



universität
wien

Diplomarbeit

Titel der Diplomarbeit

Die englische Konsumgesellschaft des 18. Jahrhunderts
im Kontext der Industrious Revolution

Verfasser

Peter Garschall

angestrebter akademischer Grad

Magister der Philosophie (Mag. phil.)

Wien, 2012

Studienkennzahl lt. Studienblatt: A 312

Studienrichtung lt. Studienblatt: Diplomstudium Geschichte

Betreuer: Univ. Prof. Dr. Peer Vries

Inhaltsverzeichnis

	Seite
Perspektivenbildung und inhaltlicher Überblick	3
1. <u>Ursprünge und Entwicklungen frühneuzeitlicher Nachfrage</u>	
1.1. Einblicke in das Konsumzeitalter Englands im 18.Jahrhundert	9
1.2. Die Luxusdebatte	11
1.3. Die Geburt einer Konsumgesellschaft	13
1.4. The Industrious Revolution	21
1.5. The Industrious Revolution in England	25
1.6. At Home in England	30
1.7. Frühneuzeitliches Wohlstandswachstum in Kent und Cornwall	38
1.8. Der frühneuzeitliche Markt und vorkapitalistische Reziprozität	47
2. <u>Mode, Produktinnovation und Industrialisierung</u>	
2.1. Mode aus Asien	49
2.2. Frühneuzeitlicher Konsum aus der Genderperspektive	55
2.3. Globaler Transfer und Produktinnovation im langen 18.Jahrhundert	58
2.4. London – Konsummetropole der Frühmoderne	64
2.5. Baumwolle und Mode in England	65
2.6. Chinesisches Porzellan und die englische Keramikmanufaktur	77
2.7. Der frühneuzeitliche Gebrauchtwarenmarkt in England	84
2.8. Das atlantische Empire und die übernationale Konsumindustrie Englands	86
Conclusio	88
Literatur	93
Abstract	96
Lebenslauf	97

Perspektivenbildung und inhaltlicher Überblick

An der Erörterung der industriellen Revolution entfesselt sich für Ökonometheoretiker die Frage auf welche Weise langfristiges Wachstum und anhaltender Wohlstand erreicht werden kann. Besonders das Feld der internationalen Entwicklungszusammenarbeit beschäftigt sich kritisch mit den Vor- und Nachteilen diverser ökonomischer Modelle und Theorien, die die Ungleichheit der Wohlstandsverteilung zum Gegenstand haben. Die industrielle Revolution des 18. Jahrhunderts spielt hier keine unwesentliche Rolle, handelt es sich doch um jene Zäsur, die den industrialisierenden Nationen Reichtum und anhaltendes Wachstum bescherte.

Nun hat die Beurteilung jenes epochemachenden Ereignisses in den vergangenen Jahrzehnten viele verschiedene Betrachtungsweisen erlebt. Mit neuen Perspektiven kamen neue Fragestellungen hinzu und damit neue Erkenntnisse über die Natur wirtschaftlichen Wachstums überhaupt. Diese Blickwinkel und Zugangsweisen waren naturgemäß allesamt Kinder ihrer Zeit. So zum Beispiel Walt Whitman Rostows Stufentheorie zum ökonomischen Wachstum, die in einem Zeitalter populär wurde, als die internationale Politik vom Vorteil endlos beschleunigten Wachstums und künstlich geschaffener Industrialisierungen in Entwicklungsländern überzeugt war. Die schwachen und oft schädlichen Ergebnisse der Entwicklungsarbeit nach diesem Modell der 1970er im Kontext des Kalten Krieges machten humanere und alternative Zugangsweisen zur Thematik notwendig.

Die aktuelle Debatte rund um Industrialisierung und Wohlstand sammelt sich unter dem Begriff „The Great Divergence“, vor allem vor dem Hintergrund eines wachsenden Interesses an der unbekanntenen Geschichte außereuropäischer Zivilisationen und einem weltwirtschaftlich starken Asiens. „The Great Divergence“ bezeichnet jenen Vorgang im 18. Jahrhundert, der durch beschleunigtes industrielles Wachstum die europäische Welthegemonie einläutet. Der Diskurs behandelt die Analyse frühneuzeitlicher Wirtschafts- und Produktionssysteme, interkontinentale Interdependenzen, Lokalstudien und einiges anderes. Fundamental für das Modell ist eine globale Perspektive.

Innerhalb dieser aktuellen Strömung der Wirtschafts- und Sozialgeschichte möchte ich mein vorliegendes Diplomarbeitsthema positionieren. Allerdings befindet sich mein Themengebiet an der Peripherie des Forschungsdiskurses, weil die Arbeit die für die Debatte charakteristische Vergleichsarbeit der asiatischen und europäischen ausnimmt. Mir kommt es darauf an, die globalen Zusammenhänge des frühneuzeitlichen Marktes herauszuarbeiten. Regional grenze ich mein Erkenntnisinteresse auf den englischen Markt vom späten 17.Jh. bis in die zweite Hälfte des 18.Jh. ein. Damit deckt meine Analyse genau jenen Zeitraum, den auch die Debatte um „The Great Divergence“ zum Gegenstand hat.

Im 18.Jh. nimmt eine breite Mittelschicht der britischen Bevölkerung am Marktgeschehen teil. Eine neue Form der Gesellschaft formiert sich rund um die neuen Gegenstände bürgerlichen Lebens und eine modebewusste Mittelschicht bevölkert Städte und Provinzen Englands. Sie orientiert sich zunehmend am Markt und an seinen neuen Gütern. Die Menschen ritualisieren gesellschaftliche Zusammenkünfte und ihr häusliches Leben rund um neu verfügbare Güter. Das städtische Bürgertum gibt sich bewusst modebetont und viele Güter finden Eingang in den Alltag. Feine Kleidung, schönes Geschirr, Schmuck, gesellschaftliches Know How und vornehmes Benehmen weisen einen als Mitglied des neuen, größer und einflussreicher werdenden städtischen Bürgertums aus. Der Blick auf den Konsumenten ermöglicht ein Aufspüren neuer Zusammenhänge. Mit ihm betritt eine neue Kategorie die Bühne der Wirtschaftsgeschichte. Die Wirtschaftsgeschichte verknüpft sich mit der Kulturgeschichte. Der Konsument als aktiver Teilnehmer am wirtschaftlichen Geschehen und als bedeutenden Player am Markt bekommt seine Stimme.

Die Konsumperspektive ist eine Tochter der Gegenwart. Historiographisch lassen sich die Pioniere der frühnezeitlichen Konsumforschung gegen Ende der 1970er Jahre einordnen. Sie befanden sich in der blühenden Ära des Massenkonsums. Eine Untersuchung des Konsumphänomens war obligatorisch geworden. Am Massenkonsum änderte sich bis heute wenig. Daher ist das Thema nach wie vor aktuell. Die Diskussion um frühnezeitliches Konsumieren wird heute differenzierter und auf höherem Niveau geführt. Es lassen sich schon einige strukturelle Richtungen aus den Ergebnissen der Konsumforschung ablesen. Allerdings ist die ganzheitliche Aufarbeitung der Thematik noch lange nicht abgeschlossen.

Im Kern des Themas steckt wieder die Frage nach einer neuen Perspektive auf die industrielle Revolution. Der Blick durch die Brille des Konsummarktes ermöglicht eine neue Verortung der industriellen Revolution. Der radikale aber etwas unvorsichtige Pionier der englischen Konsumgeschichte Neil McKendrick setzte seine These der „Consumer Revolution“ als Analogie zur industriellen Revolution. Mittlerweile wurde die „Consumer Revolution“ relativiert und durch langzeitige Konzepte erweitert beziehungsweise ersetzt. Das aktuellste Konzept ist „The Industrious Revolution“ vom Holländer Jan de Vries. Trotzdem kann, wie ich noch zeigen werde, von einer langfristig definierten Konsumenten Revolution die Rede sein.

Bevor ich das konkrete Thema dieser Seiten vorstelle, möchte ich noch darauf eingehen, in welchem historiographischen Kontext die Frage nach dem Konsumenten einzuordnen ist, um Ursprünge, Grundlagen, Ziel und Zweck einer konsumorientierten Perspektive darzustellen.

Im langen 18. Jahrhundert, einer Zeit zwischen 1650 bis 1800, werden Konsumgüter für relativ breite Bevölkerungssegmente erhältlich. Quantitativ arbeitende Historiker betrachteten das Konzept einer

unabhängigen, eigenständigen, einflussreichen und qualitativ wirksamen Nachfrage als gegenstandslos. Orthodoxe Theorien schreiben der Nachfrage keine kausal wirkende Rolle zu. Allgemein ging man davon aus, dass unter der Voraussetzung steigender Einkommen und ökonomischen Wachstums die Versorgung und die Bereitstellung von Gütern ihre eigene Nachfrage entwickle. Die Nachfrage sei nicht fähig ökonomisches Wachstum zu fördern. Daher fokussierte sich das Interesse auf Wachstumsraten mit den klassischen Parametern Technologien, Kapitalvermögen, Energie, Rohstoffe und Institutionen. Eine aktive Rolle als Entscheidungsträger gestand die orthodoxe Lehre nur Firmen und Unternehmen zu. Der Konsument ist wie ein an die Leine geketteter Hund, der nur innerhalb der vorgegebenen Möglichkeiten agieren kann. Zu dieser Prämisse trug auch die marxistische Sicht des Konsumenten als entfremdeten Menschen bei. Demgemäß interpretierte die klassische Lehre auch die industrielle Revolution als eine ausschließlich auf gesteigerten, ökonomischen Wachstum in Technologie und Angebot basierende Entwicklung.

Diese Art der Wirtschaftsgeschichte präsentierte eine leere und farblose Wachstumsmaschine, die rein auf quantifizierenden Methoden basierte. Interessanterweise korreliert dieses Paradigma zeitlich mit den Wachstumsideologien derselben Zeit. Doch weder der menschliche Geist noch sein wirtschaftliches Leben funktionieren auf rein quantitativen Strukturen. Das heißt hinter den steigenden Wachstumswerten verbergen sich qualitativ hochkomplexe Bedürfnisse und in Bezug auf die britische Wirtschaftsgeschichte der Frühneuzeit eine ausgeklügelte Kultur der Verwobenheit zwischen überseeischem Handel, englischen Unternehmen, dem individuellen Konsumenten und seiner Kultur. Die Nachfrage erhält eine kausative Rolle in der Entwicklung der Gesamtwirtschaft. Konsumentenbedürfnisse haben eine Geschichte und diese sind in modernen Abhandlungen, auch in Anbetracht der Erfahrungen des modernen Massenkonsumzeitalters, bereits als Parameter für Analysen unumgänglich geworden.

In der Frühneuzeit Großbritanniens kaufte eine breite Mittelschicht Luxusgüter und sonstige Manufakturimporte aus Ostasien auf regelmäßiger Basis. Der Erfolg dieser Waren löste eine Welle an Inspiration im Produktions- und Manufakturwesen aus. Unternehmer und Produzenten orientierten sich an den Wünschen der Konsumenten und erkannten in den fremdländischen Handelsgütern großes kommerzielles Potential. Sie richteten ihre Produktion nach den asiatischen Vorbildern, etwa dem Porzellan Geschirr, aus und schufen dennoch ihre eigene englische Produktpalette. Dabei entstanden ganze Modezyklen und neue Innovationen im Feld der Konsumgüterproduktion. Die Mode erscheint als Triebkraft eines breiten Marktes und lenkt Produktion und Konsum. Dieses Zusammenspiel der Bedürfnisse der Konsumenten und der auf den Markt abgestimmten Produzenten erhöhte ganz im Sinne alter wirtschaftlicher Prämissen das Angebot, allerdings diesmal

unter der Voraussetzung dass die Nachfrage eine qualitative Eigenschaft besitzt und die Formierung des Angebots mitbestimmt.

Das alles geschah vor dem Hintergrund einer sich in der frühen Neuzeit ausweitenden Weltwirtschaft. In den letzten Forschungsergebnissen über frühmodernes Konsumieren erweist sich die Weltwirtschaft als global zusammenhängender Konsummarkt. Zur Zeit der Ankunft der Europäer im indischen Ozean, bestand in Ostasien ein ausgeklügeltes maritimes Handelssystem. Englische und niederländische Ostindienkompanien suchten den Anschluss an das bestehende Netzwerk. Transkontinentale Importe vermittelten den Nimbus des Exotischen und gestalteten somit Mode- und Schönheitsverständnis europäischer Konsumenten. Das Exotische wird zum Luxus- und Konsumgut, wird populär und ist Grundlage für die weitere wirtschaftliche Entwicklung. Ihre spezifische Art des Aussehens, ihres Nutzens, ihrer Bedeutung im sozialen Kontext und ihrer Produktionsweise nahmen direkten Einfluss auf englische Produktion und Innovation. Markant sind die Weiterentwicklung der Importsubstitutionsproduktion und ihr Wirken auf die essentiellen Parameter der in der zweiten Hälfte des 18.Jh. einsetzenden industriellen Revolution. Neuere Studien belegen die globale Grundlage der englischen Industrialisierung. In diesen Bereich fällt letztlich die Nachfrage nordamerikanischer Kolonien nach englischen Manufakturwaren. Der englische Konsummarkt weitet sich letztlich global aus und legt den Grundstein für das 19.Jahrhundert.¹

Damit sind bereits Rahmen und Ausrichtung der folgenden Darstellung definiert. Im Mittelpunkt steht der Konsument als wesentlicher Bestandteil im ökonomischen Prozess. Erst aus der Perspektive einer qualitativ wirksamen Nachfrage stelle ich einen Zusammenhang zu spezifische Produktionsprozesse und zu der Entwicklung frühneuzeitlicher Industrie her. Auf diese Weise lässt sich zeigen wie weit verbreitet das Phänomen alltäglichen Konsums sowohl in den Provinzen wie in den Städten Englands war und welche große Bedeutung der konsumorientierten Mittelschicht in der Entwicklung der Angebotsseite zukommt. Tatsächlich sind das fortgeschrittene Phänomene, deren Ursprünge weiter in der frühneuzeitlichen Vergangenheit liegen. Für die vergleichsweise rasche Etablierung einer elaborierten britischen Konsumwelt der zweiten Hälfte des 18.Jh. muss ein langfristiger und gesamtgesellschaftlicher Transformationsprozess vorausgesetzt werden.

Die Fragen nach vorindustriellem Wohlstandswachstum und dessen Hintergründe sind von erheblicher Bedeutung. Jan de Vries' Konzept „The Industrious Revolution“ bündelt meines Erachtens

¹ Berg Maxine: New Commodities, Luxuries and their Consumers in Eighteenth – Century England. Berg Maxine: In Pursuit of Luxury: Global History and British Consumer Goods in the Eighteenth – Century Britain. In: Past & Present. 182, 2004, 85 – 90.

De Vries Jan: The Industrious Revolution. Consumer Behavior in the Household Economy. 1650 to Present. S. IX – 6.

diese Fragestellungen und erklärt wie die Weichen für eine wachstumsorientierte Wirtschaft bereits im vorindustriellen Zeitalter gestellt wurden. Von besonderer Rolle in der Theorie ist der Konsument als aktiver Marktteilnehmer. Ich nehme die Grundaussagen dieser Theorie als Ursprung für die spätere Entwicklung der konsumorientierten Industrie.

Der Kern meiner Arbeit und meiner Argumentation baut sich rund um den überseeischen Handel Englands und der englischen Manufakturindustrie auf. Wie oben schon angedeutet folgte auf die asiatischen Importe der East India Company bald die Entstehung einer urenglischen Konsumgüterproduktion. Dieser Prozess war aber in Europa nicht neu. Jedoch verstanden die Engländer diese Art von Produktinnovation auf ein signifikant qualitatives und quantitatives Maß auszuweiten:

„What may have begun with the seventeenth century Dutch development of domestic furnishings that integrated society with common artefacts intended for many social classes, produced at varying levels of quality and cost, took on a new aspect in the course of the eighteenth century with the appearance, especially in Britain of a broader range of “Semi – Luxuries” offered in a large variety of qualities and prices and ever changing patterns and styles”²,

schreibt Jan de Vries in seinem Buch über “The Industrious Revolution” und fügt seinem Modell, das seine Grundlage in langfristigen Strukturen hat, die globale Dimension des Handels mit Asiens hinzu. Er kombiniert damit die Ebene der lokalen Nachfrage mit dem globalen Markt. Eine solche Route wird die vorliegende Arbeit einschlagen.

In meiner Untersuchung vorindustriellen Konsums, legte ich mich exemplarisch auf die Konsumgeschichte von Textilien und Keramik fest. Trotzdem werden andere Manufakturwaren mit globalem Ursprung auch in die Betrachtungen eingenommen.

In beiden Fällen bewirkten die Verbundenheit zwischen dem Angebot aus Übersee und die am Angebot orientierte Nachfrage einen Schub an Konsuminteresse. Zunächst importierte die East India Company indische Baumwolltextilien und chinesisches Porzellan. Innerhalb weniger Jahrzehnte entwickelten englische Unternehmer für beide Typen neue an die Originale angelehnte Produkte in großer Vielfalt und zu erschwinglichen Preisen. Die Strukturen der Konsumentenausrichtung ähnelten einander in den Rahmenbedingungen. Deswegen können sie im Vergleich zu einander die generellen Entwicklungen deutlich machen. Die ursprünglich von der East India Company importierten Baumwollstoffe Indiens, Kalikos genannt, lösten auf Grund ihrer bunten Vielfalt und ihrer Leichtigkeit eine erste Konsumentenmanie im ausgehenden 17.Jh. aus. Generell wird

² De Vries Jan: The Industrious Revolution. Consumer Behavior in the Household Economy. 1650 to Present. S. 146.

Baumwolle mit der klassischen Industriellen Revolution assoziiert. Tatsächlich veränderte die andauernde Verbesserung und Entwicklung der Baumwolltextilien in Ausrichtung auf den Konsummarkt die technischen und organisatorischen Grundlagen der Produktion. Ab den 1770er Jahren mechanisieren Erfinder und Unternehmer die Baumwollspinnerei, was allgemein als Beginn der frühen industriellen Revolution angesehen wird. Die graduell zunehmende Mechanisierung versorgte Konsumenten und Nachfrage mit großer Zahl zu geringem Preis. Trotzdem lässt sich gerade beim Paradebeispiel für die Urindustrialisierung die Wichtigkeit der allgemeinen Nachfrage argumentieren. Das Konsumbedürfnis nach indischen Baumwolltextilien breitet sich mit den ersten Importen rapide aus und stürzt die heimische Leinentuchproduktion in die Krise. In der Zeit bis in die 1770er Jahren bedienen die Produzenten mit nicht mechanischen Mitteln eine vielfältiger und zahlreicher werdende Nachfrage. Die industrielle Revolution erscheint eher als Vollendung eines begonnenen Prozesses, als sein Anfang.³ Abgesehen davon lassen sich an Hand der Baumwollimporte die Reaktionen des merkantilistischen Fiskalstaates auf die hohe Nachfrage gut abhandeln. Das Wirken des Merkantilismus auf den englischen Konsummarkt im Bereich der Produktinnovation ist von erheblicher Bedeutung.

Der andere Gegenstand meiner Untersuchung, die Keramik, ist zeitlich später einzuordnen. Zwar besitzen schon in den ersten Jahrzehnten des 18. Jh. besser situierte Menschen Porzellanwaren, doch die eigentliche Porzellanmanie fällt in die zweite Hälfte des 18. Jh., als der englische Konsummarkt bereits voll floriert.⁴ Deswegen bietet sich Konsum und Produktion von Keramik als Analyseobjekt hinsichtlich der ausgebildeten Funktionsmechanismen der Konsumgesellschaft an. Im Speziellen meine ich die geschäftliche und unternehmerische Raffinesse in der Versorgung der Nachfrage. In diesen Bereich fallen etwa die ausgeprägte Konsumentenorientierung und Lenkung der Bedürfnisse, Güterverteilung, Marketing, Modernisierung der Manufakturbetriebe und Ausrichtung der Arbeit auf Massenproduktion.

Das Ergebnis dieser über hundert Jahre dauernden Entwicklung von Anpassung des Konsumangebots an eine konsumfreudige Mittelschicht bricht den Rahmen mit den Exporten englischer Konsumgüter im atlantischen Handel mit der Neuen Welt. Das Phänomen vormodernen Konsumierens weitet sich geografisch auf globaler Ebene aus und legt die Grundlagen für ein neues Zeitalter.

³ De Vries Jan: *The Industrious Revolution. Consumer Behavior in the Household Economy. 1650 to Present.* S. 137 – 138.

⁴ Kowaleski – Wallace Beth: *Women, China, and Consumer Culture in Eighteenth – Century England.* S. 155, 158.

1. Ursprünge und Entwicklungen frühneuzeitlicher Nachfrage

1.1. Einblicke in das Konsumzeitalter Englands im 18. Jahrhundert

Eine nach modernen Maßstäben funktionierende und kommerziell agierende Konsumkultur des 18. Jahrhunderts klingt fantastisch. Noch ferner von allen klassischen Lehren liegt die Annahme, dass Konsum in der frühmodernen Welt eine signifikante Rolle in der Entstehung von modernen Kapitalismus und moderner sozialer Strukturen gehabt hätte. Geschweige denn von einer nennenswerten Bedeutung für vorindustrielles Wachstum. Die Perspektive aus der Sicht des Konsumierens und ihre Bedeutung ist ein relativ junges Thema und daher stark in Diskussion. Die Existenz einer ausgeprägten Konsumgesellschaft Englands im 18. Jh., ist allerdings nicht mehr zu bestreiten.

Britische Städte wuchsen im 18. Jh. enorm. Birmingham, Staffordshire, Liverpool, Manchester und Sheffield, die für ihre großen Industriesektoren bekannt wurden, entwickelten ihre wirtschaftliche Kraft auf Grundlage der englischen Konsumgesellschaft. Einige dieser Städte vervierfachten ihre Bevölkerungsanzahl. Zu einem beachtlichen Teil waren sie in ihrer Infrastruktur voll ausgeprägt, besaßen ihre eigenen Eliten, Händler und Professionalisierten und hatten ihre eigenen Verwaltungs-, Dienstleistungs-, Bau-, und Marktsektoren. Mit fast einer Million Einwohnern entwickelte sich London im 18. Jh. zur größten Stadt Europas und zum kulturellen und kommerziellen Zentrum auf den britischen Inseln. Sowohl in der Metropole wie auch in den Provinzstädten entstand rund um die neuen Möglichkeiten von Konsum und Freizeitgestaltung eine neue Öffentlichkeit. Das Bürgertum formte sich in den urbanen Zentren und schuf ihr eigenes Verständnis einer freien Lebenskultur im Sinne der Aufklärung. Ein vornehmer Habitus kleidete aufklärerisches Gedankengut, wie freie Meinungsäußerung, Pressefreiheit, Kunst- und Kulturgenuß, Konsum exotischer Genussmittel und Mode in eine zivilisierte Form gesellschaftlichen Lebens. Die Städte unterstützten diese Emanzipierung der Mittelschicht mit einer absichtlich an die elaborierten Wünsche des Bürgertums anknüpfenden urbanen Infrastruktur. Stadtverwaltungen achteten zunehmend auf den Bau gepflasterter Straßen und deren Reinhaltung. In der Nacht beleuchteten Öllaternen die Städte. Tag- und Nachtaktivitäten verwischten sich, sodass die Straßen immer häufiger in der Nacht oder an frühen Winterabenden von Menschen frequentiert wurden. Die Bürger spazierten in den Gärten und Promenaden oder trafen sich in den zahlreichen Kaffeehäusern und Büchereien. Abends gingen sie ins Theater oder hörten sich bei Konzerten Werke zeitgenössischer Komponisten an, um in eleganter Gesellschaft und im Wissen um die neuesten Trends in der Mode zu sein.⁵

⁵ Brewer John: The Pleasures of Imagination. English Culture in the Eighteenth Century. V – 55.

Eine wirtschaftliche Neuigkeit des 18.Jh. war das Geschäft, als eine fixe städtische Institution. Zuvor kaufte die Bevölkerung ihre Notwendigkeiten an regelmäßigen Markttagen oder erstand Wertvolleres auf Messen. Nun war es möglich geworden, regelmäßig in den frühneuzeitlichen Einkaufsstraßen zu promenieren, in die Auslagen der Geschäfte hineinzuschauen und sich für Neuigkeiten am Markt zu interessieren. Mit dem Blick ins Geschäft eröffnet sich dem Kunden eine ganze Welt neuartiger Güter deren Ursprung nicht selten außereuropäischer Herkunft war. So empfindet sich das städtische Bürgertum als zunehmend kosmopolitisch. Gehobener Einkauf benötigte eine sichere und saubere Umgebung. Der tägliche Einkaufsbummel ritualisierte sich und wurde zur Freizeitaktivität. Entsprechend ansprechend gestaltet musste das Ambiente der Geschäfte sein, so wie die Präsentation der Verkaufswaren. Die Welt des Konsums bildete den Hintergrund für die aufgeklärt denkende Bürgerschaft. In den Geschäften unterhielten sich Kunden miteinander oder mit dem Geschäftsinhaber, probierten Sachen aus, stöberten, erkundigten sich und kauften bei Bedarf so manche Ware. Mit der Auswahl und dem Kauf der richtigen Güter oder einer kulturellen Freizeitgestaltung konnte jemand kulturelles Kapital anhäufen und so die eigene Identität herausputzen.

Gegen Ende des 18.Jh. verbreiteten sich fixe Preise und Bargeldzahlungen, sodass nicht mehr so häufig auf Kredit gekauft wurde und der Einkauf schneller von statten ging. Die große Auswahl an Manufaktur- und Textilgütern aus den modernen englischen Betrieben versorgten die Städte mit einem reichen Konsumangebot. Entsprechend rasch spezialisierten sich die entsprechenden Geschäfte auf bestimmte Waren. In Zeitungen, Magazinen und Journalen warben Geschäfte und Unternehmer um ihr Sortiment. Handwerker und Händler, Manufakturbesitzer, Geschäftsinhabern oder Großhändler warben in regelmäßigen Abständen. 1760 gab es in London sowohl Morgenblätter wie Abendblätter und viele Wochenzeitungen. Lokale Stadtzeitungen beinhalteten regelmäßig Werbematerialien lokaler Geschäfte oder Produzenten. Druckereien zahlreicher Blätter wie „Reading Mercury“ oder „York Courant“ weiteten ihren Radius innerhalb weniger Jahrzehnte auf mehrere Städte aus und fassten ein weites Publikum. Somit war es möglich weitflächig zu werben und den Modegeschmack weitläufig auf dem Laufenden zu halten und zu animieren.

Lorna Weatherill stellte fest, dass der Besitz von Haushaltsgegenständen innerhalb weniger Jahrzehnte bis 1725 substantiell größer wurde. Elf Prozent ihres untersuchten Samples besaß Porzellan, 18 Prozent überhaupt Keramikgegenstände für die modernen warmen Getränke Kaffee und Tee. Diese Dinge gelten nicht mehr als Lebensnotwendigkeiten und zeigen, dass schon vor der Mitte des 18.Jh. eine effektive Konsumnachfrage bestand. Beverly Lemire weist auf den Zusammenhang zwischen der bestehenden Nachfrage der Mittelschicht nach Konsumgütern, der förderliche Wirkung für ihre Produktion und der effizienten Werbegestaltung hin:

„Yet the power of these desires among the population became an engine for economic growth. The potency of popular demand for clothing, china, or domestic accessories cannot be overestimated and entrepreneurs were quick to appreciate the commercial potential“⁶ – Beverly Lemire

Vor der schriftlichen Werbung gehörte der Ruf des Markstandbesitzers zum städtischen Alltag. Flugblätter und sonstige Druckmedien wirkten allerdings viel effektiver, weil eine größere Kundschaft angesprochen und viel mehr Informationen verbreitet werden konnten. In Werbematerialien war der Warenbestand und die Preise, sowie Neuigkeiten auszumachen. Diese frühneuzeitlichen Werbungen waren nach modernen Begriffen noch einfach gehalten. Zumeist bestanden sie nur aus Text. Manchmal illustrierten Bilder das Ladeninnere oder das Geschäftsgebäude. Insbesondere Trade Cards waren teils recht aufwendig gestaltet. Sie sind mit heutigen Visitenkarten vergleichbar. Ihre Produktion war teuer und nur für Stammkunden gedacht. Die Auflistungen der Verkaufsware wies auf Menge, Diversität und Auswahl des Angebots hin und zeigten wo und bei wem diese Waren zu erstehen waren. Auffällig ist die besondere Hervorhebung des Neuigkeitswertes diverser Waren neben Nützlichkeit und Preis. Die Darstellung exotischer Güter implizierte für den Konsumenten eine Verbundenheit mit fernen Weltregionen. Das erstaunlich durchdachte Werbematerial kreierte eine schillernde Welt des Konsums und warb insgesamt für die Freude am Einkaufen.⁷

1.2. Die Luxusdebatte

Schriftsteller, Philosophen und Privatpersonen berichten über eine an Gütern reiche Welt und eine konsumorientierte Gesellschaft. Gemälde sind Zeugen einer neuen Warenvelfalt und einer neuen materiellen Kultur. Zeitgenossen fühlten diese Ära als den Beginn einer neuen Epoche. Es entsteht eine energische Diskussion um den Nutzen oder Schaden von Konsum.

