieser neuen Mao-Biographie gesagt wurde, trifft dennoch zu. Dabringhaus ist eine ausgewogene Darstellung des Lebens Mao Zedongs gelungen. Klare Gliederungen, Linienführungen und objektive Bewertungen erleichtern es dem Leser, sich in der unvermeidbaren Fülle von Ereignissen und Details zurechtzufinden. Das sind zugleich die wesentlichen Gründe, warum sich diese vergleichsweise knappe Darstellung wohltuend von anderen Werken dieser Thematik unterscheidet.

Anmerkungen

1 Vgl. z. B. die 2008 erschienene 2. Auflage der Biographie von J. Chang und J. Halliday, die auf 976 Seiten eine einseitig ausfallende persönliche Generalabrechnung mit der Person Mao Zedongs darstellt.

2 Vgl. E.-M. Stolberg, Stalin und die chinesischen Kommunisten 1945–1953. Eine Studie zur Entstehungsgeschichte der sowjetisch-chinesischen Allianz vor dem Hintergrund des Kalten Krieges, Stuttgart, 1997, S. 25.

Susan Bayly: Asian Voices in a Postcolonial Age. Vietnam, India and beyond, Cambridge: Cambridge University Press, 2007, 281 S.

Rezensiert von
Alexander Drost, Greifswald

In this historical and anthropological study of Asian lives, Susan Bayly encounters the entangled implications of colonial, postcolonial and socialist realities in the formation of a Vietnamese educated elite with connections to the global urban academic world against the backdrop of a domestic society in continuous transition. Based on oral narratives from academics and „other educated people", the study delves into the memories of Hanoi families to unearth the essential structure and role of families in the transformation during the 20th century from the colonial past through the early years of independence to the development of a socialist state. Bayly pays considerable attention to the nuclear family and the role of its collective memory in maintaining the distinctive identity of tri thuc families – that saw themselves as the urban modern intelligentsia. She draws parallels between the affective behavior of nurturing and care within the family and the development of socialist structures in the country. Furthermore, while reflecting the global position of Vietnam amongst other post-colonies and as a member of COMECON, Bayly describes also the emergence of transnational spaces of participation in the socialist ecumene – a constitutive element in national and tri thuc identity construction. Similarly important are the repercussions of this familistic understanding for social, political and historical developments in Vietnam. In this way, Bayly's, at first glance, narrow focus on tri thuc families succeeds in drawing a much broader Vietnamese worldview and a particularly Vietnamese view of interconnectedness defined by the socialist ecumene.

The characteristics and obstacles of the modern intellectual family in Vietnam were pictures before the historical and political canvas of Vietnam from the 1930 until recent. In this context, Bayly claims that the maintenance of a sense of belonging to an interconnected educated modern elite with ties that endured even prolonged periods of separation and overseas work represents the greatest triumph of intelligentsia family life. „In conditions of repeated and prolonged relocation and dispersal, my informants experienced variants of family life which often took very different forms from those depending on a separation between distinctly male and female spheres or functions within a conventionally structured domestic household" (p. 25). For this reason, Bayly assigns separation an important role as an identity marker for the tri thuc.

Bayly describes further the imparting of particular identity markers for this milieu within intellectual families. Those were identified as „verbal skills" (shifting verbal expressions from colonial French to Romanised Vietnamese) (p. 26) and later also „literacy" (p. 30) as well as knowledge of traditions and history beyond ideological propaganda (p. 33). The „maintaining [of these] shared identity markers of

this kind of family, in the face of rapidly changing official attitudes to the pursuit of 'familistic' interests" (p. 27) determined the emergence of a certain sense of family. Especially the experiences of relocation and separation during the anti-French and the anti-US wars are reflected in the narratives of the continuation of family ties and kinship.

The role of women in the process of maintaining family ties and the protection of intelligentsias status in tri thuc families is particularly notable, considering the much-discussed „gendered occupational distinctions that have been characterized in a wide variety of south-east Asian contexts as relegating woman to a lowlier sphere of money-making and entrepreneurial activity" (p. 45). In the case of Vietnamese woman who willingly supported the academic advancement of their men folk by doing military service or engaging in compulsory periods of factory employment in their stead, the efforts of the female elders are honourably recognized in numerous accounts and narratives by younger family members recorded by Bayly in interviews. Since Susan Bayly follows anthropological methods and research questions, this study not only provides a detailed reconstruction of individual memories but also carefully considers what „facts" her informants present, how they present these, and their affective connection to the material presented. In this context, she is especially concerned with „familial feeling as an energising principle in the lives they have sought to lead as socialist world citizens and nation-builders, as well as contributors to their families' stock of cultural and moral capital" (p. 45-46).

Besides family and kinship, friendships are considered as important ties, particularly in the socialist ecumene when Vietnamese people left their country to work in „brother/sister countries" in the USSR, China, and Africa. Even the narrations of these connections reflect highly emotional relations (p. 46).

For all these narrations, the particular context they and their narrators were placed are important. Bayly listened to the narrated memories in an urban context which was a significant and characteristic feature of the intellectual family. Cosmopolitanism and culture are mirrored as constitutive parts of intellectual self-perception. Most of the interviews were carried out in the presence of several family members and also close friends. In this way, the experiences of cosmopolitanism during long-term stays in other countries within the socialist ecumene were combined with current experiences of separation expressed through the absence of younger members of the family. These „interconnected" separation memories illustrate firstly that Hanoi intellectuals participated in a global „modern community" of experts that made a crucial contribution to the development of their countries and secondly the difficulties in preserving essential family relations. One important mode of preservation can be recognized in the sharing of family narrations. For Bayly, this communicational habit is much more than the preservation of family tradition. The verbal transfer of information about kin and particularly their educational achievements is directed towards the nurturing and provisioning of younger family members. These reflective narratives were also very affective stories for which Bayly uses the term critical

memory. „Thus through these exercises of shared critical memory, I believe that my informants collectively pool, transmit and deploy the factual and emotional content of their narratives, experiencing them as a stock of resources to be accessed and used in a variety of ways, stockpiling and exchanging them, and exploring them in a range of intimate and more public settings" (p. 54-55). The multilayered analytical task of this study becomes apparent, concentrating on facts from the memory, the presentation of the memory and its effects in the formation of the families life.

The characteristic of being a „modern" was essential to the Hanoi intelligentsia. To achieve this desirable condition, certain behaviour was expected of the youth. This involved leaving home for a „healthy external" environment which included modern schools, youth organizations, and later also the educational institutions of COMECON states and other international „friends". The stigma of being backward had to be avoided. Again, the global context of family life was an integral part of the lives of „modern" intellectual Vietnamese families, whose forebears set the model of selfless service to society and the nation for those who followed.

After an overview of the present-day modern intellectual Vietnamese family, Bayly's account continues with the examination of the tri thuc position in the early years of independence and during the division period. The service of tri thuc families in the socialist revolution had a systemic ambivalence. On the one hand, elitism defined by talent and culturedness that could be used for individual development was condemned by the socialist moral standards and thus was regard with suspicion by revolutionaries. On the other hand, the enduring concern of being a part of the modern world made Vietnamese intellectuals valued assets for the success of both the revolution and the development of the country. As post-colony, Vietnam faced the same prejudices of backwardness from developed countries as other post-colonies at that time. In this regard, the role of intellectuals in promoting literacy and learning as a means of creating a self-defined modernity can not be underestimated. Furthermore, Vietnamese intellectuals had also the task of providing counter-narratives to the demeaning accounts of developed states on Vietnam's lack of modernity as a post-colony.

Through the ambiguous position of intellectuals, Bayly draws attention to the fact that separation was not the only obstacle to family life. As a distinct higher social group, tri thuc families had to deal with considerable dangers. During the ‚social rectification' years many families bore the stigma of being ‚class enemies', and were often denied access to higher education or party membership, severing their human interactions and thus depriving them of the shared feelings which were constitutive for being a part of the Vietnamese society. The representation of intellectuals as bourgeois was synonymous with their exclusion from promotion or career advantages. Nevertheless, these trying times were not at all remembered as periods of suffering. The import of cultural materials from socialist friends after 1954 was acknowledged by the tri thuc as period of new culturedness, mainly influenced by Soviet contributions. It also formed the basis for new educational achievements and the modernization of Vietnamese society, equipping the educat-

ed with knowledge and training that could be deployed for the sake of the nation and elsewhere in the world.

In this way, as Bayly shows, the participation of modern educated Vietnamese in the socialist intellectual community and international development work made Vietnam a part of global modernity. This membership was continuously propagated by state officials as a means of countering notions of backwardness and ‚third world' society. Furthermore, this responsibility was deeply felt by Vietnamese intelligentsia, as can be observed in the narratives of Bayly's interview partners. They stress the point of staying in service for the well being of the nation. This was the only way to escape the suspicion of being an ‚enemy'. Furthermore, these statements clarify the use of cultural capital, which includes also the language skills and Francophone education of the pre-independence period, for the nation's benefit. For Bayly, the role of the intellectual family in Vietnam demonstrates that the complex nature of colonial, postcolonial and socialist developments cannot be described simplistically as a failure of global ideologies before the achievements of the late and post-socialist doi moi (renovation) period. The moral and cultural reference points of today's intellectuals are rooted in the preceding periods of this still socialist nation.

Anglophone Indian intellectuals constitute, according to Susan Bayly, a comparable unit of the socialist ecumene. In her opinion, these Anglophone intellectuals felt a similar sense of distinctiveness within the Indian society as intellectuals in Vietnam, and their maintenance of family ties, mobility and separations as well as understanding of service to the post-colonial independent Indian nation greatly resembled the perceptions of the Vietnamese narrators in this study. Even though comparisons of Jawaharlal Nehru and Ho Chi Minh as friendly uncle figures as well as the comparison of the discrimination faced by the IAS officer and collector Mr. Raman with that experienced by Vietnamese intellectuals seem a little unconvincingly given the difference in the political systems, Bayly shows that the nuclear family life and the development of modern educated contributors to the Indian national benefit depended on the response to the ethnoculture of a localized world that could be overcome only by looking outward for another moral world – the socialist ecumene. This chapter also works against the notion of a „homogenizing of the two countries into an undifferentiated category of 'the post-colony'" (p. 98). For example, Indian intellectuals were actively involved in the development of the Indian nation through democratic and patriotic discussions; this free expression of thought was denied to the Vietnamese.

Since the narratives of the Vietnamese intelligentsia concentrated on times of transition, Susan Bayly depicts, in the sixth chapter of her study, the crossing of boundaries and the mapping of spaces to which her interview partner had an affective relation during the war of independence against the French colonizers. For these narratives and depictions in the context of change from colonial to postcolonial and socialist period as well as the relocations of Hanoi's intellectual families in this context, she employs the term autocartography to emphasize the individual and personal character of these spatial descriptions. Besides individual memories

relating to rural places and people in the interzones, which contributed considerably to the lives and identities of the intellectual family, Bayly discovers an essential cosmopolitan understanding of space. Since most of the narratives reflect a distinctive understanding of French culture and language and the French colonization, she shows how language and culture were recognized as modern and how these contribute complementarily to Vietnameseness. Furthermore, Bayly analyzes stories, images, museums and revolutionary spaces of the relocated Hanoi intellectuals as indicative of an awareness of participating in a cosmopolitan world of cultivation and civility. The socialist propaganda of a new revolutionary calendar which included internationally celebrated holidays as well as the French language skills contributed in this early phase of independence to a sense of being one of the global revolutionary modernities like Eastern Europe.

This linking of global revolutionary spaces is followed by an analysis of intelligentsia life in the rural interzones. As the narrations of Dr Tran and others reveal, intellectuals from Hanoi were engaged in manifold tasks for the revolution and faced difficulties of distinction. Nevertheless, since most intellectuals spent time in the service of the Viet Minh, their children stayed with rural families or, if privileged, were educated in Chinese school camps. Since ties, affection and nurturing are important characteristics of the Hanoi tri thuc families, it becomes obvious that the years in the interzones imposed a burden on maintaining relations within the family. This meant also, that it was a challenge for parents to give their children a sense of tri thuc identity, as this was passed on through affection and care. The concentration on the Hanoi intelligentsia and the interactions and also differences between its members and the rural population is certainly a potential problem for this study. The concentration on one spatially and socially contained group memory in a heterogeneous society with about 54 ethnic groups and more importantly at least five social ranks of peasant, worker, soldier, trader and 'brain worker' propagated by socialist officials could have a distorted picture of the social and cultural development. To stress globality and cosmopolitanism for one quite small group in the capital does not reveal the true affiliation of the masses to these ideas and broader views of global interconnectedness.

However, as Bayly shows in her last chapter, participation in a global socialist ecumene became a common feature of many families, not just tri thuc in Vietnam. Particularly, the use of the population as a workforce in COMECON countries and in Africa is emblematic for the involvement of Vietnam in a common socialist moral world. Furthermore, as agents of modernity, Vietnamese experts themselves showed ability to help develop other post-colonies. The charitable nature of this assistance may be doubted although it is cast as such in the accounts of her interview partners. If nothing else, the tradition of family members spending time abroad also brought personal gain. These experiences also had and continue to have great value for the families, which explains why the importance of these family members is so manifest in the narrations of the interview partners.

Nevertheless, the memories of the last chapter reveal the traces of high mobility,

relocation, privations and modern education to be important markers of Hanoi intellectual families today.

The return from the interzones was remembered as a civilized transfer, through which the intelligentsia saw themselves as „equipped to become socialist gift-givers to those in need". Aid is here bound up with the affective interaction of all participants. Many narrated memories about the development of a socialist society in 20th century Vietnam are certainly not exclusive to Vietnam, and periods of rectification were common to all socialist revolutions. But with the discussion of becoming a modern who participates in a global ecumene of common moral standards and thus with the implementation of colonial and post-colonial theory Susan Bayly's studies overcomes homogenizing accounts of post-colonial political, social and cultural development. Her approach furthermore describes innovative modes of access to global spaces which were created by the interaction with the outside world of a small locally bounded unit – the tri thuc family of Hanoi.

Albert Gouaffo: Wissens- und Kulturtransfer im kolonialen Kontext. Das Beispiel Kamerun – Deutschland (1884–1919), Würzburg: Verlag Königshausen & Neumann, 2007, 284 S.