In der so genannten „Luxury Debate“ diskutierten Sozialtheoretiker und Ökonomen moralische, politische und ökonomische Effekte des Konsums breiter Bevölkerungsschichten. Im Zentrum der Diskussion stand die Frage, ob der Konsum der Durchschnittsbevölkerung für das öffentliche Wohl nutzbringend sei. Dabei unterschied man schon wie heute Wirtschaftshistoriker zwischen den alten und den neuen Luxusgütern. Die alten Konsumgüter konnten die meiste Zeit nur der Adel und die Aristokratie finanzieren. Jene Waren, die jetzt für die Durchschnittsbevölkerung produziert wurden, bezeichneten die Neuen Luxusgüter. Man diskutierte die förderliche Wirkung einer Konsumgesellschaft für die ökonomische Entwicklung und ihrem sozialen Nutzen. Erst in den letzten

⁶ Lemire Beverly: Fashion's Favourite. The Cotton Trade and the Consumer in Britain 1660 – 1800. S.56.

⁷ Berg Maxine: Luxury and Pleasure in Eighteenth Century Britain.

Lemire Beverly: Fashion's Favourite. The Cotton Trade and the Consumer in Britain 1660 – 1800.S. 56 – 59.

Stobart Jon, Hann Andrew, Morgan Victoria: Spaces of Consumption. Leisure and Shopping in the English Town, c. 1680 – 1830. S. 1 – 22, 171 – 180.

Jahrzehnten entdeckten Wirtschaftshistoriker die besondere Bedeutung dieser Güter für den Weg zur industriellen Revolution wieder, während sie schon im 18.Jh. Gegenstand der Diskussion war. Allerdings nimmt jede Epoche eine andere Perspektive ein und zieht eigene Schlüsse.

Den Damm in der Diskussion brach zu Beginn des achtzehnten Jahrhunderts Bernard Mandeville (1670 – 1733) mit der „Fable of the Bees“. Mandeville vertrat den skandalösen Standpunkt, dass nicht Tugend und Mäßigung, sondern persönliche Laster, wie Habgier, Neid und Missgunst die Motoren für eine blühende Wirtschaftstätigkeit seien. Menschen konsumieren, weil sie hauptsächlich an sich selbst interessiert seien und Freude sowie Vergnügungen suchen. Das führe zu einer Ausweitung des Handels und zu höheren Beschäftigungsraten der Armen. Trotz scharfer Kritik drehte Mandeville damit die Perspektive um und zentrierte die Debatte weg von einer Moraldiskussion hin zu einer Diskussion über Politik und Wirtschaft.

Daniel Defoe (1661 – 1731) gilt neben seiner literarischen Bedeutung als Zeuge der frühneuzeitlichen Konsumgeschichte. Seine zeitgenössischen Herleitungen und Analysen des Konsumsystems sind für Historiker sozial motivierte Quellen. Defoe erkannte, dass die große Zahl der Manufaktur- und Geschäftsbesitzer und deren eignen Konsumwünsche für die Ausweitung des Kommerzes zuständig waren. Während er die Verschwendungssucht der Aristokratie schmähte, lobte er Verbreitung des Wohlstandes auf die Mittelschichten durch ehrgeiziges Wirtschaften. Mit dem Konsum der Mittelschicht blühe Handel und Wirtschaft. Zwar kauften die Reichen die teuren Luxusgüter, den Großteil des Handels sei aber an der breiten Masse orientiert, „so that these are the people that are the life of trade“⁸.

Damalige Sozialökonomien wie Adam Smith und Defoe setzten die Verbindung vom Konsum der Mittelschicht und der weltweiten Ausdehnung des Handels als gegeben voraus. Sie definierten die Mittelschicht als Protagonisten auf der wirtschaftlichen Bühne und definierten sie als die Mühlen von Ökonomie und Wohlstand. Quantitativ hoher Konsum alltäglicher Waren sei eine Quelle ökonomischen Wachstums. Sie verwiesen auf den Zusammenhang einer bestehenden Nachfrage der großen Masse Bevölkerungsschichten und der Evolution einer ihm gegenüberliegenden Industrie.⁹

Für das Vorhandensein einer großen Warenvielfalt setzten die Denker die Ausweitung des Außenhandels, insbesondere den transkontinentalen Handel mit Ostasien, voraus. Die Produktion

⁸ Zitiert nach: Berg Maxine: Introduction. In: Berg Maxine, Clifford Helen (eds.): Consumers and Luxury: Consumer Culture in Europe 1650 – 1850. S. 6.

⁹ Berg Maxine: From Imitation to Invention: Creating Commodities in Eighteenth – Century Britain. S. 13.

von Konsumgütern und die Nachbildung außereuropäischer Güter in der nationalen Industrie bringen ihnen zufolge allgemeinen Wachstum und Wohlstand.¹⁰

„If we consult history, we shall find, that in most nations foreign trade has preceded any refinement in home manufacturers, and given birth to domestic luxury... [sic!] Thus men become acquainted with the pleasures of luxury and the profits of commerce [...] carry them on further improvements in every branch of domestic and well as foreign trade;“¹¹ – David Hume

Frühneuzeitliches Konsumverhalten entstand in Europa nicht erst in England, sondern hatte einige zunächst gleichrangige Vorläufer. Besonders hervorzuheben sind die Niederlande, die schon ungefähr ein Jahrhundert vor England neue Luxusgüter sowie konsumorientierte Nachfrage aufwiesen. Die theoretische Ausformulierung und die Debatte rund um die Auswirkungen dieser wirtschaftlichen Transformation begannen erst Jahrzehnte, nachdem die Menschen schon die Brücke zur Moderne geschlagen hatten.¹² Trotzdem drehte sich die Welthegemonie noch einmal, und zwar zu Gunsten Englands. Schließlich sollte hier der Durchbruch in die Moderne stattfinden und die kritische Schwelle zu einem neuen Zeitalter überschritten werden.

1.3. Die Geburt einer Konsumgesellschaft

Die Existenz dieser vornehmen und reicheren Gesellschaft stellt den Historiker vor eine ähnlich komplizierte Situation, wie die vermutlich daran hängende Manifestation fortgeschrittener Industrialisierung. Es ist nicht klar wo die Anfänge dieser englischen Konsumgesellschaft im vorindustriellen Zeitalter liegen. Außerdem beschäftigt die Frage nach den Zusammenhängen zur Industriellen Revolution. Beide Phänomene, ausgeprägte Konsumkultur und moderne Industrie scheinen von den gleichen Voraussetzungen auszugehen. Die wirtschaftlichen und sozialen Grundlagen der frühen Neuzeit in England vom 16. bis ins frühe 18.Jh. deuten in die gleiche Richtung. Es dämmert der Verdacht, dass Konsum und Wirtschaftsentwicklung einander stark bedingten.

Wir kennen Konsum als Erscheinung einer vollendeten Industrie- und Dienstleistungsgesellschaft. Bis vor wenigen Jahrzehnten interpretierten Ökonomen Massenkonsum als ein Phänomen der industriellen Epoche im 19.Jahrhundert. Die Möglichkeit für Kommerzialisierung soll auf dem Nährboden einer früher noch paradigmatisch vorausgesetzten Industriellen Revolution gediehen

¹⁰ Berg Maxine: Introduction. In: Berg Maxine, Clifford Helen (eds.): Consumers and Luxury: Consumer Culture in Europe 1650 – 1850. S. 5 – 8.

Berg Maxine: Luxury and Pleasure in Eighteenth – Century Britain. S. 31 – 32.

De Vries Jan: The Industrious Revolution. Consumer Behavior in the Household Economy. 1650 to Present. S. 65.

¹¹ Zitiert nach: Berg Maxine: Luxury and Pleasure in Eighteenth – Century Britain. S. 33.

¹² De Vries Jan: The Industrious Revolution. Consumer Behavior in the Household Economy. 1650 to Present. S. 58.

sein. Die Industrielle Revolution beschreibt kurz gefasst den historischen Wechsel von einer auf Landwirtschaft und manuellem Handwerk basierenden Ökonomie zur maschinellen Massenproduktion. Diese Zeitenwende soll zuerst in England im 18.Jh. stattgefunden haben und markierte einen mit der neolithischen Revolution vergleichbaren Wendepunkt in der Menschheitsgeschichte. Bis in die Gegenwart ist die Industrielle Revolution Englands Gegenstand zahlreicher Debatten und unterschiedlicher Perspektiven.¹³

Nach klassischer Lehre entzündeten Änderungen in den Arbeitsprozessen etwa technologische Mechanisierung und Arbeitsorganisation in Fabriken die Dämmerung der Moderne. Das Proletariat bediente die Maschinen und galt als die entscheidende Arbeitskraft für die Industrialisierung. Massenproduktion von Konsumgütern datierte die orthodoxe Lehre in die Zeit des 19.Jahrhunderts und definierte sie als Produkt der Industrialisierung.

Ökonomen fanden aber keine markanten Veränderungen an den Zahlen des industriellen Wachstums oder in den Veränderungen allgemeinen Wohlstandes. Langzeitstatistiken weisen auf die Langsamkeit industriellen Wachstums und seine ausgedehnte Entwicklungsphase hin. Zahlreiche Studien zeigen, dass sich diese Jahrzehnte nicht nennenswert von anderen angrenzenden Zeiträumen abheben, sondern viel mehr Teil einer einheitlichen wirtschaftlichen Periode sind.¹⁴

Trotzdem lässt sich das 18.Jh. als Transformationszeit bestimmen. In der klassischen Lehre befinden sich agrarisch basierende Gesellschaften im malthusianischen Zyklus. Mit steigender Bevölkerungszahl würden die Preise für Nahrungsmittel steigen, weil es zu Engpässen in der Versorgung komme. Damit schnappt die malthusianische Falle zu und es folgt eine Epoche der Rezession, Hungersnot und Bevölkerungsrückgangs bis sich die Wirtschaft erholt und wieder wachsen kann. Diesen Zyklus durchbricht erstmals die industrielle Revolution und es folgt eine Epoche steigender Produktion und steigender Bevölkerungszahlen.

Zu Beginn des 18.Jh. leben fünf ein halb Millionen Menschen in England. In den 1740er Jahren wächst die Bevölkerung weiter und mit jeder weiteren Generation gibt es mehr Kinder, Jugendliche und junge Erwachsene. Ein derart stabiles Bevölkerungswachstum ist neu in der Geschichte. Entsprechend der Zahl der Menschen wächst die Nachfrage mit. Sie benötigen Essen, Kleidung und Wohnmöglichkeiten. Diese Nachfrage kurbelte die agrarische und die industrielle Produktion an. Das frühe 18.Jh. brachte eine Reihe reicher Ernten, sodass die Preise für Nahrungsmittel niedrig blieben. Es ist eine Zeit relativen Wohlstandes. Konsumgüter werden billiger und die Menschen können sich

¹³ Stihler Ariane: Die Entstehung des modernen Konsums: Darstellung und Erklärungsansätze. S. 12.

¹⁴ Shamas Carole: The Pre – Industrial Consumer in England and America. S. 1 -2.

De Vries Jan: Between Purchasing Power and the World of Goods: Understanding the Household Economy in Early Modern Europe.

einen höheren Komfort und Lebensstandard als je zuvor leisten. Es folgt eine Zeit generellen Optimismus, was sich zum Beispiel an den frühen und zahlreicheren Eheschließungen der Zeit ablesen lässt. Denn um eine Ehe führen zu können, muss eine Familie genügend Ressourcen besitzen, damit sie ein vom Elternhaus unabhängiges Leben führen kann. Außerdem steigt die Geburtenrate, sodass das Bevölkerungswachstum über die kritische Marke von 0,5% pro Jahr steigt. Generell vertragen landwirtschaftlich basierende Gesellschaften nicht mehr als 0,5%, da die Löhne entsprechend der vermehrten Arbeiterzahl sinken, sodass wieder eine Periode der Armut folgt und der malthusianische Zyklus wieder von vorne beginnt. Doch wächst die englische Bevölkerung ab der Mitte des 18.Jh. deutlich über 0,5% pro Jahr in den letzten Jahrzehnten des 18.Jh. sogar mit etwa 1% pro Jahr. Die damit korrelierten Löhne steigen bis 1750, um dann kurzfristig wie vorhergesagt zu fallen. Doch entgegen aller Erwartungen steigen sie dann weiter an. Wrigley und Schofield, Ökonomen, von denen diese Ergebnisse stammen, schreiben dazu:¹⁵

„For the first time since land was fully settled rising numbers proved consonant with rising wages. The meaning of the industrial revolution is visible [...]“¹⁶

Mit dem Zusammenbruch der alten Theorie über die industrielle Revolution als schneidendem Ereignis entwickelte sich die Theorie der Proto-Industrialisierung. Es handelt sich um eine Art ländliche Vorform industrieller Entwicklung. Im Zentrum der Theorie stehen rurale, dezentral gelegene Haushälter. Neben der saisonalen landwirtschaftlichen Tätigkeit sind sie im Gewerbe tätig und produzieren Güter in begrenzter Quantität. Meistens werden meistens Textilien aus Flachs, Wolle oder Baumwolle, sowie manchmal Produkte aus Eisen, Leder, Holz oder Keramik in Heimarbeit hergestellt. Ein Verlagsystem verbindet die verstreuten, hauptsächlich in agrarischer Umgebung lebenden Produktionseinheiten. Dieses Netzwerk wird von städtischen Händlern organisiert und finanziert. Oft stellen sie ihren Produzenten Rohstoffe und Werkmittel zur Verfügung. Sie bringen die Fertigprodukte auf überregionale Märkte, wo sie weiterverkauft werden. Die Struktur des Verlagsystems ist hierarchisch gegliedert und verbindet die Produzenten über den Händler mit den Absatzmärkten.

Über den Verkauf der fertigen Endprodukte an die Verleger, erwirtschaften sich Familien ein zusätzliches Gehalt, das ihnen monetäre Kaufkraft am Markt verleiht. Gesamtgesellschaftlich findet eine Umschichtung von einer auf Subsistenzwirtschaft basierenden Population in eine zunehmend auf Güterproduktion spezialisierte Landbevölkerung statt. Langsam lösen sich die Arbeiter von ihren agrarischen Grundlagen und stellen ihr ungenutztes Arbeitspotential einem zunächst dezentralen

¹⁵ Lemire Beverly: Fashion's Favourite. The Cotton Trade and the Consumer in Britain 1660 – 1800. S. 43 – 46.

¹⁶ Wrigley und Schofield zitiert nach Lemire Beverly: Fashion's Favourite. The Cotton Trade and the Consumer in Britain 1660 – 1800. S. 46.

Gewerbe zur Verfügung. Dabei handelt es sich laut Jan de Vries um eine Form der Arbeitsintensivierung. Insbesondere die Arbeit von Frauen und Kindern wurde damit dem Markt zugeführt, eine Basis die in ihrer Fortführung im industriellen Zeitalter wesentlich den Hunger nach Arbeitskräften stillen wird. Frauen und Kinder erwirtschafteten durch Heimarbeit durchschnittlich 25% des häuslichen Einkommens. Die Anbindung gewerblicher Produktivkräfte an den Markt geht Hand in Hand mit der Erhöhung der Kaufkraft. Damit legt die Proto-Industrialisierung der Theorie nach die Grundlagen für ein langfristiges wirtschaftliches Wachstum, das mit dem Industriezeitalter seine Vollendung erfährt.¹⁷

Neue Erkenntnisse der letzten zwanzig Jahre verlangen eine Erweiterung dieser Gehrichtung. Man wirft dem klassischen Konzept vor, dass es die alten ökonomischen Bereiche von Produktion und Produktionskräften bediene. Diese hätten schon das alte Industrialisierungsparadigma einseitig werden lassen und damit in seiner Aussagekraft eingeschränkt. Die Anbindung ländlicher Haushälter an ein Handelsnetzwerk wird als Notwendigkeit einer armen Landbevölkerung dargestellt, die gezwungenermaßen an der entstehenden Geldwirtschaft teilnimmt. Dadurch setzten sich proletarische Massen frei, die sich dem Morgen des modernen Industriezeitalters zur Verfügung stellen mussten. Im Hintergrund der klassischen Konzeption der Proto-Industrialisierung bestimmt noch die Autorität aktiver Industrieproduktion und eine ausschließliche Bewertung der Angebotsseite das Bild europäischer Wirtschaftsentwicklung.¹⁸

So hinkt die klassische Konzeption der Proto-Industrie trotz ihrer langfristigen Perspektive an diesem entscheidenden Punkt: Konsumenten, deren Nachfrage und Handlungsfreiheit werden ausgespart. Die ländlichen Produktionseinheiten sind passive Rezipienten und Ausführungsgehilfen eines von oben gesteuerten Wirtschaftssystems. Haushälter haben keine aktive Bedeutung in der Formierung der Gesamtwirtschaft, weil theoretisch ihr Einfluss auf das Marktgeschehen gering ist. Um das Phänomen der Proto-Industrialisierung in seiner Bedeutung ganzheitlich zu fassen, sehen sich neue Studien gezwungen dem Konzept eine an der Nachfrage orientierte Dimension zu verleihen.

Die Diskussion über die Rolle des Konsums in der frühneuzeitlichen Industrialisierungsphase Englands fußt wesentlich auf der Studie „The Birth of a Consumer Society“ aus den frühen 1980er Jahren. Neil McKendrick spricht von einer Consumer Revolution des 18. Jh. und eröffnete damit eine hitzige

¹⁷ De Vries Jan: The Industrious Revolution. Consumer Behavior in the Household Economy. 1650 to Present. S.96 – 104 und 107.

De Vries Jan: Between Purchasing Power and the World of Goods: Understanding the Household Economy in Early Modern Europe.

¹⁸ De Vries Jan: Between Purchasing Power and the World of Goods: Understanding the Household Economy in Early Modern Europe.

Diskussion um die Rolle des Konsums in frühneuzeitlichen Ökonomien.¹⁹ Viele in rohen Mengen produzierte Konsumgüter wären für die spezielle Kaufkraft und Nachfrage diverser sozioökonomischer Schichten konzipiert worden. Die Güterversorgung reichte vom Manufakturarbeiter bis weit in die unteren Schichten hinab. Die Hausdienerschaft, besonders Frauen, seien ein wichtiger Transmitter in der Verbreitung der neuesten Modestile gewesen. Sie hätten das Wissen der Reichen über Luxuskonsum und vornehme Rituale in ihre eigenen Schichten gebracht. Damit entfachten sie den Wunsch nach neuen und modischen Waren bei weniger begüterten Familien. Unternehmer wussten um das Potential dieser Kunden. Mit erstaunlicher Professionalität warben sie um ihre Kunden und differenzierten die Herstellung ihrer Produkte je nach Kaufkraft und Nachfrage der englischen Mittelschicht. Sie entwarfen Modezyklen und machten die Mode zu einer treibenden Kraft der Kommerzialisierung der Gesellschaft. Die These des Buches besagt, dass die Ausrichtung der Produktion auf einen hochdifferenzierten Konsummarkt eine bedeutende Phase in der Industrialisierung gewesen sei. Der Studie wurden Übertreibungen, argumentative Schwächen und grobe Lücken vorgeworfen. Problematisch am Konzept ist erstens sein Postulat einer revolutionären gesellschaftlichen Umgestaltung:

„ [...] weather revolution or take – off or lift – off or the achievement of critical mass – the same unmistakable breakthrough occurred in consumption as occurred in production. [...] For the consumer revolution was the necessary convulsion on the demand side of the equation to match the convulsion of the supply side.“²⁰ – Neil McKendrick

Damit befindet sich die Consumer Revolution automatisch in der gleichen Lage wie das alte Paradigma der Industriellen Revolution. Das langfristige ökonomische Wachstum am Übergang zur Moderne weist einfach keine schnelle Umgestaltung auf. Zwar räumt der Autor ein, dass eine solche dramatische Umgestaltung eine Anlaufzeit benötige und dass es sich um ein mehrdimensionales Ereignis wie bei der Industriellen Revolution handelte, legt aber trotzdem das Schwergewicht an Bedeutung auf die wenigen Jahrzehnte vor Ende des 18.Jh. Die Anlaufzeit charakterisiert er als „embryonic growth of consumer behaviour in earlier periods“²¹ beziehungsweise spricht er erst nach der Mitte des 18.Jh von der Geburt der Konsumgesellschaft.²² Diese Charakterisierung unterschätzt die signifikante Bedeutung langfristiger Wohlstandsentwicklung. Diese Anlaufzeit wird im nächsten

¹⁹ Overton Mark, Whittle Jane, Dean Darron, Hann Andrew: Production and Consumption in English Households, 1600 – 1750. S. 9

²⁰ McKendrick Neil, Brewer John, J.H: Plumb: The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth Century England. S. 9.

²¹ McKendrick Neil, Brewer John, J.H: Plumb: The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth Century England. S. 3

²² McKendrick Neil, Brewer John, J.H: Plumb: The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth Century England. S. 5, 13.

Kapitel das zentrale Thema sein und ich verbleibe hier bei der Behauptung, dass schon in der Zeit zuvor signifikante Veränderungen klar zu belegen sind.

Zweitens vertritt der Autor vehement die Nachahmungsthese. Im Kern der Theorie geht es darum, dass die Mittelschicht Mode und Kultur der Aristokratie kritiklos übernimmt:

„The rich, of course, led the way. [...] In imitation of the rich the middle ranks spent more frenziedly than ever before, and in imitation of them the rest of society joined in as best they might.”²³ – Neil McKendrick

Abgesehen von den ausgeprägten Werbe- und Marketingstrategien zeitgenössischer Unternehmer, sieht McKendrick keine anderen Motive für die Ausbreitung der Konsumgesellschaft. Er stützt sich dabei auf zeitgenössische Autoren, deren Objektivität stark bezweifelt werden darf. Die so genannte „Emulation Theory“ oder „Trickle-Down-Theory“ existiert in verschiedenen Varianten und taucht schon bei aufgeklärten Autoren des 18. Jh. auf. So zum Beispiel bei Montesquieu, der das Phänomen, wie andere seiner Zeit auch, selbst beobachtet haben will. Später bediente sich die frühe Soziologie dieser These und benützte sie als Werkzeug um eine Analyse der modernen Gesellschaft zu erzeugen. Laut Georg Simmel sei die Nachahmung eine universelle Eigenschaft des Menschen. Materielle Güter dienen als öffentliche Statussymbole und halten soziale Unterschiede aufrecht. Für die aristokratische Elite galten Luxusgüter als Privileg, das aber mit der Ausweitung der Warenproduktion auch für weniger reiche Schichten erreichbar wurde. In Simmels Theorie würde auch die symbolische Kultur rund um Objekte an größere Bevölkerungsgruppen weitergereicht. So verteilte sich die kulturelle Praxis des Konsumierens von den obersten Gesellschaftsgruppen zur gemeinen Bevölkerung. Grundsätzlich ist der Mechanismus vorstellbar, wenn man sich zum Beispiel die Modebesessenheit des Adels in den europäischen Aristokratien vor Augen hält. So liegt es auch nahe, dass sich die aufstrebende Bürgerschicht am Adel orientierte. Das zeigt etwa auch die Geschichte der indischen Kalikos, die sich sehr rasch in den mittleren Gesellschaftsschichten verbreiteten, weil sie der Seidenstoffe des Adels ähnlich waren. McKendrick argumentiert mit Josiah Wedgwoods Marketingstrategie zuerst den Adel von seinen Keramikproduktionen zu überzeugen, um so gesellschaftliche Akzeptanz bei den gewöhnlicheren Schichten für seine Waren zu bekommen.²⁴ Das Problem besteht darin, dass die „Emulation Theory“ ökonomische Begebenheiten ignoriert. In einem gewissen Rahmen mag sie wie gesagt zutreffen, löste aber keine Consumer Revolution im Sinne einer gesamtgesellschaftlichen Umgestaltung aus. Die Basis einer

²³ McKendrick Neil, Brewer John, J.H: Plumb: The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth Century England. S. 11.

²⁴ McKendrick Neil, Brewer John, J.H: Plumb: The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth Century England. S. 100 – 145.

Konsumgesellschaft, nämlich das Wachstum der Konsumentennachfrage, kann nicht auf kleine elitäre Gruppen beschränkt sein. Stattdessen müssen andere gesellschaftliche und wirtschaftliche Rahmenbedingungen innerhalb eines viel größeren Zeitraumes angenommen werden, um die Entstehung einer Konsumentennachfrage erst möglich zu machen.²⁵ Außerdem belegen neuere anthropologische Studien die mannigfaltigen Bedeutungen von Gegenständen und Besitztümern für gesellschaftliche Integration und Bildung von Individualität und Persönlichkeit. Der anthropologische Grund für individuell, gemeinschaftlich und gesellschaftlich motivierten Konsum scheint vielseitig zu sein und ist bei weitem nicht allein auf Nachahmung hierarchisch Höherer zu isolieren.

Das Revolutionäre und Bleibende am Konzept der Consumer Revolution ist der geradezu paradigmatische Wechsel in der Wahl der Perspektive und ihre zeitliche Positionierung in die klassische Ära der Industriellen Revolution. Die englische Ostindienkompanie versorgte mit Importen diverser Konsumgüter aus Ostasien eine stärker werdende Nachfrage englischer Kunden. Auf Grund ihres großen Erfolgs produzierten innovative Unternehmer zu einem signifikanten Ausmaß an die Importgüter orientierte Semi-Luxusgüter, die im finanziellen Bereich der Mittelschicht angeboten wurden und deren Nachfrage stimulierte. Diese rund um Konsumgüter für die breiten Schichten angesiedelte Industrie habe die mechanische Massenproduktion notwendig gemacht.²⁶ Dieses Zusammenspiel der beiden Hemisphären hätte erst den Beginn der industriellen Moderne hervorgerufen. Somit funktioniert industrielles Wachstum nicht mehr unabhängig von Markt und Gesellschaft, sondern benötigt eine an der Produktion orientierte Nachfrage. Konsum und Produktion bedingen einander gegenseitig. Konsumieren ist ein von der gesellschaftlichen Kultur bestimmtes Phänomen. Das bedeutet die Nachfrage erhält eine tief verwurzelte Qualität, welche wiederum wesentlichen Einfluss auf die Gesamtentwicklung der Angebotsseite hat.

Es mutet irgendwie merkwürdig an, wenn Neil McKendrick in seinem Text wissenschaftliche Thesen, die aufsehenerregende und geschichtsverändernde Zäsuren postulieren, als notwendig für den allgemeinen Erkenntnisgewinn bezeichnet, und damit seine eigene dramatische Zäsur verteidigen will:

²⁵ De Vries Jan: *The Industrious Revolution. Consumer Behavior in the Household Economy. 1650 to Present.* S. 46 – 52.

De Vries Jan: *Between Purchasing Power and the World of Goods: Understanding the Household Economy in Early Modern Europe.*

²⁶ Stobart Jon, Hann Andrew, Morgan Victoria: *Spaces of Consumption. Leisure and Shopping in the English Town, c. 1680 – 1830.* S 9.

„Some of these unjustified announcements in the birth columns of the academic journals have performed a useful role. They have provoked a re-evaluation of the evidence and, in doing so, often established the recognition of significant economic development“²⁷ – Neil McKendrick

Denn genau in die gleiche Kategorie fällt McKendricks Werk. Es ist nicht viel wissenschaftlich Fundiertes in seinem Text zu finden, ausgenommen einer gelungenen, aber wenig reflektierten Präsentation der Mode-, Werbe- und Marketingentwicklung gegen Ende des 18.Jahrhunderts. Sein Postulat der Geburt der Konsumgesellschaft geht in der Form nicht auf. Und dennoch hat der Text eine neue Aufarbeitung des Themas hervorgerufen, die bis in die Gegenwart andauert. Insbesondere Maxine Bergs Untersuchungen überseeischer Manufakturwaren und deren nachhaltiger Einfluss auf die englische Konsumindustrie fußen auf einigen Postulaten McKendricks. Er legte bereits großes Gewicht auf den Zusammenhang zwischen der modeorientierten Konsumgesellschaft und der daran hängenden Manufakturindustrie. Dabei argumentiert er, dass oft vergessen wird welche große Bedeutung der industriellen Produktion gewöhnlicher Konsumgegenstände wie Geschirr, Besteck, Knöpfe, Manschetten, Schmuck, Porzellan, Keramik und Fertigteile zukommt:²⁸

„It is often forgotten that the industrial revolution was to a large extent founded on the sales of humble products to very large markets – the beer of London, the buckles and buttons of Birmingham, the knives and forks of Sheffield, the cups and saucers of Staffordshire, the cheap cottons of Lancashire.“²⁹ – Neil McKendrick

Maxine Berg scheint diesen Teil seiner Argumentation in ihren Studien detaillierter und fundierter unter stärkerer Berücksichtigung überseeischer Produkte weiterverfolgt zu haben. Allgemein beschäftigt sich Berg mit Produktinnovation als Antwort auf die steigende Nachfrage in der englischen Mittelschicht. Sie lehnt die „Trickle-Down-Theory“ ab und stellt dafür den wachsenden, sozial gemischten Konsummarkt ins Zentrum ihres hypothetischen Unterbaus. Dabei gründen ihre Erkenntnisse in der „Industrious Revolution“ von Jan de Vries. Laut de Vries kurbelte die Aussicht auf neuartige Mode- und Luxusgüter die Nachfrage an, wozu ein Haushalt seine Strategie im Umgang mit dem Markt und mit den eigenen zur Verfügung stehenden Ressourcen ändern musste.³⁰

²⁷ McKendrick Neil, Brewer John, J.H: Plumb: The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth Century England. S. 3.

²⁸ McKendrick Neil, Brewer John, J.H: Plumb: The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth Century England. z.B.: S. 21, 29, 31 – 32, 53.

²⁹ McKendrick Neil, Brewer John, J.H: Plumb: The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth Century England. S. 53.

³⁰ Berg Maxine: From Imitation to Invention: Creating Commodities in Eighteenth – Century Britain. S. 2 -3.

1.4. The Industrious Revolution

Jan de Vries nahm 1990 den Grundgedanken der Consumer Revolution, nämlich die Orientierung an Gesellschaft und Nachfrage, unter modifizierten Vorzeichen wieder auf.³¹ Dabei versteht er die Evolution einer Konsumentennachfrage als langzeitiges Phänomen, das nicht an bestimmte Nationen Europas in der frühen Neuzeit gebunden ist. Das Modell ist verwandt mit der Proto-Industrialisierung, stellt aber die Ausrichtung der Haushälter am Markt als aktive Spieler ins Zentrum. Neu verfügbare Genussmittel und Manufakturwaren kamen von Übersee auf heimische Märkte. Sie veränderten die Nachfrage und durchschnittliche Haushälter wünschten sich einige dieser Annehmlichkeiten. Vor dem Hintergrund einer eher kärglichen materiellen Kultur ist der Wunsch nach besserer Lebensqualität sehr verständlich.

Im Kontext der frühen Neuzeit spricht man eher von der „Haushalts-Ökonomie“ als von einer „Familienökonomie“. Der Haushalt umfasst alle in einer Gemeinschaft zusammenlebenden Menschen samt Diener und Dienerinnen, Lehrlingen, Kostgänger und Besucher und ist daher als ökonomische Einheit aussagekräftiger als die Familie.³²

Die Konsumforschung ist wesentlich mit der Frage nach der Entstehung von Nachfrage beschäftigt. Es wird angenommen, dass die Aussicht auf kostengünstigere Produkte Nachfrage generierte. Porzellan, Baumwolltextilien, Vorhänge, Möbel, Kerzen, Geschirr und Besteck, Spiegel, eben Dinge des alltäglichen Gebrauchs gestalteten das Leben sicherer, einfacher und schöner. Dazu benötigt ein Haushalt Geld und Zugang zum Markt. Er muss sich strategisch neu positionieren, um am Markt teilzunehmen und die gewünschten Güter zu kaufen. Das geschieht über interne Haushaltsentscheidungen bezüglich Arbeit, Freizeit und Konsum. Ein Haushalt produziert vermehrt für den Markt und kauft im Gegenzug öfter am Markt ein. Es wird länger und härter gearbeitet, um entsprechend viel Einkommen zu erwirtschaften und es wieder zu investieren. Traditionell produzierten Frauen in Heimarbeit Güter zur Subsistenzversorgung. Doch lenkten sie die Produktion zunehmend Richtung Markt. Konsum bekommt in dieser Theorie einen besonderen Stellenwert, weil die gewünschten Güter der Grund für die Ausrichtung der Haushaltsökonomie am Markt sind. Im Mittelpunkt des Haushaltes stehen Frauen als Entscheidungsträgerinnen und aktive Konsumenten. Sie entscheiden welche Güter der Haushalt benötigt und gekauft werden. Letztlich verursachen Frauen im Dienste ihres Haushaltes die Wendung von relativer Selbstversorgung zum expandierenden Markt und sein Angebot. Relative Subsistenzwirtschaft bedeutet, dass eine

³¹ Berg Maxine: *Luxury and Pleasure in Eighteenth – Century Britain*. S. 10 - 11.

³² Overton Mark, Whittle Jane, Dean Darron, Hann Andrew: *Production and Consumption in English Households, 1600 – 1750*. S. 1.

Anbindung an den Markt schon während der ganzen frühen Neuzeit bestand. Nur verschob sich die Ausrichtung markant auf den Markt.

Frauen und Kinder erscheinen am englischen Markt erst als aktive Teilnehmer, als sie beginnen in der Heimarbeit Geld zu erwirtschaften. Zwar ist stark anzunehmen, dass Frauen und Kinder auch vor der Ausbreitung der Hausindustrie arbeiteten, doch erhielten sie keine geregelten Einkünfte, sodass sie selbst keine entscheidungsfreien Konsumenten sein konnten. Diese zusätzlichen Einkünfte verbesserten die familiären Einkünfte substantiell. Neil McKendrick rechnete in einem seiner Aufsätze aus, dass sich durch diesen Beitrag die Einnahmen des Haushalts zumindest verdoppelten. Ab dem späten 16.Jh. weitete sich die Gütervielfalt aus und lange vor der technologisch fortgeschrittenen Konsumgüterindustrie des 18.Jh. nahmen Frauen und Kinder an der Güterproduktion teil. Die Arbeit verbesserte den Lebensstandard der Familie und machte zumindest Frauen zu aktive Konsumenten mit Entscheidungsbefugnis und legitimierte sie dazu eine stärkere Position in der Haushaltsökonomie einzunehmen.

Mit der Verbreitung der Hausindustrie integrierten sich Frauen und Kinder als Arbeitskräfte und Lohnarbeiter in der aufstrebenden Produktherstellung. Beispielsweise mit den größer werdenden Baumwollimporten und den in Mode kommenden indischen Textilien in der ersten Hälfte des 18.Jh., verbesserte sich insgesamt angesichts des starken Bevölkerungswachstums das Arbeitsangebot. Die neue Konsumindustrie absorbierte insbesondere die Arbeitskraft von Frauen und Kinder, womit zum ersten Mal in der Geschichte Hunderttausende von ihnen reguläre Einnahmen erhielten. Neben der Produktion betätigten sich Frauen als Ladenbesitzerinnen, Trägerinnen, Fachlageristinnen oder in sonstigen Bereichen der Güterdistribution der florierenden Konsumgesellschaft. Der gesamte Markt expandierte mit zehntausenden Lohnarbeiterinnen. Als aktive Geldverdienerinnen vergrößerten Frauen ihre Entscheidungskraft im Umfeld der Familie. Zusätzlich hatte die Frau eine spezielle Position im Haushalt als Mutter und Zuständige für das familiäre Wohl, was sie zu besonders wichtigen Entscheidungsträgern machte. Sie entschieden wesentlich über den Kauf neuer Kleidung, neuer Möbel oder neuer Dekorationen. Zum großen Teil bestimmten somit Frauen die Art der Nachfrage in der englischen Konsumgesellschaft des 18.Jahrhunderts.³³

Haushälter arbeiten für den Markt und der richtet sich wiederum an die Nachfrage der Haushälter aus. Es findet eine Interaktion der Käufer und Käuferinnen mit dem vorhandenen Angebot statt. Sie statten die gekauften Güter zusätzlich zu ihrem profanen Nutzen mit Bedeutungen aus und gestalten eine materielle Welt, die aufgeladen ist mit Symbolen. Sie kommunizieren Individualität und sozialen Status. Die Konsumkultur verselbstständigt sich und schreibt bestimmten Gütern bestimmte

³³ Lemire Beverly: Fashion's Favourite. The Cotton Trade and the Consumer in Britain 1660 – 1800. S. 51 – 55.

Attribute zu. Es entsteht so etwas wie Mode. Oft stehen dabei Güter aus dem fernen Osten im Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Es sind Neuigkeiten wie zum Beispiel leichte und bunte Baumwollkleidung oder weißes Porzellan. Die konsumierende Mittelschicht umgibt den Besitz dieser Objekte mit einem vornehmen Nimbus und es entsteht eine neuartige Kultur, die direkt mit dem Marktangebot interagiert. Frühneuzeitliche Unternehmer richten ihre Produkte am Geschmack der Mittelschicht aus. Sie werden innovativ und entwickeln neue Produkte, die so genannten „New Luxuries“. Es handelt sich um handwerklich gefertigte Güter, deren Produktion in hoher Zahl, sowie in einer ungeahnten Bandbreite an Versionen und Typen durch neue Formen der Arbeitsorganisation möglich geworden war. Dabei richteten sie ihre Ästhetik oft an den Originalen aus China und Indien aus um die gleichen modischen Vorlieben der Konsumenten zu bedienen. Im Gegensatz zu den Originalen aus Asien waren diese neuen Konsumgüter noch stärker an der finanziellen Kaufkraft der Mittelschicht angepasst. Diese Objekte besaßen eine geringere Halbwertszeit und wurden häufig nach einigen Jahren des Gebrauchs durch Neuere ersetzt. Daher der Ausdruck Semi – Durables, der bereits eine Vorahnung von der Wegwerfgesellschaft gibt.³⁴

In der Argumentation für eine frühneuzeitliche Konsumevolution existiert ein Deutungsproblem bei einer essentiellen Kennzahl von der das Für und Wider einer Konsumgesellschaft wesentlich abhängt: die Bemessung und Erörterung frühneuzeitlichen Wohlstandes und Wachstums. Wohlstand ist ein Indikator dafür wie reich ein Haushalt ist und wie hoch die Wahrscheinlichkeit ist, dass diverse Güter vorhanden sind. Einkommen sind mitinbegriffen. Der Wohlstand bestimmt wesentlich den allgemeinen Lebensstandard mit. Er ist der zentrale Messwert zur Erforschung frühneuzeitlicher Lebensbedingungen und steht in direktem Zusammenhang mit wirtschaftlichem Wachstum. Während der gesamten frühmodernen Periode vom 16. bis zum 17. Jahrhundert verweilt dieser wichtige Anzeiger auf relativ gleicher Höhe. Wirtschaftshistoriker stehen vor dem Problem keine ökonomisch messbaren Beweise für eine allgemein reichere Welt zu haben. Das macht es schwierig die „Industrious Revolution“ zu argumentieren und gibt Rätsel auf. Die Beweisführung für das Konzept leidet an einem erheblichen Mangel an Quellen zur Bestimmung von Arbeit und Produktion, was es einigermaßen schwierig gestaltet vernünftige Aussagen darüber zu tätigen, inwiefern Arbeit auf den Markt ausgerichtet war.³⁵ Andererseits erweisen sich die direkten physischen, archivalischen und literarischen Quellen aus dieser Zeit als Fundgrube für eine aufstrebende Gesellschaft. Mit den wachsenden exotischen Importen aus Ostasien entwickelt sich gleichzeitig eine heimische

³⁴ Berg Maxine: In Pursuit of Luxury: Global History and British Consumer Goods in the Eighteenth – Century Britain. S. 91 – 93.

Berg Maxine: Luxury and Pleasure in Eighteenth – Century Britain. S.11, S. 235 – 236.

Berg Maxine: Luxury, the Luxury trades, and the Roots of Industrial Growth: A Global Perspective. S. 188 – 89.

De Vries Jan: The Industrious Revolution. Consumer Behavior in the Household Economy. 1650 to Present. S 25, 33, 36. 55

³⁵ Shammass Carole: Standard of Living, Consumption, and Political Economy over the past 500 Years. S. 217.

Konsumgüterindustrie.³⁶ Für diese muss eine entsprechende Nachfrage vorhanden gewesen sein, sonst hätte die englische Manufakturproduktion keine bedeutende wirtschaftliche Entwicklung vollzogen. Das Thema der neuen Konsumgüter und ihrer Manufakturindustrien soll hier zunächst nur einmal angedeutet werden. Ich werde später diese neuen Konsumwaren genauer darstellen und ihre Wichtigkeit für wirtschaftliches Wachstum argumentieren. Studien über den materiellen Besitz englischer Hinterlassenschaften dokumentieren neben der kulturgeschichtlichen Evidenz ebenfalls eine reicher werdende Welt. Im Zeitraum von einigen Jahrzehnten vom späten 17.Jh. bis fast zur Hälfte des 18.Jh. ist eine kontinuierliche Steigerung des durchschnittlichen Besitzes ersichtlich. Dagegen steht, dass der Wohlstand gemessen in Geldeinheiten gleich bleibt. Für Jan de Vries besteht der Verdacht, dass genau dieser Status Quo, paradoxerweise Zeichen eines beginnenden Konsumzeitalters sei. Die Preise seien billiger und das Angebot größer geworden. So wäre mit gleichen finanziellen Mitteln ein größerer Konsumspielraum vorhanden.

Die klassischen Ökonomen wollten mit der Diskussion um den Lebensstandard feststellen, welchen Effekt die Periode der Industrialisierung auf den allgemeinen Wohlstand der Menschen hatte. Die frühen Pessimisten, wie Karl Marx, vermuteten eine Senkung des Lebensstandards durch Proletarisierung und Kapitalisierung. Im Kontext des Kalten Krieges bekamen die Optimisten teils aus ideologischen Gründen mehr Aufmerksamkeit. Zunehmend gerieten neue Parameter wie langfristige Lohnentwicklungen und dauerhaftes Sinken der Preise in den Blick. Der Terminus „Lebensstandard“ bezeichnet die für einen Haushalt zur Verfügung stehenden Ressourcen zum Konsum von Essen, Kleidung, Wohnung und Treibstoff.³⁷ Es tut sich die Vermutung auf, dass Neil McKendricks Werk innerhalb des zeitgenössischen Diskurses einer geteilten Welt eine westliche Perspektive aus dem Blickwinkel einer freien Konsum- und Marktwirtschaft heraus einnahm.

„The Industrious Revolution“ ist ein noch relativ junges Konzept und orientiert sich an den Ergebnissen älterer Studien. Speziell für den englischen Raum sind die Studien von Carole Shammas, Lorna Weatherill und Peter Earle hervorzuheben. Neuere Studien wie „Production and Consumption in English Households 1600 – 1750“, von Mark Overton suchen das Konzept der Industrious Revolution in England zu verifizieren beziehungsweise zu falsifizieren. Das nächste Kapitel wird einen Überblick über den aktuellen Stand der Forschung zur langzeitigen Konsumgeschichte geben und die wesentlichen Forschungsprobleme darstellen.

³⁶ De Vries Jan: *Between Purchasing Power and the World of Goods: Understanding the Household Economy in Early Modern Europe*.

Shammas Carole: *The Pre – Industrial Consumer in England and America*. S. 88.

³⁷ Shammas Carole: *Standard of Living, Consumption, and Political Economy over the past 500 Years*. S. 211 – 214.

1.5. The Industrious Revolution in England

Carole Shammas analysiert in „The Pre – Industrial Consumer in England and America“ die Proto-Industrialisierung Englands unter neuen Vorzeichen. Den Hintergrund bildet das Rätsel der unveränderten Wohlstandszahlen und eines auf den ersten Blick nicht damit verknüpften wirtschaftlichen Wachstums. Sie macht die Generierung der Nachfrage nach Konsumgütern zum Thema ihres Buches und arbeitet anhand von Hinterlassenschaften in England und Amerika den durchschnittlichen Reichtum heraus. Die Autorin stellt den langfristigen Wandel von einer landwirtschaftlich dominierten Gesellschaft zu einer Konsumgesellschaft dar. In einer stark gekürzten und auf das Wesentliche heruntergeschraubten Form präsentiert sie die gleichen Ergebnisse im Sammelband „Consumption and the World of Goods“ von den Herausgebern Roy Porter und John Brewer.³⁸

An persönlichen Sterbeinventaren untersucht Shammas Produktionsverhältnisse und Wohlstand der durchschnittlichen Bevölkerung in England und Amerika. 1529 erließ das englische Parlament ein Gesetz, das die Anlegung von Besitzinventaren vorschrieb. Allerdings ist die Quellenlage erst ab Mitte des 16. Jh. für historische Zwecke nützlich. Das 17. Jh. ist in England sehr gut abgedeckt und reicht bis spätestens 1730. Es gibt keine wirklich überzeugenden Erklärungen, warum die Praxis der Inventaraufstellung nach Sterbefällen in den 1730ern verschwindet. Für spätere Analysen von Besitztum und Wohlstand sind Historiker auf subjektivere Quellen, wie Tagebücher und textliche Testamente angewiesen.³⁹

Inventare dokumentieren sämtliche Güter, die ein Verstorbener zum Zeitpunkt des Todes besaß. Am Besitz von Werkzeugen können hauptberufliche und nebenberufliche Tätigkeiten festgestellt werden. Im Vergleich der Inventare zueinander ist sogar eine gesamtgesellschaftliche Darstellung der Haushaltsökonomie möglich. Das heißt sie geben Auskunft darüber, inwieweit individuelle Haushalte selbstversorgend oder in Interaktion mit dem Markt standen. Andererseits hat dieses Quellenmaterial auch Schwächen und Lücken. Die Inventare sagen uns nichts über die Armen, die immerhin 40% der Bevölkerung ausmachten, keine Steuern zahlten und aus mangelndem Besitz auch keine Inventare aufzeichnen ließen. Auf der anderen Seite fehlen die reichsten 10 Prozent der Gesellschaft. Damit ergibt sich eine verschobene Datenmenge, die nicht alleine die gesuchte Mittelschicht umfasst.⁴⁰ Die Inventare sind statische Momentaufnahmen. So lässt sich zum Beispiel kein Güterfluss analysieren. Dies erlegt der Interpretation frühneuzeitlichen Konsums Grenzen auf,

³⁸ Shammas Carole: Changes in English and Anglo – American consumption from 1550 to 1800. In: Brewer John, Porter Roy (eds.): Consumption and the World of Goods. Routledge. London and New York 1993. S. 177 – 205.

³⁹ Berg Maxine: Luxury and Pleasure in Eighteenth – Century Britain. S. 223.

⁴⁰ Overton Mark, Whittle Jane, Dean Darron, Hann Andrew: Production and Consumption in English Households, 1600 – 1750. S. 170.

weil Nachfrage ein dynamisches Konzept ist. Trotz allem sind im Allgemeinen trotz eines mehr oder weniger groben Analyserasters aussagekräftige Trends festzustellen.⁴¹

Shammas untersucht das Quellenmaterial zunächst mit dem Fokus auf die kleinste wirtschaftliche Einheit, den Haushalt. Schließlich kann sie sogar eine überlokale Perspektive anwenden und arbeitet eine gewisse Tendenz in der Entwicklung der Nachfrage heraus. Sie arbeitet praktisch diese Transformationszeit, die Jan de Vries später „The Industrious Revolution“ nennt, für England heraus. Am Anfang geht sie davon aus, dass das Wachstum einer Manufakturindustrie und die Ausweitung des Handels eine Umschichtung der Arbeit vom Agrar- in den Produktions- und Dienstleistungssektor benötigt. Laut klassischer Theorie sei der Prozess des Landverlustes durch die Kapitalisierung der so genannten „Enclosures“ wesentlich an der Freisetzung eines Proletariates und dessen Markteinbindung beteiligt gewesen. Ihre Basisthese besagt, dass es für eine Proletarisierung, Freisetzung der Massen und ihre Integration in einen kapitalistischen Markt mehr braucht als den Verlust von Anbauflächen. Vielmehr sei eine graduelle Umgestaltung der Haushaltsökonomie in Richtung Marktanbindung ersichtlich.

In ihren Berechnungen kreiert Shammas einige Kriterien für die Sortierung ihrer Daten. Sie unterteilt die Daten für den praktischen Vergleich in eine Gruppe mit niedrigem Wohlstand und eine Gruppe mit größerem Wohlstand. Frühneuzeitliche Haushälter pflanzten Feldfrüchte und züchteten Vieh. Sie besaßen diverse Arbeitswerkzeuge. Am wichtigsten war der Anbau von Getreide. Daraus ließen sich alle lebensnotwendigen Güter wie Brot, Futter und Bier herstellen. Daneben pflanzten sie Saisonales, meist Erbsen und Bohnen. Die Spinnerei stellte meist den notwendigen Nebenerwerb frühneuzeitlicher Haushälter. Man spann Fasern Wolle, Flachs, Hanf und produzierte Leder. Selten unternahmen nicht spezialisierte Haushälter die schwierigeren Schritte der Produktherstellung von Nahrungsmitteln oder Textilien selbstständig. Weder konnten sie sich die notwendigen Werkzeuge leisten, noch hatten sie die nötigen Fähigkeiten oder die notwendige Zeit für aufwendige Arbeiten. Daher wurden Arbeitsprozesse wie das Nähen, Weben und Walken von Stoffen oder die Herstellung von Schuhen, Hüten, und Handschuhen meistens von professionellen Handwerkern ausgeführt. Die Handwerker machten die zweitgrößte gesellschaftliche Berufsgruppe nach der Landwirtschaft aus. Ungefähr ein Viertel der männlichen Bevölkerung war darin beschäftigt. Damit war die Kleidungsherstellung arbeitsteilig organisiert und die wenigsten Haushälter produzierten ihre Textilien im vollen Umfang selbst. Die Inventare zeigen, dass keine Korrelation zwischen dem Besitz von Schafen und Heimspinnerei besteht. Auch fanden sich bei Weberfamilien keine Spinnutensilien oder Spinnräder. Wahrscheinlich war die Spinnerei ein Nebenerwerb für ärmere Familien, welche innerhalb des Verlagssystems die Wolle oder den Garn weiter zum Weber schickten. Das

⁴¹ Shammas Carole: The Pre – Industrial Consumer in England and America. S. 18 – 19.

Verlagssystem garantierte, dass das wichtige Leinen, das vom Kontinent, von Schottland oder aus Irland importiert wurde, in Heimarbeit gesponnen, lokal gewoben und dann von Händlern auf Messen weiterverkauft wurde.⁴²

Die verwendeten Inventare weisen darauf hin, dass schon am Übergang vom 16. in das 17.Jh. weniger als die Hälfte der Gesamtbevölkerung Feldfrüchte anbaute. Dieser Verlauf setzte sich fort, sodass im frühen 18.Jh. in einigen südenglischen Regionen nur noch weniger als 25 % am Feldbau beteiligt waren. Das heißt reine Subsistenz existierte in der Form nie in der frühen Neuzeit Englands. Das ist im Zusammenhang mit dem Auftauchen einer besitzlosen Klasse, dem so genannten Proletariat, von Wichtigkeit. Shamas sagt, die eigentliche Transformation war das Verschwinden des persönlichen Nutztviehs, insbesondere bei ärmeren Schichten. Schon zu Beginn der frühen Neuzeit Englands war der Besitz von Viehwirtschaften verbreiteter als landwirtschaftliche Produktion. Der persönliche Besitz einer Kuh, eines Schafes oder eines Schweines lässt sich als beinahe universelles Merkmal Englands bis ins 11.Jh. zurückverfolgen. Im frühen 17.Jh. wuchs die Bevölkerung, sodass eine größere Nachfrage nach Getreide aufkam. Zu dieser Zeit verschwanden viele Viehwirtschaften und tauchten erst am Ende desselben Jahrhunderts wieder auf. Allerdings regenerierte sich die Viehwirtschaft nicht mehr auf ihr Ursprungsniveau. Es folgte ein langer und stetiger Niedergang der traditionell auf Vieh basierenden Wirtschaft. Im Jahre 1614 verbat die Regierung sogar den Export von Wolle zur Unterstützung der heimischen Wollproduktion. Dieses Gesetz hielt sich bis zur beginnenden Neuzeit.⁴³

England erlebte im 17.Jh. eine Umgestaltung der Viehwirtschaft. Familien mit mittlerem oder höherem Wohlstand besaßen nun größere Herden. Die Viehwirtschaft nahm im 18.Jahrhundert langsam und stetig ab. Es wird angenommen, dass die Einschränkung des Weiderechts mit der Kapitalisierung des ländlichen Bodens durch Großgrundbesitzer zum Verschwinden der Kleintierhaltung beitrug. Der Verlust der Tiere hatte große Wirkung: Familien ohne Nutztvieh waren nun sowohl beim Fleisch als auch bei Milchprodukten vom Markt abhängig. Shamas pocht darauf, dass nicht nur die Einverleibung des Landes durch Kapitalisten, sondern auch persönliche Entscheidungen zu dieser Entwicklung geführt haben mögen. Der Besitz von Tieren sei besonders für junge Menschen risikoreich gewesen, da das Angebot auf den Märkten zu dieser Zeit bereits vielfältig und von relativ guter Qualität gewesen sei. Außerdem ist der Besitz von Tieren allgemein prekär, weil eine Krankheit oder Seuche gleich mehrere Tiere auf einmal töten kann.⁴⁴

⁴² Shamas Carole: *The Pre – Industrial Consumer in England and America*. S. 20 – 27, 31 – 33.

⁴³ Shamas Carole: *The Pre – Industrial Consumer in England and America*. S. 28 – 30, 40 – 4.1

⁴⁴ Shamas Carole: *The Pre – Industrial Consumer in England and America*. S. 42 -43.

In weiterer Folge analysiert die Autorin die Inventare auf die langfristige Wohlstandsentwicklung an Hand von Gebrauchsgütern. Ihre Daten aus England stammen durchgehend aus den Regionen Oxfordshire, Worcestershire und East London. Mit deren Untersuchung auf den Wohlstand will sie Änderungen in der Nachfrage festmachen und nach den Gründen dieser Veränderungen suchen. Dieses Thema ist essentiell, weil es den Werdegang theoretisch selbstversorgender Produzenten in Konsumenten ausweisen soll. Das Thema „Lebensstandard“ steht in engem Zusammenhang mit der Debatte um die Abläufe der Industrialisierung. Veränderungen in der Ernährung, Kleidung und Behausung sind schon viele Jahrzehnte vor Maschinen und Fabriken auszumachen. Denn zusätzlich zum Fehlen eines Take Offs in der Manufakturproduktion schwächt auch vorzeitiges Wohlstandswachstum das alte Industrialisierungsparadigma.

Zur Analyse des frühneuzeitlichen Lebensstandards entwirft Shammas den Indikator „Wohlstand in Gebrauchsgütern“. Ausgenommen sind ländliche Besitzgüter. Diese scheinen in den Inventaren nicht auf. Durchschnittlich machten Konsumgüter wie Bettzeug, Kleidung, Leinen, Messinggüter, Zinn- und Metallgüter, Schmuck 50 % bis 75 % der gesamten Kategorie aus. Reichere Samples weisen meist einen geringeren „Wohlstand in Gebrauchsgütern“ auf, weil reiche Haushälter durchschnittlich einen geringeren Anteil ihres Einkommens für Konsum ausgeben. Stattdessen wird ein größerer Teil gespart. Die durchschnittliche Gesamtinvestition in Konsumgüter beläuft sich im gegebenen Zeitraum auf 25 %. Das ist mit modernen Haushalten und modernem Konsum vergleichbar und ist ein Indiz dafür, dass die Marktanbindung frühneuzeitlicher Haushälter schon recht fortgeschritten war. Ich vermute, dass diese Inventare, die ab der Mitte des 16. Jh. existieren, keine wirkliche gesellschaftliche Transformation aufweisen können. Die Abhängigkeit der Haushälter vom Markt und der regelmäßige Kauf- und Verkauf dürften zeitlich sehr gleichförmig und ohne große Zäsuren abgelaufen sein. Veränderungen geschehen auf sehr langfristiger Ebene und sind schwer auszumachen. Der „Wohlstand in Gebrauchsgüter“ verbleibt für Jahrhunderte auf etwa gleicher Höhe und fällt im frühen 18. Jh. teilweise sogar ab. Das gibt Rätsel auf. Aller Vermutung nach erhöht sich zwischen dem späten 16. und späten 17. Jh. der prozentuelle Anteil an Ausgaben für Konsumgüter. Vom 17. ins 18. Jh. bleibt der Wert wieder gleich. In diesem Zeitraum ist auffällig, dass die Investitionen in Bettzeug und Kleidung steigen, jene für Zinn- und Messinggüter, Leinen, Metallgüter und Schmuck unverändert bleiben. Der im Allgemeinen gleichbleibende „Wohlstand in Gebrauchsgüter“ – Wert passt ins Bild anderer Studien. Fehler in den Quellen oder in der Quellenauswertung sind unwahrscheinlich. Allerdings sind Hinterlassenschaften schlechte Quellen, wenn man die um 1700 aufkommenden neuen Konsumwaren in Betracht zieht. Es handelt sich um „Semi – Durables“, also mittellebige Güter, die nach häufigem Gebrauch durch Neue ersetzt werden mussten. Daher leistete man sich diese Waren mehrmals im Leben. Die Inventare dokumentieren ausschließlich den Besitz zum Zeitpunkt des Todes. Damit ist wie gesagt, der Güterfluss ausgenommen. Eine Veränderung der

Nachfrage hin zu den billigeren „Semi – Durables“ ist wahrscheinlich. Keramik, Glas, Papierprodukte, leichtere Stoffe ersetzen zunehmend Holz, Eisen und schwere Stoffe.⁴⁵ Die traditionellen Möbel und Objekte mussten bei Möglichkeit ein Leben lang halten, während die neuen Konsumgüter auf ein dynamischeres Umfeld schließen lassen. Viele Güterkategorien entwickelten eine ausgeprägte Vielfalt und ihre Verfügbarkeit erhöhte sich im 17. und besonders im 18.Jh. signifikant.