Rezensiert von
Heinrich Hartmann, Berlin

Veränderten die deutschen Kolonien wissenschaftliche Paradigmen und Selbstinterpretationsmuster der deutschen Gesellschaft? Inwieweit prägten koloniale anthropologische Wissensbestände die deutsche Gesellschaft? Mit diesen weitreichenden Fragestellungen und dem Bestreben, das Eigene im Fremden zu lesen, beschreibt der Literaturwissenschaftler Albert Gouaffo den Transfer zwischen Kamerun und Deutschland in der Zeit der deutschen Kolonisierung. Er geht dabei davon aus, dass „die Darstellung von fremden Völkern und deren Kultur als interpretativer Annäherungsversuch zu verstehen [ist], weil Fremdverstehen immer vom Selbstverstehen abhängt" (S. 19). Gouaffo nähert sich seinem Thema dabei von drei Seiten, indem er sich darum bemüht Akteure und Institutionen (1), die semiotische Konstruktion eines kolonialspezifischen Wissens und seiner Literarizität (2) sowie dessen theatrale Inszenierung für das deutsche Publikum im Kontext der Völkerschauen (3) darzustellen. Er stützt sich dabei auf Methoden der Transferforschung und Diskurs-, genauer Sozialdiskursanalyse. Nicht nur auf der methodischen Ebene gelingt es Gouaffo dabei

überzeugend, französische Konzepte mit einzubeziehen. Auch im weiteren Verlauf der Untersuchung ergänzt er anhand französischen Quellenmaterials immer wieder die deutsche Perspektive und multipliziert auf produktive Weise diesen Blick von außen.

Wer waren die Mittler und Träger eines anthropologischen Wissens über die Kolonien? Dieser Frage geht der Autor in seinem ersten Kapitel nach, das im Sinne der Konzeption mehr einem Glossar der kolonialpolitischen Akteure des Deutschen Reiches, als einem auf breiter Quellenbasis erarbeiteten Forschungskapitel gleicht. Dabei steht zunächst neben der Geschichte der christlichen Missionen das Zusammenspiel akademischer Netzwerke und politischer Lobbygruppen bei der Eröffnung des Hamurgischen Kolonialinstituts und eines eigenen deutschen Kolonialmuseums in Berlin im Jahre 1899 im Mittelpunkt. Doch auch die aktive Mittlerfunktion, die die private Schifffahrtsgesellschaft Woehrman gespielt hat, bleibt nicht unerwähnt. Besonderes Interesse schenkt Gouaffo daneben einzelnen Personengruppen, die in dieser Vermittlung eine hervorgehobene Bedeutung gewinnen. Neben den Kamerunreisenden und Kolonialbeamten beschreibt er etwa die Rolle, die die vereinzelten Kameruner Migranten in Deutschland für die breitflächige Veränderung einer anthropologischen Wissensordnung hatten. Dabei kommt er zu dem Schluss, dass trotz der kleinen Zahl die bloße Präsenz dieser Migranten den Diskurs über die Kolonien veränderten. Viele Akteure sucht man dagegen in der Darstellung vergeblich, etwa die Gruppe der Militärs und allen voran den in Fragen der anthropologischen Forschung hochaktiven obersten Militärarzt Kameruns Hans Ziemann. In einem recht kursorischen Kapitel beschreibt Gouaffo die Rolle bestimmter Medien in der Vermittlung wissenschaftlicher Forschungen an eine breite Öffentlichkeit. Unter dem Schlagwort der Popularisierung versteht er dabei, „dass von den Wissenschaften erarbeitete Inhalte an ein breiteres nichtwissenschaftliches Publikum weitervermittelt werden“ (S. 76). Hier wäre sicherlich in einigen Punkten eine Perspektive weiterführender gewesen, die die Medien auch als Machtressource für die Wissenschaft oder als Kommunikatoren zwischen der vermeintlich „abgeschlossenen wissenschaftlichen Welt“ und der „nichtwissenschaftlichen“ Öffentlichkeit ansieht.

Breiten Raum bietet Gouaffo der Frage der literarischen Verarbeitung und Kodierung von kolonialen Wissensbeständen. Mit einem ausgearbeiteten literaturwissenschaftlichen Instrumentarium gelingt es ihm dabei, die chauvinistischen und rassistischen Weltbilder vieler Autoren aufzubrechen, die sich hinter Codes und literarischen Formen verbergen. Besonders überzeugend schafft er dies etwa am Beispiel der Naturdarstellungen und ihrer Verformung als Fluchtpunkt einer europäischen Vergangenheitsvorstellung. In einer dichten Beschreibung löst er die „dünne Beschreibung“ der Kolonialautoren auf und verweist auf den Platz der kolonialen Fremde als „Lösung eigener Identitätsprobleme“ (S. 103). Immer wieder ist es dem Autor dabei wichtig, in aufschlussreicher kulturwissenschaftlicher – jedoch wenig historischer – Perspektive die Bezüge in unsere Zeit herzustellen und etwa Elemente des kolonialen Sozialdiskurses in der Konstruktion moderner Körper- und

Modebilder wiederzufinden. Allerdings helfen diese Verweise Gouaffo wiederum, die Konstruktion von Afrika als statisch-traditionalistischem Gegenbild zum modernisierungswütigen Europa als Produkt des Kolonialismus zu entschlüsseln. Daneben kommt allerdings auch der Konstruktion von Einfluss- und Handlungssphären für die Ambitionen einer „imperialen Erziehung" ein entscheidender Platz zu. Ein wenig befremdlich muten dagegen die zyklisch wiederkehrenden Abgleiche der literarischen Aussagen mit einer objektiven Realität an. Den deutschen Kolonialautoren der Jahrhundertwende Wahrnehmungsfehler zu konstatieren, würde in den Augen des Rezensenten wohl eher eine essentialistische Argumentationsstruktur wiederbeleben, um die es Gouaffo nicht gehen kann.

Insgesamt billigt der Autor der Sphäre des literarischen einen beeindruckend breiten Stellenwert zu, durch den auch seine wissenshistorische Perspektive entscheidend erweitert und aufgewertet wird. Anthropologisches Wissen wurde in literarischen Arenen ausgehandelt und übersetzte sich durch vielfältige Metaphorisierungen in größere Bedeutungszusammenhänge, in der europäische Akteure ihre Deutungshoheit gegenüber den Kolonien in prägnanter Form ausspielen konnten.

In einem letzten Schritt wendet sich Gouaffo der Inszenierung eines solchen Wissens in einer performativen Logik zu. Quellennah beschreibt er etwa die Geschichte des kamerunischen Prinzen Samson Dido, der gleich mehrfach im Rahmen deutscher Völkerschauen vor der Jahrhundertwende als „Ausstellungsobjekt" das anthropologische Wissen über Kamerun zu verkörpern hatte. An Hand der Proteste des Prinzen gegen bestimmte Präsentationsformen aber auch der divergierenden Interessen der Ausstellungsmacher kann Gouaffo dabei die konkurrierenden anthropologischen Bilder zwischen Kolonie und deutscher Gesellschaft greifbar machen. Die kluge Verwendung von Bildmaterial als Quellengattung mit eigenem Stellenwert tut hier ein Übriges im Sinne einer glaubhaft belegten Darstellung der Geschichte kolonialer Aufführungspraktiken.

Die kultur- und literaturwissenschaftlichen Perspektiven, die einen hohen Stellenwert in Gouaffos Darstellung einnehmen, schaffen es letztlich nicht, eine binäre Entgegensetzung von Kolonisator und Kolonisiertem in Frage zu stellen. Immer wieder ist der Transferforschung der Vorwurf gemacht worden, in vielerlei Hinsicht auch die meist nationalen Grundeinheiten dieses Transfers zu bestätigen und zu reproduzieren. In der Frage des Transfers zwischen den Kolonien und den europäischen Kolonialmächten ist dies wohl umso deutlicher. Eine konsequente Spiegelung von wissenschaftlichen Konstruktionen in kamerunischen Quellen hätte hier vielleicht Abhilfe schaffen können. Einige Fragen, nicht zuletzt die Frage, wie sich solche Konstruktionen etwa in wissenschaftlichen Geschlechterkonstruktionen der Jahrhundertwende niederschlagen, bleiben zudem weitestgehend unbeantwortet.

Doch ungeachtet aller Kritik bleibt die Arbeit von Gouaffo eine wertvolle Ergänzung der bislang lückenhaften Erkenntnisse zur Geschichte des deutschen Kolonialismus. „Die ‚Provokation' der Wissens- und Erkenntnisstrukturen der Deutschen ab den Gründerjahren" (S. 128) durch die kolonialen Herausforderungen, die der Autor

immer wieder konstatiert, wird durch eine ganze Reihe von Arbeiten, die in den letzten Jahren den Platz der Kolonien in der Konstruktion deutscher und europäischer Wissensordnungen untersucht haben, getragen und unterstrichen. Der Autor steuert hier nicht nur wertvolle empirische Erkenntnisse zum Fall Kamerun bei, sondern macht sie zudem anschlussfähig für weitere transnationale Untersuchungen.

S. A. Smith: Revolution and the People in Russia and China. A Comparative History, Cambridge: Cambridge University Press, 2008, 259 S.

Rezensiert von
Eva-Maria Stolberg, Duisburg-Essen

Was machte den Kommunismus im 20. Jahrhundert zu einer globalen Kraft, die zur Entstehung zweier bedeutender kommunistischer Weltmächte wie der Sowjetunion und der Volksrepublik China führte? Zahlreich sind die zeitgeschichtlichen Darstellungen zu den sowjetisch-chinesischen Beziehungen. Der von S. A. Smith nun vorgelegte Band liefert einen neuen, erfrischenden Blick, indem die Revolutionen in beiden Ländern und der Anteil der Arbeiterbewegung miteinander verglichen werden. Der Autor, der sich an Russlandhistoriker wie auch Sinologen wendet, plädiert für eine vergleichende historische Forschung zur Arbeiterbewegung und verknüpft in gekonnter Weise politikwissenschaftliche und sozialgeschicht-liche Methoden zu einer transnationalen, -kulturellen, ja globalen Geschichtsschreibung. Smith, der an der Universität Essex lehrt, ist ein Kenner der Materie. In den letzten zwei Jahrzehnten hat er ausgiebig über die Arbeiterbewegungen in beiden Ländern gearbeitet und seine Ergebnisse in konzisen Monografien wie *Red Petrograd: Revolution in the Factories, 1917–1918* (1983), *A Road is Made: Communism in Shanghai, 1920–1927* (2002), *Like Cattle and Horses: Nationalism and Labor in Shanghai, 1895–1927* (2002) geliefert.

In diesem Werk greift Smith auf seine früheren Arbeiten zurück, indem er als Ausgangspunkt für die Entstehungsgeschichte der russischen und chinesischen Arbeiterbewegung St. Petersburg (bzw. Petrograd) und Shanghai wählt – dies zu Recht, denn beide Metropolen stiegen im ausgehenden 19. Jahrhundert nicht nur zu boomenden Wirtschaftszentren auf, sondern bildeten das „hotbed" einer entstehenden revolutionären Arbeiterschaft. *Revolution and the People in Russia and China* ist ein Buch über soziale Mentalitäten vor dem Hintergrund zweier unterschiedlicher Kulturen. Es stellt sich die Frage, inwiefern diese kulturelle Andersartigkeit die Entstehung der Arbeiterschaft und -bewegung geprägt hat. Gab es mehr Unterschiede als Gemeinsamkeiten?

Beginnen wir zunächst mit den Gemeinsamkeiten: sowohl das Zarenreich als auch Qing-China – beide traditionelle Agrargesellschaften – galten als wirtschaftlich rückständig und als typische Beispiele für verspätete Industrialisierung. Gleichzeitig – und das ist eine weitere Gemeinsamkeit – bestand ein sozialer Reformstau in den von autokratischen Herrschaftsformen,

Patronagesystemen und Kollektivismus geprägten Gesellschaften. Autokratie, Patronage und Kollektivismus waren die Pfeiler der Agrargesellschaft in Russland wie auch in China, die mit den Revolutionen von 1911 und 1917 in Auflösung begriffen waren.

Nach Smith entsprachen St. Petersburg und Shanghai als Handels- und Industriezentren dem Typus einer modernen, kapitalistischen Stadt. Hier vollzog sich die Modernisierung rasant, während sie auf dem Land im Zeitlupentempo verlief. Dieser Widerspruch, die Gegensätze zwischen Stadt und Land, prägte die Geburtsstunde der Arbeiterschaft und lieferte zugleich den Sprengsatz für die Revolutionen. Der Grund dafür lag in der komplizierten Transformation der ländlichen sozialen Schicht (Bauern) in eine Industriearbeiterschaft in einem kleinen historischen Zeitraum. So wie sich St. Petersburg als geradezu magnetischer Anziehungspunkt für Bauern aus den Provinzen Tver' und Jaroslavl' erwies, so gilt dies gleichermaßen für Shanghai, das Bauern aus den Provinzen Jiangsu und Zhejiang anzog.

Die Arbeiterschaft rekrutierte sich in beiden Ländern aus bäuerlichen Zuwanderern, die die sozialen Kontakte zum Land, zu ihrem Ursprungsdorf aufrechterhielten. In der Großstadt angekommen, bauten sie soziale Netzwerke unter ihresgleichen auf, so dass nach Smiths Urteil die bäuerliche Mentalität und die sozialen Normen konserviert wurden, zugleich Sicherheit in der neuen, oft anonymen Umgebung vermittelten. Im Unterschied zum russischen Beispiel war die kulturelle und sprachliche Diversität (Dialekte) jedoch in China ausgeprägter, was zur Segmentierung des Arbeitsmarktes nach Ursprungsgebieten in Shanghai führte. So waren dort in der Werftindustrie verhältnismäßig viele Zuwanderer aus Kanton beschäftigt. Dieses Phänomen bezeichnet Smith als „spatial consanguinity" (S. 57). Angesichts der fest verwurzelten dörflichen Traditionen und Normen erwies es sich in beiden Ländern für die Kommunisten als schwierig, ein „Klassenbewusstsein" zu schaffen. Der „Proletarier" war ein Mythos der revolutionären Propaganda. Hier galt es ein „Selbstbewusstsein" zu kreieren, das nach Smith ein Import des westlichen Individualismus war (S. 80 f.). Ein weiterer Unterschied zwischen den beiden Länder war, dass sich die russische Gesellschaft prinzipiell empfänglicher für westliche Ideen (darauf weist schon die Bedeutung St. Petersburgs als kulturelle Metropole des östlichen Europas) zeigte, während in China doch der Konfuzianismus sehr stark verwurzelt war und der Import westlicher Ideen als „mentaler Kolonialismus" bewertet wurde.