Shammas umgeht das Problem, indem sie die Preisbewegungen von Textilien analysiert. Sie stellt vom späten 16. zum späten 17.Jh. dramatische Preisabfälle bei diversen Stoffen und Textilien um oftmals 50 % fest. Da die Geldinvestitionen in Gebrauchsgüter im gleichen Jahrhundert steigen, ist eine Erhöhung des Konsums leicht vorstellbar. Um 1700 wird die Situation verworrener. Einige Preise für Stoffe fielen weiter, andere wie Kaliko stiegen massiv auf Grund der britischen Wirtschaftspolitik, die den Import bedruckter Baumwollkleidung einschränkte. Die größte Entwicklung im englischen Textilhandel brachte die Fertigung. Bis 1700 gab es solche nur bei Strümpfen oder Tüchern. Ab 1700 erscheinen Mäntel, Anzüge, Kniehosen, Hemden, Unterkleidung, Kleider in den Inventaren. Generell werden sie als günstiger angegeben, als die frühere maßgeschneiderte Kleidung. Auf Grund des Fehlens englischer Inventare verwendete die Autorin ab 1730 Inventare aus den nordamerikanischen Kolonien, die insbesondere im Bereich der Textilien abhängig vom Kauf englischer Güter waren. Daher geht sie davon aus, dass von diesen Quellen Rückschlüsse auf die Preis - Entwicklungen im Mutterland gezogen werden können. Sie kommt zum Schluss, dass die Textilpreise bis zumindest 1774 weiter fielen. Basierend auf diesen Ergebnissen postuliert Shammas, dass ohne Wohlstandssteigerung der Kauf mehrerer und neuerer Konsumgüter ohne weiteres möglich war. Zwar schränkt sie ein, dass ihre Berechnungen nur Stoffe umfassen. Ähnliche Untersuchungen etwa im Bereich des Tischgeschirrs, Glas- und Keramikwaren, bleiben noch aus. Allerdings ist bekannt, dass in der Produktion der Tischgüter ebenfalls ein vergleichbarer Prozess der Substitution früherer schwerer Materialien für leichtere und billigere stattfand. Daher ist eine ähnliche Preisentwicklung hier ebenfalls anzunehmen.⁴⁶

De Vries behauptet, dass paradoxerweise genau in jenem Rätsel um den gleichbleibenden materiellen Wohlstand in Bezug auf die Entstehung neuzeitlicher Konsumindustrien die morgendliche Dämmerung des Konsumzeitalters zu erkennen sei. Denn die verminderte Haltbarkeit neuer Konsumgüter und deren fallenden Preise seien die Hauptfaktoren für eine signifikante Erhöhung der Nachfrage gewesen. Die verminderte Nutzungsdauer der Güter machte dafür den Weg frei für Mode im modernen Sinn.⁴⁷ Allerdings kann dieses Phänomen nur schwer an den

⁴⁵ Shammas Carole: *The Pre – Industrial Consumer in England and America*. S. 76 – 96.

⁴⁶ Shammas Carole: *The Pre – Industrial Consumer in England and America*. S. 96 – 100.

⁴⁷ De Vries: *Purchasing Power and the World of Goods: Understanding the Household Economy in Early Modern Europe*.

Testamentsinventaren nachgewiesen werden. Dafür steht die Möglichkeit offen im Bereich der Konsumindustrie die Seite des Angebots näher zu betrachten, was im Laufe dieser Arbeit noch geschehen wird.

1.6. At Home in England

Während ein dauerhaftes Sinken der Preise und ein erweitertes Angebot an neueren Gebrauchsgütern bei gleichem Wohlstand mehr Konsum ermöglichten, entwickelte sich auch das eigene Zuhause als Ort des sozialen Zusammenlebens.

Im späten Mittelalter lebte die Landbevölkerung in aus Lehm und Holz errichteten Häusern. Im Inneren befand sich ein großer Raum, in dem sämtliche Arbeiten und sonstige Tätigkeiten stattfanden. In der Mitte war meist die Feuerstelle mit einem Abzug darüber. Die Menschen schliefen auf Stroh. Die Nutztiere waren zumindest im Winter ebenfalls im gleichen Raum. Die Einrichtung mittelalterlicher Haushälter ist viel geringer und karger als jene des 18.Jh., als schon Tischtücher, allerhand Besteck und Geschirr, zahlreichere Möbel und dekorative Gegenstände vorhanden waren.⁴⁸ Im Lauf der frühen Neuzeit begann die Landbevölkerung stabiler, langfristiger und komplexer zu bauen. Dieser Zeitraum wird als „The Great Rebuilding“ bezeichnet und umfasst ungefähr die Jahrhunderte von 1600 bis 1800. Anstatt aus Holz und Lehm errichteten wohlhabendere Schichten ihre Wohnhäuser aus Stein und Ziegel, womit deren Nutzungsdauer signifikant erhöht wurde. Teilweise gab es sogar einstöckige Häuser, Kamine mit Rauchfängen, Zimmerdecken und Fenster aus Glas. Die große Halle wurde durch mehrere Räume ersetzt und die Tiere bekamen ihren Platz außerhalb in einem eigenen Stall. Mehr Räume bedeuten eine Abgrenzung der Arbeit vom familiären Leben und mehr Privatheit. Besonders die 1690er weisen eine ausgeprägte Bautätigkeit am Land auf.⁴⁹

Der Grund für den Wechsel zum Bau mit Ziegel und Stein dürfte in einem Preisanstieg von Holz im 17.Jh. zu finden sein. Diese Bauweise ermöglichte den Bau permanenter Gebäude. Häuser aus Holz und Lehm hielten nur einige Jahre und meist musste ein Haus im Laufe einer Generation öfters neu errichtet werden. Beim Häuserbau gibt es ein Gefälle zwischen Nord und Süd, wie auch im Wohlstand. Während im reicheren Süden die neue Bauweise schon weit verbreitet war, lebte die Landbevölkerung des Nordens weiterhin in den Langhütten des Mittelalters. Doch auch im Norden entwickelte sich diese Bauweise, allerdings zeitverzögert. Zwischen reicheren und ärmeren Schichten existieren ebenfalls Unterschiede und zeitliche Ungleichheiten. Im Süden bauten auch weniger gut

⁴⁸ Mukerji Chandra: From Graven Images. Patterns of Modern Materialism. S. 36 – 37.

Schaper Michael (Hg.): Geo Epoche. Das Magazin für Geschichte: England. Aufstieg einer Großmacht 1066 – 1660. Gruner + Jahr AG & Co KG, Druck und Verlagshaus. Hamburg 2011. S. 52 – 53.

⁴⁹ Shamas Carole: The Pre – Industrial Consumer in England and America. S. 157 – 159

Situierte mehrräumig, obwohl parallel noch viele von ihnen in der traditionellen Mehrzweckhalle wohnten. Bis ins frühe 18.Jh. lebten ärmere Schichten in ein bis drei Räumen, während wohl Situierte in großen, oft mehrstöckigen Häusern mit mehr als vier Räumen zu leben pflegten. Die Räume spezialisierten sich. Arbeit, Wohnen, Schlafen und Freizeitaktivitäten waren nun räumlich voneinander abgegrenzt. Ungefähr ein Drittel der gesamten englischen Bevölkerung, nämlich die Wohlhabenderen, dürfte bis zur ersten Hälfte des 18.Jh. in Gebäuden aus Ziegel und Stein gelebt haben. Die große Mehrheit der Häuser war weiterhin den natürlichen Elementen ausgesetzt, da sie weiterhin aus Lehm und Holz bestanden. Trotzdem war in Bezug auf den Komfort der Lebensstandard höher als in vergangenen Jahrhunderten.⁵⁰

„In fact the figures [...] encourage one to believe that the entire early modern period should be relabelled the Age of the Bed. In nine of the ten inventory samples from England and the colonies, from the sixteenth to the eighteenth century, bedding constituted over 20% of the total value of consumer goods.“⁵¹,

vermerkt Shamas nicht ohne Ironie zu den Konsumgewohnheiten der frühneuzeitlichen Engländer. Der Trend zumindest ein Fünftel der Konsumausgaben auf die Verbesserung der Schlafstätte aufzuwenden breitete sich aus, wurde zur Mode, und hielt an bis zum Ende des 18.Jahrhunderts. Gekauft wurden Matratzen, Polster, Bettdecken und Vorhänge. Letztere, die Bettvorhänge, gewannen an Popularität, wahrscheinlich um für mehr Privatsphäre im eigenen Haus zu sorgen. Oft zählten Möbel und Textilien, die im Zusammenhang mit dem Bett standen zu den wertvollsten und dekorativsten Haushaltsgütern. Bis ins frühe 18.Jh. war oft die Hälfte des Besitzes an Konsumgütern im Bereich des Schlafzimmers zu finden.⁵²

Bis zum Beginn des 18.Jh. fällt die spartanische Einrichtung der Behausungen auf. Die Räume waren nur mit wenigen Möbelstücken ausgestattet. Vorhänge oder Teppiche waren im 17.Jh. noch äußerst selten. Die Wohnräume blieben meistens ungeschmückt. Bestenfalls zierte ein Bild oder ein Wandbehang die sonst sehr kargen Räumlichkeiten. Dafür spielte Geschirr in allen möglichen Varianten neben dem praktischen Nutzen bis weit in das 18.Jh. hinein auch eine entscheidende dekorative Rolle. Im 16.Jh. ersetzt zunehmend Tischgeschirr aus Messing und Zinn die früheren holzgefertigten Schüsseln und Bestecke. Zur Hälfte des 17.Jh. wandelt sich auch hier die Nachfrage in Richtung Leichtblechobjekte oder Glas. Interessanterweise merkt Shamas an, dass in den Inventaren des frühen 18. Jh. kein direkter Zusammenhang mehr besteht zwischen dem Gesamtwohlstand und dem Besitz von Zinn- und Messinggeschirr. In den Inventaren der englischen

⁵⁰ Shamas Carole: The Pre – Industrial Consumer in England and America. S. 159 – 168.

⁵¹ Shamas Carole: The Pre – Industrial Consumer in England and America. S. 169.

⁵² Weatherill Lorna: Consumer Behaviour and Material Culture in Britain 1660 – 1760. S. 160.

Kolonien allerdings schon, was bedeutet, dass dort diese Objekte aus Leichtblech oder Glas teuer erstanden werden mussten. Dagegen indizieren die englischen Inventare einen weit verbreiteten Besitz dieser Gegenstände. Ein weiterer positiv korrelierter Zusammenhang besteht zwischen der Größe eines Haushalts und den darin befindlichen Gütern. Je größer, desto mehr Objekte und Textilien sind vorhanden.⁵³

Im 18.Jh. wird chinesisches Porzellan populär, das allerdings lange Zeit ein echtes Luxusobjekt bleibt. Das hängt direkt mit dem sich ausbreitenden Genuss von Tee und Kaffee zusammen. Die neuen Becher mussten heiße Getränke fassen können ohne zu heiß zum Anfassen zu sein. Im 18.Jh. beginnen Unternehmer eigene Keramik im Stil chinesischer Materialien und Stile zu entwerfen und beliefern damit den mittelständischen Markt. So besteht eine direkte Verbindung mit der Ausbreitung neuer Koffeingetränke aus Übersee und dem Blühen des Porzellan- und Keramikhandels. Erst in der Mitte des 18.Jh. kommen auch mittelständische Schichten in den Besitz von Keramik- und Porzellanwaren.⁵⁴ Das steht mit dem Erscheinen neuer Manufakturen im Zusammenhang, die sich auf die Produktion dieser Güter spezialisierten und aktiv den Konsumentenmarkt ausloteten.

Lorna Weatherill untersuchte ebenfalls Inventare englischer Testamente. Dabei fokussierte sie sich stärker als Carole Shamas auf den frühneuzeitlichen Haushalt und seinen materiellen Besitz. Ihr Erkenntnisinteresse liegt neben der materiellen Kultur auch in der Untersuchung langfristiger Wohlstandsentwicklung. Dazu verfolgt sie aber einen anderen Zugang. Sie nimmt die Güter und Konsumobjekte selbst in näheren Augenschein um Aussagen über die frühneuzeitliche Konsumerfahrung zu machen. Ihre Sicht ist somit stärker in einer anthropologischen und kulturellen Konsumperspektive verankert. Nicht zuletzt trifft sie Aussagen über das alltägliche Leben in der frühen Konsumgesellschaft. Der zweite Teil ihres Buches beschäftigt sich mit der Frage welche gesellschaftlichen Schichten mehr oder weniger kaufkräftig waren. Auf diese Weise kommt sie am Ende zu einer Definition der so genannten Mittelschicht. Eine Erklärung wer die Mittelschicht war ist deswegen von großer Wichtigkeit, weil sich praktisch die gesamte Konsumindustrie des 18.Jh. auf der Marktintegration dieser sozialen Gruppe gründete.

Im Allgemeinen wird die Periode um 1700 als eine Zeit mit wenig wirtschaftlichen Veränderungen assoziiert. Das mag mit der Fokussierung der Forschung auf Angebot und Produktion im Zusammenhang stehen. In der Geschichte des Konsums kommt den Jahrzehnten rund um 1700 allerdings eine bedeutende Rolle zu. Die Inventare enthüllen, dass in der Zeit von 1675 bis zumindest 1725 der allgemeine Besitz von Haushaltsgütern wächst. Außerdem weisen die Inventare in zeitlicher Chronologie qualitative Veränderungen in der Nachfrage auf. Dieser Prozess ist von Wichtigkeit, weil

⁵³ Shamas Carole: *The Pre – Industrial Consumer in England and America*. S. 169 – 188.

⁵⁴ Weatherill Lorna: *Consumer Behaviour and Material Culture in Britain 1660 – 1760*.

in der Zeit vor 1670 der materielle Besitz und Einrichtung des durchschnittlichen Haushalts wie oben beschrieben noch spärlich vorhanden war, während die 1730er Jahre bedeutend gütereichere Haushalte aufweisen. Dabei erhöhen sich offensichtlich die Ausgaben für Konsumgüter nicht. Maxine Berg ergänzt in Bezug auf Weatherills Studie, dass durchschnittlich 25 bis 30 Prozent des Wohlstandes in Konsumgütern angelegt war, was sich auch mit Carole Shammass Studie deckt und schon eine ordentliche Nachfrage nach markproduzierten Konsumwaren ausweist. Im untersuchten Zeitraum von 1675 bis 1730 verdoppelt sich der Besitz von Tonwaren und Spiegel, Geschirr aus Zinn, Uhren, Bilder, Fenstervorhänge verdreifachten sich fast und neue Konsumgüter, die vor 1700 noch gänzlich unbekannt sind, besitzen um 1730 etwa 10 bis 15 Prozent des untersuchten Samples.⁵⁵

Die mittleren Schichten besaßen noch wenige Haushalts- und Konsumgüter. Bilder, Messer und Gabeln waren um 1675 noch sehr rar, Teeutensilien aus Porzellan oder Keramik noch gänzlich unbekannt. Gängig war der Besitz eines Kochkessels, eines Tisches und einzelnen Zinngeschirrs. Die um diese Zeit üblichen Haushaltsgegenstände bezeichnet Weatherill als Objekte ohne sozialen Nutzen und rein praktischer Natur. Häufiges Fehlen von Gebrauchsgegenständen mit ästhetischem oder gesellschaftlichem Nutzen zeigt, dass die Konsumgesellschaft um 1675 nicht sehr ausgeprägt war. Konsumwaren kommunizieren Identität und soziale Rollen. Wenige Reiche besaßen Objekte, die eindeutig als Konsumgegenstände gekennzeichnet werden können, etwa Spiegel, Uhren, Teppiche und Fenstervorhänge. Dazu zählen auch Bücher, Silberwaren, Tischtücher, vielseitiges Zinngeschirr, sowie Tonwaren. Materielle Besitztümer beinhalten Bedeutungen, die uns Auskunft über Denken und Wahrnehmung des Besitzers geben können. Die genaue Auflistung von Kochgerät in den Inventaren deutet so zum Beispiel auf die Wichtigkeit und neue gesellschaftliche Komponente des Essens. Gemeinsame Mahlzeiten wurden zu sozialen Events. Uhren sind Indikatoren für genaue zeitliche Organisation. Der Besitz von Spiegel zeigt eine zunehmende Beschäftigung mit der Individualität, die in reicher werdenden Konsumgesellschaften stärkere Bedeutung erlangt. Ein Konsument sucht seine soziale Identität auszubauen. Nicht nur Kleidung, sondern auch Gegenstände sind sichtbare Äußerungen über gesellschaftliche Werte und Verhalten. Konsumgesellschaften leben von der Selbstpräsentation ihrer Individuen. Viel davon läuft unbewusst ab und äußert sich im Zusammenspiel mit Konsumwaren aller Art in Mimik, Gestik und Stimme. Daher können die aufgelisteten Gegenstände in den Inventaren Auskunft über die soziale Rolle dieser Besitztümer und über ihre übergeordnete Bedeutung geben.

Gegen Ende des 17.Jh. steigt der allgemeine Besitz von Spiegel, Tonwaren, Uhren, Bildern und Vorhängen. Neben der Elite kommt auch die Mittelschicht in den Genuss dieser Gegenstände. Insbesondere Küchenzubehör, das im Zusammenhang mit der neuen Mode des Konsums von Kaffee

⁵⁵ Berg Maxine: *Luxury and Pleasure in Eighteenth – Century Britain*. S. 219.

und vor allem Tee stand, vermehrt sich erstaunlich schnell und verbreitet sich über sämtliche soziale Gruppen. Porzellan wurde seit 1700 in immer größeren Mengen von Asien importiert und wurde zum neuen Haushaltsgegenstand mit stark dekorativer und symbolischer Funktion. Es handelte sich dabei um Teekannen, Teelöffel, Tassen und Tablette. Porzellan war ein leichteres Material als das traditionelle Messing- oder Zinngeschirr. Die zierlich ausgearbeitete Oberfläche und ihre bildliche Gestaltung machten aus Porzellangeschirr ein hübsches Prestigeobjekt. Diese importierten Porzellanutensilien dokumentieren indirekt die Verbreitung des neuen Brauches Tee oder Kaffee zu konsumieren. Erst in den 1740er Jahren gibt es in England ernsthafte kommerzielle Versuche eigene Produkte dieser Art herzustellen. Diese Unternehmen versuchen gezielt den mittelständischen Markt auszuloten. Der Import asiatischer Utensilien etabliert sich parallel zum ebenfalls immer stärker werdenden Tee und Kaffeeimport. Beide Genussmittel werden ab 1710 in immer größeren Mengen importiert. Teetrinken entfachte neue kulturelle Gewohnheiten. Deswegen setzte sich das zugehörige Zubehör auf breiter Basis durch. Gemeinsames Trinken beinhaltete eine starke soziale Komponente, förderte Geselligkeit und Kommunikation. Deswegen konsumierte die Mittelschicht die neuen Getränke zunächst an öffentlichen Orten, etwa in Kaffeehäusern. Von dort erreichte diese Mode schnell das häusliche Umfeld. Bis in die zweite Hälfte des 18. Jh. beschränkte sie sich prinzipiell auf die Mittelschicht und die Eliten, doch verbreitete sich zusehends auch bei den Arbeiterschichten. Teetrinken entwickelte sich zu einem gesellschaftlichen Ritual mit feststehenden Regeln. Zeremonielles Teetrinken stand in Verbindung mit geschäftlichen Gesprächen oder einfach einer besonders noblen Art des Sprechens. Der Besuch kam im Parlour zusammen, dem Wohnzimmer oder dem Salon. Der Parlour war oft edel mit Bildern und Keramikwaren eingerichtet. Bei diesen Gelegenheiten zeigte die Familie den Besuchern ihren wertvollen Besitz an dekorativen Schüsseln, Schalen, Tassen und Kannen. Die neuen Teeutensilien zierten die sonst leeren Räumlichkeiten. Sie stellten die bis dahin dekorativsten Gegenstände dar, die verfügbar waren.⁵⁶

„But, whether tea was taken with ceremony or not, it influenced the appearance of making and drinking it. Some of the most dramatic visual changes in material culture resulted from the influx of decorated, functional utensils for drinking the new hot drinks. Blue and white china is stunningly different in style and colour from any other domestic utensils of the time.“⁵⁷ – Lorna Weatherill

Die große Auswahl verschiedener kunstvoll gearbeiteter Teeutensilien in unzähligen Qualitäten und Preisklassen ermöglichte einer breiten Käuferschicht den Besitz. Der persönliche Besitz konnte von einfach gearbeitetem Keramikstücken bis zu teurem Edelporzellan reichen. Je nach Einkommensklasse galt jenen Teeutensilien der größte Teil der Ausgaben für Luxus- und Statusgüter.

⁵⁶ Weatherill Lorna: Consumer Behaviour and Material Culture in Britain 1660 – 1760. S. 164, 157 – 159.

⁵⁷ Weatherill Lorna: Consumer Behaviour and Material Culture in Britain 1660 – 1760. S. 159.

Zwischen 1720 und 1780 besaß der durchschnittliche Mittelschichthaushalt in Bristol um die zwölf bis vierzehn verschiedenen Tassen und Becher aus unterschiedlichem Material. Tatsächlich dürften Familien verschiedene Qualitäten an Waren besessen haben. Ein Set für den alltäglichen privaten Gebrauch und ein anderes für gesellschaftliche Anlässe, wo Zierlichkeit und Geschmack die Zeremonie begleiten sollte.⁵⁸

Zu Beginn des 18.Jh. tauchten diese Güter zunächst in den städtischen Ballungsräumen auf. Insbesondere die Metropole London weist das größte Wachstum auf. Die Hauptstadt war das politische und wirtschaftliche Zentrum Englands. Sie fasste um 1700 eine halbe Million Menschen, das waren 10% der gesamten englischen Bevölkerung. London war schon zu dieser Zeit die größte Stadt Europas und sollte im Laufe des Jahrhunderts noch weiter anwachsen. Die Güterversorgung war groß, insbesondere da 80% der Importe über den Londoner Hafen ins Land kamen und die Metropole ein Monopol auf den Handel mit dem fernen Osten hatte. London war ein Zentrum der Manufakturen. Hier wurden etwa Uhren, Bilder, Spiegel und Keramikwaren hergestellt, eine Auswahl jener Güter, die Weatherill in ihrem statistischen Raster als Kriterien verwendet.

Ungefähr ein Viertel der Population Englands lebte in Städten, davon wiederum ein Viertel in London. Davon lebte die Hälfte in Städten mit weniger als 5000 Einwohnern. Zehn englische Städte hatten eine Einwohnerzahl von 10 000. Dann gab es noch ungefähr 40 bis 50 Städte zwischen 2000 und 5000 Einwohner. Die restlichen urbanen Räume waren Marktstädte mit durchschnittlich 500 Einwohnern. Testamente aus Ansiedlungen um die 500 Bewohner rechnete Weatherill noch als städtische Inventare, wobei sie aber zwischen großen und kleinen Zentren unterscheidet. Urbane Inventare weisen im Schnitt mehr Besitztümer als jene aus ländlichen Gegenden auf. In Städten sind jene Konsumgüter häufiger, die mit Ästhetik oder Geselligkeit im Zusammenhang stehen. Sie zeigen, dass neue Moden des Essens und Trinkens oft ihren Ausgang in den Städten nahmen. Das lässt sich sehr gut am Fehlen von Porzellan und zum Beispiel Gabeln in ländlichen Gebieten in den ersten Jahrzehnten des 18.Jh. argumentieren.

Beim Essen und Trinken handelt es sich nicht nur um private Aktivitäten. Es wurde viel Wert auf die Präsentation der Mahlzeiten gelegt, sowie auf das Aussehen von Geschirr und Besteck. Die Hauptmahlzeit zu Mittag hatte eine zentrale Position im sozialen Leben des Haushalts. Das Mahl wurde noch traditionell serviert, nämlich alles auf einmal. Die Teilung einer Mahlzeit in mehrere Gänge etablierte sich erst in elitären Haushalten und blieb dort viele Jahrzehnte. Man aß das Essen mit einem großen Messer, das für alle Teilnehmer auflag und mit den Fingern, ausgenommen Suppen, die mit eigenem Löffel gegessen wurden. Außerdem nahm man das Essen direkt von einer

⁵⁸ Berg Maxine: *Luxury and Pleasure in Eighteenth – Century Britain*. S. 230.

großen Platte auf der sämtliches Essen für alle bereitstand. Das Material der Utensilien war entweder aus Zinn oder aus Holz, wobei Zinnarbeiten ästhetischer aussahen. Man sollte nicht voreilig das Urteil fällen, dass auf Grund des Fehlens von Geschirr und Besteck die Hauptmahlzeiten zu unmanierlichen Verhaltensweisen führten. Auch von einer gemeinsamen Schüssel konnte säuberlich gegessen werden. Veränderungen beim Ritual des Essens sind sehr graduell und schwer festzulegen beziehungsweise auseinanderzuhalten. So tauchen auch Messer und Gabel nur langsam zu Beginn des 18.Jh. auf. Grundsätzlich benötigt man zum Essen nur ein Messer und eventuell eine Holzunterlage. Ein Tisch ist prinzipiell schon nicht mehr notwendig. Wenn man sich vor diesem Hintergrund vor Augen hält, dass gerade im Bereich des Essens und Trinkens große Investitionen stattfanden und besonders hier Wert auf Ästhetik gelegt wurde, lässt das auch Interpretationen in Bezug auf frühmodernen Konsum zu. Während noch bis zum Beginn des 18.Jh. die meisten Konsumausgaben im Zusammenhang mit dem Bett und mit dem Komfort des Schlafens stehen, ist der Großteil der Ausgaben ab der Mitte des 18.Jh. in neuen modischen Accessoires für Essen und Trinken auszumachen. Viel Wert legten die Engländer auf gute Sessel und einen großen Esstisch. Das Speisezimmer der oberen Mittelschicht war zu dieser Zeit mit den schönsten und wertvollsten Gegenständen, etwa einem Tisch aus Mahagoni, silbernen Kerzenständern und leinenen Tischtüchern dekoriert, da das Mittagessen sehr oft im Kontext familiärer oder geschäftlicher Zusammenkünfte stand, welche die Gelegenheit boten den eigenen Reichtum zu präsentieren.⁵⁹

Das ist bereits ein Zeichen für eine Gesellschaft, die sich dem Habitus einer Konsumgesellschaft annähert. Öffentlichkeit verlangt persönlichen Ausdruck. Die Stadt bietet mehr Möglichkeiten für soziale Kontakte und zur Gestaltung der Freizeit. Spiegel und Bilder sind in städtischen Wohnungen häufiger vorhanden, während diese am Land selten sind. Die Dichte der urbanen Wohnsituation verlangte etwa Vorhänge und Teppiche, um weichere Texturen zu schaffen, den Lärm von der Straße draußen zu halten und größere Privatheit zu schaffen. Stadtbewohner legten daher mehr Wert auf materielle Dekorationen, um zumindest den eigenen Wohnraum schön und komfortabel zu gestalten. Das heißt die Nachfrage der Stadt war eine andere als jene der ländlichen Regionen. Es bestätigt sich zwar die Vermutung, dass in der Stadt neue Moden rund um neue Güter entstehen, diese aber relativ schnell vom Land absorbiert werden. Die oft strenge Dichotomie Stadt/Land stellt sich schwächer dar als angenommen. Beispielsweise Bücher und Uhren sind gleich stark verteilt. Landbewohner besuchten die Städte regelmäßig. Auch sie atmeten Stadtluft, besuchten Märkte,

⁵⁹ Weatherill Lorna: Consumer Behaviour and Material Culture in Britain 1660 – 1760. S. 152 – 157.
Berg Maxine: Luxury and Pleasure in Eighteenth – Century Britain. S. 228.

Geschäfte und Messen. Eine größere Diskrepanz lässt sich im Vergleich der Berufsgruppen zueinander feststellen.⁶⁰

Die Mittelschicht war die essentielle soziale Gruppe, die eine in der Form noch nie dagewesene Nachfrage an den Markt stellte. Dazu zählen nach klassischer Deutung all jene mit einem jährlichen Einkommen zwischen 40 £ und 50 £. Diese Einkommensgruppe war verpflichtet eine Armensteuer zu entrichten. Sie machten ein bis zwei Fünftel der Gesamtbevölkerung Englands aus. Gegen Ende des 18.Jh. steigert sich das Einkommen, sodass bereits ein Viertel der Bevölkerung ein jährliches Einkommen zwischen 50 £ und 400 £ hatte. Die Inventare zeigen, dass es nicht die politischen Eliten, die Aristokratie oder der Adel waren, die am neuesten Stande der Mode waren, sondern vor allem die Mittelschicht, die in irgendeiner Form im Handel tätig war. Die Inventare kleiner Geschäftsleute, Wirtshaus- und Kaffeehausbesitzer oder Händler wiesen statistisch den höchsten Anteil an Gütern überhaupt und im Besonderen neue Konsumgüter auf, welche damals als modisch, elegant und als Ausweis von Vornehmheit und kulturellen Wissens galten. Meistens lebte diese soziale Schicht im großstädtischen Raum, doch manche von ihnen wohnten in kleineren Provinzstädten. Regionale Städte wuchsen stark im 18.Jh. und verdoppelten oft ihre Bevölkerungszahl in wenigen Jahrzehnten. Die Mittelklasse war somit nicht rein großstädtischer Natur, sondern sie hatte auch in der Provinz ihr Zuhause. Städte wie Birmingham, Sheffield, Leeds, Manchester und Liverpool waren nicht nur blasse Kopien der Metropole, sondern eigenständige regionale Zentren mit individuellen Schwerpunkten in Industrie, Handel und Wissenschaft. Im Bereich der städtischen Konsumarchitektur und des kulturellen Angebots nahmen sich diese Städte aber London als Vorbild. Sie bildeten eigene Konsumviertel und Shoppingstraßen aus, stellten Räume für kulturelle Freizeitaktivitäten zur Verfügung und sorgten sich für Ästhetik und Aussehen der städtischen Bauten und Anlagen. Es gab Kaffeehäuser, Theater, Versammlungsräume und große Gärten zur Befriedigung der Wünsche der vornehmen Gesellschaft. Die Straßen wurden gepflastert. Geschäfte und Läden waren sehr zahlreich und in allen Städten Englands zu finden. Auf zirka 40 Einwohner kam ein Shop. Die Ladenbesitzer selbst waren durch ihre große Anzahl eine Mittelklasse Klientele für sich selbst und stellten ihre eigene Nachfrage. Um 1700 werden die Städte Norwich und Bristol mit Laternen beleuchtet und bald gehört die nächtliche Beleuchtung der innerstädtischen Straßen und Kulturviertel zum gewöhnlichen Bild englischer Urbanität. Vor diesem Hintergrund lernte die Mittelschicht die neuen Konsumgüter kennen. Öffentliche Orte, wie Kaffeehäuser, schmückten ihre Räumlichkeiten mit den neuen Konsumgegenständen. Dort bekam die Mittelschicht Uhren, Bilder, Porzellan- und Glaswaren, Silber- Zinn- und Messinggegenstände zu sehen und assoziierte sie mit der städtischen Kultur.

⁶⁰ Weatherill Lorna: Consumer Behaviour and Material Culture in Britain 1660 – 1760. S. 1 – 90.

Die Mittelschicht dieser Städte umspannte alle möglichen Berufsbereiche von Industrie und Handel bis zu Fachleuten. Diese Gruppe von Leuten waren auch die von der Konsumindustrie umworbenen Käufer und Käuferinnen. Beispielsweise wurde Birmingham und Sheffield lange Zeit als Industriestadt betrachtet, doch zeigen neue Studien, dass diese Städte über unterschiedliche soziale Schichten verfügten. Handwerker und Manufakturwarenproduzenten waren letztlich nicht nur Produzenten sondern stellten gleichzeitig auch die notwendige Nachfrage.⁶¹

„The special dynamism of these new industrial towns went with a rising middling class benefiting from rapid local economic success. They were producers, inventors, wholesalers, and creditors and formed their own emerging middling-class consumer culture.“⁶² – Maxine Berg

1.7. Frühneuzeitliches Wohlstandswachstum in Kent und Cornwall

Eine neue Studie aus dem Jahr 2004 untersuchte insgesamt 8000 Inventare aus den Grafschaften Kent und Cornwall. Beteiligt waren die Autoren Mark Overton, Whittle Jane, Dean Darron und Hann Andrew. Das Buch ist in seiner Extensivität einzigartig und die Autoren geben an, dass durch neue computertechnische Möglichkeiten eine größere Anzahl von Inventaren als je zuvor analysiert werden konnte. Sie suchen die Zusammenhänge zwischen Produktion, Konsum, Wirtschaftswachstum und Marktanbindung englischer Haushälter. Die Arbeit nimmt Bezug auf die Studien von Weatherill und Shammas. Im Großen und Ganzen werden die Ergebnisse bestätigt, teilweise ergaben sich aber neue Erkenntnisse.

Im Zentrum der Fragestellung ist das große Rätsel um den Kapitalismus und seine Entwicklung. In bäuerlichen Gesellschaften produzieren Haushälter ihre eigenen Güter zur Befriedigung ihrer Konsumbedürfnisse, die Menschen leben also überwiegend in Selbstsubsistenz. In industriellen Gesellschaften sind Haushälter fast gänzlich abhängig vom Markt. Im 16.Jh. lebten nur wenige Haushälter in wirklicher Subsistenz. Zum Großteil handelt es sich um eine Mischform aus Produktion für den Markt und für eigene Konsumbedürfnisse.

Die Landwirtschaft ist im untersuchten Zeitraum von 1600 bis 1750 die vorherrschende Tätigkeit, während sich England gleichzeitig industrialisiert und urbanisiert. Städtische Einwohnerzahlen steigen im gegebenen Zeitraum von 8 % auf 21 %, während sich nicht - agrarische Arbeiten ebenfalls von 22 % auf 33 % erhöhten. Das Modell der Proto-Industrialisierung erklärt die langfristige Industrialisierung mit industrieller Produktion in Heimarbeit. Die Produkte sind für den Export in überregionale Regionen bestimmt. Die Theorie vernachlässigt haushaltsinterne Entscheidungen zur

⁶¹ Berg Maxine: *Luxury and Pleasure in Eighteenth – Century Britain*. S. 208 – 218, S. 219 – 220.

⁶² Berg Maxine: *Luxury and Pleasure in Eighteenth – Century Britain*. S. 215 – 216.

Produktion für den lokalen Markt, was unter anderem das Modell der Industrious Revolution auszugleichen versucht.

Mit einer interessanten Anmerkung kommentieren die Autoren das Modell von Jan de Vries, das eine Intensivierung der Arbeit und einer Verlängerung der Arbeitszeit zur Befriedigung der eigenen Konsumbedürfnisse annimmt. Sie ziehen den Vergleich zu Max Weber, dessen protestantische Ethik als Triebfeder für stärkeres Engagement in der Arbeit und Wohlstandsschaffung wirkt. Im Grunde postuliert Weber die Veränderungskraft kultureller Lebensweise für wirtschaftliche Strukturen. Auch Jan de Vries Konsumwünsche sind kulturell bedingte Handlungsweisen und gelten als Triebkräfte zur Gestaltung neuer Wirtschaftsformen.

Sie fügen hinzu, dass Jan de Vries Modell besonders auf seinen Studien über die holländische Wohlstandsentwicklung von Haushältern in Friesland basiert.⁶³ Hier habe er den Zusammenhang zwischen regionaler Arbeitsspezialisierung, Verbreitung ländlicher Industriearbeit, Marktanbindung und neuer Konsumgewohnheiten festgestellt. Eine detaillierte Verifizierung seiner These für England steht allerdings noch offen. Die Autoren legen in ihrer Beurteilung der Kompatibilität der Industrious Revolution mit den eigenen Ergebnissen viel Wert auf spezialisierte Produktion für den Markt. Die Ergebnisse in der prosperierenden Grafschaft Kent zeigen eher eine Diversifizierung der Heimproduktion sowohl für den Markt als auch zum Eigengebrauch. Trotzdem geht damit größerer Wohlstand, eine reichere materielle Kultur und höhere Konsum- und Marktorientierung einher. Meines Erachtens ist zum Funktionieren der Industrious Revolution weniger die Spezialisierung der häuslichen Produktion ein Thema, wie die Autoren behaupten, sondern eher die gelungene Anbindung an den Markt, welche in Kent im Lauf der Zeit offensichtlich immer stärker wird.

Historiker stimmen überein, dass im Zeitraum von 1550 bis 1750 generell wichtige Konsumveränderungen in England stattfanden. Sie umfassen Verbesserungen im häuslichen Komfort, in der Ernährung, den Kauf importierter Güter und Änderungen beim Kochen und Essen. Die vorliegende Studie befasst sich nur mit Kent und Cornwall, welche unterschiedlicher nicht sein können. Kent liegt in der Nähe von London, während Cornwall an der Peripherie Englands liegt. Kent ist eine prosperierende Grafschaft mit urbaner Entwicklung und großem Wohlstand, während Cornwall allgemein ärmer wird, sich aber dafür in der Minenarbeit spezialisiert.⁶⁴

Die meiste Arbeit der frühen Neuzeit fand im eigenen Zuhause oder in häuslichen Werkstätten statt. Die Mehrzahl englischer Individuen ging mehreren Erwerbstätigkeiten nach. Ein Quellenproblem der

⁶³ Overton Mark, Whittle Jane, Dean Darron, Hann Andrew: Production and Consumption in English Households, 1600 – 1750. S. 173.

⁶⁴ Overton Mark, Whittle Jane, Dean Darron, Hann Andrew: Production and Consumption in English Households, 1600 – 1750. S. 1 – 12.

Inventare stellt ihr dokumentarischer Schwerpunkt auf den männlichen Hausherrn dar, während Frauen, Kinder und Dienerschaft oft nur indirekt zu erfassen sind. Ein Haushalt beinhaltete zumindest einen Mann und eine Frau, die arbeiten und produzieren. Produktionsgüter sind detailliert erfasst und gleichen dadurch die Ungenauigkeiten zwischen den Geschlechtern bis zu einem gewissen Grad aus. Sie weisen auf die Vielfalt der Tätigkeiten hin. In der Landwirtschaft sind 65 % der Haushälter tätig, danach folgt die Textilproduktion, wo Spinnen die zweithäufigste Tätigkeit darstellt. Der höhere Konsum in Kent machte Beschäftigungen im Handel oder im Dienstleistungssektor üblich. Zirka 10% der kentischen Inventare waren in irgendeiner Form im Handel tätig. Die Dunkelziffer dürfte noch höher sein, weil es zu der Zeit viele Kleingeschäftsleute gab, die keine bestimmten Produktionsmittel in den Inventaren aufweisen. Verkaufstätigkeiten helfen beim Nebenerwerb und sind vielfach als sekundäre Beschäftigung neben einer Hauptproduktionstätigkeit zu sehen.⁶⁵ Die steigende Nachfrage nach Lebensmittel und Manufakturwaren dürfte mit den zahlreicher werdenden Geschäften zusammenhängen. Kleinere Verkaufstätigkeiten hatten im komplexer werdenden Wirtschaftsnetzwerk eine wichtige Funktion in der Nahversorgung, besonders für ärmere Schichten. Insgesamt zeichnet sich damit eine graduelle Kommerzialisierung der Gesellschaft ab.

In Kent betätigten sich mehr Leute im Bauwesen oder in der Holzarbeit, was auf die höhere Bautätigkeit und auf die Mode des vermehrten Baus von Ziegelhäusern hinweist. Über 40 % der kentischen Haushälter betätigten sich in der heimischen Brauerei, Käse-, Butter- und Nahrungsproduktion und teilen sich mit der Spinnerei den zweiten Platz nach der Agrarwirtschaft. In Kent findet eine Wiederbelebung der Ale- und Bierbrauerei für den Privatgebrauch statt, trotz der Ausweitung der industriellen Brauerei. Aus der Genderperspektive ist hier interessant, dass in der häuslichen Brauerei, Spinnerei, Molkerei, Bäckerei und Nahrungsmittelkonservierung sowohl für Eigengebrauch als auch für Markproduktion Frauen zuständig waren.⁶⁶ In kommerziellen Großindustrien dieser Art nahmen allerdings Männer die Rolle des Chefs ein. Die Brauindustrie wird großflächiger und kapitalistischer zu Beginn des 18. Jahrhunderts. Damit ist den Frauen der Zugang oft auch verwehrt.

In Kent lässt sich eine Spezialisierung der Landwirtschaft erkennen, wie sie laut der Autoren auch in der oben genannten Studie von Jan de Vries über holländische Haushälter zu finden waren. Allerdings erwähnen sie diesen Zusammenhang nicht explizit. In Kent vergrößerten sich die Bauernhöfe, neue Nutzpflanzen wurden angebaut, die Agrarwirtschaft kommerzialiserte sich und die Produktion und der Konsum orientierte sich verstärkt am Markt. In Cornwall verliert die

⁶⁵ Overton Mark, Whittle Jane, Dean Darron, Hann Andrew: Production and Consumption in English Households, 1600 – 1750. S. 75.

⁶⁶ Overton Mark, Whittle Jane, Dean Darron, Hann Andrew: Production and Consumption in English Households, 1600 – 1750. S. 78, 83.

Agrarwirtschaft an Bedeutung, entwickelt sich kaum weiter und die Großzahl der Bauern lebt in Subsistenzproduktion. Die Spinnerei verschwindet beinahe gänzlich und geht von einem Drittel auf 4% zurück. Die meisten Spinner und Weber Cornwalls waren ärmlich ausgestattet, während in kentischen Inventaren eine Vielzahl an Produktionsmittel wie Webstühle auftaucht. Statt einer Spezialisierung der Textilproduktion, diversifiziert sich in Kent die Produktion und deckt mehrere Bereiche ab.

Cornwall dagegen wird ärmer und weist keine Ausweitung der Haushaltsproduktion auf. Die Produktion für den Markt fällt steil ab. In Kent wird kommerzielle Produktion im Zeitraum von 1600 bis 1750 immer üblicher bis sie gegen Ende des Zeitraumes einen Wert von 85 % erreicht, wobei die Produktion für den Eigengebrauch ebenfalls steigt. In Kent existiert die klassische Textilarbeits- und Agrarwirtschaftskombination. Es gibt in der kommerziellen Produktion keine Indizien für Haushaltsspezialisierung.⁶⁷ Das legen die Autoren unter anderem als Widerlegung der Industrious Revolution in der Grafschaft Kent aus.⁶⁸

„More engagement with the market went hand in hand with more home production, which runs counter to de Vries’s [sic!] arguments for an industrious revolution, where more market activity is associated with less production for use and an increase in purchased commodities.“⁶⁹

Nicht das Vermögen der Heimproduktion ist ausschlaggebend für eine kapitalistische Gesellschaft, sondern die Anbindung an den Markt und seine Möglichkeiten. Eigenproduktion kann eine finanzielle Erleichterung darstellen, wenn ich mir Geld sparen will, das ich für Güter investiere, die ich selbst nicht produzieren kann. So kaufen die Leute Keramik, Porzellan, Spiegel und Möbel am Markt und sparen dafür beispielsweise beim Bier, wenn sie es selbst herstellen. Die Gesellschaft insgesamt musste sich immer mit den Gegebenheiten arrangieren. So kann Eigenproduktion auch ein Zeichen für eine kommerzialisierte, aufstrebende Gesellschaft sein, wenn ich mir mit dem Ersparten dann neue Güter am Markt kaufe. Schließlich steht im Herzen der Industrious Revolution die so genannte „Reallocation of household resources“. Damit sind interne Entscheidungen des Haushalts gemeint, der sich als ökonomische Entität im wirtschaftlichen System orientiert, um bestmögliche Ergebnisse zu erzielen. Die Haushälter wollten neue Güter kaufen, so genannte „Novelties“, die entweder von Übersee oder aus der heimischen Manufakturindustrie stammten. Das ist der Kern frühneuzeitlicher Konsumnachfrage. Es lagen ihnen nichts daran immer gleiche Gegenstände zu kaufen. Das

⁶⁷ Overton Mark, Whittle Jane, Dean Darron, Hann Andrew: Production and Consumption in English Households, 1600 – 1750. S. 76 – 77.

⁶⁸ Overton Mark, Whittle Jane, Dean Darron, Hann Andrew: Production and Consumption in English Households, 1600 – 1750. S. 33 – 64.

⁶⁹ Overton Mark, Whittle Jane, Dean Darron, Hann Andrew: Production and Consumption in English Households, 1600 – 1750. S. 64.

Charakteristikum modernen Konsums ist gerade dieser „drive for novelties“.⁷⁰ Genau hier ist eine Lücke in der Studie von Mark Overton auszumachen, wenn er selbst zugibt, dass seine Analyse vornehmlich fast überall erhältliche oder produzierte Waren untersucht. Inventare sind zu ungenaue Quellen, um wirklich Aussagen über den Konsumfluss von Neuigkeiten Auskunft zu geben. Im groben mehrjährigen Vergleich lassen sich Aussagen über frühneuzeitliche Konsumgewohnheiten treffen, weniger aber über den kurz- oder mittelfristigen, impulsiven Kauf modischer Artikel. Das bedeutet die identifizierte Strategie der Arbeitsdiversifizierung zum Eigengebrauch sowie für den Markt, kann ebenso Teil der Industrious Revolution sein und schließt sie in ihrer Gesamtwirkung nicht aus.

Haushaltsinventare geben leider mehr Auskunft über die Entwicklung der materiellen Kultur, als über den Konsum selbst. Trotzdem lassen sich einige Aussagen über Konsumententscheidungen und Motivationen treffen. Es lassen sich die Veränderung in der Vielfalt vorhandener Objekte und somit auch der durchschnittliche Reichtum feststellen. Konsum definieren die Autoren als zyklischen Prozess. Das bedeutet dass sich neue Güter verbreiten, während ältere wieder verschwinden. In der frühen Neuzeit werden häufig neue Möbel gekauft. Sie gestalteten die häusliche Atmosphäre gemütlicher und werden in neue soziale Rituale eingebunden. Zum Beispiel war die Kommode statt der traditionellen Kiste ein praktischeres Möbelstück. Der Speiseschrank verbreitet sich aus praktischen Gründen und wird auch als dekorative Fläche mit Geschirr oder Porzellan aller Art verwendet.⁷¹

Die Haushaltsanalyse in Kent und Cornwall belegt, dass der Gebrauch von Keramiken aller Art sowohl von Übersee, als auch aus heimischer Produktion schon im 17.Jh. üblich war.⁷² Gravierende Veränderungen finden mit steigenden Tee- und Porzellanimporten statt, als im Gegenzug neue Materialien und neue Produktionsmethoden erfunden werden. Trotzdem verbreitete sich schon im 17.Jh. eine neue Geschirr- und Küchenkultur. Die Untersuchungen von Keramik in Haushaltsinventaren bestätigen die schon erwähnte These, dass sich der Konsum gekaufter Güter bis etwa zur Mitte des 17.Jh. eher auf die Haltbarkeit der Waren konzentrierte, während gegen Ende des Jahrhunderts ein langsamer Wechsel in der Mentalität hin zur Präferenz von ästhetischen und variantenreichen Neuigkeiten, die aber weniger haltbar waren, festzustellen ist.

Im späten 16.Jh. bis in die erste Hälfte des 17.Jh. importierte England große Mengen Tonwaren („Earthenware“) aus verschiedenen europäischen Ländern, insbesondere Steingutgeschirr („Stoneware“) aus Deutschland. Ab den 1640er Jahren expandiert die englische Tonwarenindustrie,

⁷⁰ Berg Maxine: From Imitation to Invention: Creating Commodities in Eighteenth-Century Britain. S. 3.

Berg Maxine: Women's Consumption and the Industrial Classes of Eighteenth-Century England. S. 429.

⁷¹ Overton Mark, Whittle Jane, Dean Darron, Hann Andrew: Production and Consumption in English Households, 1600 – 1750. S. 87 – 101.

⁷² Sara Pennell: Material Culture in Seventeenth – Century Britain: The Matter of Domestic Consumption. S. 69.

womit die Importe stetig geringer werden. Bis ins späte 17.Jh. wuchs die englische Keramikindustrie langsam. Zwischen 1670 und 1705 entwickelte sich die Manufaktur von Keramik mit Zinn- und Bleiglasuren, sowie von Steingutware zum schnellst wachsenden Sektor. In den Jahrzehnten von 1710 bis 1750 wuchs sie rund um die Steingutproduktionen in Nottingham, Bristol und Staffordshire nochmal um 25 %. Im Zentrum des Keramikhandels stand London. Spezielle Keramikhändler aus London kauften die Waren von den Produzenten im Land und verteilten sie dann an Geschäftsbesitzer und Kaufleute in den Provinzen.

Aus den Inventaren ist schwer nachzuvollziehen welche der Keramikprodukte aus Übersee oder aus englischen Manufakturen stammen. Jene Steingutwaren aus dem frühen 17.Jh. dürften aller Wahrscheinlichkeit zum Großteil importiert worden sein. Ein Jahrhundert später steigt der Gebrauch von Keramik rapide an. In den ersten Jahrzehnten des 18.Jh. dominierte die in England produzierte Steingutkeramik den Markt, welche ab 1671 in London und in den 1690ern in Staffordshire und Nottingham mit zunehmender Raffinesse hergestellt wurden.

Tonwaren, so genannte „Earthenwares“, sind aus leichterem Material. Sie fanden parallel zu den Steinwaren weite Verbreitung in Kent und sind ein Beispiel für die neu aufstrebende Konsumkultur. Sie waren günstiger als die harten „Stonewares“ und konnten viel bunter gestaltet werden. Trotzdem verunstalteten sie nicht zu leicht durch Kratzer und Ähnlichem. Das leichter formbare Material erlaubte eine vielschichtige Designgestaltung in vielen Varianten. Die Eigenschaften der Modekompatibilität und reduzierten Haltbarkeit animierten zu häufigeren Einkauf.⁷³

„The increasingly wide variety of pottery available from the late seventeenth century onwards meant that consumers could exercise greater individual choice, and producers increasingly used the vagaries of fashion to manipulate these choices.“⁷⁴

In den 1660er Jahren begann die Ostindienkompanie Tee aus China zu importieren. Zunächst wurde Tee nur sporadisch und in kleinen Mengen konsumiert. Erst als sich 1713 der Handel über Canton etablierte, vergrößerten sich die Importmengen von Jahr zu Jahr. In den 1720er Jahren kann schon von wirklichem Massenkonsum gesprochen werden. In den 1730er und 1740er Jahren verdoppelt sich die konsumierte Menge Tee nochmals. Diese Explosion in der Nachfrage zeitigte auch die Nachfrage zu den dazugehörigen Utensilien, wie Teekessel, Teekannen, Teelöffel und ähnlichem. Als erstes erscheinen solche Gerätschaften in den 1680ern in Kent und sind bis 1720 in nur 10 % der Haushalte anzutreffen. Danach steigt deren Besitz rapide an. In Cornwall verzögert sich die

⁷³ Overton Mark, Whittle Jane, Dean Darron, Hann Andrew: Production and Consumption in English Households, 1600 – 1750. S. 103 – 104.

⁷⁴ Overton Mark, Whittle Jane, Dean Darron, Hann Andrew: Production and Consumption in English Households, 1600 – 1750. S. 104.

Entwicklung um etwa 20 Jahre, doch ab den 1740er erlangen Tee, Kaffee, sowie die dazugehörigen Sets ebenfalls große Popularität. Cornwall stellt sich als ärmere Region dar. Trotzdem entwickelt sich dort die neue Mode rund ums Teetrinken. Das bedeutet, dass die Bewohner der Grafschaft sehr viel überlegter und selektiver konsumierten.

Konsum zeigt sich in beiden Gebieten als zyklischer Prozess. Dinge kommen und gehen, sind modisch und veralten. Dieser Ablauf lässt sich an den Inventaren ablesen und belegt, dass es sich tatsächlich zum großen Teil bei der Güterakkumulation um Konsum und nicht um Erbschaften handelt. Die Autoren stimmen überein, dass es sich wirklich eine rasche, fast revolutionär anmutende Konsumentwicklung herausstellt. Das trifft besonders für den Tee und Kaffee Konsum und die dazugehörigen Manufakturwaren zu. Die gleiche Periode erlebt eine vergleichbar schnelle Akkumulation von Tellern, Geschirr und neuer Keramik. Die Mehrheit der kentischen Haushalte wird reicher und komfortabler. Der Gesamtwert der vorhandenen Güter stieg trotz fallender Preise. Die reduzierte Haltbarkeit etwa bei der „Earthenware“ – Keramik hinzugerechnet ergibt schließlich eine deutliche Veränderung in den Konsumgewohnheiten.⁷⁵

Kent stand weit vorne in der schon genannten Ära des „Great Rebuilding“. Die Inventare reflektieren auch hier den Niedergang des allgemeinen Nutzungs- und Wohnsaales, der „Hall“. Mit dem Einbau einer Küche wurde die Mehrzweckhalle obsolet und die weitere Spezialisierung der Räumlichkeiten setzte sich fort. Die Studie bestätigt eine weitgehende Verbreitung des schon genannten „Parlours“ in der ersten Hälfte des 18. Jahrhunderts. Der „Parlour“ ist ein komfortabel eingerichteter Raum sowohl für private wie für soziale Zwecke. Für die Familie selbst war der Raum ansprechend und bequem gestaltet um hier zu Essen oder sich auszuruhen. Hier fanden Gästeempfang und gemeinsame Unterhaltung statt. Dazu möblierten englische Familien diesen Raum ausgiebig mit gepolsterten Sesseln, Schränken, Bildern, Porzellan und anderen dekorativen Einrichtungsgegenständen. Es liegt die Vermutung nahe, dass den frühneuzeitlichen Menschen mehr am persönlichen Komfort und einer bequemerer Lebensweise lag, als an der Darstellung von Geschmack und Reichtum oder gar einer Nachahmung höherer Klassen.⁷⁶

Shammas unterstrich den direkten Zusammenhang zwischen Wohlstand und Konsum.⁷⁷ Die Autoren müssen diese These ergänzen und umformulieren. Soziale Schicht, Beruf und Ort eines Haushaltes scheinen mindestens ebenso wichtige Parameter zu sein. Zunächst zeigt sich ein ähnliches Ergebnis in dem schon besprochenen Phänomen, dass der durchschnittliche materielle Wohlstand der

⁷⁵ Overton Mark, Whittle Jane, Dean Darron, Hann Andrew: Production and Consumption in English Households, 1600 – 1750. S. 106 – 107, 116 – 120.

⁷⁶ Overton Mark, Whittle Jane, Dean Darron, Hann Andrew: Production and Consumption in English Households, 1600 – 1750. S. 121 – 136.

⁷⁷ Shammas Carole: Changes in English and Anglo – American consumption from 1550 to 1800. S. 197 – 201.

Haushälter gemessen an Konsumgütern ungefähr stabil und gleich bleibt. Dies widerspricht paradoxerweise dem Faktum, dass einfach mehr Güter vorhanden sind. Dafür führen auch die Autoren der Studie bekannte Begründungen ins Feld: der zyklische Konsum erhöhte sich, Güter wurden schneller gekauft und ersetzt, Gebrauchsgegenstände hielten weniger lang, Porzellan und Glas ersetzen Zinn- und Holzobjekte. Schließlich fielen ab der Mitte des 17.Jh. die Preise für die besprochenen Waren, was die These untermauert.⁷⁸

In der ersten Hälfte des 17.Jh. besitzt der Adel die meisten materiellen Güter. Sekundäre Beschäftigungen, wie oben besprochen waren weniger eine Methode um der Armut zu entgehen, wie in älteren Theorien behauptet wird, sondern ist definitiv mit höherem Konsum- und Besitzvermögen verknüpft. Auch hier stimmt die Industrious Revolution. Generell besaßen der Adel und Leute im Dienstleistungs- und Einzelhandelssektor den meisten materiellen Wohlstand während primär in der Landwirtschaft tätige Menschen den geringsten Güterreichtum aufweisen. Mit Sekundärbeschäftigung steigt der durchschnittliche Besitz auch im Agrarsektor.