Die Schaffung eines „Klassenbewusstsein" hatte aber noch eine andere Konsequenz: das traditionelle Verständnis der Geschlechterrollen wurde in Frage gestellt. Die Aufnahme einer Arbeit in der Stadt bedeutete für die bäuerlichen Zuwandererinnen ökonomische Unabhängigkeit sowie Freiheit von patriarchalischen Normen auf dem Land. Die Revolution von 1911 bzw. 1917 brachte den Frauen die Gleichberechtigung, die sich in der Gesetzgebung niederschlug. Frauen besaßen nun das Recht, ihren Ehepartner frei zu wählen, sich scheiden zu lassen. In der Republik China wurde zudem das Konkubinat verboten. Frauenemanzipation und proletarisches Klassenbewusstsein waren die beiden Hebel, mit denen die revolutionären Bewegungen in beiden Ländern die

ländlich-patriarchalische Ordnung zugunsten einer modernen Industriegesellschaft aufzubrechen gedachten.

Im Unterschied zu Russland hatte das entstehende „Klassenbewusstsein" in China noch eine andere Facette: Antikolonialismus und nation-building. Während das Zarenreich selbst eine Kolonialmacht repräsentiert hatte und die Bolschewiki nach der Oktoberrevolution von 1917 in Abkehr vom russischen Kolonialismus einem proletarischen Internationalismus ideologisch verpflichtet waren, lief die Entwicklung in China in eine andere Richtung. Hier stand die nationale Idee der Han-Chinesen im Vordergrund, wobei die Arbeiterschaft eine heraus-ragende Rolle bei der Entstehung eines chinesischen Nationalbewusstseins übernahm. Deutlich bemerkbar machte sich dies in der Vierten-Mai-Bewegung 1919, wo Arbeiterstreiks sich gegen den Vertrag von Versailles und die japanische Vormachtstellung richteten. Hier formierte sich in den Protesten auf der Straße nicht nur das eingangs erwähnte Klassen-Selbstbewusstsein des Arbeiters, sondern der Arbeiter fühlte sich hier als Chinese.

Abschließend zieht Smith das Resümee, dass es den Revolutionen in beiden Ländern und ihren Akteuren langfristig gelang, der sich aus Bauern rekrutierten Massenarbeiterschaft ein im Prinzip dem westlichen Individualismus entlehnten Konzept des „Selbstbewusstseins" zu vermitteln. Dieses Selbstbewusstsein wurde durch politische und soziale Forderungen (im chinesischen Beispiel kamen die nationalen hinzu) revolutionär aufgeladen. Sowohl die sowjetischen als auch chinesischen Kommunisten bedienten sich dabei einer Propaganda, die den Arbeiter als volkstümlich darstellte und damit weite Teile der Bevölkerung anzusprechen versuchte. Durch die Vermittlung einer Volkstümlichkeit gelang es, die bäuerlichen Migranten in das urbane Umfeld besser zu integrieren. Die beiden Metropolen St. Petersburg und Shanghai wurden zu einem „melting pot", in dem die bäuerlichen Zuwanderer durch die Zuspitzung der sozialen Lage und mit Hilfe einer revolutionären Ideologie zu einer Arbeiterklasse geschmiedet wurden. Zugleich diente das Klassen-Selbstbewusstsein dazu, den Zuwanderern eine neue Identität zu geben und sie aus der ländlich-patriarchalischen Ordnung auch mental zu lösen. Benedict Anderson hat für die Nationsbildung den Begriff „imagined community" geprägt, dies lässt sich – wie S. A. Smith überzeugend darstellt – auch auf die Arbeiterschaft anwenden.

Der Niedergang des Kommunismus in Russland und China seit den achtziger Jahren des 20. Jahrhunderts zeigte unterdessen die Brüchigkeit dieses Konstruktes, als weite Teile der Bevölkerung sich nicht mehr durch ein „Klassenbewusstsein" vertreten sahen. *Revolution and the People in Russia and China* ist ein gelungener Ansatz, den Kommunismus des 20. Jahrhunderts, wie er mit den Revolutionen in Russland und China zu einem globalen Faktor wurde, mentalitätsgeschichtlich zu beleuchten. Dabei stellt der Autor stringent die politischen, wirtschaftlichen und sozialen Faktoren dar, die zu der Entstehung des Mythos „Kommunismus und Arbeiterbewegung" beigetragen haben.

Norbert Frei: 1968. Jugendrevolte und globaler Protest, München: Deutscher Taschenbuch Verlag, 2008, 288 S.

Rezensiert von
Andreas Schneider, Gießen

„Suchten (und suchen) die einen aus den Rebellen die Ruinierer der bürgerlichen Gesellschaft und ihrer Tugenden zu machen, so überhöhten die anderen den Protest der Studenten eine Zeit lang zum nachholenden Gründungsakt einer bis dahin unvollendet gebliebenen westdeutschen Demokratie“ (S. 77). Auch anlässlich des 40. „Dienstjubiläums einer Revolte“ (Franz Schneider) prägten diese beiden von Norbert Frei, dem Autor der hier vorzustellenden Publikation, konzis zusammengefassten Narrative die gesellschaftspolitisch aufgeladenen Debatten um den historischen Ort von „1968“. Demgegenüber möchte der früher in Bochum und nun in Jena lehrende Frei, der nicht zuletzt aufgrund seiner Forschungen zur Vergangenheitspolitik der Adenauer-Ära zu den renommiertesten Zeithistorikern Deutschlands zählt, „[z]um nüchternen Verständnis des Geschehens und seiner Ursachen“ (ebd.) beitragen und „die Entwicklung der bundesdeutschen APO, als deren Kern sich die Studentenbewegung darstellt, in den Zusammenhang der Geschichte der ‚um 68‘ weltweit zu beobachtenden Protestbewegungen“ (S. 273) stellen.

Diesen Anspruch löst Norbert Frei durchaus ein: In fünf Kapiteln erzählt der Jenaer Historiker kenntnisreich und in distanziert-kritisch gehaltenem, mitunter aber auch ironisch gebrochenem Ton die Geschichte der „ersten globalen Revolution“ (Wolfgang Kraushaar). Beginnen lässt der Autor seine Tour d’horizon der weltweiten Protestbewegungen mit einer „historischen Reportage“ der spektakulären Ereignisse des Pariser Mai 1968, in deren Verlauf der Funke des Protests von der Studentenbewegung auf die Arbeiterschaft übersprang, was einen landesweiten Generalstreik zur Folge hatte und in eine Krise der Fünften Republik mündete. Am Beispiel der französischen Mai-Bewegung zeigt sich beispielhaft, in welchem Maße die jeweils nationalen Protestakteure von den Vermittlungsleistungen transnationaler Akteursnetzwerke geprägt waren. So war es vor allem der 22-jährige Soziologiestudent Daniel Cohn-Bendit, der als „reale Vermittlerpersönlichkeit“ (Michel Espagne / Michael Werner) fungierte – schließlich hatte er „sich bei den westdeutschen Gesinnungsgenossen immer wieder umgesehen und sich von ihren Teach-ins, Go-ins, Sit-ins inspirieren lassen“ (S. 11 f.).
Die Aktivisten des bundesdeutschen SDS wiederum ließen sich maßgeblich durch die direkten Protesttechniken ihrer amerikanischen Namensvettern, der *Students for a Democratic Society*, beeinflussen, die ihnen vor allem von ihrem stellvertretenden Vorsitzenden Michael Vester, der das akademische Jahr 1961/62 an einem Ostküsten-College verbracht hatte, übermittelt wurden. Dies verweist auf den Umstand, dass „die wichtigsten Vorläufer, Vorbilder und Anfänge der später weltweiten Protestbewegung in den USA auszumachen“

(S. 31) sind, weshalb es durchaus angemessen scheint, wenn Norbert Frei das erste Kapitel seines Buches mit einer Reminiszenz an Thomas Nipperdeys „Deutsche Geschichte" apodiktisch „Im Anfang war Amerika" betitelt. Entsprechend werden konzis die Anfänge und Radikalisierung der *Civil Rights Movement*, die zu Beginn der sechziger Jahre entstehende *New Left*, die anfänglich äußerst zaghaften, später aber um so heftigeren Proteste gegen den Vietnamkrieg, die *Counterculture* sowie deren rasch einsetzende Medialisierung und Kommerzialisierung und schließlich die Radikalisierung und Zerfaserung der Neuen Linken nach 1968, dem Jahr der „explodierenden Gewalt" (S. 63), geschildert.

Im zweiten Kapitel werden jene westdeutschen Entwicklungen und Ereignisse, die gemeinhin mit „1968" assoziiert werden, dargestellt. Hierbei akzentuiert Frei insbesondere den vergangenheitspolitischen Bias der intergenerationellen Konflikte, der die Proteste in der Bundesrepublik signifikant von denjenigen im westlichen Europa und den Vereinigten Staaten unterschieden habe: „Auch wenn sich der Protest hier wie dort erhob: Allein schon die mentale Disposition der Gesellschaft unterschied die Situation im westdeutschen Nachfolgestaat des ‚Dritten Reiches' (wie auch, in je spezifischer Weise, in Österreich und der DDR) von der Lage in den durch das nationalsozialistische Deutschland seinerzeit überfallenen Ländern. Der Wiederaufbau war in der Bundesrepublik hinter einem anderen sozialpsychischen Gerüst erfolgt als in jenen europäischen Gesellschaften, die sich, und sei es nachträglich, dem Kreis der Siegermächte des Zweiten Weltkriegs zugehörig fühlen konnten. Nirgendwo sonst war die Vätergeneration der ‚68er' politisch so kompromittiert und moralisch so schwach wie in der zweiten deutschen Demokratie, über deren Anfänge bekanntlich die Alliierten gewacht und deren Geschicke zunächst die Großvätergeneration der Adenauer und Schumacher in die Hand genommen hatten" (S. 219 f.) Gleichwohl wurde die Auseinandersetzung zwischen den Akteuren der jugendlichen Protestbewegung und der desavouierten Generation der Väter selten auf der interpersonalen Ebene geführt. Vielmehr erlagen zahlreiche Mitglieder der Studentenbewegung der Attraktivität einer universalen Faschismustheorie, die sogleich auch auf die transatlantische Schutzmacht der Bundesrepublik projiziert wurde. Aus dieser grundlegenden Amerikakritik jedoch pauschal und ausschließlich eine verdeckte deutsche Schuldabwehr herauszulesen, wie es Tony Judt jüngst in seiner Geschichte Europas nach 1945 getan hat, wird von Norbert Frei indes zu Recht bestritten. Genauso weist der Autor all jene (immer noch zu vernehmenden) Stimmen zurück, die behaupten, eine „Bewältigung" der NS-Vergangenheit habe erst mit dem Wirken der Außerparlamentarischen Opposition eingesetzt.

Der weitere Verlauf des zweiten Kapitels bietet eine prägnante Ereignischronik der bundesrepublikanischen Protestbewegungen der „langen sechziger Jahre". Über die Anti-Atomtod-Kampagne der späten fünfziger und die Ostermarsch-Bewegung der frühen und mittleren sechziger Jahre führt der Weg nach Frankfurt am Main, dem „intellektuellen Quellort der späteren Studentenbewegung" (S. 93), sowie nach West-Berlin, der geteilten „Frontstadt", wo Rudi Dutschke auf der 21.

ordentlichen Delegiertenkonferenz Anfang September 1966 im Großen Saal des Frankfurter Studentenhauses der Freien Universität seinen ersten großen Auftritt als temperamentvoller Redner bestritt und zur von den Massenmedien auserkorenen Ikone der Bewegung avancierte. Im Laufe der nachfolgenden Jahre entwickelten sich beide Metropolen zu den Epizentren der bundesdeutschen Protestereignisse, und entsprechend resümiert Frei jene hinlänglich bekannten Etappen, die aus dem bisweilen diffusen Aufbegehren in zunehmenden Maße eine – wenigstens in der medialen Außenwahrnehmung – breite und homogene Bewegung werden ließen: die Demonstrationen gegen den kongolesischen Potentaten Moise Tschombé im Dezember 1964; die wütenden Proteste zahlreicher Studierender gegen das vom Rektor der FU erhobene Redeverbot für den linksliberalen Publizisten Erich Kuby im Mai 1965; die Fernsehbilder vom Bombenkrieg der US Air Force gegen die vietnamesische Bevölkerung seit dem Frühjahr 1965, welche der studentischen Kritik an dem amerikanischen Vorgehen in Fernost zusätzlich Nahrung gaben; das berühmte „Pudding-Attentat" der Kommune 1 auf den amerikanischen Vizepräsidenten Hubert Humphrey Anfang April 1967; und schließlich jenes kritische Ereignis im Sinne Pierre Bourdieus, welches die Wahrnehmung vieler Zeitgenossen synchronisierte und einen Bruch mit dem Alltag und der „normalen" Zeitwahrnehmung evozierte: die Erschießung des Studenten Benno Ohnesorg am 2. Juni 1967 durch den später freigesprochenen West-Berliner Polizeibeamten Karl-Heinz Kurras. Als sich „[n]ach einem Moment der Fassungslosigkeit […] der Schock in Bewegungsenergie" (S. 114) transformierte, da eilte die Revolte dem Zenit ihrer Mobilisierung und öffentlichen Aufmerksamkeit entgegen, der gleichwohl knapp ein Jahr später, als sich der beinahe tödliche Mordanschlag auf die charismatische Führungsfigur Dutschke ereignet und das Parlament mit großer Mehrheit die Notstandgesetze verabschiedet hatte, längst überschritten worden war. Dass sich die Monate zwischen dem Tod von Benno Ohnesorg und dem Dutschke-Attentat keinesfalls in einer „schier atemlose[n] Folge von politischen Manifestationen und Kongressen, von Protestveranstaltungen und Vollversammlungen, von Teach-ins, Sit-ins und, in Gestalt gesprengter Seminare, schließlich auch von Go-ins" (S. 130) erschöpften, wird von Norbert Frei durchaus vermerkt. So werden etwa der konstitutive Zusammenhang von Konsum und Politik in der vermeintlich unpolitischen Jugendkultur, die weit über das engere APO-Milieu hinausgreifenden Demokratisierungs- und Liberalisierungsansprüche zahlreicher gesellschaftlicher Gruppierungen sowie der rapide Wandel der Sexualmoral erwähnt. Wenngleich der Autor den Zusammenhang zwischen diesen alltagskulturellen Veränderungen und der Studentenbewegung nur gering veranschlagt, konzediert er dem Protest der APO, „den im Gang befindlichen gesamtgesellschaftlichen Wertewandel" verstärkt zu haben: „Im Zeichen der Revolution trug die Revolte zum Fortschritt der Reformen bei" (S. 138).