Vom Beginn des 17.Jh. bis in die ersten Jahrzehnte des 18.Jh. findet in Kent eine dramatische Wohlstands- und Besitzerhöhung mit hohen Beschäftigungsraten statt. Der Ort eines Haushaltes hat definitiv Bedeutung, da etwa die Hafenstadt Milton über ihre strategische Lage im genannten Jahrhundert den Gesamtwohlstand um das Fünffache erhöhte. Städte an Flüssen oder Küsten erweisen sich durchschnittlich als viel reicher. Sowohl in Kent wie in Cornwall steht größerer materieller Reichtum in Zusammenhang mit urbanen Plätzen. Trotzdem kann von keiner simplen Stadt/Land Dichotomie die Rede sein, wie schon Weatherill bezeugte. Das Trinken von Tee und Kaffee ist ein ausgesprochen urbanes Phänomen mit geringer Präsenz im Agrarbereich. Wichtiger ist aber noch eine Beschäftigung im Dienstleistungs- oder Handelssektor, während keine positive Korrelation mit einer Zugehörigkeit zum Adel besteht. Zirka 62% des Tee- und Kaffeekonsums findet in ruralen Gegenden statt.

Kents Wohlstand verdreifacht sich im beobachteten Zeitraum, der Cornwalls bleibt gleich. Allgemeine Güter wie Möbel und Einrichtungsgegenstände finden sich zu Beginn des 17.Jh. fast ausschließlich beim Adel und verbreiten sich im Lauf des folgenden Jahrhunderts auf andere soziale Schichten vor allem in städtischen Räumen, um dann in der ersten Hälfte des 18.Jh. keine signifikante Korrelation mit Schicht, Beruf oder Stadt/Land mehr aufzuweisen. Anders bei materiellen Objekten, die in Verbindung mit sozialen Ritualen stehen, etwa Tee, Kaffee, Gabeln, Kochpfannen, Geschirr, Keramik und Porzellan. Sie sind stark an den professionellen Sektor und etwas weniger an die städtische Umgebung gebunden. Die Begründung dürfte im höheren Bildungsgrad, der relativen

⁷⁸ Overton Mark, Whittle Jane, Dean Darron, Hann Andrew: Production and Consumption in English Households, 1600 – 1750. S. 137 – 141.

Mobilität und stärkeren Beziehungen zu London liegen. Der positive Zusammenhang der Art der Beschäftigung mit Reichtum bestätigt Weatherills Thesen. Trotzdem müssen sie in ihrer Extremposition revidiert werden, um festzuhalten dass auf jeden Fall der Faktor Stadt eine Rolle spielte, allerdings weniger wog als Status und Art der Beschäftigung. Was die Stadt als Ort des Konsums besonders macht, ist nicht ohne weiteres zu beantworten und lässt Spekulationen zu. Die meisten Handelsgegenstände waren überall erhältlich, was etwa das Vorhandensein von Keramik und Porzellan in ländlichen Gebieten bestätigt. Bedeutender für den höheren städtischen Besitz dürfte die Anonymität sein, die erlaubt sich selbst eine Identität mit der Mode zu schaffen. Im ländlichen Raum wäre eine Änderung der Persönlichkeit unmöglich, da einen jeder kennt. Anders in der Stadt, wo Persönlichkeit stärker in der Anonymität über Güter und soziale Rituale kommuniziert wird.⁷⁹

Cornwall und Kent entwickeln sich vollkommen unterschiedlich in Richtung Kapitalismus. In Cornwall greift eine Proletarisierung nach klassisch marxistischer Theorie. Die Minenindustrie wächst als einziger Sektor. Die Menschen spezialisieren ihre Beschäftigung in der Arbeit im Bergbau, während das Leben ärmer und karger wird. In Kent hingegen findet eine Diversifikation der Haushaltstätigkeiten statt mit dem so benannten „entrepreneurial drive“, einer Ausrichtung der Sekundär-Beschäftigungen in Richtung Markt, Selbstständigkeit und Unternehmertum innerhalb regionaler Grenzen. Dieses sei für die Marktanbindung wichtiger gewesen, als die Heimproduktion die in Kent bis in die Mitte des 18.Jh. auch zu einem großen Teil für den Eigengebrauch stattfand.

Hier stellen die Autoren mehr oder weniger eine Modifikation für die Industrious Revolution zur Verfügung.

„Entrepreneurial by-employment in Kent was accompanied by an enrichment of material culture and the acquisition of new consumption goods. Whether this desire for new goods was driving production changes is hard to say. We see very little change in the nature of production in Kent [...] suggesting that a major change in production was not a pre – requisite for changes in consumption“⁸⁰

Auf der anderen Seite soll aber der “entrepreneurial drive” stattgefunden haben und mit dieser Entwicklung geht eine dreifache Gütermengenvergrößerung innerhalb eines Jahrhunderts einher. Faktisch ist der Wunsch nach neuen Gütern als Motor der Marktausrichtung nicht beweisbar, aber naheliegend. Wie ich schon behauptete, ist vermutlich die interne Haushaltsentscheidung für eine Anbindung an den Markt der Schlüssel, nicht wirklich die Form in welcher das geschieht. Maxine Berg

⁷⁹ Overton Mark, Whittle Jane, Dean Darron, Hann Andrew: Production and Consumption in English Households, 1600 – 1750. S. 151 – 169.

⁸⁰ Overton Mark, Whittle Jane, Dean Darron, Hann Andrew: Production and Consumption in English Households, 1600 – 1750. S. 173 – 174.

und andere legten eingehend die Reaktionen der Angebotsseite dar, die Spezialisierung der Manufakturwaren, die nur auf eine komplexe Konsumnachfrage passt.

Innerhalb des beobachteten Zeitraumes gibt es keine einschneidende Zäsur, wie Neil McKendrick gerne um die Mitte des 18.Jh. eine hätte. Stattdessen fällt ein Zyklus auf. Ein Haushalt bekommt neue Waren, andere verschwinden in unregelmäßigen und sich überschneidenden Abständen. Es geht um das Abwägen der Konsummöglichkeiten innerhalb eines finanziellen Rahmens, ein langsamer und evolutionärer Prozess. Allgemein scheint zudem die „Emulation Theory“ endgültig widerlegt. Es wäre nicht klar, wer wen imitieren wollte:⁸¹

„There was no simple process of „trickle down“, since the social hierarchy itself was not as simply as this, and it is uncertain as to who was emulating whom.“⁸²

Zudem erscheint der Konsum etlicher Manufakturwaren eher Gemütlichkeit und Komfort, als ein angestregtes Konkurrieren um den größten Glanz herbeizusehnen. Das zeigt etwa die Position vieler ästhetischer und symbolbeladener Güter in ihrer Position im Haushalt. Sachen wie Porzellan, neue Möbel, Kommoden, Sessel, Kochinstrumentarien oder Bilder erscheinen nicht ausschließlich in jenen Räumen, die etwa für den Empfang von Gästen zuständig sind. Sie finden eine gute Verteilung zwischen privaten Räumen wie Schlafgemächern, Küche, Arbeitsräume und den Gäste- und Speisezimmern. Diese Konsumwaren sollten das Leben als Ganzes aufwerten und es schließlich angenehmer, schöner und einfacher gestalten.

1.8 Der frühneuzeitliche Markt und vorkapitalistische Reziprozität

Eine frühneuzeitliche Konsumgeschichte bedarf einer kurzen Erörterung der Zahlungsgewohnheiten, weil der begrenzte Bargeldumlauf ein gänzlich anderes Zahlungssystem voraussetzte.

Adam Smith erkannte die anthropologische Eigenschaft zu handeln, zu tauschen und zu feilschen als Urgrund für Marktaktivität. Smith sieht das Interesse am eigenen Wohlergehen als Prinzip einer prosperierenden Wirtschaft. Er tritt damit für einen utilitaristischen Standpunkt ein, der vom Eigennutzen auf den Gemeinnutzen schließt. Dieses utilitaristische Grundprinzip wurde in den ökonomischen Wissenschaften zu einem Paradigma, das einer wissenschaftlichen und kritischen Untersuchung vorkapitalistischer Marktrelationen den Weg verstellte. Entgegen Smiths Postulat einer individualistischen anthropologischen Konstante besitzt das ökonomische Individuum eine Geschichte. Der frühneuzeitliche Markt war noch kein Konglomerat unzähliger Individuen, sondern

⁸¹ Overton Mark, Whittle Jane, Dean Darron, Hann Andrew: Production and Consumption in English Households, 1600 – 1750. S. 174 – 177.

⁸² Overton Mark, Whittle Jane, Dean Darron, Hann Andrew: Production and Consumption in English Households, 1600 – 1750. S. 174.

fußte viel stärker auf gemeinschaftliche Beziehungen wirtschaftlicher und sozialer Art. In der uns bekannten Form existierte das Individuum als unabhängige wirtschaftliche Instanz noch nicht.

Beinahe jeder Kauf oder Verkauf funktionierte über Kredit. Die Menge des im Umlauf befindlichen Bargeldes war zu jener Zeit gering. Bargeldzahlung war nur in den kleinsten Transaktionen üblich. Ein flächendeckendes Kreditnetzwerk verband die Leute. Individuelle Bonität basierte auf der persönlichen Vertrauenswürdigkeit und der eigenen sozialen Reputation in der Gemeinde. Profit und persönliche Sicherheit waren in viel stärkerem Maß vom sozialen Ruf abhängig, der sich aus den Beziehungen der Menschen untereinander ergab. Das bedeutet für das Individuum eine stärkere Selbstdefinition in Bezug auf gegenseitige soziale und wirtschaftliche Verhältnisse. Die meisten Leute nahmen und gaben zahllose unbezahlte Kredite, die entweder gemerkt oder notiert wurden. Die Kreditdauer spannte sich oft über Jahre. In regelmäßigen Abständen wurde die Differenz ausgerechnet und schließlich in Geld ausbezahlt.

Dieses Kreditwesen zeigt den hohen Stellenwert interner Relationen einer Gemeinde. Die Gesellschaft definierte sich über das gegenseitig gegebene Wort. Folge war die gegenseitige Interdependenz. Ökonomische und soziale Identität überschritten sich und waren Teil desselben. Die persönliche Akzeptanz in der Gemeinschaft hing stark von der eigenen wirtschaftlichen und sozialen Reputation und Vertrauenswürdigkeit ab. Zwar gliederte sich die Gesellschaft in verschiedene soziale, berufliche und wirtschaftliche Gruppen, doch waren diese Schichten untereinander über das Kreditsystem verbunden. Hatte jemand seine Kreditwürdigkeit und Reputation verloren, endete er oder sie im schlimmsten Fall als gesellschaftlich Geächteter und wurde somit der Armut ausgesetzt. Die Logik des Systems impliziert, dass niemand ausgeschlossen werden möchte und somit mündliche Verträge einhält. Im nationalen Handel, der regionale Märkte über Zwischenhändler zusammenschweißte, arbeiteten Kaufleute grundsätzlich mit besiegelten Krediten. Teilweise gab es auch hier formlose Kreditvergabe, wie zum Beispiel der in der Literatur beliebte Händler William Stout zeigt, als er aus Lancaster kommend in London Großeinkäufe tätigt und nur die Hälfte gleich bezahlt, während ihm die andere als Kredit angerechnet wird.

Eine wichtige Bedeutung haben im Kreditwesen Frauen. Die Schlüsse, die sich aus den Studien über Kreditwürdigkeit der Frauen ergeben sind wichtig im Zusammenhang mit der Stellung der Frau im Haushalt und somit als ökonomischer Faktor in der Industrious Revolution. Verheiratete Frauen tätigten für ihren Haushalt Einkäufe und Verkäufe auf Kredit. Sie taten das im Namen ihres Ehemannes, dem offiziellen Haushaltsvorstand. Von häuslichen Rechnungsbüchern ist bekannt, dass Ehefrauen die Versorgung des Haushalts übrig hatten. Der Großteil häuslicher Einkäufe geht auf die Entscheidung der Frauen zurück. Somit blieb ihnen auch die Verwaltung des Erbes, wenn der Ehemann verstorben war. Erbregelung ist eine hochkomplexe und schwierige Aufgabe, welche die

Vertrautheit der Ehefrauen mit den Finanzen des Haushalts hervorstreicht. Diese Verbundenheit der Frau mit der Hauswirtschaft bedeutet, dass die Reputation und Kreditwürdigkeit der Ehefrau einen großen Teil der Vertrauenswürdigkeit des Gesamthaushaltes ausmachte. Ohne gute Reputation konnte ein Haushalt weder den Konsum erhöhen, noch reicher werden.⁸³

Bleibt die Frage welche Veränderungen stattfanden, dass dieses System verschwand. Sicher scheint die Umwandlung des Systems in eine institutionalisierte Version. Scheingeld nahm zum Teil den Platz der Kredite ein, Geldleihen über Banken ermöglichten größere Liquidität und mehr Flexibilität. Eng im Zusammenhang steht die Individualisierung. Denn wirtschaftliche Unabhängigkeit vom Nächsten, bedeutet eben größere individuelle Freiheit und größere persönliche Unabhängigkeit von den anderen. Craig Muldrew sieht darin eine bedeutende Umgestaltung sozialer Beziehungen, welche als grundlegend für die Entstehung des Kapitalismus gesehen werden können.⁸⁴ In Tólotitlan del Valle, einem mexikanischen Indianerdorf in der Nähe von Oaxaca – Stadt, leben die Einwohner noch heute in Formen gegenseitiger Reziprozität. Das dörfliche Leben definiert sich über vergleichbare Relationen, wie sie Muldrew für die englischen Dörfer und Städte der Frühneuzeit ausmacht.

Dieses Thema lässt noch weitere Nachforschungen im Hinblick auf die Untersuchung vorkapitalistischer und alternativer Gesellschafts- und Wirtschaftssysteme zu.

2. Mode, Produktinnovation und Industrialisierung

2.1 Mode aus Asien

Konsumgüter besitzen in einer Gesellschaft bestimmte Bedeutungen und gelten unter gewissen Voraussetzungen als modisch. Mode ist wesentlich kulturell bestimmt und definiert die Nachfrage mit. Für die Konsumanthropologin Mary Douglas sind Luxusgüter soziale Wertgegenstände, die ihren Besitzer als Träger eines bestimmten sozialen Status in der Gesellschaft ausweisen. Das gelte sowohl für moderne wie für traditionelle Gesellschaften. Symbolisch beladener Besitz reproduziert und festigt die soziale Ordnung. Der Konsum teurer Waren demonstriert Macht. Um diese Machtdemonstration nicht zu verlieren versuchen die Eliten traditioneller Gesellschaften die Nachfrage zu regulieren.

Luxuskonsum und öffentliche Zurschaustellung von wertvollen Schmuck und Kleidern sind in hierarchischen Gesellschaften vor dem Aufkommen von Konsumgesellschaften Erkennungsmerkmale der Eliten. Sie konnten bestimmte Kleidungen oder Farben monopolisieren so wie die chinesischen

⁸³ Muldrew Craig: "A Mutual Assent on her Mind"? Women, Debt, Litigation and Contract in early modern England. S. 47 – 53.

⁸⁴ Muldrew Craig: Interpreting the Market: The ethics of Credit and Community Relations in Early Modern England. S. 163 – 183.

Kaiser die Farbe Gelb oder römische Herrscher Purpur für sich alleine beanspruchten. Die meiste Zeit veränderte sich die Mode nicht – „The general rule was changelessness“⁸⁵, schrieb Fernand Braudel.⁸⁶

Frühneuzeitliche Händler akkumulierten mit dem Handel mehr Reichtum und gerieten in Konfrontation mit lokalen Konsumregulierungen. Mit der Ausweitung des Handels im späten Mittelalter etablierte sich die prohibitive Gesetzgebung für Luxuskonsum. Als solche verbanden sie sich mit protektionistischen Wirtschaftsformen. Die Verbote setzten sich nicht leicht durch und waren schwer zu vollziehen. Letztlich war der Nachfrage nach Gütern aus Übersee kein Mittel gewachsen.

Stilsicherer Geschmack verwob sich mit der Ästhetik der Gegenstände. Norbert Elias erörterte wie Selbstbeschränkung im Verhalten Teil der höfischen Kultur wurde. Der Wechsel der Mentalität verschränkte sich mit Luxusgütern, sodass sie zum Bestandteil dieser Kultur wurden. Mode entstand im Kontext höfischer Gesellschaft und verbreitete sich mit der leichteren Verfügbarkeit überseeischer Konsumgüter auf breitere Gesellschaftsschichten aus. Sie wurde zu einem machtvollen Instrument in der Generierung der Nachfrage.

„Once this pursuit [the fashion pursuit⁸⁷] was made possible for an ever – widening proportion of the population, then its potential was released, and it became an engine for growth, a motive power for mass production [...] towards explaining the coming of the Industrial Revolution [...]“⁸⁸ – Neil McKendrick

Das Auftauchen großer Mengen importierter Baumwolltextilien aus Indien in englischen Städten verwischte zum ersten Mal die visuellen Hierarchien der Ständegesellschaft. Diese Baumwollkleider waren Teil einer ersten asiatischen Modewelle, die den Großteil der Bevölkerungssegmente jenseits des Hofes erfasste und schnell zu stark nachgefragten Manufakturwaren aus Übersee wurden. In ihrer Farbenpracht, außergewöhnlichen Fertigung, ihren unzähligen Varianten und ihrer starken Ähnlichkeit zu den sehr teuren, elitären Seidenstoffen eröffneten Kalikos einen neuen Markt. Sie waren kostengünstig und besaßen die wichtigsten Eigenschaften aristokratischer Wertvorstellungen. Kalikos waren die ersten einer ganzen Reihe modischer Konsumgüter die im Lauf der nächsten hundert Jahre eine große Bedeutung für die englische Wirtschaft erlangen sollten. Die „Fashion

⁸⁵ Fernand Braudel zitiert nach: McKendrick Neil, Brewer John, J.H: Plumb: The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth Century England. S. 35.

⁸⁶ McKendrick Neil, Brewer John, J.H: Plumb: The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth Century England. S. 34 - 37.

⁸⁷ Anmerkung des Autors

⁸⁸ McKendrick Neil, Brewer John, J.H: Plumb: The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth Century England. S.66

Goods“, wie Maxine Berg diese zum großen Teil ursprünglich aus Asien stammenden Waren nennt, spielten eine Schlüsselrolle in der von McKendrick postulierten „Consumer Revolution“. Sie waren das Ausgangsmaterial für englische Kopien, und später für eine Welle unternehmerischer Produktinnovation und einer kreativen Absorption ihrer wichtigsten Eigenschaften. Diese Konsumgegenstände integrierten sich als Sets und bezogen sich in ihrer symbolischen Bedeutung aufeinander und ergänzten einander gegenseitig, um ein gemeinsames Ambiente zu schaffen.

Grundsätzlich handelte es sich um Gebrauchsgegenstände. Sie schufen über ihre Kunstfertigkeit eine luxuriös aufgeladene Atmosphäre im Haushalt. Das Zusammenspiel bunter, asiatischer Kleidung, Glas, Porzellan- oder Keramikarbeiten, Teeutensilien, Spiegel, Vorhänge, Schmuck und neue Möbel wie Kommoden und Schränke wirkte auf den ersten Blick als Adaption aristokratischer Lebensart, bestimmte aber wesentlich das Selbstverständnis der Mittelklasse. Die große Verfügbarkeit dieser Produkte reflektierte den Aufschwung der mittleren Schichten und repräsentiert die wachsende Individualisierung und Selbstrepräsentation dieser Klasse. Im Umfeld der wohlhabender werdenden Mittelschicht kennzeichnet der Geschmack, Besitz, Wohlstand und vornehmes Verhalten gesellschaftliche Zugehörigkeit, die nebenbei direkt mit der Kreditwürdigkeit in Zusammenhang stand.

Für den merkantilistischen Staat ergab sich die Möglichkeit Kapital aus dem Handel mit Asien zu schlagen. Er erließ oft hohe Steuern, Zölle und Verbrauchsteuern auf ausländische Güter zur Stärkung der eigenen Industrie. Hoch besteuerte Waren fanden manchmal als Schmuggelware zu den Konsumenten. Für die Regierung war die hohe Besteuerung ausländischer Luxusgüter gerechtfertigt, weil sie damit argumentierte Lebensnotwendiges nicht zu besteuern.⁸⁹

In modernen Konsumgesellschaften reguliert Mode die Nachfrage noch viel stärker, als dies für frühneuzeitliche Gesellschaften der Fall war. Die Modeaffinität des frühmodernen Englands ist in ihrer institutionellen und gesellschaftlichen Quantität und Qualität nicht mit den komplexen Modesystemen der Moderne zu vergleichen. Trotzdem kommt dem allgemeinen Wunsch der englischen Mittelschicht nach Modeartikeln eine signifikante Rolle in Bezug auf das wirtschaftliche Wachstum der frühen Neuzeit zu.

Der Konsum von Luxusgütern aus dem fernen Asien war in der frühen Neuzeit nichts Neues. Schon die Römer handelten über die Seidenstraße und importierten Pfeffer, Zimt, Gewürznelken und Muskat. Der Handel kam zwar nach dem Zusammenbruch der Antike kurzzeitig zu erliegen, blühte aber durch die wirtschaftliche Expansion der italienischen Stadtstaaten im Mittelalter wieder auf.

⁸⁹ Berg Maxine: *Luxury, the Luxury Trades, and the Roots of Industrial Growth: A Global Perspective*. S. 175 – 179, 185 – 187.

Insgesamt blieben die importierten Mengen asiatischer Waren quantitativ vergleichbar. Im 17. und 18.Jh. änderte sich das dramatisch. Die Nachfrage nach exotischen Gütern aus Asien wuchs. Die Mittelschicht assoziierte Glamour, Reichtum, Status und ein komfortables Leben mit den exotischen Kleidern, Genussmitteln und Manufakturwaren aus Ostasien.⁹⁰

Im späten 17.Jh. tauchen von den Küsten Asiens über die Importe der Ostindien Kompanien neue Stoffe und Manufakturwaren in Europa auf. Leichte Baumwollstoffe, Kalikos, Musselin, Porzellan und Lacke gewannen im Laufe des 18.Jh. schnell große Popularität. Die East India Company importierte diese Güter in großen Mengen und verkaufte sie als hochqualitative Konsumwaren an die Mittelschicht. Dieser Handel nahm noch nie dagewesene Dimensionen an und veränderte die materielle Kultur Europas nachhaltig. Neue Farben, Formen, Textilien, Manufakturwaren, Genuss- und Nahrungsmittel traten in das europäische Bewusstsein. Der Geschmack veränderte sich. Europäische Konsumenten ließen sich von der asiatischen Exotik und Kunstfertigkeit verzaubern. Die „Chinoiserie“ entwickelte sich als neue Kunstform in der Produktion als Antwort auf importiertes Porzellan, Chintz und japanische Lackarbeiten.

Maxine Berg verwendet für die neu importierten Güter und für ihre späteren englischen Repliken den Ausdruck „Semi – Luxuries“. Der Begriff impliziert, dass diese Waren aus Asien sehr wohl eine Aura von Erhabenheit schufen. Doch war der Verkauf dieser nicht mehr auf die aristokratische Elite ausgerichtet, sondern mit Absicht für die breite Masse konzipiert. Ihre Käuferschicht reichte von den Eliten bis zur urbanen Mittelschicht. Die große Mehrzahl der Engländer trank im 18.Jh. Tee und kleidete sich in leichte indische Baumwollkleider, die seit Beginn des Jahrhunderts in großen Mengen importiert wurden. Diese Kommerzialisierung importierter Güter hatte soziale und wirtschaftliche Folgen. Die Gesellschaft individualisierte sich und die sichtbaren Grenzen zwischen den gesellschaftlichen Schichten begannen zu verblassen. Der englische Staat führte Kleiderordnungen ein und erließ Gesetze zur Kontrolle des Luxuskonsums. Diese Verordnungen und Gesetze sollten die soziale Stabilität und Hierarchie erhalten. Ihre Wirkung war letztlich bescheiden. Im Endeffekt entfachten die neuen Waren neue Individualität und unterschiedliche Lebensformen in breiten Teilen der Gesellschaft.

Die importierten Waren unterschieden sich in einer Vielzahl von Varianten, Farben und Formen. Außerdem waren sie zu verschiedenen Preisen zu haben. Die asiatischen Produzenten verfügten über eine schier erstaunliche Kapazität um die ungeheure Nachfrage der europäischen Käuferschicht zu befriedigen. Die Güter funktionierten als Transmitter von Technologie, neuartigen Designs und neumodischer Ästhetik. Sie wurden zunächst als Arbeiten einzelner Handwerker betrachtet, doch

⁹⁰ Wills John E. Jr.: European Consumption and Asian Production in the Seventeenth and Eighteenth Centuries. S.

stellte sich bald heraus, dass Porzellan und indische Textilien von Spezialisten in Arbeitsteilung erarbeitet wurden. Dieses Wissen um effiziente Produktionsprozesse für Großmärkte stimulierte letzten Endes die ökonomische Transformation in England durch Arbeitsteilung, Mechanisierung und Arbeitsorganisation in Fabriken.⁹¹ Bei den Kaufleuten erregten diese unzählbaren Typen und Varianten diverser Güter früh ihr Interesse. Sie konnten sich nicht erklären, wie diese kunstfertigen Artikel in derartig rauen Mengen produziert werden konnten. Eine solche Vielfalt an verschiedenen Qualitäten und Stile individueller Manufakturwaren war in Europa bis dahin unbekannt. Die Massenproduktion von Textilien und Manufakturwaren stellte die Europäer vor ein Rätsel. Sie beherrschten weder die kunstfertige Produktion der farbenfrohen und leichten Kalikos, noch waren sie in der Lage Porzellanwaren gleicher Qualität herzustellen. Paradoxerweise entwickelten zuerst asiatische Produzenten jene Methoden der arbeitsteiligen Massenproduktion, die am Ende des 18. Jh. die industrielle Revolution in England mitdefinieren sollten. Ein imposantes Beispiel für vorindustrielle Großproduktion ist die Porzellanstadt Jingdezhen. Sie diente allein der Herstellung von Porzellan und war eine Industriestadt, die in der frühen Neuzeit ihres gleichen suchte. 70 000 Arbeiter waren mit der Produktion beschäftigt und um die 1000 Brennöfen⁹² mit unterschiedlichsten Hitzeleistung mit teils bis zu 600 Grad Celsius waren im Betrieb. So konnten innerhalb weniger Tage mehr als 50 000 Stücke unterschiedlichster Form und Qualität fertiggestellt werden. Diese Fabriken nahmen die moderne Fließbandarbeit vorweg. Zu Beginn des 18. Jh. war sogar noch die schlechteste Qualität aus asiatischer Produktion qualitativer als das bestproduzierte Porzellan Europas. China verwehrte den Zugang zu Jingdezhen. Die Hong Kaufleute kontrollierten den Handel und waren die Zwischenleute. Normalerweise bekamen die europäischen Händler nur die prachtvollen Ergebnisse zu sehen. Ausgenommen waren einige vorgelagerte Inseln vor Kanton, auf denen sich Färbereien für fertige Porzellanstücke befanden. Dort beobachteten die Europäer die komplexe Arbeitsteilung. Jeder Maler war für ein bestimmtes Motiv, also Blumen, Berge, Tiere, Flüsse, Vögel zuständig. Keines dieser Stücke war also eine persönliche Kreation.⁹³

Englische Handwerker untersuchten mit Bewunderung die Güter und prüften sie auf Verwendung von Materialien, Produktion und Design. Sie schufen eigene Konsumwaren. Die frühen Exemplare waren richtige Imitate. Im Lauf der Zeit lernten die Handwerker hinzu und erfanden selbstständig neue Varianten und Formen. Maxine Berg argumentiert, dass die Importwaren eine Produktinnovation in England auslösten. Dieser Kreativitätsaufschwung, der von Anfang an

⁹¹ Berg Maxine: *Luxury, the Luxury trades, and the Roots of Industrial Growth: A Global Perspective*. S. 182 - 183.

⁹² Dragon Kilns

⁹³ Berg Maxine: *In Pursuit of Luxury: Global History and British Consumer Goods in the Eighteenth – Century Britain*. S. 116 – 118.