Die Kapitel drei und vier informieren über die Geschehnisse im ‚Westen' wie im ‚Osten': Da der Autor den Westen als „Raum der legitimen Freiheit oder der mindestens geduldeten Möglichkeit des Menschen zum Protest" begreift, vermag er auch das

– freilich aus eurozentristischer Perspektive – geographisch östlich gelegene Japan in seine Darstellung zu integrieren. Hier wie auch im postfaschistischen Italien sowie der Bundesrepublik hätten sich, so Frei, die Protestbewegungen „hinsichtlich der langen Dauer und des Ausmaßes der Gewalt deutlich" (S. 186 f.) von anderen Ländern wie Großbritannien oder den Niederlanden abgehoben. Ob sich dieser Unterschied allerdings aus den „vergange nheitspolitische[n] Lasten" (S. 163) der einstigen Achsenmächte ableiten lässt, darf indes angezweifelt werden: jene „Explosion der Gewalt" (S. 73), die sich am 4. Mai 1970 auf dem Campus der Kent State University im US-Bundesstaat Ohio ereignete, als nach tagelangen Krawallen Nationalgardisten in die Menge feuerten und dabei vier Studenten ums Leben kamen, kann es zwar kaum mit der exzessiven Brutalität an japanischen Universitäten und Gymnasien ‚aufnehmen', stellt aber die westdeutsche Gewaltbilanz durchaus in den Schatten. Demgegenüber nahmen sich die Ereignisse im britischen und niederländischen Königreich mehr als ‚zahm' aus. Wo auf der Insel die „Dynamik der Veränderung jugendlicher Lebensstile" (S. 184) die Aktivitäten der durchaus existierenden britischen Studentenbewegung bei weitem überwog, da schienen die Niederlande die „‚soft power' der Revolte" (S. 174) zu verkörpern. Aber man verkennt die Komplexität und Ambivalenz der niederländischen politischen Kultur, will man die ausgebliebene Radikalisierung der Proteste vornehmlich mit der „ausgeprägten Toleranz dieser Gesellschaft" sowie der „erstaunlichen Gelassenheit der staatlichen Ordnungsmächte" (S. 178) erklären: Auch in den Niederlanden kannte die Toleranz deutliche Grenzen, und der vermeintlich gelassenere Umgang mit den Provos und Kabouters repräsentierte keineswegs ein staatliches Laissez-faire, sondern resultierte vielmehr aus einer in der niederländischen Gesellschaft tief verwurzelten Sehnsucht nach Ordnung und Stabilität, die es mittels einer Kanalisierung der Proteste durch Integration zu wahren galt.

Während der Protest im ‚Westen' nicht selten von utopischen Vorstellungen imprägniert gewesen war, ging es jenseits des Eisernen Vorhangs „erst einmal darum, fundamentale Freiheitsrechte zu erkämpfen" (S. 187), weshalb in der Tschechoslowakei, in Polen sowie in der DDR der Generationenkonflikt nur eine untergeordnete Rolle spielte und sich das zeitweilige politische Aufbegehren in sehr starkem Maße aus der Mitte der Gesellschaft speiste. Zugleich zeigten sich aber auch im ‚Osten' gravierende Unterschiede: „Gewiss gab es auch in Polen ein paar Hippies, aber die erschienen noch wie Exoten, gemessen jedenfalls an dem beträchtlichen jugendlichen Eskapismus, der in der DDR längst angekommen war. Mochte der Eiserne Vorhang dort auch am schärfsten gesichert sein: In den Köpfen vieler junger Ostdeutscher hatten die westlichen Bilderwelten und Idole bereits Mitte der Sechziger ihren festen Platz" (S. 202).

Das letzte Kapitel resümiert schließlich die globale Jugendrevolte und zieht eine „bundesdeutsche Bilanz" (S. 219). Hierbei werden vor allem die innovativen Elemente der „Weltgemeinde der Protestbewegten" akzentuiert, die Norbert Frei zum einen insbesondere in der „Globalität der ‚um 68' formulierten Gestaltungsansprüche und der Selbstzuschreibungen" identifiziert und zum anderen in der „in

alles gelegte[n] Intensität: das grenzenlose Vertrauen auf die Kraft der eigenen Generation, die grandiosen Erwartungen in die Veränderbarkeit der Welt, der Glaube an die Utopie und an den Neuen Menschen“ (S. 210). Die Gründe für die verblüffende Gleichzeitigkeit der Protestphänomene lokalisiert der Autor vorrangig in der spezifischen sozialen, demografischen und ideengeschichtlichen Konstellation der mittleren 1960er Jahre, die durch ‚Baby-Boom‘, Wohlstandsexplosion, Fortschritts- und Technikgläubigkeit, Bildungsexpansion sowie „geistige Netzwerke und intellektuelle Austauschbeziehungen“ (S. 215) gekennzeichnet war – eine Konstellation, die mithin dafür sorgt, dass „die Vorstellung eines durch die Studentenbewegung erneut beschrittenen oder gar einfach fortgesetzten deutschen Sonderwegs“ (S. 219) keinerlei Plausibilität für sich in Anspruch nehmen kann.

Norbert Frei hat mit seinem jüngsten Werk eine in souveräner Manier die aktuelle Forschungsliteratur zusammenfassende und stets urteilssicher argumentierende Übersicht der „68er“-Bewegungen vorgelegt, die mit großer Gewissheit auf den Literaturlisten zeithistorischer Vorlesungen und Seminare an deutschsprachigen Universitäten weit oben vertreten sein wird. Dies darf jedoch nicht darüber hinwegtäuschen, dass dieses kompakte und sich offenkundig an ein breiteres Publikum richtende Buch nach dessen Lektüre ein zweifaches Unbehagen hinterlässt: Zum einen erweist sich die recht konventionell angelegte Gliederung des Textes als problematisch, da sie sich schlussendlich in einer Addition nationaler Protestbewegungsgeschichten erschöpft; vielleicht wäre eine länderübergreifende Fokussierung thematischer Verdichtungen ergiebiger gewesen, um den globalen Charakter der Proteste stärker herauszustellen. Zum anderen droht die allzu starke Konzentration auf das engere Milieu der studentischen Protestakteure die Selbstsicht der so genannten „68er“ zu reproduzieren. Dass diese (Selbst-)Etikettierung eine Erfindung der späten 1970er und frühen 1980er Jahre ist, weiß Frei nur zu gut (vgl. S. 243, Anm. 22). Auch herrscht bis heute noch kein abschließender Konsens darüber, was denn eigentlich das Phänomen „1968“ ausmacht. Entsprechend ließe sich die „Chiffre 68“ (Detlev Claussen) auch anders ausfüllen, als es mit diesem Buch (und vielen anderen Werken) geschehen ist. Eine solche noch ausstehende grand narrative der „68er“-Jahre könnte beispielsweise den subkutan verlaufenden Transformationsprozess von Alltagskultur und Lebenspraxis stärker ins Zentrum der Betrachtung rücken; die pop und teenage culture oder aber die sich abzeichnende Reformbereitschaft „auch und gerade in sozialmoralischen Milieus wie dem der katholischen Landbevölkerung oder der sozialdemokratischen Industriearbeiterschaft“ (S. 226) etwa wären dann nicht mehr nur das Unterholz, dass im Schatten jener Ikonen der Studentenbewegung wie Rudi Dutschke oder intellektueller Vordenker wie Herbert Marcuse ein nur kümmerliches Dasein fristet. Freilich stellt eine Gesamtdarstellung jener sich „um 68“ vollziehenden „Lebensstilrevolution“ westlicher Demokratien, aber auch staatssozialistischer Diktaturen, angesichts eines sich noch in den Kinderschuhen befindlichen Forschungsstandes eine immense Herausforderung dar; auch würde sich eine solche Geschichte – zumal in globalgeschichtlicher Perspektive – nur

schwerlich zwischen zwei Buchdeckel pressen lassen. Aber in einer solchen noch ausstehenden Erzählung würden beispielsweise jener „ohne Begleitung seiner Partnerin den Kinderwegen schiebende Facharbeiter mit den etwas längeren Haaren auf dem schwäbischen Dorf“ oder „die junge Büroangestellte aus der hessischen Kleinstadt auf unbegleiteter Urlaubsreise in Spanien“ (S. 228), die von Norbert Frei am Ende des Buches idealtypisch entworfen werden, um auf die durch „68“ beschleunigte, aber nicht verursachte Expansion der Möglichkeitshorizonte hinzuweisen, nicht an das Ende der Darstellung platziert, sondern in deren Mittelpunkt gerückt.

Christof Mauch/Thomas Zeller (Hrsg.): The World Beyond the Windshield. Roads and Landscapes in the United States and Europe, Stuttgart: Franz Steiner Verlag, 2008, 283 S.

Rezensiert von
Rudi Volti, Claremont

The most important visual task of an automobile driver is to ensure a safe passage by continually scanning the road and the traffic on it. At the same time, however, the view of the surrounding landscape can markedly affect the experience of driving. These views, as noted by Christof Mauch and Thomas Zeller in their introduction, are not the product of happenstance. Rather, they represent decisions shaped by the interplay of politics, economics, and culture at specific times and places. Some of these decisions were idiosyncratic while others were influenced by the ideas and actions of their counterparts in other countries. The result has been some broad similarities along with considerable national and regional variation.

All the articles explore the connection between highways and landscapes, but the leadoff article, in „Driving Cultures and the Meanings of Roads” Rudy J. Koshar takes a somewhat different approach with a driver-centered view. Asserting that a road is defined by the way it is used, he posits that driving is a „semiotic act” characterized by „negotiating meaning through use of a shared code” (p. 17). In explicating the changing culture of driving, Koshar begins with the first efforts to cross the U.S., moves on to the unintentionally „democratic” consequences of prewar Germany's autobahns, and concludes with a discussion of some deviant uses of the car in postwar U.S.

The focus on road design per se returns with Timothy Davis' „The Rise and Decline of the American „Parkway. Built from the 1910s to the mid-1930s, parkways were designed with aesthetic appeal foremost. Their serpentine curves and carefully landscaped rights of way enhanced the enjoyment of driving, but as such they were antithetical to the highway engineer's culture, which stressed economical construction and the efficient movement of traffic, virtues which trumped all others in the era of post-WWII suburbanization.

One such highway, the Blue Ridge Parkway is the subject of Anne Mitchell Wisenant's „The Scenic is Political.” An

outstanding example of a highway built for aesthetic rather than utilitarian purposes, this „linear national park" extends for 469 miles as it traverses North Carolina and Virginia. Initiated in 1935, the highway was conceived as a means of attracting tourists to what was presented as a quaint and unspoiled part of America. In fact, the realization of this image was the product of highly political process, one that was not an unalloyed blessing for the local inhabitants. The routing of the road reflected power differentials in the region, and largely excluded locals from the operation of roadside businesses. In reality, the promotion of a distinct regional culture was intended to attract out-of-state visitors, often to the detriment of the putative bearers of that culture.

Another tourist-oriented road is presented in Suzanne Julin's, „A Feeling Almost beyond Description." This narrative of the planning and construction of scenic roads in South Dakota's Custer State Park effectively describes the forces gave rise to this example of „park rustic" (p. 89). Chief among these was the entrepreneurial role of the state governor, who sought to promote automotive tourism with roads that made effective use of pigtail curves, rustic bridges, and views of Mt. Rushmore.

Aesthetic issues are also the focus of Carl A. Zimring's „Neon, Junk, and Ruined Landscape," which narrates efforts to implement Lady Bird Johnson's vision of highway beautification in the mid-1960s. Primarily intended to eradicate roadside junkyards and billboards, the program at best was a partial success. Junkyards, renamed by their proprietors as „scrapyards" in the hope of improving their image, could at least be obscured by enclosing fences. Billboards were a tougher nut to crack, as genuine highway beautification required nothing short of their removal. This was largely thwarted through determined opposition from the billboard industry. Far from eradicating them, the Highway Beautification Act ended up protecting billboards, although little information on how this happened is provided.

Aesthetically pleasing highways in the form of parkways or just ordinary roads bereft of billboards and scrapyards were of little concern in Italy according to Massimo Moraglio in his „A Rough Modernization: Landscapes and Highways in Twentieth Century Italy." Sadly ironic for a nation imbued with an inbred appreciation of the arts, the designers of Italy's highways showed little concern for aesthetic sensibilities. Although an 84-km. autostrada built in 1922 can be credited as one of the world's first limited-access highways, Italy's pre-World War II efforts were hindered by poverty and a fragmented governmental structure. When highways were built, they reflected the interests of construction magnates like Piero Puricelli. The postwar era was a great one for Italian design in general, but not in the case of Italian roads and highways, where the need to accommodate a burgeoning car population trumped aesthetic concerns.

Although they initially were inspired by Italian autostradas and American parkways, Germany's autobahns exerted considerable influence on post-World War II road design in Europe and the United States. But as noted in Thomas Zeller's „Building and Rebuilding the Landscape of the Autobahn," the relationship between landscaping and road engineering was an uneasy one. Although lip service

was paid to the importance of aesthetically pleasing limited-access highways, in the 1950s engineers in the Federal Republic were able assert authority over landscape architects, and they have never completely relinquished their primacy.

If West Germany was half-hearted in its efforts to synthesize aesthetics and efficiency, the German Democratic Republic was even less concerned with harmonizing highways with the natural setting. As noted in Axel Dossmann's „Socialist Highways?", the existing landscape was something to be traversed as quickly and cheaply as possible. Moreover, ulterior motives lay behind seemingly aesthetic considerations. When the first East German autobahn was built in 1971, its builders replicated some features of the prewar German autobahn, most notably „Germanic" stone bridges. Yet these designs were not motivated by cultural imperatives; their nostalgic design was the product of chronic shortages of steel and concrete.

For Peter Merriman, national identity also was one of the issues that shaped highway landscaping. Predating the first British motorways, divergent images of the English countryside continued to be promulgated as these limited-access highways spread into the countryside. In "'Beautified' Is a Vile Phrase" Merriman describes the conflicts between prewar and postwar actors as they argued over the proper landscaping of Britain's highways and motorways. The designers of the first motorway, the M1, sought no input from an advisory committee concerned with the landscaping of major roads, but the Ministry of Transport's appointment of a landscape architect in 1961 represented the recognition that highway design should be more than an engineering exercise.

The final chapter, Jeremy Korr's „Physical and Social Constructions of the Capital Beltway," does not address the relationship between the landscape and the highway that surrounds the capital of the United States. Instead, it documents the designers' complete lack of concern for the people who lived in the neighborhoods traversed by the multi-lane highway. It is small consolation that in subsequent years the highway has been socially constructed to serve as a social and cultural demarcation between areas inside and outside the Beltway, a source of shared fear and loathing for many drivers, and even a site for mobile sexual adventures.

The individual contributions to The World beyond the Windshield do not address exactly the same themes, nor are they always in perfect agreement with one another. In this, they reflect ongoing debates on such matters as the prewar planning and design of Germany's autobahns and the extent of European influences on the Interstate Highway System in the United States. These issues might have been highlighted in a concluding chapter, which also could have forged connecting links between the individual articles. Yet even in the absence of such a synthesis, the book's contributions significantly extend our understanding of the processes through which 20th century highways were envisaged, designed, built, and used.

Martin Lawn (Hrsg.): Modelling the Future. Exhibitions and the Materiality of Education, Oxford: Symposium Books, 2009, 208 S.

Rezensiert von
Klaus Dittrich, Seoul

Der vorliegende Band geht auf eine Konferenz zurück, welche im Herbst 2007 im *Centro Internacional de la Cultura Escolar* im spanischen Soria stattfand und sich mit materiellen Aspekten des Bildungswesens auf Weltausstellungen, vornehmlich im späten 19. und frühen 20. Jahrhundert, beschäftigte. Die Materialitäten des Erziehungswesens sind ein innovatives Forschungsfeld. Zwei der Beitragenden haben bereits vor vier Jahren einen richtungweisenden Sammelband zu dieser Thematik publiziert.[1] Martin Lawn beschreibt in einer leider sehr kurz gehaltenen Einleitung den Ansatz. Die Perspektive der materiellen Kultur verspricht neue Erkenntnisse in der historischen Bildungsforschung. Weltausstellungen bieten sich für eine derartige Untersuchung geradezu an, wurden doch hier bis ins frühe 20. Jahrhundert verschiedene Aspekte des Bildungswesens in konziser Form präsentiert. Es fällt auf, dass die Autoren der insgesamt neun Beiträge die Relation zwischen Bildung und Weltausstellungen unterschiedlich auffassen. Einigen geht es darum, wie im Rahmen der Ausstellungen das Thema Bildung in Szene gesetzt und diskutiert wurde. Andere hingegen untersuchen die Ausstellungen selbst als pädagogische Veranstaltungen, mit deren Hilfe auf breite Kreise der Bevölkerung eingewirkt wird.

Dem letzteren Ansatz folgt der erste Beitrag von Martin Lawn, der die Weltausstellungen als „sites of the future" beschreibt. Es geht ihm insbesondere um das Beziehungsgeflecht zwischen Ausstellung, Wissen und Bildung. Genau wie Museen sammelten Ausstellungen Objekte und Objektbeschreibungen. Sie ordneten und klassifizierten die Welt. Diese Weltanschauungen wurden mittels moderner pädagogischer Techniken, wie zum Beispiel Wandtafeln und Modellen, vermittelt.

Im nächsten Beitrag schlägt Augustín Escolano Benito eine Objektsemiologie vor, um das bildungshistorische Erbe zu erforschen. Er sieht darin eine wichtige Funktion für das historische Bewusstsein der Gesellschaft.

Eckhardt Fuchs beschäftigt sich mit den Schulmuseen, welche ab der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts in verschiedenen Ländern gegründet wurden und oft entscheidende Impulse von Weltausstellungen erhielten, da sie die ausgestellten Gegenstände und Literatur in einem permanenten Rahmen sammelten. Sie waren Anlaufpunkte für Lehrer und Eltern, die sich über aktuelle pädagogische Fragen informieren wollten. Fuchs stellt abschließend klar, dass die Schulmuseen nicht einem bürgerlichen Sammelbedürfnis entspringen, sondern in der zeitgenössischen pädagogischen Konjunktur zu verorten sind. Der Beitrag wird durch ausführliche Tabellen ergänzt, die deutsche und internationale Schulmuseen mit ihren Gründungsdaten aufzeigen.

Der Beitrag von Kayoko Komatsu zeigt, welche Rolle diese Museen für Prozesse des Bildungstransfers spielten. Sie untersucht das Pädagogische Museum, welches 1877 in Tokyo gegründet wurde. Ein Großteil der Ausstellungsgegenstände und Literatur wurde von amerikanischen und europäischen Ausstellern nach Abschluss von Weltausstellungen erworben. Das Pädagogische Museum, im Verbund mit nationalen und internationalen Ausstellungen, war somit zu Begin der Meiji-Zeit eine entscheidende Institution beim Aufbau eines nationalen Bildungssystems, welches sich in entscheidenden Punkten an amerikanischen Beispielen orientierte.

Noah W. Sobe und Carrie B. Rackers analysieren die Inszenierung von Hand- und Maschinenschrift auf amerikanischen Weltausstellungen um die Jahrhundertwende. Die Ausstellungen versammelten enorme Mengen an Schülerarbeiten, zu einem großen Teil Schreibübungen. Auch Schreibmaschinen waren zu sehen, erst als Kuriosität, dann als Inbegriff der Moderne. Handschreibmethoden wie die von A. N. Palmer erlangten eine hohe Aufmerksamkeit. Die Autoren vertreten die These, dass sowohl Hand- als auch Maschinenschrift darauf abzielten, den Schreibprozess zu mechanisieren.

Der Beitrag von Ian Grosvenor nimmt die British Empire Exhibition in den Blick, welche 1924 in London stattfand. Der Autor geht der These nach, dass die Ausstellung als „training school" für das Empire fungierte. Dies geschieht anhand des *Weekly Bulletin of Empire Study*, das sich an Schüler wandte, welche die Ausstellung später besuchen sollten. Hier wurden sie mit Texten, die die britische Überlegenheit herausstellten, auf den Ausstellungsbesuch vorbereitet. Auf dem Ausstellungsgelände wurden spezielle Führungen und Attraktionen für Kinder angeboten.

Inés Dussel betrachtet in ihrem Beitrag die Darstellung Argentiniens auf den Weltausstellungen. Sie stellt dabei einen Strategiewechsel fest. Während man sich 1867 für eine exotisierende Repräsentationsweise entschied, versuchte man 1889, das Bild einer modernen, europäisch geprägten Nation zu vermitteln. Eine Serie von Photographien repräsentativer Schulgebäude sollte diesen Anspruch unterstreichen.

María del Mar del Pozo Andrés geht in ihrem Beitrag „The Bull and the Book" auf die spanische Beteiligung an den Bildungssektionen der Weltausstellungen des 19. Jahrhunderts ein. Generell war die Beteiligung Spaniens an den Ausstellungen ein schwieriges Unterfangen, musste doch zwischen vergangener Größe und relativer Rückständigkeit ein Bogen geschlagen werden. Anfänglich verstärkten exotisierende Repräsentationen noch das Gefühl der Unterlegenheit. Dieser sollte mit sehr umfangreichen, aber qualitativ nur mediokren Darbietungen aus dem Bildungssektor entgegengewirkt werden. Die Autorin beschreibt, wie man im Jahre 1876 kunstvoll gebundene Bücher zur Weltausstellung in Philadelphia schickte, wobei man sich bewusst war, dass die Jurymitglieder diese nicht lesen konnten. Abschließend wird kurz gezeigt, wie sich spanische Pädagogen auf Weltausstellungen einige Innovationen aneigneten.

Letztendlich beschäftigt sich David Limond vergleichend mit zwei Ausstellungen, welche 1888 und 1988 in Glasgow stattfanden. Dabei konstatiert er einen Wandel in der Weise, wie sich die Organisatoren an das Publikum wandten. Er

bedauert den Verlust der pädagogischen Ambition der Ausstellungen des 19. Jahrhunderts sowie dessen Ersatz durch einen ungebändigten Antiintellektualismus und Konsumdenken.

Der Band ist von Historikern, die sich mit dem Bildungswesen im 19. und frühen 20. Jahrhundert oder den großen internationalen Ausstellungen beschäftigen, mit Gewinn zu lesen. Jedoch betonen die meisten Beiträge die Rolle, die Weltausstellungen für die Zurschaustellung und den Vergleich materieller Aspekte von Bildung gespielt haben. Dabei gerät weithin der Blick auf Aneignungsprozesse verloren. Pädagogen und Bildungspolitiker nutzten Weltausstellungen sehr zielstrebig, um sich über den internationalen Stand ihres Fachgebietes zu informieren und nach Lösungsansätzen für Defizite in ihren Heimatkontexten zu suchen. Zukünftige Forschungen sollten diesen transnationalen Aspekt stärker berücksichtigen. Erinnert sei beispielsweise an den Breslauer Augenarzt Hermann Cohn, welcher dem Rezensenten bei seinen eigenen Forschungen zu Bildung auf Weltausstellungen auffiel. Cohn besuchte die Weltausstellungen von 1867 bis 1878 und veröffentlichte anschließend ausführliche Berichte über die ausgestellten Schulmöbel aus medizinischer Sicht.

Anmerkung

1 M. Lawn, I. Grosvenor (Hrsg.), Materialities of Schooling. Design, Technology, Objects, Routines, Oxford 2005.

Regina Kreide / Andreas Niederberger (Hrsg.): Transnationale Verrechtlichung. Nationale Demokratien im Kontext globaler Politik – Hauke Brunkhorst zum 60. Geburtstag, Frankfurt a. M.: Campus Verlag, 2008, 300 S.

Rezensiert von
Helmut Goerlich, Leipzig

Die nicht im Titel, sondern versteckter auf dem Titelblatt annoncierte und von der Böll-Stiftung finanzierte Festschrift für Hauke Brunkhorst enthält eine Reihe interessanter Beiträge zu ihrem Thema. Deutlicher ist der Charakter als Festschrift durch die fünf Seiten umfassende Geburtstagsrede von Jürgen Habermas. Dass es sich aber um eine Festschrift handelt, ist unverkennbar, denn am Ende steht auch noch eine Auswahlbibliographie des geehrten Kollegen vor der Vorstellung der Autoren, die zu der Festschrift beigetragen haben. Nach der Festrede folgt eine Einleitung der beiden Herausgeber zum Thema „Transnationale Verrechtlichung und Entrechtlichung“, womit schon die Ambivalenz des Gegenstandes deutlich anklingt, den man sich vorgenommen hat.

Der Gegenstand ist von großem Interesse auch für Juristen, nachdem – wie der Umschlagstext der Rückseite sagt – es nie zuvor im internationalen Recht so viele Konventionen und juristische Kontrollinstanzen gab. Der Band, so wird weiter angekündigt, beleuchtet die Prozesse glo-

baler Verrechtlichung, die damit einhergehenden Probleme sowie mögliche normative Antworten darauf. Daneben, so wird berichtet, zeigt er die Ambivalenzen, aber auch die Möglichkeiten transnationaler Demokratie auf.

Beigetragen hat zunächst der geehrte Kollege selbst, also Hauke Brunkhorst, mit einem verdienstvollen Beitrag zu „Kritik am Dualismus des internationalen Rechts – Hans Kelsen und die Völkerrechtsrevolution des 20. Jahrhunderts", was zeigt, dass er unverändert im Saft steht und etwas zur Wiederherstellung der Ehre und der Anerkennung des Verdienstes eines großen Emigranten des letzten Jahrhunderts zu bieten hat. Daneben finden sich auch unter dem Generalthema „Verrechtlichung – Entrechtlichung" prominente Juristen, also etwa aus Finnland Martii Koskenniemi mit „Formalismus, Fragmentierung, Freiheit – Kantische Thesen zum heutigen Völkerrecht" und Stefan Oeter mit „Prekäre Staatlichkeit und die Grenzen der internationalen Verrechtlichung" sowie Sonja Buckel und Andreas Fischer-Lescano mit „Emanzipatorische Gegenhegemonie im Weltrecht". Es folgen dann unter dem Generalthema „Konstitutionalisierung" Beiträge von Harald Müller zur „Parlamentarisierung der Weltpolitik – Ein skeptischer Warnruf", von Christoph Möllers zu „Expressive versus repräsentative Demokratie" und von Andreas Niederberger zu „Konstitutionalismus und Globale Gerechtigkeit in der Theorie transnationaler Demokratie".

Ein letztes Generalthema, nämlich „Deliberation und transnationale Demokratie" enthält Beiträge von Seyla Benhabib zu „Die Dämmerung der Souveränität oder das Aufstreben kosmopolitischer Normen? – Eine Neubewertung von Staatsbürgerschaft in Zeiten des Umbruchs", von Peter Niesen zu „Deliberation ohne Demokratie? Zur Konstruktion von Legitimität jen¬seits des Nationalstaats" und schließlich von Regina Kreide zu „Ambivalenz der Verrechtlichung – Probleme legitimen Regierens im internationalen Kontext".