Berg Maxine: *Luxury and Pleasure in Eighteenth – Century Britain*. S. 61, 65 – 66.

wesentlich von den asiatischen Handelswaren inspiriert war, leitete langfristig die Industrialisierung ein.⁹⁴ Die Darstellung der Industrialisierungsperiode fokussierte ihr Interesse zu sehr auf die Prozess – Innovation, also auf technologische und arbeitstechnische Änderungen. Dabei sei die Produktinnovation ebenso bedeutend, weil sich damit die Nachfrage verknüpfen lässt und somit den Konsummarkt in die Diskussion bringt. Nachfrage steht zusammen mit dem aktiven Konsumenten, der an der Kreation von Geschmack und Ästhetik teilnimmt und Konsumwaren in bestimmter Auswahl und Zusammenstellung Symbolik und Bedeutung verleiht.⁹⁵

Mit der Konzentration ihres Angebots auf die mittleren Schichten mussten Produzenten einen großen Markt versorgen. Die englische Konsumgesellschaft verlangte Waren, die Mode, Modernität, Stil und Individualität vermittelten. Die Nachfrage bezog sich oftmals auf häusliche Gebrauchsgüter wie Teeutensilien, neues Besteck asiatisch angehauchte Möbel und dekorative Gegenstände im exotischen Stil. Die asiatischen Produzenten bewiesen, dass sie fähig waren diesen Markt zu befriedigen, indem sie trotz Massenproduktion ein ungeahnt diverses Sortiment, das sehr genau den Geschmack der europäischen Mittelschicht nach Individualität treffen sollte, herstellten. Diese Leistung imponierte englischen Künstlern und Kaufleuten, sodass sie versuchten eine ähnliche Flexibilität in der Güterproduktion zu erreichen. Die Importe hatten die Nachfrage nach diesen Annehmlichkeiten gestärkt, sodass englische Produzenten mit ihren Imitaten den gleichen Markt beliefern konnten.

Die Bemühungen eigene Produkte zu erfinden sind im Kontext des merkantilistisch wirtschaftenden Staates zu sehen. Der Staat verlangte hohe Zölle und Tarife. Zu Beginn des 18.Jh. blockierte das englische Parlament die Einfuhr indischer Kalikos und erließ hohe Steuern auf japanische Lackarbeiten und chinesisches Porzellan. Der Staat verfolgte damit eine Strategie der Förderung der heimischen Manufakturindustrie, während die Nachfrage der Bevölkerung weiterbestand. 1754 folgte die Gründung der Society of Arts, ein offizielles staatliches Projekt, um Konsumgüter aus Asien durch die Erfindung eigener Gebrauchswaren zu kompensieren. Ihr offizieller Auftrag lautete landesinterne Ressourcen für Produktion und Erfindung zu verwenden.⁹⁶ Außerdem sollte ein Gegengewicht zur Verbreitung französischer Mode und französischer Konsumgüterimporte geschaffen werden. England war geradezu besessen vom wirtschaftlichen Wettkampf mit Frankreich. Frankreich war zu diesem Zeitpunkt den Engländern in der Manufakturindustrie überlegen. In die Mitte des 18.Jh, als der Lauf um die Entwicklung von Luxusgütern zwischen England und Frankreich

⁹⁴ Berg Maxine: In Pursuit of Luxury: Global History and British Consumer Goods in the Eighteenth – Century Britain. S. 141.

⁹⁵ Berg Maxine: From Imitation to Invention: Creating Commodities in Eighteenth – Century Britain. S. 1 -5.

⁹⁶ Berg Maxine: In Pursuit of Luxury: Global History and British Consumer Goods in the Eighteenth – Century Britain. S. 132.

am heftigsten war, fällt die innovativste Periode der englischen Manufakturindustrie.⁹⁷ Der englische Staat legte im Kontext einer reicher werdenden Gesellschaft Wert auf die Herstellung englischer Produkte. England wollte sich eine kommerzielle Identität schaffen, die über die eigenen Landesgrenzen hinaus als Markenzeichen erkennbar sein sollte. Außerdem stand im Hintergrund eine bewusste Förderung der Wirtschaft. Die neu entwickelte Bandbreite von Gütern sollte Manufakturunternehmer animieren, damit auch die Beschäftigungsrate unter den armen Teilen der Bevölkerung größer werde. Die Society of Arts stand in Zusammenarbeit mit Künstlern und Erfindern. Sie schrieb Preise und Auszeichnungen für die besten Designs von Textilien bis zu Manufakturwaren aus. Um ökonomische Unabhängigkeit zu garantieren, sollten nur die im eigenen Land oder in den amerikanischen Kolonien vorhandenen Ressourcen und Materialien verwendet werden. Diese spezielle Kombination der feinen Künste mit mechanischen Produktionsweisen sollte den kommerziellen Raum erobern.

Eine der hervorragendsten Leistungen dieser Institution war die Herstellung eigener Glasuren und Lacke. Bis dahin importierte England französische Aufstriche, die nach ihrem Erfinder betitelten „Vernis Martin“, welche ebenfalls Imitationsarbeiten nach orientalischen Vorbildern waren. Die Society of Arts entwarf mit dem Projekt die Schaffung einer gänzlich neuen Industrie, die neue Lacke und Glasuren herstellte, welche bei der Produktion etlicher Konsumwaren verwendet werden konnten. Eine andere Erfolgsgeschichte ist die Herstellung von Teppichen, die in Anlehnung an östliche Originale gefertigt wurden, welche „Turkey Carpets“ genannt wurden, tatsächlich aber nicht nur aus der Türkei, Indien oder überhaupt aus dem Orient kamen, sondern auch von Frankreich.⁹⁸

Die Society of Arts machte das zum staatlichen Projekt, was andere Unternehmer schon in Eigeninitiative taten, nämlich über einen Prozess der Imitation ausländischer und überseeischer Güter den Erfindungsgeist zu aktivieren und letztlich originäre Produkte zu erschaffen.⁹⁹

2.2 Frühneuzeitlicher Konsum aus der Genderperspektive

In einer Studie beschäftigt sich Maxine Berg mit dem Konsumverhalten von Frauen und Männern und ob die Analyse frühneuzeitlicher Nachfrage nach diesen neuen Luxusgütern eine Genderperspektive zulässt. Über die Untersuchen von Testamenten kommt sie zu verblüffenden Ergebnissen, die eine Menge Einblick in die Vorstellungswelt dieser Konsumenten gewährt und ihre Motivation zu konsumieren klarer darstellen lässt. Ihre Zielgruppe sind Frauen aus der städtischen Mittelschicht, genauer aus den beiden Hauptindustriezentren Englands: Birmingham und Sheffield. Beide Industriestädte beheimateten eine Vielzahl der angesprochenen Konsumgüterindustrien, also

⁹⁷ Styles John: Manufacturing, Consumption and Design in Eighteenth Century England. S. 547 – 548.

⁹⁸ Berg Maxine: From Imitation to Invention: Creating Commodities in Eighteenth – Century Britain. S. 17 – 21.

⁹⁹ Berg Maxine: New Commodities, Luxuries and their Consumers in Eighteenth – Century England.

Accessoires, Tischgeschirr, Besteck, Silberwaren, Möbel und andere Semi – Luxusgüter. Beide Städte versorgten nicht nur die Nachfrage der englischen Mittelschicht, sondern auch die Nachfrage in den amerikanischen Kolonien mit Exporten. Testamente sind andere Quellen als die bereits behandelten Inventare. Sie sind selektiv und nennen nur die zu vererbenden Objekte. Oft sind sie mit detailreichen Beschreibungen versehen. Es handelt sich dabei um literarische Quellen mit subjektiver Dimension. Sie geben sowohl Einblick in die Qualität der Güter, wie auch in Beziehungen zwischen Familienangehörigen und Freunden. Für das 18.Jh. sind sie die Hauptquelle für die materielle Kultur Englands, insbesondere ab der zweiten Hälfte, als die Inventare verschwinden.¹⁰⁰

In allgemeiner Hinsicht vererbten Frauen mehr Geld, Kleidung, Silber, Schmuck, Geschirr und Porzellan, während Männer eher Werkzeuge und andere Gebrauchsgegenstände weitervererbten. Ob Männer wie Frauen etwa gleichviel Keramikobjekte besaßen steht in Frage, zumal Frauen bedeutend öfter Teeutensilien und dergleichen vererben. Die Beschreibungen der Konsumgüter fallen bei Frauen viel detaillierter und liebevoller aus, während sich die Testamente von Männern durch Sachlichkeit auszeichnen. Teeutensilien, Kleidungen und Tuche werden als Teil der eigenen Identität und Persönlichkeit wahrgenommen, als expressiver Teil des Selbst. Auch modischer Stil spielte eine große Rolle, allerdings lässt sich Mode hier nicht als jährlich wechselnd feststellen, wie etwa McKendrick das behauptet. Ältere und ganz neumodische Gegenstände wechseln quer durch die Bank. Es ging eher darum in regelmäßigen Abständen das Aussehen der eigenen Kleidung zu variieren und auf den neuesten Stand zu bringen, etwa durch bestimmte Kleidungs-Accessoires, die eine regelmäßige Alterierung ermöglichten. Kleidung ging in Testamenten weiter an Familienangehörige und Freund und zeigt sich dort als sehr persönliche Gegenstände, die einen hohen symbolischen Wert wie auch mit vielen Erinnerungen verbunden sind. Diese Konsumgüter stellen sich gerne als Familien- und Erinnerungsstücke dar, die eine symbolische Identität für den ganzen Haushalt repräsentieren. Weitervererbt wurden auch ganz übliche Gegenstände wie Betten, Koch- und Brauinstrumentarien wie Zinngeschirr und einfache Möbel. Diese wurden aber nicht mit solcher Detailgenauigkeit dokumentiert, sondern oft in Bündel zusammengefasst, wie „utensils“ oder „household goods“. Das alles spricht zum Beispiel gegen die sehr grobe „Emulation Theory“, dafür aber für die Industrious Revolution. Jan de Vries nahm in seinem Modell unter anderem eine Idee von Elizabeth Gilboy auf, die davon ausgeht, dass frühneuzeitliche Menschen für neue Güter bereit sind härter und länger zu arbeiten, um die Konsumwaren letztlich mit Bedeutungen und Symbolen auszugestalten.¹⁰¹

¹⁰⁰ Berg Maxine: Women's Consumption and the Industrial Classes of Eighteenth-Century England. In: Journal of Social History, 30, 2, 1996, 415 – 418.

¹⁰¹ Berg Maxine: Women's Consumption and the Industrial Classes of Eighteenth-Century England. In: Journal of Social History, 30, 2, 1996, 418 – 429.

Maxine Berg zieht einen interessanten Schluss aus ihren Ergebnissen, der durch seine Einbringung der kulturellen Sphäre in die Wirtschaftsgeschichte noch einiger Studien bedarf:

„It was not the demand for more of the same household goods that fuelled the „industrious revolution“, but the desire, most geographically expressed by women, for special items of personal or household adornment in distinctive materials and styles which would give them individuality.“¹⁰²

Frauen legten offensichtlich viel mehr emotionalen Wert auf Konsumgegenstände. Die Autorin glaubt, dass darin ein hauptsächlicher Grund für die Ausweitung der Konsumindustrie liegt. Hier befindet sich die Schnittstelle zwischen der Industrious Revolution und der innovativen Konsumgüterproduktion. Amanda Vickery unterstreicht gleichfalls die besondere Bedeutung der Frau im englischen Haushalt und in der Haushaltsökonomie, was ebenfalls Jan de Vries Modell stützt. Sie lehnt die krude „Emulation Theory“ grundsätzlich ab. Allenfalls lässt sie die Aneignung aristokratischer Kultur gelten, nicht aber eine völlige Abhängigkeit willenloser Konsumenten. Sie argumentiert ein anthropologisches Modell, in dem Konsum als symbolische Handlung einen positiven Beitrag zur Schaffung von Kultur hat.

Vickery untersucht die persönliche Beziehung der Hausfrau Elisabeth Shackleton, einer Dame aus der oberen Mittelschicht, zu ihrem Besitz und ihre häusliche Position an Hand der Auswertung ihrer zahlreichen, selbst verfassten Tagebücher. Die Verwaltung des häuslichen und täglichen Einkaufs oblag der Frau, sowohl in Lebensnotwendigkeiten wie auch in der vielleicht gehobenen Ausstattung des Haushalts. Bei größeren Anschaffungen hatte der Ehemann das letzte Wort. Männer waren letztlich nicht vom Konsum ausgenommen, sie konsumierten nur anders. Frauen gingen in der täglichen Routine einkaufen und hatten den Überblick über die häusliche Wirtschaft, während der Einkauf der Männer eher gelegentlich, aber dann impulsiv und teuer ausfiel.

„In an age when a woman’s „duty“ increasingly involved her management of household resources, female patterns of consumption became a statement about a women’s identity.“¹⁰³ – Beth Kowaleski Wallace

Elizabeth Shackleton Tagebücher offenbaren wie sie die materiellen Dinge in eine Reihe sozialer Rituale einband und somit als Frau einen wichtige Position in der Präsentation des Hauses nach Außen innehatte. Sie differenzierte zwischen „best“ und „common goods“, womit sie nicht die Qualität bezeichnete, sondern ob die Objekte für gesellschaftliche oder feierliche Anlässe zu verwenden waren. Statt einer Nachahmung anderer oder höherer Schichten zeigen ihre Texte eine

¹⁰² Berg Maxine: Women’s Consumption and the Industrial Classes of Eighteenth-Century England. In: Journal of Social History, 30, 2, 1996, S. 429.

¹⁰³ Kowaleski – Wallace Beth: Women, China, and Consumer Culture in Eighteenth – Century England. S. 165.

absichtliche Differenzierung von den Konsumgewohnheiten anderer Familien. Sie ist sehr damit beschäftigt ihren eigenen Stil zu entwickeln und den Gütern eine eigenständige Bedeutung zu verleihen. Außerdem mischen sich traditionelle Gegenstände mit modischen Neuheiten, sodass ein sehr differenziertes Bild entsteht. Schließlich bestätigt sich bei Vickery eine ähnliche Folgerung wie bei Berg, wenn sie damit schließt, dass die bisherigen analysierten Quellen eine stärkere Beschäftigung mit Konsumgütern, Haushaltsgegenständen, Aussehen und persönlicher Inszenierung eher bei Frauen vorgefunden wird, während die Männer eher in der Welt der Werkzeuge und des Landbesitzes zu Hause waren. Frauen erbten keine Landgüter, sondern nur bewegliche Konsumwaren. Ihre Welt war der Haushalt, die Hauswirtschaft und dessen Konsum und damit Schaffung persönlicher Bedeutung.¹⁰⁴

2.3. Globaler Transfer und Produktinnovation im langen 18. Jahrhundert

Durch die Blockierung des Zugangs der Chinesen zu den Porzellanindustrien fand kein Technologietransfer statt. Trotzdem wurde durch die intensive Beschäftigung mit den Waren und ihren Ausführungen neue Erkenntnisse in der Produktion erlangt. Somit fand trotzdem ein Wissenstransfer in Bezug auf Ästhetik und Produktion statt. Zunächst imitierten Handwerker Porzellan und mit den ersten mehr oder weniger gelungenen Exemplaren teils aus verschiedenen Materialien entwickelte sich diese Form der Produktion immer weiter aus. Mit der Zeit ging es dann nicht mehr darum echtes Porzellan herzustellen, sondern mit den lokal verfügbaren Materialien ähnliche ästhetische Wirkung zu erzielen. Die Imitationsarbeiten verselbstständigten sich und weiteten den Kundenkreis aus. Es entwickelte sich eine wichtige Periode der Produkt Innovation.

Neuentwicklungen basierten auf einer langen Reihe von Imitationsarbeiten nach asiatischen Vorbildern. Nach wenigen Jahrzehnten hatte sich eine unabhängigere Konsumwarenindustrie entwickelt, die kalkuliert Modeströmungen und Lebensgefühl der englischen Mittelschicht abschätzte. Design und Stil der heimisch produzierten Konsumgüter blieben trotz eigenständiger Produktentwicklung absichtlich am Stil asiatischer Güter angelehnt. Josiah Wedgwoods berühmte „blue jasper ware“ war ein selbstständig kreierte Produkt in Kunsthandwerk, Zusammensetzung und Produktionsprozessen. Sie ersetzte grundsätzlich den Import von echtem blauem oder weißem Porzellan. Trotzdem waren sie auf ganz andere Weise produziert worden als chinesisches Porzellan. Japanische Lackarbeiten fanden ebenso ihre Substitute in den „japaned“ Metallarbeiten. Die Strategie dahinter war die Herstellung von Substituten kunsthandwerklich gearbeiteter Gegenstände mit billigen Materialien, sodass die Objekte nur äußerlich den echten Luxusgütern ähnlich oder gleich sahen. Diese Imitationen waren finanziell zugänglich für viele Bevölkerungsteile. Die berühmte

¹⁰⁴ Vickery Amanda: Women and the world of goods: a Lancashire consumer and her possessions, 1751 – 81. S. 274 – 294.

Staffordshire Creamware bestand nicht aus echtem Porzellan, sah aber genauso aus und war finanziell erschwinglich. Das gleiche Prinzip kam bei der Produktion heimischer Baumwollfertigung zur Geltung. Mit dem Import asiatischer Baumwollstoffe, begann die englische Manufakturindustrie selbstständig gleichwertige Textilien zu produzieren.¹⁰⁵ Die jeweiligen Technologien zur Herstellung dieser Produkte entwickelten sich im Zuge ihrer Perfektionierung parallel zur Verbesserung der Konsumprodukte und markierten einen wichtigen Schritt in der Industrialisierung.

Trotz der Größe der vorindustriellen Konsumindustrie bleibt genau zu bestimmen um welche Form der Produktion es sich schließlich handelte. McKendrick verwendet in seinem Pionierwerk häufig die Begriffe „mass consumption“, „mass produced“ und „mass consumer products“. Überhaupt neigt er zu unreflektierten Übertreibungen. John Styles ist der Ansicht, dass diese Ausdrücke die vorherrschenden Produktionsformen des vorindustriellen England nicht definieren können. Die Verwendung dieser Etiketten verschließt den Zugang zu einer aussagekräftigen Periodisierung der Geschichte der Konsumindustrie. Der Autor verwendete diese starken Prädikate vermutlich um auf die Besonderheit dieser Phänomene hinzuweisen. Die Begriffe veranschaulichen, dass Konsum und Nachfrage von Manufakturwaren mit der Verwendung ausgeklügelter Marketingstrategien und unter dem Einfluss der Mode in noch nicht da gewesener Weise angestiegen war. „Mass Consumption“ meint in diesem Zusammenhang einen für frühneuzeitliche Verhältnisse sehr hohen pro Kopf Konsum einer Mehrzahl der Bevölkerung. Laut John Styles handelt es sich dabei im Gegensatz zur modernen Konsumwelt um den Embryonalstatus einer Konsumgesellschaft. Ich möchte hier hinzufügen, dass auch Carole Shammas in ihrer bereits besprochenen Studie den Begriff „mass consumption“ verwendet. Allerdings definiert sie den Begriff und spricht von Massenkonsum wenn etwa 25% eines Samples im Besitz eines bestimmten Konsumgutes sind. Sie argumentiert mit dem Verweis darauf, dass ein solcher Durchschnitt auch für moderne Konsumgesellschaften üblich sei und daher einen Vergleich mit modernem Konsum möglich mache.

Die Ausdrücke „mass consumption“ und „mass production“ stammen aus dem Kontext des frühen 20. Jh. und stehen in Verbindung mit Henry Fords Automobilindustrie. In diesem Rahmen bedeutet „mass production“ Produktion in riesiger Quantität mit begrenzter Variation. Sie bezeichnet die Verwendung äußerst komplexer mechanischer Werkzeuge zur Produktion standardisierter und austauschbarer Komponenten. Die Variationen in der Produktpalette sind relativ beschränkt. Massenproduktion benennt eine andere Form der Produktion als jene der frühen industriellen Revolution. Sie bezeichnet die Arbeit mit speziellen Maschinen in Großfabriken zur Produktion von

¹⁰⁵ Berg Maxine: *Luxury, the Luxury trades, and the Roots of Industrial Growth: A Global Perspective*. S. 188 – 189.

enormen Stückzahlen zu immer geringeren Preisen. Die Produktion der Konsumgüterindustrie des 18. Jh. unterscheidet sich von dieser Form der Massenproduktion in ihrer Flexibilität. Englische Konsumgüter, seien es Stoffe, Keramik oder Metallaccessoires wurden zwar in großen Zahlen, trotzdem aber als individuelle Objekte hergestellt. Händler und Unternehmer beobachteten Handel, Absatz und Modeerscheinungen und stimmten ihre Produkte auf die bestehende Nachfrage ab. Dabei beobachteten Modeschöpfer die Entwicklung der Produkte aus der gleichen Sparte meistens genau und ließen Rezepte und neue Konzepte ausspionieren. Unternehmer und Produzenten arbeiteten mit städtischen Großhändlern und Modeagenten zusammen, die lokale Vorlieben registrierten und dann an die Produzenten weitergaben. Das lag teilweise an der oft geographisch weit entfernten Position der Hersteller vom Endverbraucher. Stehlen von geistigem Eigentum, also Designneuerungen und neuer Entwürfe war gang und gäbe. Die Großzahl der Manufakturen lebte vom Kopieren und Adaptieren bereits bestehender Designs. Das ging durchaus systematisch vor sich. Die Lancashire Baumwolldruckerei kopierte in den 1780er Jahren die sehr teuren Textildesigns der Londoner Luxusindustrie, um sie dann zu viel günstigeren Preisen an finanzschwächere Schichten zu verkaufen.

Für die in großen Zahlen produzierten Konsumgüter gab es innerhalb einer Produktlinie spezielle Produktionsvorgaben. Diese wechselten allerdings in regelmäßigen Abständen entsprechend der Anforderungen von Mode und Markt. Das interessante an den Objekten ist die Schnittmenge zwischen der individuellen Arbeit und der verlangten Spezifizierung. Einige Elemente in der vorindustriellen Industrie nehmen manche Charakteristika der Massenproduktion vorweg. Etwa die beabsichtigte Senkung der Preise mit Verwendung mechanischer Werkzeuge, zum Beispiel dem Transfer-Druck in der Keramikindustrie, dem Kupferplattendruck in der Textilindustrie oder der Stempelung von Verzierungen für Metallarbeiten. Diese gestalteten die Produktion arbeitsteilig. So gab es nun zum Beispiel eigene Leute für die Kreation des Designs und andere für die Darstellung der Muster. Der einzelne Handwerker produzierte keine Individualstücke mehr, sondern sie waren die Arbeit vieler, die in Arbeitsteilung verschiedene Fertigungsbereiche zugewiesen bekamen.

Samuel Hill of Soyland galt als einer der größten englischen Produzenten im Textilgewerbe des 18. Jahrhunderts. Ungefähr 1500 Arbeiter und Arbeiterinnen stellten im Jahr an die 20 000 Stücke her. Die meisten von ihnen arbeiteten in Heimarbeit innerhalb eines Verlagssystems, das lange Zeit im Textilbereich weiterbestehen blieb. Oder Matthew Boulton, der an die 1000 Arbeiter pro Einheit in seinen „Soho Works“ – Produktionsbetrieben im Umland von Birmingham anstellte. Sie produzierten Kleiderknöpfe, Schmuckstücke und Imitationen japanischer Güter. Die Zielvorgaben für die Produzenten änderten sich angesichts der schnell wechselnden Mode rasch und mussten immer wieder angepasst werden. Durchschnittlichere Unternehmen stellten um die 200 Menschen an und

produzierten je nach Bereich um die 800 bis 1000 Stücke im Jahr, entweder in Heimarbeit oder in Manufakturen.

Es gab noch keine standardisierten Einzelteile. Die verwendeten Werkzeuge und Maschinen konnten für viele Arbeitsbereiche Verwendung finden und waren nicht auf einzelne Produktlinien oder Prozesse spezialisiert. Spinnräder und Webstühle konnten eine ganze Bandbreite von Typen und Varianten erstellen. In der Uhrenproduktion zeichneten sich selbst spezialisierte Arbeiter, die einen Teil der Mechanik übrig hatten, durch Flexibilität hinsichtlich Größen und sonstiger Standards aus. Arbeitsschritte und Spezialisierungen gab es schon in ausreichendem Maß, aber die Werkzeuge selbst konnten zur Herstellung verschiedener Teile und Spezialisierungen verwendet werden. Die frühe Konsumindustrie lebte geradezu von der Flexibilität der Herstellung. Änderungen im Design waren die Grundlage für das Geschäft. Trotzdem handelte es sich bei den Designadaptionen oft um einfache Veränderungen, andere Farben, Muster oder etwas anderes Design. Bei der Gestaltung der Waren zählte trotz allgemeiner Vorgaben bezüglich der Arbeitsteilung und der zunehmend maschinellen Fertigung, das Kunsthandwerk des/der Einzelnen welches oft eine charakteristische Note gab.¹⁰⁶

Der Erfolg der britischen Manufakturwaren ist auf eine gelungene Mischung von Qualität und Preis zurückzuführen. Für weiter erhöhten Output sorgte ab der Mitte des 18.Jh. die Nachfrage der amerikanischen Kolonien. Trotz dieser signifikanten Veränderungen, darf nicht vergessen werden, dass nach wie vor der Großteil der Ausgaben der Mittelschicht auf Nahrungsmittel fiel, sekundär auf Kleidung. Erst dann folgte die ganze Reihe neuer Manufaktur- und Gebrauchsgüter. Die durchschnittliche häusliche Einrichtung in den frühen Jahren des 18.Jh. kann trotz nennenswerter Veränderungen noch immer als sparsam bezeichnet werden, wie Lorna Weatherill bemerkte. Dasselbe trifft laut John Styles trotz einer allmählich reicher werdenden materiellen Kultur auch noch für die letzten Jahre des Jahrhunderts zu. In rein numerischen Sinn kann die Nachfrage im Laufe des 18.Jh. als Massenmarkt benannt werden, zieht man in Betracht dass zum ersten Mal in der Geschichte eine wirklich bedeutende Zahl gewöhnlicher Menschen Modeartikel kaufte, deren Wirkung vor allem in der Ästhetik begründet lag.

Das hing direkt mit der gezielten Ausrichtung des Angebots auf die Massen zusammen, erreichten doch nun gedruckte Werbungen in Zeitungen und Zeitschriften alle Schichten. Ihre Zahl ging während des 18.Jh. in die Millionen. Bilder wurden nur zeitweise eingesetzt, die Texte waren nüchtern gehalten und machten auf ein Angebot verschiedener Güter im Hinblick auf niedrige Preise, Varietät, Qualität und modische Neuigkeiten aufmerksam. Weniger zentral war die Umwerbung bestimmter

¹⁰⁶ Styles John: Manufacturing, Consumption and Design in Eighteenth Century England. S. 528 – 535, 543 – 545, 547.

Markengüter, als der Hinweis auf einen bestimmten Händler oder ein bestimmtes Geschäft. Die Läden waren unabhängig voneinander und meistens im Besitz von Kleinhändlern. Filialen und Geschäftsketten kamen erst im 19.Jh. auf.

Als die Pioniere moderner Marketing Strategien können Josiah Wedgwood und Matthew Boulton bezeichnet werden.¹⁰⁷ Boulton ist eher für die Entwicklung der Dampfmaschine bekannt, während seine Rolle in fortschrittlichen Marketingstrategien bezüglich seiner Produktion von Accessoires oft übersehen wird. Wedgwood und Boulton arbeiteten mit einem ähnlichen System. Keramikwaren definierten sich als Marken- und Modeartikel im modernen Sinn des Wortes. Sie versuchten den aktuellen Modeströmungen bezüglich neuer Designs immer um einen Schritt voraus zu sein, diese entsprechend zu lenken und die Nachfrage explizit mitzugestalten. Dazu inszenierten sie die gedankliche Assoziation ihrer günstig erwerblichen Marketingartikel zu den teuren Luxusgütern der reichen Elite. Sie überzeugten zuerst die aristokratische Schicht von neuen Innovationen, suchten ihre Protektion und verkauften sie erst an den Adel, um sie erst in zweiter Linie für den größeren Markt zugänglich zu machen. Sie rechneten also direkt mit dem Nachahmungseffekt und der Verbreitung der Modegewohnheiten von oben nach unten.¹⁰⁸ McKendrick verwendet das Gelingen dieser Strategie als Argument für seine These, dass sich Mode über die Nachahmung des Adels im Volk verbreitet habe. Wedgwood und Boulton waren Großunternehmer der Sonderklasse und sind als Vorzeigebispiele durch ihren Fokus auf gelungenes Marketing zu betrachten.