Es ist unmöglich, hier die einzelnen Beiträge zu würdigen, führte das doch in allzu knappe Wertungen oder unverdauliche Längen am falschen Platz. Aber kurz Folgendes: Die Arbeiten, auch die der Juristen, erinnern daran, dass Rechtsnormen aus den Verhältnissen entstehen, in denen sie wirken sollen, und ebenso daran, dass Rechtsnormen auf diesen Wirklichkeitsbezug auch dann angewiesen bleiben, wenn sie in der Welt sind. Verändern sich die Welten, so wandeln sich auch diese Normen, die oft Vorgänger in sich entwickelnden und zunächst nicht rechtlich gefassten Gebräuchen, Übungen und Rücksichten haben. Zugleich wird sichtbar, wie sehr der Wandel der Verhältnisse gewohnte Gewissheiten des Völkerrechts, die ja ohnehin nicht so zahlreich sind, erschüttert. Dieser Wandel greift darüber hinaus in die Verfassungen der Staaten, ihre innere Struktur und die Grundannahmen ihrer Legitimation auch im Alltag ihres Handelns ein. Sich mit den Implikationen dieser Entwicklungen früh befasst zu haben, ist ein großes Verdienst gerade von Hauke Brunkhorst. Zu hoffen steht, wiewohl dafür diese Rezension am falschen Platz erscheint, dass die Wahrnehmung dieser Phänomene nicht nur in Völkerrecht und Politikwissenschaft, sondern auch unter juristischen Handwerkern, die nur innerstaatlich zu agieren glauben oder sich dieser inzwischen meist wirklichkeitsfrem-

den Hypothese nicht einmal bewusst sind, sie aber stillschweigend voraussetzen, zunimmt. Denn die dogmatischen Figuren des Rechts werden erst am Ende des Tages den Verhältnissen angepasst, wenn der Lauf der Dinge schon in die Dämmerung tritt, sodass die Neuerungen eben diesen Juristen eher verborgen bleiben, wie zu befürchten ist. Dann mag es dazu kommen, dass sie nicht der Eule der Minerva folgen, sondern – blind für die Verhältnisse – ihre hergebrachten Denkfiguren nutzen, um gegen die Verhältnisse anzugehen etwa im Zeichen einer längst verlustig gegangenen souveränen Staatlichkeit, einer vorkonstitutionellen Durchsetzungsmacht der öffentlichen Gewalt oder einer Verfassungsstaatlichkeit, die auf Anpassungen sich nicht angewiesen glaubt. Das führt dann zu merkwürdigen Schattenspielen mit Begriffen, Schritten und Figuren einer juristischen Dogmatik, die der Realität verlustig gegangen ist und nicht mehr auf die eigenen Füße fallen kann. Solche unzeitgemäßen Übungen sind dann in Wahrheit nicht einmal aus didaktischen Gründen sinnfällig, weil sie ja den Studierenden zugleich eben jene Betriebsblindheit vermitteln, in der ihre Lehrer oft verhaftet sind. Gerade diese Vielschichtigkeit zwischen einem steten Wandel der Welt, einer Dogmatik, die gewissermaßen als geronnene Antwort auf die Realitäten einer anderen Zeit zu verstehen ist, und der Rekonstruktion eben auch der historischen neben den gegenwärtigen Erfahrungen aus dem Geschehen verbietet nicht nur die Verkürzung der Ausbildung hin zu einem dreijährigen Baccalaureus Legum, fordert vielmehr eine Öffnung der Jurisprudenz zur Sozialwissenschaft im weiten Sinne hin, wie sie immer wieder diesem dogmatischen Fach als solchem sehr förderlich war. In einem solchen Kontext kann die hier angezeigte kleine Festschrift geradezu als „reader" dienen, der zu einem Einstieg verhilft. Allerdings müssen sich die Leser dann darauf einlassen, Fachsprachen zu rezipieren und sich selbst so zu befähigen, in einen Gewinn bringenden Dialog unserer Zeit einzutreten. Dabei bleibt zuletzt anzumerken, dass diese introvertierte Sicht mit den Augen der Rechtswissenschaft keineswegs genügt, um die Beiträge einer solchen, thematisch orientierten Festschrift zu würdigen. Ihre fachlich autochthone Relevanz in ihrer jeweiligen Heimatdisziplin und über deren Grenzen hinweg erweist sich vielmehr gerade darin, dass sich ein solcher Kreis von ganz unterschiedlichen Autoren aus verschiedenen Disziplinen zusammenfindet, um jemanden zu würdigen, dessen formale Prominenz gänzlich hinter seine eigenständig sachliche, von der Stimme der selbst erworbenen Kompetenz und Autorität getragene zurücktritt. Es ist also auch insoweit kein Zufall, dass es diese im Auftreten bescheidene, aber in der Sache so bedeutsame Schrift gibt und sie als Festgabe quer durch die Disziplinen auftritt.

Inhaltsverzeichnis des 19. Jahrgangs 2009

Heft 1: Ordering the Colonial World around the 20th Century. Global and Comparative Perspectives. Hrsg. von Sebastian Conrad, Nadin Heé und Ulrike Schaper
Heft 2 / 3: Remodelling Social Order through the Conquest of Public Space: Myths, Ceremonies and Visual Representations in Revolutionary Societies. Hrsg. von Jürgen Schriewer
Heft 4: Asian Experiences of Development in the 20th Century. Hrsg. von Marc Frey
Heft 5: Bilder der „eigenen" Geschichte im Spiegel des kolonialen ‚Anderen' – Transnationale Perspektiven um 1900. Hrsg. von Claudia Bruns
Heft 6: Vergleich und Transfer in der Konsumgeschichte. Hrsg. von Manuel Schramm

Aufsätze

Imran Ali
Development and its Antidotes: Pakistan's Colonial Legacies and Post-Independence Strategies — Heft 4, S. 25

Sunil Amrith
Health and Sovereignty in the New Asia: Visions of Development — Heft 4, S. 78

Jörg Baberowski
Bolshevik Modernity in Collision with Islamic Culture: Representations of Exclusiveness in the Soviet "Orient" — Heft 2 / 3, S. 103

Matthias Braun
Epidemics and Revolution: Concepts of Hygiene in the Soviet Union, 1917–1941 — Heft 2 / 3, S. 119

Claudia Bruns
Bilder der ‚eigenen' Geschichte im Spiegel des kolonialen ‚Anderen' – Transnationale Perspektiven um 1900. Einleitung — Heft 5, S. 7

Claudia Bruns
Wilhelminische Bürger und „germanische Arier" im Spiegel des „Primitiven" – Ambivalenzen einer Mimikry an die kolonialen ‚Anderen' — Heft 5, S. 15

Amit Das Gupta
Development by Consortia: International Donors and the Development of India, Pakistan, Indonesia and Turkey in the 1960s — Heft 4, S. 96

Marc Frey / Ronald W. Pruessen
Introduction — Heft 4, S. 7

Marc Frey
The Limits of Modernization: American Development Assistance and Southeast Asian Resistance during the 1950s — Heft 4, S. 44

Bai Gao
Globalization and the Origins of Japanese Developmentalism — Heft 4, S. 10

Luminita Gatejel
Privat oder Staatlich? Automobile Konsumkultur in der Sowjetunion, der DDR und Rumänien — Heft 6, S. 16

Daniel Hedinger
Showcases of Revolutionary Transformation: Exhibitions in the Early Meiji Period — Heft 2 / 3, S. 78

Nadin Heé
Japan's Double Bind: 'Civilised' Punishment in Colonial Taiwan — Heft 1, S. 71

Nadin Heé / Ulrike Schaper
Introduction: Approaching Different Colonial Settings — Heft 1, S. 7

Kerstin S. Jobst
Über den russischen Südländer – Zur Funktion der Krim als russischer Süden und des *južanin* (Südländers) im russischen Krim-Diskurs des Zarenreichs — Heft 5, S. 34

Thoralf Klein
Weltgeschichte, Heilsgeschichte – Umwälzungen in China als Folie missionarischer Geschichtskonstruktionen, 1900–1912 — Heft 5, S. 50

Brigitta Kuster
„If the images of the present don't change, then change the images of the past" – Zur *Exposition Coloniale Internationale*, Paris 1931 — Heft 5, S. 85

Sonia Landenberger
Internationalisierung und Kulturtransfer von Marken — Heft 6, S. 33

Ulrike Lindner
Colonialism as a European Project in Africa before 1914? British and German Concepts of Colonial Rule in Sub-Saharan Africa — Heft 1, S. 88

Daniel Logemann
„Brüderbund und Freundschaft mit den sozialistischen Ländern darf nicht spekulativ genutzt werden." Deutsch-polnischer Schleichhandel in Leipzig als Konsumkultur „von unten" Heft 6, S. 50

Carlos Martínez Valle / Dafne Cruz Porchini
New Bodies, New Order: Sport and Spectacle in the Institutionalisation of the Army and the Police in Post-Revolutionary Mexico, 1924–1932 Heft 2 / 3, S. 165

Reo Matsuzaki
Placing the Colonial State in the Middle: The Comparative Method and the Study of Empires Heft 1, S. 107

Ronald W. Pruessen
Shadows in Asia: John Foster Dulles and the Perpetual Failure of U. S. Development Policies Heft 4, S. 61

Eugenia Roldán Vera / Carlos Martínez Valle
"The Triumphal March of the Revolution": The Travels of Lázaro Cárdenas as President of Mexico, 1934–1940 Heft 2 / 3, S. 141

Sven Saaler
Men in Metal: Representations of the Nation in Public Space in Meiji Japan, 1868–1912 Heft 2 / 3, S. 27

Ulrike Schaper
Law and Colonial Order: Legal Policy in German Cameroon between Civilising and Public Peace Heft 1, S. 17

Manuel Schramm
Einleitung: Vergleich und Transfer in der Konsumgeschichte Heft 6, S. 7

Manuel Schramm
Nationale Unterschiede im westeuropäischen Massenkonsum. Großbritannien, Frankreich, Deutschland und Italien 1950–1970 Heft 6, S. 69

Jürgen Schriewer
"Ceremonial Pedagogy" in Revolutionary Societies: Public Staging and Aesthetic Mass Inculcation in Meiji Japan, the Early Soviet Union and Post-1910 Mexico Heft 2 / 3, *S.* 8

Frank Schumacher
The American Way of Empire: The United States and the Search for Colonial Order in the Philippines Heft 1, S. 53

Frank Schumacher
Das Imperium als historischer Auftrag – Geschichtsbilder auf der Weltausstellung von St. Louis, 1904 Heft 5, S. 66

Suzu Shin'ichi Suzuki / Kazuhiko Yamaki
Transforming Popular Consciousness through the Sacralisation of the Western School: The Meiji Schoolhouse and *Tennō Worship* Heft 2 / 3, S. 44

Christian Teichmann
Cultivating the Periphery: Bolshevik Civilising Missions and 'Colonialism' in Soviet Central Asia Heft 1, S. 34

Dirk van Laak
„Auf den Hochstraßen des Weltwirtschaftsverkehrs" – Zur europäischen Ideologie der „Erschließung" Heft 5, S. 104

Forum

Konrad J. Kuhn / Béatrice Ziegler
Sklavenhandel als Verbrechen gegen die Menschlichkeit – Geschichtskultur, Gedenken und Geschichtswissenschaft in Europa Heft 2 / 3, S. 186

Michael Mann
Telekommunikation in Britisch-Indien (ca. 1850–1930). Ein globalgeschichtliches Paradigma Heft 6, S. 86

Esther Möller
Die Verhandlung der Dekolonisierung im Klassenraum: französisch-libanesische Interaktion während der Mandatszeit 1920–1943 Heft 4, S. 112

Stefan Troebst
Zwischen „Erinnerungen" und „dem Vergessen". Ernest Renan *Reloaded* Heft 5, S. 127

Buchbesprechungen

Warwick Anderson: The Cultivation of Whiteness. Science, Health, and Racial Destiny in Australia, Durham 2006
Mandy Kretzschmar Heft 5, S. 144

Martin Aust (Hrsg.): Vom Gegner lernen. Feindschaften und Kulturtransfers im Europa des 19. und 20. Jahrhunderts, Frankfurt am Main 2007
Michel Espagne Heft 2 / 3, S. 224

Klaus J. Bade / Pieter C. Emmer / Leo Lucassen, Jochen Oltmer (Hrsg.): Enzyklopädie Migration in Europa. Vom 17. Jahrhundert bis zur Gegenwart, Paderborn 2007
Bernard Wiaderny Heft 4, S. 143

Hugh Barnes: Der Mohr des Zaren. Eine Spurensuche, München 2007
Ulrich van der Heyden Heft 2 / 3, S. 262

Susan Bayly: Asian Voices in a Postcolonial Age. Vietnam, India and beyond, Cambridge 2007
Alexander Drost Heft 6, S. 124

Volker R. Berghahn / Sigurt Vitols (Hrsg.): Gibt es einen deutschen Kapitalismus? Tradition und globale Perspektiven der sozialen Marktwirtschaft, Frankfurt am Main 2006
Manuel Schramm Heft 1, S. 129

Leonard Blussé: Visible Cities. Canton, Nagasaki, and Batavia and the Coming of the Americans, Cambridge 2008
Paul A. Van Dyke Heft 4, S. 137

Gisela Bock / Daniel Schönpflug (Hrsg.): Friedrich Meinecke in seiner Zeit. Studien zu Leben und Werk, Stuttgart 2006
Jan Eckel Heft 2 / 3, S. 232

Christoph Boyer (Hrsg.): Sozialistische Wirtschaftsreformen. Tschechoslowakei und DDR im Vergleich, Frankfurt am Main 2006
Jörg Roesler Heft 2 / 3, S. 248

Christoph Boyer (Hrsg.): Zur Physiognomie sozialistischer Wirtschaftsreformen. Die Sowjetunion, Polen, Ungarn, die DDR und Jugoslawien im Vergleich, Frankfurt am Main 2007
Jörg Roesler Heft 2 / 3, S. 248

Rea Brändle: Nayo Bruce. Geschichte einer afrikanischen Familie in Europa, Zürich 2007
Ulrich van der Heyden Heft 2 / 3, S. 262

Jochen Burgtorf / Helen Nicholson (Hrsg): International Mobility in the Military Orders (Twelfth to Fifteenth Centuries). Travelling on Christ's Business, Cardiff 2006
Pierre-Vincent Claverie Heft 1, S. 140

Mark Caprio / Matsuda Koichirō (Hrsg.): Japan and the Pacific, 1540–1920. Threat and Opportunity, Aldershot 2006
Salvatore Ciriacono Heft 2 / 3, S. 215

Enrico Dal Lago / Constantina Katsari (Hrsg.): Slave Systems Ancient and Modern, Cambridge 2008
Seymour Drescher Heft 5, S. 147

Sabine Darbringhaus: Mao Zedong, München 2008
Kai Filipiak Heft 6, S. 121

Dan Diner: Gegenläufige Gedächtnisse. Über Geltung und Wirkung des Holocaust, Göttingen 2007
Natan Sznaider Heft 4, S. 148

Norbert Frei: 1968. Jugendrevolte und globaler Protest, München 2008
Andreas Schneider Heft 6, S. 135

Klaus-Peter Friedrich: Der nationalsozialistische Judenmord und das polnisch-jüdische Verhältnis im Diskurs der polnischen Untergrundpresse, 1942–1944, Marburg 2006
Kai Struve Heft 4, S. 146

Peter Garnsey: Thinking about Property. From Antiquity to the Age of Revolution, Cambridge 2007
*Volker Hei*ns Heft 2/3, S. 211

Albert Gouaffo: Wissens- und Kulturtransfer im kolonialen Kontext. Das Beispiel Kamerun – Deutschland (1884–1919), Würzburg 2007
Heinrich Hartmann Heft 6, S. 129

Gert Gröning/Joachim Wolschke-Bulmahn (Hrsg.): Naturschutz und Demokratie!?, München 2006
*Björ*n Brüsch Heft 2/3, S. 256

Christine Haug: Reisen und Lesen im Zeitalter der Industrialisierung. Die Geschichte des Bahnhofs- und Verkehrsbuchhandels in Deutschland von seinen Anfängen um 1850 bis zum Ende der Weimarer Republik, Wiesbaden 2007
Martin C. Wald Heft 1, S. 125

Mariana Hausleitner/Harald Roth (Hrsg.): Der Einfluss von Faschismus und Nationalsozialismus auf Minderheiten in Ostmittel- und Südosteuropa, München 2007
Andreas Schulz Heft 5, S. 157

Sabine Haustein: Vom Mangel zum Massenkonsum. Deutschland, Frankreich und Großbritannien im Vergleich 1945–1970, Frankfurt a. M. 2007
Tanja Anette Glootz Heft 5, S. 154

Ulrike von Hirschhausen: Die Grenzen der Gemeinsamkeit. Deutsche, Letten, Russen und Juden in Riga 1860–1914, Göttingen 2006
Felix Heinert Heft 2/3, S. 237

Björn Hofmeister/Hans-Christoph Liess (Hrsg.): Rüdiger vom Bruch, Gelehrtenpolitik, Sozialwissenschaften und akademische Diskurse in Deutschland im 19. und 20. Jahrhundert, Stuttgart 2006
*Geneviève Warla*nd Heft 2/3, S. 228

Elizabeth Janik: Recomposing German music. Politics and musical tradition in Cold War Berlin Studies in Central European histories, vol. 40), Leiden 2005
Dorothea Trebesius Heft 2 / 3, S. 253

Tobias Kaiser: Karl Griewank (1900–1953). Ein deutscher Historiker im „Zeitalter der Extreme", Stuttgart 2007
Mario Kessler Heft 2 / 3, S. 234

Kenneth F. Kiple: A Movable Feast. Ten Millennia of Food Globalization, New York 2007
Jeffrey M. Pilcher Heft 5, S. 140

Thoralf Klein: Geschichte Chinas. Von 1800 bis zur Gegenwart, Paderborn 2007
Kai Vogelsang Heft 1, S. 134

Andreas Klinger / Hans-Werner Hahn / Georg Schmidt (Hrsg.): Das Jahr 1806 im europäischen Kontext. Balance, Hegemonie und politische Kulturen, Köln 2008
Thomas Töpfer Heft 6, S. 113

Regina Kreide / Andreas Niederberger (Hrsg.): Transnationale Verrechtlichung. Nationale Demokratien im Kontext globaler Politik – Hauke Brunkhorst zum 60. Geburtstag, Frankfurt a. M. 2008
Helmut Goerlich Heft 6, S. 145

Thomas Kroll: Kommunistische Intellektuelle in Westeuropa. Frankreich, Österreich, Italien und Großbritannien im Vergleich (1945–1956), Köln 2007
Anne Kwaschik Heft 2 / 3, S. 226

James Kynge: „China. Der Aufstieg einer hungrigen Nation", Hamburg 2006
Katrin Buchta Heft 1, S. 132

Martin Lawn (Hrsg.): Modelling the Future. Exhibitions and the Materiality of Education, Oxford 2009
Klaus Dittrich Heft 6, S. 143

Gertrud Lütgemeier: Deutsche Besinnungen 1911–1971. Hundert Reifeprüfungsaufsätze als Spiegel ihrer Zeit, Frankfurt am Main 2008
Friedemann Scriba Heft 4, S. 133

Jacob Emmanuel Mabe: Wilhelm Anton Amo interkulturell gelesen, Nordhausen 2007
Ulrich van der Heyden Heft 2 / 3, S. 262

Christof Mauch / Thomas Zeller (Hrsg.): The World Beyond the Windshield. Roads and Landscapes in the United States and Europe, Stuttgart 2008
Rudi Volti Heft 6, S. 140

Daniel Maul: Menschenrechte, Sozialpolitik und Dekolonisation. Die Internationale Arbeitsorganisation (IAO) 1940–1970, Essen 2007
Isabella Löhr Heft 5, S. 142

Jochen Meissner / Ulrich Mücke / Klaus Weber: Schwarzes Amerika. Eine Geschichte der Sklaverei, München 2008
Nikolaus Böttcher Heft 5, S. 151

Lois Merriweather Moore (Hrsg.): The Dispersion of Africans and African Culture Throughout the World. Essays on the African Diaspora, Lewiston 2007
Stefanie Müller Heft 2 / 3, S. 259

Susanne Michl: Im Dienste des „Volkskörpers". Deutsche und französische Ärzte im Ersten Weltkrieg, Göttingen 2007
Heinrich Hartmann Heft 2 / 3, S. 220

Dmytro Myeshkov: Die Schwarzmeerdeutschen und ihre Welten, 1781–1871, Essen 2008
Kerstin S. Jobst Heft 2 / 3, S. 242

Uwe Pfullmann (Hrsg.): Maurice Tamisier. Reise in den Hochländern Arabiens, Berlin 2008
Otfried Dankelmann Heft 4, S. 140

Gorch Pieken / Cornelia Kruse: Preußisches Liebesglück. Eine deutsche Familie aus Afrika, Berlin 2007
Ulrich van der Heyden Heft 2 / 3, S. 262

John H. Pryor (Hrsg.): Logistics of Warfare in the Age of the Crusades, Aldershot 2006
Pierre-Vincent Claverie Heft 2 / 3, S. 214

Hartmut Rosa: Beschleunigung. Die Veränderung der Zeitstrukturen in der Moderne, Frankfurt am Main 2005
Malte Schulz Heft 1, S. 137

Walter Sauer (Hrsg.): Von Soliman zu Omofuna. Afrikanische Diaspora in Österreich, 17. bis 20. Jahrhundert, Innsbruck 2007
Ulrich van der Heyden Heft 2 / 3, S. 262

Stefan Schweizer: Anthropologie der Romantik. Körper Seele und Geist. Anthropologische Gottes-, Welt- und Menschenbilder der wissenschaftlichen Romantik, Paderborn 2008
Leslie Brückner Heft 6, S. 117

Jonathan D. Smele / Anthony Heywood (Hrsg.): The Russian Revolution of 1905. Centenary perspectives, London 2005
Lutz Häfner Heft 1, S. 122

S. A. Smith: Revolution and the People in Russia and China. A Comparative History, Cambridge 2008
Eva-Maria Stolberg Heft 6, S. 132

Antoni Graf Sobański: Nachrichten aus Berlin 1933–1936. Aus dem Polnischen von Barbara Kulinska-Krautmann, Berlin 2007
Klaus-Peter Friedrich Heft 2/3, S. 245

Luke Springman: Carpe mundum. German Youth Culture of the Weimar Republic, Frankfurt am Main 2007
Friedemann Scriba Heft 1, S. 130

Bernd Stöver, Der Kalte Krieg 1947–1991. Geschichte eines radikalen Zeitalters, München 2007
Bernard Wiaderny Heft 1, S. 120

Holm Sundhaussen: Geschichte Serbiens. 19.–21. Jahrhundert, Wien 2007
Rayk Einax Heft 2/3, S. 250

Céline Trautmann-Waller: Aux Origines d'une Science Allemande de la Culture. Linguistique et Psychologie des Peuples chez Heymann Steinthal, Paris 2006
Geneviève Warland Heft 4, S. 130

Christine Walther: Siegertypen. Zur fotografischen Vermittlung eines gesellschaftlichen Selbstbildes um 1900, Würzburg 2007
Kerstin Lange Heft 4, S. 135

2009
im Fachforum *geschichte.transnational* erschienene Rezensionen

Im Fachforum geschichte.transnational erschienen 2009 die folgenden 118 Rezensionen (http://geschichte-transnational.clio-online.net):

Altvater, Elmar; Mahnkopf, Birgit (Hrsg.): Konkurrenz für das Empire. Die Zukunft der Europäischen Union in der globalisierten Welt, Münster 2007 (Steffi Franke)

Ambrosio, Thomas: Authoritarian Backlash. Russian Resistance to Democratization in the Former Soviet Union, Farnham 2009 (*Jan Zofka*)

Antohi, Sorin; Trencsényi, Balázs; Apor, Péter (Hrsg.): Narratives Unbound. Historical studies in post-communist Eastern Europe, Budapest 2007 (*Stefan Troebst*)

Aydin, Cemil: The Politics of Anti-Westernism in Asia. Visions of World Order in Pan-Islamic and Pan-Asian thought, New York 2007 (*Michael Facius*)

Bard, Christine: Die Frauen in der französischen Gesellschaft des 20. Jahrhunderts, Köln 2008 (*Ruth-Stephanie Merz*)

Bellagamba, Alice; Klute, George (Hrsg.): Beside the State. Emergent Powers in Contemporary Africa, Köln 2008 (Lisa Schlegel)

Berger, Stefan; Eriksonas, Linas; Mycock, Andrew (Hrsg.): Narrating the Nation. Representations in History, Media and the Arts, Oxford 2008 (*Niklas Olsen*)

Berger, Stefan; Lorenz, Chris (Hrsg.): The Contested Nation. Ethnicity, Class, Religion and Gender in National Histories, Basingstoke 2008 (*Daniel Woolf*)

Berndt, Christian; Pütz, Robert (Hrsg.): Kulturelle Geographien. Zur Beschäftigung mit Raum und Ort nach dem Cultural Turn, Bielefeld 2007 (*Steffi Franke*)

Bordat, Josef: Annexion – Anbindung – Anerkennung. Globale Beziehungskulturen im frühen 16. Jahrhundert, Hamburg 2008 (*Sven Korzilius*)

Braveboy-Wagner, Jacqueline Anne: Institutions of the Global South, New York 2008 (*Jürgen Dinkel*)

Brook, Timothy: Vermeer's Hat. The Seventeenth Century and the Dawn of the Global World, London 2008 (*Xing Hang*)

Burke III., Edmund; Pomeranz, Kenneth (Hrsg.): The Environment and World History, Berkeley 2009 (*John R. McNeill*)

Christopher, Emma; Pybus, Cassandra; Rediker, Marcus (Hrsg.): Many Middle Passages. Forced Migration and the Making of the Modern World, Berkeley 2007 (*Philip Misevich*)

Clark, Gregory: A Farewell to Alms. A Brief Economic History of the World, Princeton 2007 (*Christof Dejung*)

Collet, Dominik: Die Welt in der Stube. Begegnungen mit Außereuropa in Kunstkammern der Frühen Neuzeit, Göttingen 2007 (*Holger Berg*)

Connelly, Matthew: Fatal Misconception. The Struggle to Control World Population, Cambridge/Mass 2008 (*Heinrich Hartmann*)

Conrad, Sebastian: Deutsche Kolonialgeschichte, München 2008 (*Silke Hensel*)

Costa, Sérgio: Vom Nordatlantik zum „Black Atlantic". Postkoloniale Konfigurationen und Paradoxien transnationaler Politik, Bielefeld 2007 (*Christina Oppel*)

Cunliffe, Barry: Europe Between the Oceans. Themes and Variations: 9000 BC-AD 1000, New Haven 2008 (*Svend Hansen*)

Dabringhaus, Sabine: Mao Zedong, München 2008 (*Daniel Leese*) Winseck, Dwayne R.; Pike, Robert M.: Communication and Empire. Media, Markets, and Globalization, 1860–1930, Durham, NC 2007 (*Michael Mann*)

Darwin, John: After Tamerlane. The Global History of Empire since 1405, London 2007 (*Jürgen Osterhammel*)

Davies, Thomas Richard: The Possibilities of Transnational Activism. The Campaign for Disarmament between the Two World Wars, Leiden 2007 (*Holger Nehring*)

Derrick, Jonathan: Africa's ‚Agitators'. Militant Anti-Colonialism in Africa and the West, 1918–1939, London 2008 (*Regina Finsterhölzl*)

Dohrn, Verena: Jüdische Eliten im Russischen Reich. Aufklärung und Integration im 19. Jahrhundert, Köln 2008 (Alexis Hofmeister)

Domnitz, Christian; Faraldo, José M.; Gulińska-Jurgiel, Paulina (Hrsg.):Europa im Ostblock. Vorstellungen und Diskurse (1945–1991), Köln 2008 (*Stefan Troebst*)

Dülffer, Jost: Frieden stiften. Deeskalations- und Friedenspolitik im 20. Jahrhundert, Köln 2008 (*Kristina Spohr Readman*)

Dyroff, Stefan: Erinnerungskultur im deutsch-polnischen Kontaktbereich. Bromberg und der Nordosten der Provinz Posen (Wojewodschaft Poznan) 1871–1939, Osnabrück 2007 (*Mathias Seiter*)

Eckardt, Frank; Wildner, Kathrin (Hrsg.): Public Istanbul. Spaces and Spheres of the Urban, Bielefeld 2008 (*Luisa Piart*)

Eberstein, Bernd: Preußen und China. Eine Geschichte schwieriger Beziehungen, Berlin 2007 (*Jürgen G. Nagel*)

Ebbinghaus, Angelika (Hrsg.): Die 68er. Schlüsseltexte der globalen Revolte, Wien 2008 (*Johanna Wolf*)

Elliott, John H.: Empires of the Atlantic World. Britain and Spain in America 1492–1830, New Haven 2007 (*Horst Pietschmann*)

Evans, Richard J.: Cosmopolitan Islanders. British Historians and the European Continent, Cambridge 2009 (*Kiran Klaus Patel*)

Feldbauer, Peter; Lehners, Jean-Paul (Hrsg.): Die Welt im 16. Jahrhundert, Wien 2008 (*Martin C. Wald*)

Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.): Dekolonisation. Prozesse und Verflechtungen (1945–1990), Bonn 2008 (*Martin Remp*)

Gatu, Dagfinn: Village China at War. The Impact of Resistance to Japan, 1937–1945, Kopenhagen 2007 (*Nicola Spakowski*)

Gootenberg, Paul: Andean Cocaine. The Making of a Global Drug, Chapel Hill 2008 (*Isaac Campos*)

Gossler, Claus: Die Société commerciale de l'Océanie (1876–1914). Aufstieg und Untergang der Hamburger Godeffroys in Ost-Polynesien, Bremen 2006 (*James Bade*)

Gottlob, Michael: Historie und Politik im postkolonialen Indien, Göttingen 2008 (*Michael Mann*)

Gouaffo, Albert: Wissens- und Kulturtransfer im kolonialen Kontext. Das Beispiel Kamerun – Deutschland (1884–1919), Würzburg 2007 (*Manuela Bauche*)

Gräser, Marcus: Wohlfahrtsgesellschaft und Wohlfahrtsstaat. Bürgerliche Sozialreform und Welfare State Building in den USA und in Deutschland 1880–1940, Göttingen 2009 (*Kiran Klaus Patel*)

Greer, Margaret R.; Mignolo, Walter D.; Quilligan, Maureen (Hrsg.): Rereading the Black Legend. The Discourses of Religious and Racial Difference in the Renaissance Empires, Chicago 2008 (*Allison Blakely*)

Guarneri, Carl: America in the world. United States history in global context, New York 2007 (*Kiran Klaus Patel*)

Hausman, William J.; Hertner, Peter; Wilkins, Mira: Global Electrification. Multinational Enterprise and International Finance in the History of Light and Power, 1878–2007, Cambridge 2008 (*Maria Hidvegi*)

Herrmann, Sebastian M.; Kanzler, Katja; Koenen, Anne; Kusmierz, Zoe A.; Schmieding, Leonard (Hrsg.): Ambivalent Americanizations. Popular and Consumer Culture in Central and Eastern Europe, Heidelberg 2008 (*Aniko Kapornaki*)

Hochmuth, Christian: Globale Güter – lokale Aneignung. Kaffee, Tee, Schokolade und Tabak im frühneuzeitlichen Dresden, Konstanz 2008 (*Manuel Schramm*)

Hoffmann, Rainer; Hu, Qiuhua: China. Seine Geschichte von den Anfängen bis zum Ende der Kaiserzeit, Freiburg 2007 (*Xiaobing Wang-Riese*)

Hotta, Eri: Pan-Asianism and Japan's War. 1931–1945, Basingstoke 2007 (*Nadin Heé*)

Johnson, Rob: Oil, Islam, and Conflict. Central Asia since 1945, London 2007 (Jenniver Sehring)

Kaiser, Wolfram: Christian Democracy and the Origins of European Union, Cambridge 2007 (*Thomas Fetzer*)

Karlsch, Rainer; Petermann, Heiko (Hrsg.): Für und Wider „Hitlers Bombe". Studien zur Atomforschung in Deutschland, Münster 2007 (*Wolfgang G. Schwanitz*)

Karner, Stefan; Tomilina, Natalja Georgievna; Tschubarjan, Alexander; Iscenko, Viktor Vladimirovich; Prozumenscikow, Michail; Ruggenthaler, Peter; Tuma, Oldrich; Wilke, Manfred (Hrsg.): Prager Frühling. Das internationale Krisenjahr 1968, Bd. 1: Beiträge und Bd. 2: Dokumente, Köln 2008 (*Ilko-Sascha Kowalczuk*)

Kasianov, Georgiy; Ther, Philipp (Hrsg.): A Laboratory of Transnational History. Ukraine and Recent Ukrainian Historiography, Budapest 2009 (*Jenny Marietta Alwar*)

Kiernan, Ben: Blood and Soil. A World History of Genocide and Extermination from Sparta to Darfur, New Haven 2007 (*Lorenzo Veracini*)

Klessmann, Christoph; Stöver, Bernd (Hrsg.): Der Koreakrieg. Wahrnehmung – Wirkung – Erinnerung, Köln 2008 (*Sebastian Haak*)

Kohl, Helmut: Erinnerungen 1990 bis 1994, München 2007 (*Wolfgang G. Schwanitz*)

Kossert, Andreas: Kalte Heimat. Die Geschichte der deutschen Vertriebenen nach 1945, München 2008 (*Friedemann Scriba*)

Lang, Markus: Karl Loewenstein. Transatlantischer Denker der Politik Stuttgart 2007 (*Helke Rausch*)

Lee, Jennifer 8.: The Fortune Cookie Chronicles. Adventures in the World of Chinese Food, New York 2008 (*Lars Amenda*)

Li, Lillian M.: Fighting Famine in North China. State, Market, and Environmental Decline, 1690s–1990s, Stanford 2007 (*Daniel Leese*)

Lohlker, Rüdiger: Islam. Eine Ideengeschichte, Wien 2008 (*Christian H. Meier*)

MacLean, Gerald: Looking East. English Writing and the Ottoman Empire Before 1800, Basingstoke 2007 (*Almut Höfert*)

Mahone, Sloan; Vaughan, Megan (Hrsg.): Psychiatry and Empire, Basingstoke 2007 (*Pamela Dale*)

Malamud, Margaret: Ancient Rome and Modern America, Oxford 2008 (*Gerhard Altmann*)

Manela, Erez: The Wilsonian Moment. Self-Determination and the International Origins of Anticolonial Nationalism, New York 2007 (*Katja Naumann*)

Marx, Christoph (Hrsg.): Bilder nach dem Sturm. Wahrheitskommissionen und historische Identitätsstiftung zwischen Staat und Zivilgesellschaft, Münster 2007 (*Christian P. Gudehus*)

Mazlish, Bruce; Chanda, Nayan; Weisbrode, Kenneth (Hrsg.): The Paradox of a Global USA, Stanford 2007 (*Kiran Klaus Patel*)

Mazower, Mark: Hitler's Empire. Nazi rule in occupied Europe, London 2008 (*Wolfgang G. Schwanitz*)

Mauch, Christof; Pfister, Christian (Hrsg.): Natural Disasters, Cultural Responses. Case Studies toward a Global Environmental History, Lanham, MD 2009 (*Verena Winiwarter*)

McKale, Donald M.: War by Revolution. Germany and Great Britain in the Middle East in the Era of World War I, Kent, OH 2008 (*Wolfgang G. Schwanitz*)

Midgley, Clare: Feminism and Empire. Women Activists in Imperial Britain, 1790–1865, London 2007 (*Michelle Tusan*)

Mullard, Maurice: The Politics of Globalisation and Polarisation, Cheltenham 2006 (*Dawit Yohannes Wondemagegnehu*)

Nagel, Tilmann: Mohammed. Leben und Legende, München 2008 (*Wolfgang G. Schwanitz*)

Nordbruch, Götz: Nazism in Syria and Lebanon. The Ambivalence of the German Option, 1933–1945, New York 2009 (*Wolfgang G. Schwanitz*)

Normand, Roger: Human Rights at the UN. The Political History of Universal Justice. Bloomington 2008 (*Klaas Dykmann*)

Onley, James: The Arabian Frontier of the British Raj. Merchants, Rulers and the British in the Nineteenth-Century Gulf, Oxford 2007 (*Ulrike Freitag*)

Osterhammel, Jürgen: Die Verwandlung der Welt. Eine Geschichte des 19. Jahrhunderts, München 2009 (*Friedrich Lenger*)

Plokhy, Serhii: Ukraine and Russia. Representations of the Past, Toronto 2008 (*Martin Aust*)

Prashad, Vijay: The Darker Nations. A People's History of the Third World, New York 2007 (*Jürgen Dinkel*)

Pretsch, Peter; Steck, Volker (Hrsg.): Eine Afrikareise im Auftrag des Stadtgründers. Das Tagebuch des Karlsruher Hofgärtners Christian Thran 1731–1733, Karlsruhe 2008 (*Uwe Pfullmann*)

Raffler, Marlies: Museum – Spiegel der Nation? Zugänge zur Historischen Museologie am Beispiel der Genese von Landes- und Nationalmuseen in der Habsburgermonarchie, Wien 2007 (*Ines Keske*)

Rehbein, Boike; Schwengel, Hermann: Theorien der Globalisierung, Konstanz 2008 (*Ulrike Lorenz*)

Reinhard, Wolfgang: Kleine Geschichte des Kolonialismus, Stuttgart 2008 (*Josef Bordat*)

Richardson, Malcolm; Reulecke, Jürgen; Trommler, Frank (Hrsg.): Weimars transatlantischer Mäzen: die Lincoln-Stiftung 1927 bis 1934. Ein Versuch demokratischer Elitenförderung in der Weimarer Republik, Essen 2008 (*Thomas Adam*)

Richter, Steffi (Hrsg.): Contested Views of a Common Past. Revisions of History in Contemporary East Asia, Frankfurt am Main 2008 (*Till Knaudt*)

Rößler, Johannes: Poetik der Kunstgeschichte. Anton Springer, Carl Justi und die ästhetische Konzeption der deutschen Kunstwissenschaft, Berlin 2009 (*Michel Espagne*)

Rosen, Fred (Hrsg.): Empire and Dissent. The United States and Latin America, Durham 2008 (*Alan McPherson*)

Sartori, Andrew: Bengal in Global Concept History. Culturalism in the Age of Capital, Chicago 2008 (Margrit Pernau)

Saunier, Pierre-Yves; Ewen, Shane (Hrsg.): Another Global City. Historical Explorations into the Transnational Municipal Moment, 1850–2000, New York 2008 (*Wolfgang Schwentker*)

Schäbler, Birgit (Hrsg.): Area Studies und die Welt. Weltregionen und neue Globalgeschichte, Wien 2007 (*Katja Naumann*)

Schmidt-Nowara, Christopher: The Conquest of History. Spanish Colonialism and National Histories in the Nineteenth Century, Pittsburgh 2008 (*Christian Haußer*)

Schröter, Harm G. (Hrsg.): The European Enterprise. Historical Investigation into a Future Species, Heidelberg 2007 (*Matthias Middell*)

Seifert, Andreas: Bildgeschichten für Chinas Massen. Comic und Comicproduktion im 20. Jahrhundert, Köln 2008 (Nicola Spakowski)

Serrier, Thomas: Provinz Posen, Ostmark, Wielkopolska. Eine Grenzregion zwischen Deutschen und Polen, 1848–1914, Marburg 2005 (*Mathias Seiter*)

Simmons, Ian G.: Global Environmental History 10.000 BC to AD 2000, Edinburgh 2008 (*Joachim Radkau*)

Sinclair, Georgina: At the end of the line. Colonial Policing and the Imperial Endgame 1945–1980, Manchester 2006 (*John Stuart*)

Stockwell, Sarah: The British Empire. Themes and Perspectives, Malden, MA 2008 (*Torsten Loschke*)

Stoecker, Holger: Afrikawissenschaften in Berlin von 1919 bis 1945. Zur Geschichte und Topographie eines wissenschaftlichen Netzwerkes, Stuttgart 2008 (*Felix Brahm*)

Stoler, Ann Laura: Along the Archival Grain. Epistemic Anxieties and Colonial Common Sense, Princeton 2008 (*Minu Haschemi Yekani*)

Stourzh, Gerald: From Vienna to Chicago and Back. Essays on intellectual history and political thought in Europe and America, Chicago 2007 (*Knud Krakau*)

Thiemeyer, Guido: Internationalismus und Diplomatie. Währungspolitische Kooperation im europäischen Staatensystem 1865–1900, München 2008 (*Harald Wixforth*)

Topik, Steven; Marichal, Carlos; Zephyr, Frank (Hrsg.): From Silver to Cocaine. Latin American Commodity Chains and the Building of the World Economy, 1500-2000, Durham 2007 (*Bernd-Stefan Grewe*)

Unfried, Berthold; Mittag, Jürgen; van der Linden, Marcel; Himmelstoss, Eva (Hrsg.): Transnationale Netzwerke im 20. Jahrhundert. Historische Erkundungen zu Ideen und Praktiken, Individuen und Organisationen, Leipzig 2008 (*Steffi Franke*)

Vasold, Manfred: Grippe, Pest und Cholera. Eine Geschichte der Seuchen in Europa, Stuttgart 2008 (*Sylvelyn Hähner-Rombach*)

Volger, Helmut: Geschichte der Vereinten Nationen, München 2008 (*Klaas Dykmann*)

von Thadden, Rudolf; Kaudelka, Steffen; Serrier, Thomas (Hrsg.): Europa der Zugehörigkeiten. Integrationswege zwischen Ein- und Auswanderung, Göttingen 2007 (*Tina Heizmann*)

Walter, Dierk: Zwischen Dschungelkrieg und Atombombe. Britische Visionen vom Krieg der Zukunft 1945–1971, Hamburg 2009 (*Alaric Searle*)

Ward, Kerry: Networks of Empire. Forced Migration in the Dutch East India Company, Cambridge 2008 (*Vincent Houben*)

Weintritt, Otfried: Arabische Geschichtsschreibung in den arabischen Provinzen des Osmanischen Reiches (16.-18. Jahrhundert), Schenefeld 2008 (*Nora Lafi*)

Wende, Peter: Das Britische Empire. Geschichte eines Weltreichs, München 2008 (*Torsten Loschke*)

Wünsche, Dietlind: Feldpostbriefe aus China. Wahrnehmungs- und Deutungsmuster deutscher Soldaten zur Zeit des Boxeraufstandes 1900/1901, Berlin 2008 (*Marcus Sonntag*)

Wokoeck, Ursula: German Orientalism. The Study of the Middle East and Islam from 1800 to 1945, London 2009 (*Michel Espagne*)

Young, Robert J.C.: The Idea of English Ethnicity, Oxford 2008 (*Frauke Hofmeister*)

Autorinnen und Autoren

Leslie Brückner
M. A., Universität Freiburg
Email: leslie.brueckner@gmx.de

Klaus Dittrich
Dr., Hanyang University
Email: ragazzodelleuropa@hotmail.com

Alexander Drost
Dr., Ernst-Moritz-Arndt Universität Greifswald
Email: alexander.drost@uni-greifswald.de

Kai Filipiak
PD Dr., Universität Leipzig
Email: filipiak@rz.uni-leipzig.de

Luminita Gatejel
Dr., Max Weber Fellow am Europäischen Hochschulinstitut Florenzle
Email: lumagatejel@yahoo.com

Helmut Goerlich
Prof. Dr., Universität Leipzig, Juristenfakukltät
Email: goerlich@rz.uni-leipzig.de

Heinrich Hartmann
Dr. des., Freie Universität Berlin
E-Mail: heinrich.hartmann@fu-berlin.de

Sonia Landenberger
Dr., Geschäftsführerin des Mentoring-Programms der Universität Stuttgart
Email: sonia.landenberger@verwaltung.uni-stuttgart.de

Daniel Logemann
M. A., wiss. Mitarbeiter in der internationalen Forschungsgruppe „Schleichwege. Inoffizielle Kontakte zwischen Bürgern sozialistischer Staaten 1956–1989"
Email: parole-emil@gmx.net

Andreas Schneider
M. A., Justus-Liebig-Universität Gießen
Email: andreas.schneider@zmi.uni-giessen.de

Manuel Schramm
Dr., wiss. Mitarbeiter an der TU Chemnitz, Institut für Europäische Geschichte
Email: manuel.schramm@phil.tu-chemnitz.de

Andreas Schulz
M. A. Humboldt-Universität zu Berlin
Email: a.schulz@geschichte.hu-berlin.de

Thomas Töpfer
Dr. des., Universität Leipzig
Email: toepfert@yahoo.de

Rudi Volti
Prof. Dr., Pitzer College
Email: rudi_volti@pitzer.edu