Allerdings nimmt Wedgwood sehr viel Raum ein, zieht man in Betracht, dass er Vorgänger hatte. Vor ihm produzierten in Staffordshire bereits die Elers Brothers in den 1690er Jahren rote Steinware in Imitation des aus China importierten Rot-Porzellans. Wedgwood hatte später einfach das Produkt der Elers Brothers kopiert, obwohl Wedgwood in größeren Mengen und Variationen produzierte. Wedgwoods umjubelte Creamware war tatsächlich kein Porzellan, sondern wurde aus lokalen Materialien gefertigt und orientierte sich lediglich im Aussehen und Charakteristik am Original. Er war einer von vielen, die Porzellan imitieren wollten:

„Wedgwood’s production and marketing of creamware, which he proclaimed to be his own, was certainly a much wider and earlier regional development to which he added. He and his competitors saw this “imitation” of porcelain as a way of turning the Asian achievement on its head”¹⁰⁹ – M. Berg

Sara Pennell glaubt, dass der Mechanismus den Maxine Berg als Produktimitation und Produktinnovation mit industriellen Mitteln bis zu einem gewissen Maß schon im 17.Jh. stattfindet.

¹⁰⁷ Styles John: Manufacturing, Consumption and Design in Eighteenth Century England. S. 539 – 543.

¹⁰⁸ McKendrick Neil, Brewer John, J.H: Plumb: The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth Century England. S. 73 – 74.

¹⁰⁹ Berg Maxine: From Imitation to Invention: Creating Commodities in Eighteenth – Century Britain. S. 25.

Sie fußt ihre Argumentation unter anderem auf Joan Thirsk, die sich der Konsumindustrie aus einer langfristigen Perspektive vom 16.Jh. ins 17.Jh. näherte. Thirsk's Studie portraitiert wie eine kaufmännische Ökonomie, die wesentlich von Importen und einer guten Zahlungsbilanz lebt, transformiert in eine Ökonomie mit eigenen Manufakturen zur Versorgung des Inlandmarktes.¹¹⁰ Dabei arbeitet Thirsk heraus, welche Wichtigkeit der englischen Produktion kleiner Gegenstände für den Konsummarkt in der Hebung des Wohlstandes zukam, indem Arme und Besitzlose angestellt wurden und diese mit der Arbeit zu mehr Wohlstand kamen und sich plötzlich ebenfalls Konsumgüter leisten konnten.¹¹¹

Pennell führt die Mechanisierung des Messingfingerhutes in ihre Argumentation. An und für sich existiert der Fingerhut schon seit der Antike. England war zum Großteil von Importen aus Nordeuropa abhängig. In der ersten Hälfte des 17.Jh. emigriert ein Holländer namens John Lofting nach England. In Islington gründete er eine Manufaktur für die mechanische Produktion von Fingerhüten aus Messing. Gegen Ende lief die Produktion mit vollem Erfolg und produzierte jährlich zwei Millionen Stück Messingfingerhüte. Das Erfolgsrezept des Holländers ist vergleichbar mit jenen, die Maxine Berg für das 18.Jh. ins Feld führt. In England bestand eine große Nachfrage. Fingerhüte wurden aus dem Ausland importiert und der Staat verlangte hohe Einfuhrsteuern. Mit seinem Wissen über mechanische und spezialisierte Produktion entwickelte Lofting eine günstige, industrielle Reihenproduktion. Ein Fingerhut hat nicht nur praktischen Nutzen, sondern kann direkt als Konsumgut gesehen werden. Seine Verwendung ist in der Textilproduktion nicht zwangsläufig notwendig. Trotzdem erfüllt er ästhetische Anforderungen, sieht gut aus, hat symbolischen Wert und wird zu einem persönlichen Gegenstand der Besitzerin.¹¹² Vor allem handelt es sich dabei um ein feminines Produktionsmittel, dem vermutlich ähnlich emotionale Werte beigemessen werden konnten, wie Maxine Berg in ihrer Studie über Testamente für andere Gebrauchsgegenstände feststellte.

Trotzdem gibt es einen wichtigen Unterschied zwischen der standardmäßigen Produktion von Fingerhüten und der gewieften Konsumgüterindustrie des 18.Jahrhunderts. In Bergs Argumentation handelt es sich um kontinuierliche Produktinnovation und ein stetiges Ineinandergreifen von Nachfrage und Produktion. Ein solches Ausmaß innovativer Produktkreation mit einer derart starken Ausrichtung auf die Konsumentennachfrage kannte das 17.Jh. wahrscheinlich noch nicht.

¹¹⁰ Birmingham Ann: Introduction. *The Consumption of Culture: Image, Object, Text*. S. 6 – 7.

¹¹¹ Lemire Beverly: *Revising the Historical Narrative. India, Europe, and the Cotton Trade, c. 1300 – 1800*. S. 221.

¹¹² Sara Pennell: *Material Culture in Seventeenth – Century Britain: The Matter of Domestic Consumption*. S. 64 – 85.

2.4. London – Konsummetropole der Frühmoderne

Zwischen dem späten Mittelalter und dem 18.Jh. verlagerte sich der ökonomische Schwerpunkt Europas vom Mittelmeer auf den Nordwesten. Bald sollte London im Zentrum der europäischen Weltwirtschaft stehen. Diesen geographischen Wechsel begleitete eine massive Expansion des interkontinentalen Handels mit Amerika und Asien. Die Quantität überseeischer Güter stieg in bis dahin unbekannter Weise. In Korrespondenz mit der Ausweitung und Intensivierung des Handels verstärkten sich merkantilistische Reaktionen mit hohen Tarifen und Steuern, die wiederum die Produktion eigener Manufakturwaren förderten. Heimisch produzierte Güter sollten die Importe ersetzen, also ähnliche Eigenschaften aufweisen und günstiger sein. In diesem Kontext entwickelte sich London von einer Stadt mit relativ begrenzten produktiven Kapazitäten zur Metropole der Konsumindustrie. Im 18.Jh. schufen die Londoner Manufakturen Konsumgüter in höchster Qualität. Der Erfolg von Konsumindustrien hängt mit systematischer Produktinnovation zusammen. Bis sich Innovation zum Ausgangspunkt der Konsumindustrie entwickeln konnte, ging England durch einen langwierigen Prozess der Verbesserung und Erweiterung von Konsumgütern, der von etwa 1550 – 1750 dauerte. London galt als Ausgangspunkt für die neue Warenvielfalt. Die Stadt war der Schmelztiegel von Importen, Importsubstitution und Innovation. Die Forschung erkennt immer mehr die Wichtigkeit von Konsummärkten und Konsumindustrien in den Provinzen Großbritanniens, doch kommt London als Metropole Europas dennoch unbestrittene Bedeutung in der Konsumgeschichte zu. Schon in der Mitte des 17.Jh. wandern Manufakturindustrien in die Peripherie, aber trotzdem blieb London das kommerzielle Zentrum. Das Konzept von im Mittelpunkt des Warenverkehrs stehender Zentren mit kreativer Kombination interner und äußerer Einflüsse und Voraussetzungen ist zu dieser Zeit nichts Neues. London trat damit in die Fußspuren Venedigs, Amsterdams, Antwerpens und Paris.

London intensivierte dieses Muster auf neue Weise und schob sich in quantitativer Hinsicht in kurzer Zeit in die Führungsposition. Von einer unbedeutenden wirtschaftlichen Position in Europa arbeitete sich die werdende Metropole hinauf zum Mittelpunkt der globalen Weltwirtschaft. Im Zusammenhang damit steht die enorme Populationsdichte in der Stadt innerhalb eines relativ begrenzten geographischen Raumes. Das Vorhandensein potentieller Konsumenten mit verschiedener finanzieller Kaufkraft eröffnete enormes Potential für Spezialisierung und Produktdifferenzierung. Dazu gesellte sich die arbeitsteilige Zusammenkunft von Produktion und Marketing, die systematisch den urbanen Markt fokussierten. Mit der Verabschiedung des „Licensing Act“ im Jahr 1695 fielen publizistische Barrieren und Zensuren, in dessen Umfeld eine Kultur des gedruckten Wortes gedieh. Das war nicht nur für demokratische Grundrechte wie freie

Meinungsäußerung und der Selbstdefinition des frühen Bürgertums von besonderer Wichtigkeit, sondern auch für Unternehmer und ihrem Marketing.¹¹³

Innerhalb Großbritanniens nahm London das Zentrum der Modeindustrie ein. Etwa sieben Prozent der gesamten englischen Bevölkerung lebte in der Metropole und etwa ein Sechstel lebte zumindest einmal im Leben in der Hauptstadt. Modeströmungen in der Hauptstadt erreichten relativ schnell die Peripherien und ermöglichten eine landesweite Verbreitung der Moden. London war das Zentrum der Mode schlechthin, einige Autoren nennen die Stadt „the shopwindow of the whole country“¹¹⁴. Der Einfluss des Londoner Bürgertums auf Stil und Geschmack des gesamten Landes ermöglichte für die Industrie eine Erleichterung und Standardisierung in der Produktion.¹¹⁵

2.5. Baumwolle und Mode in England

Baumwolle ist das Standardbeispiel dafür, wie Konsumentenwünsche ein gesamtes Produktionssystem verändern können. Baumwolle hat viele Vorteile gegenüber den klassisch europäischen Stoffen wie Wolle und Leinen. Sie kann in einer Vielzahl von Klimaregionen getragen werden, vom gemäßigten Klimaräumen bis zur Hitze und hohen Luftfeuchtigkeit der Tropen. Der Baumwollstoff absorbiert Farben ohne Verwischungen, sodass farbenprächtige Kleidungsstücke hergestellt werden können. Für die Europäer, insbesondere für die Engländer, spielte der Preis der Faser eine wichtige Rolle. Rohbaumwolle und Baumwolltextilien konnten auf Grund günstiger Produktionsbedingungen in Indien, relativ billig in Europa verkauft werden und waren somit einer breiten Bevölkerungsschicht zugänglich.¹¹⁶

Die Verbindung der Baumwolle mit der Geschichte der Industrialisierung ist hinlänglich untersucht und bekannt. Es geht um den Entwurf der ersten Spinnmaschinen, die in zentral organisierten Fabriken eingesetzt wurden und somit den Output der Produktion um ein Vielfaches steigern konnten. Was bisher weniger sichtbar und seltener Gegenstand von Untersuchungen war, ist die Frage nach der Entstehung der Nachfrage und welche besondere Wirkung sie auf die Produktion hatte. Dazu gesellt sich die Vermutung, dass jene indischen Baumwollstoffe eine über transkontinentalen Wissensverkehr bereits generierte Nachfrage nach asiatischer Ästhetik erst

¹¹³ Styles John: Product Innovation in Early Modern London. S. 124 – 131.

¹¹⁴ McKendrick Neil, Brewer John, J.H: Plumb: The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth Century England. S. 21.

¹¹⁵ McKendrick Neil, Brewer John, J.H: Plumb: The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth Century England. S.21, 40 – 41.

¹¹⁶ Parthasarathi Prasannan: From India to the World: Cotton and Fashionability.

entfachten, sodass sie somit die Grundlage für ein gesteigertes Bedürfnis nach asiatischen Gegenständen aller Art legten.¹¹⁷

„Fashion is the mirror of history“¹¹⁸ - Ludwig XIV

Mode reflektiert politische, soziale und ökonomische Veränderungen. An den Modeströmungen des 18.Jh. lassen sich die Ausweitung des Handels, größerer Wohlstand und eine egalitärere Gesellschaft assoziieren, wie das bei der Beliebtheit indischer Textilien zum Ausdruck kam.

Die Popularität der indischen Textilien baute auf einer Vorgeschichte. Charles II, aus dem Haus Hannover, bewunderte die Mode des französischen Hofes unter dem Sonnenkönig. Elegante und moderne Kleidung demonstrierten den adeligen Status und unterstrichen die Macht der Autoritäten. Die französische Mode verbreitete sich über den königlichen Hof im englischen Adel. Besonders liebte die Aristokratie die französische Sommerkleidung. Ihr Material bestand aus leichter und angenehmer Seide. Kunstvoll eingefärbte Blumenmuster zierten den Stoff. Die Kleidung war teuer, sodass sie nur für den reichen Adel zu kaufen war. Der Hauptteil der Kosten lag hauptsächlich am Stoff. Mit der Professionalisierung des Handwerks im 18.Jh. und der Verwendung günstigerer Rohmaterialien wird sich das ändern, sodass die Qualität der Ausarbeitung den Preis bestimmte. England importierte die Kleidung aus Frankreich. Nach merkantilistischer Philosophie war das ein wunder Punkt in der Wirtschaft des Landes. Daher sahen einige Politiker die Modevernarrtheit des englischen Hofes und Adels durchaus kritisch. Insbesondere weil der Konsum der teuren Seidenkleider aus Frankreich sich immer weiter verbreitete und englische Textilmanufakturen zu dieser Zeit über noch keine vergleichbare Kleidungsproduktion verfügten. Seit dem 16.Jh bis ins frühe 18.Jh. exportierte England lediglich feine Schafswolle in großen Mengen nach Flandern, sodass ein großer Teil der englischen Ökonomie auf den Erträgen dieses Außenhandels lag.

1666 sagte sich Charles II von der französischen Mode los und präsentierte dafür die neue Eleganz indischer Kleidung. Das war ein bedachter Schachzug, um den Handel mit Asien zu fördern. 1678 wurde der Import französischer Kleidung eingestellt. Das war jener Moment, an dem die indischen Kalikos an Popularität gewannen. Es existierte ein Vakuum an eleganter Kleidung. Kalikos kamen als Substitute für die traditionellen Seidenstoffe in Frage, weil sie viele dergleichen Charakteristika aufwiesen. Sie waren leicht zu tragen, bestanden aus dünnem Stoff und fühlten sich weich an. Sie glichen den Seidenstoffen und wiesen beinahe dieselbe materielle Konsistenz auf. Nicht zuletzt

¹¹⁷ Lemire Beverly: Fashion's Favourite. The Cotton Trade and the Consumer in Britain 1660 – 1800. S. 1 – 2. Lemire Beverly: Revising the Historical Narrative. India, Europe, and the Cotton Trade, c. 1300 – 1800. S. 205 – 226.

¹¹⁸ Ludwig XIV zitiert nach: Lemire Beverly: Fashion's Favourite. The Cotton Trade and the Consumer in Britain 1660 – 1800. S. 6.

trugen sie bunte Farben, zumeist Blumenmuster verschiedenster Art. Blumendesigns galten schon traditionell als nobel und als Zeichen adeliger Herkunft, während niedere Schichten schmucklose Wollkleidung trugen.¹¹⁹

Die Ostindienkompanien gelten als Vorläufer moderner Kapitalgesellschaften. Sie schufen in Europa Märkte für die begehrten asiatischen Luxusgüter, organisierten das Angebot und verschifften die Waren an ihren Bestimmungsort. Der Textil- und Keramikhandel basierte auf den gleichen Handelsrouten und auf der gleichen Organisation wie schon der Gewürzhandel.¹²⁰ Internationale Händler schätzten die aktuellen Modeströmungen der heimischen Ökonomie ab und gaben bestimmte Güter in verschiedenen Ausführungen bei den asiatischen Produzenten in Auftrag. Um ihre Vorstellungen zu übermitteln, benützten sie Musterbücher und andere Vorlagen. Das gilt sowohl für Textilien wie für Porzellan. Auch den chinesischen Porzellanproduzenten legte die Ostindienkompanie Modelle und Prototypen für Tassen, Kannen, Teller aus Holz, Zinn, Silber oder Glas vor, die dann mit Porzellan nachgebildet werden sollten.¹²¹ Die englische Ostindienkompanie transportierte bald sehr große Mengen über die Weltmeere. Schon zu Beginn des 18.Jh. verschiffte die East India Company eine Million Porzellanstücke nach England. In manchen Jahren des Jahrhunderts verdoppelte sich diese Zahl sogar. Die Importe indischer Textilien sind mengenmäßig vergleichbar und kommen gegen Ende des 17.Jh. auf mehr als eine Million indische Stoffe im Jahr, was zu dieser Zeit etwa 83% der gesamten Kompanieimporte und damit den Großteil der englischen Importe aus Übersee ausmachte.¹²²

Die Ostindienkompanien brachten den europäischen Konsumenten neue Waren aus Asien und schufen damit die Nachfrage nach diesen Gütern. Indische Textilien waren die ersten Manufakturwaren, die aus dem fernen Osten importiert wurden. Die englische Ostindienkompanie brachte die Textilien nach London, wo sie dann auf Auktionen an Großhändler verkauft wurden. Es gab nicht viele von ihnen, sodass ihre Lager nach dem Aufkauf der Waren bei den vierteljährlichen Auktionen voll waren. Diese Händler befanden sich in einem Oligopol für überseeische Güter und warben für ihre Waren in den Zeitungen. Schließlich verkauften sie die Waren an dezentral gelegene Geschäfte, Kleinhändler, Straßenhändler, Krämer beziehungsweise an spezialisierte Porzellan- und Keramikhändler weiter. Es handelte sich also um ein zentral funktionierendes Verteilungs- und Marketingnetzwerk. Das Prinzip hatte sich die englische Ostindienkompanie von der holländischen abgesehen, welche ebenfalls ihre Warenladungen auf Auktionen an wenige Großeinkäufer

¹¹⁹ Lemire Beverly: Fashion's Favourite. The Cotton Trade and the Consumer in Britain 1660 – 1800. S. 6 – 10.
Mukerji Chandra: From Graven Images. Patterns of Modern Materialism. S. 183 – 184, 188 – 190.

¹²⁰ Berg Maxine: Luxury and Pleasure in Eighteenth – Century Britain. S. 70.

¹²¹ Berg Maxine: Luxury and Pleasure in Eighteenth – Century Britain. S. 72.

¹²² Berg Maxine: New Commodities, Luxuries and their Consumers in Eighteenth – Century England.
Styles John: Product Innovation in Early Modern London.

abgaben.¹²³ So entstand in Frankreich, Niederlande und England ein weitverzweigtes Handelssystem mit zentralem Ausgangspunkt. Auch abgelegene, weit in der Peripherie liegende Orte wurden versorgt. Das zeigt sich daran, dass sehr früh auch Arbeiter und Landbauern in ruralen Gebieten im Besitz von Baumwollkleidung sind. Der neue Stoff integrierte sich rasch in die volkstümliche Alltagskultur.¹²⁴

Die Europäer beherrschten zur Zeit der Ostindienkompanien nur regionale Enklaven, ausgenommen der indonesischen Inseln. Ihr Zugriff auf asiatische Produktionsmechanismen war relativ beschränkt und die europäische Präsenz auf den asiatischen Märkten veränderte die wirtschaftlichen Gepflogenheiten in Ostasien zunächst kaum. Recht schnell integrierten sich die Weißen, sodass sie bald zum gewohnten Erscheinungsbild gehörten. Elisabeth I garantierte der im Jahr 1600 gegründeten englischen Ostindienkompanie weitreichende Privilegien zur Erweiterung des englischen Handels und der territorialen Expansion. Ursprünglich sollte sich die Ostindienkompanie im Gewürzhandel integrieren. Als sich die Engländer auf Grund der holländischen Präsenz nicht auf Dauer in Indonesien festsetzen konnten, enttäuschten die expansionistischen Erwartungen relativ schnell. Die Ostindienkompanie musste mit der Einrichtung von Handelsposten in Indien Vorlieb nehmen. Diese zunächst demütigende Niederlage erwies sich letztlich als Glücksfall, weil Indien reich an traditioneller Baumwollproduktion war.

Die Kompanie erkannte an Hand der reicher werdenden englischen Bevölkerung das große Potential zwischen der modebewussten Londoner Gesellschaft und den einzigartigen Textilien. Bekannt waren die Fertigkleidungen aus Kaliko schon zu Beginn des Jahrhunderts, doch galten sie zuerst eher als Kuriositäten und wurden als Luxusgüter gehandelt. In den 1610er Jahren vermarktete die East India Company dekorierte indische Baumwollstoffe vorerst zur Fertigung von Tischtüchern, Bettleinen, Bettdecken und Wandbehängen. Zur Zeit der Baukonjunktur im 17.Jh. baute man in vielen englischen Häusern Kamine, sodass die Wohnräume nicht mehr voll mit Rauch waren. Das ermöglichte die Ausgestaltung der Innenräume mit bunten und gemusterten Bettvorhängen, Decken und Leintüchern. Die neuen Baumwollstoffe fanden sich zunächst bei den Wohlhabenden. Diese Stoffe waren ebenfalls mit Pflanzen, Laub und Blumenwerk geschmückt. Daher schätzten die reichen Engländer ihre gestaltende und dekorative Funktion. Ihre Wirkung kam in Kombination mit blauen und weißem Porzellan oder anderen exotischen Objekten wie türkischen Teppichen zur Geltung. Auf Grund der Exklusivität dieser Objekte und ihrer Beschränkung auf Haushaltsgegenstände blieb die Menge der Importe allerdings bis in die 1660er relativ gering.¹²⁵

¹²³ Berg Maxine: *Luxury, the Luxury trades, and the Roots of Industrial Growth: A Global Perspective*. S. 184.

¹²⁴ Parthasarathi Prasannan: *From India to the World: Cotton and Fashionability*.

¹²⁵ Mukerji Chandra: *From Graven Images. Patterns of Modern Materialism*. S. 194.

„Indian Cottons played a unique role in world history as an agent of new consumer tastes, a stimulator of consumer appetites for goods with generally standardized forms.“¹²⁶ – Beverly Lemire

Erst mit der Prohibition französischer Kleidungsimporte öffnete sich in England eine breite Nachfrage nach indischer Fertigungskleidung. Die East India Company baute aktiv auf der Nachfrage im Heimatland. Die niedrigen Produktionskosten in Indien ermöglichten niedrige Preise in England. Hochqualitative Produkte verkaufte sie an die Eliten. Der Großteil galt nach indischen Maßstäben als mittelmäßige Ware, welche für den Konsum der Mittelschicht vorgesehen war. Als sich der königliche Hof mit Kalikos, Chintzes und Musselin bekleidete, stärkte das den Bekanntheitsgrad der Stoffe in der Bevölkerung. Diese Textilien waren sehr praktisch in ihrer Verwendung, was ihre Bekanntheit in der Bevölkerung steigerte. Sie waren leicht zu tragen und einfach zu waschen. Nicht zuletzt verkörperten sie durch ihre Ähnlichkeit zu den ehemals aristokratischen Seidenkleidungen Eleganz, Vornehmheit und Luxus. Die importierten Kleidungsstücke gehörten wegen der sorgfältig ausgewählten Produktpolitik der Ostindienkompanie bald zum modischen Standard der Mittelschicht. Die Ostindienkompanie forderte aktiv bestimmte gängige Textilien in Indien, bestellte ausgewählte Stücke und betrieb aktives Marketing in der Heimat. Die Kompaniedirektoren waren sich darüber bewusst, dass eine feine Linie Kurioses von Modischem trennte und die englischen Konsumenten durchaus wählerisch sein konnten. Denn bekanntlich neigt der Mensch zum Konservativismus. Das heißt, dass Neuheiten sehr genau auf ein bestehendes Repertoire von Geschmack und Mode abgestimmt sein müssen, damit sie kommerziellen Erfolg erzielen.¹²⁷

Die Voreingenommenheit englischer Käuferinnen zeigte sich Mitte des 17. Jh. an den mageren Absätzen der ersten Fertigungskleidungsimporte aus Indien. Die indischen Produzenten hatten deren Design, Fertigung und Bemalungen wie zunächst üblich an den Vorgaben des asiatischen Marktes ausgerichtet, sodass sie eine echte asiatische Aura behielten, die den Engländern unverständlich war. Erwartungsgemäß blieb ihr kommerzieller Erfolg beschränkt. Wie bedeutend die ästhetische Gestaltung und ihre Anpassung an die aktuelle modische Strömung war zeigte eine Episode aus dem Jahr 1682, als die englische Ostindienkompanie an die 200 000 Fertighemden und Unterkleider aus Indien nach England lieferte. Es handelte sich um sehr günstige, aber qualitativ hochwertige Exemplare. Die Kompanie verfolgte das Ziel Aufmerksamkeit und Konsum der mittleren Schicht auf die neu verfügbaren Waren zu richten. Trotz einer beinahe aggressiven Marketingpolitik und einer

Parthasarathi Prasannan: From India to the World: Cotton and Fashionability.

Styles John: Product Innovation in Early Modern London.

¹²⁶ Lemire Beverly: Revising the Historical Narrative. India, Europe, and the Cotton Trade, c. 1300 – 1800. S. 206.

¹²⁷ Parthasarathi Prasannan: From India to the World: Cotton and Fashionability.

gezielten Abstimmung auf breite Konsumentenklassen blieb ein positiver Umsatz aus.¹²⁸ Die dekorative und farbige Bearbeitung entsprach letztlich nicht dem Geschmack der englischen Konsumentinnen. Kaufleute und Käuferinnen bevorzugten weiße, nicht dekorierte Stoffe. Dekorationen, Streifen, Blumen und andere Muster sollten auf weißem Hintergrund erscheinen, sonst ließen sich die Textilien kaum in England verkaufen. Weiße Farbe zeigte Reinheit, Sauberkeit und Eleganz. Die indische Tradition verwendete aber dunklere oder rote Farbhintergründe, was dem europäischen Geschmack vollkommen ungewohnt erschien.

Die indischen Textilhersteller richteten ihre Erzeugnisse schon lange vor der Ankunft der Engländer nach den verschiedenen Voraussetzungen der ostasiatischen Märkte aus. Sie zeigten große Flexibilität und Erfahrung in der Gestaltung einer variantenreichen Produktpalette und der Abstimmung auf verschiedene Geschmäcker. Sie passten ihre Fertigungskleidungen und Fertigstoffe an die Vorlieben aller möglichen sozialer, religiöser und nationaler Gruppen vom mittleren Osten bis nach Japan an. Ebenso rasch konnten sie sich an den europäischen Geschmack anpassen und Kunstgegenstände entwerfen die den exotischen Hauch des fernen Asiens vermittelten. Sie verfügten über eine enorme Reichweite unterschiedlicher Typen, Qualitäten, Muster, Größen und einer großen stofflichen Diversität.¹²⁹ Die Direktoren der Ostindienkompanie nutzen diese Möglichkeit um die Kleidungsstücke am englischen Modestil zu orientieren. Ab den 1660ern schickte die Ostindienkompanie regelmäßig neue Muster und Modelle für Design und Gestaltung der Baumwollstoffe. Der Stil war eine Mischung aus englischen und chinesischen Stilen, Klischees und bereits bekannten Mustern. Letztlich assoziierten englischen Käuferinnen diese Formen und Motive mit der indischen Kultur und glaubten oft an ihre Originalität. Tatsächlich hatten sie wenig damit gemein. Trotzdem blieb den Produzenten bei der Herstellung ein Spielraum in der Gestaltung von Formen und Farben. Die Ostindienkompanie bestand auf jährliche Änderungen der Designs und Stile, sodass eine Art Modezyklus zu Stande kam. Daher handelte es sich dabei um gut gefertigte Konstruktionen asiatischer Exotik, obwohl sie von den Konsumenten oftmals als original aufgefasst wurden. Der frühe Erfolg der indischen Stoffe begründete sich also neben den relativ günstigen Preisen und der technischen Versiertheit wesentlich in der aktiven Anpassung am modischen Geschmack.¹³⁰

Die breite Absorption der neuen Kleidung in vielen sozialen Schichten verwischte zunehmend die sichtbaren Klassenattribute sowohl im Privaten als auch im öffentlichen Bereich. Defoe kritisierte den Import der fremden Kleidung, weil damit vorerst eine Schwächung der heimischen Textilindustrie

¹²⁸ Styles John: Product Innovation in Early Modern London. S. 136.

¹²⁹ Berg Maxine: Luxury and Pleasure in Eighteenth – Century Britain. S. 64 – 65.

¹³⁰ Parthasarathi Prasannan: From India to the World: Cotton and Fashionability. Styles John: Product Innovation in Early Modern London.

verbunden war. Der Schriftsteller wies mit Ärger darauf hin, dass gegen 1700 Baumwollstoffe in alle Wohnräume hineingekrochen seien und traditionelle Güter verdrängt hätten. Außerdem sei die Hausdienerin nicht mehr von ihrer Herrin zu unterscheiden, weil sie die gleiche Kleidung trage.¹³¹ Spätestens in der zweiten Hälfte des 18.Jh. dürfte die Verbreitung modischer Kleidung und Alltagsgegenstände schon einen Großteil der Gesellschaft erreicht haben. „The British Magazine“ schreibt 1763: „The present rage of imitating the manners of high life hath spread itself so far among the gentle folks of lower life, that in a few years we shall probably have no common folks at all“¹³². Auch hier klingt mehr die zeitgenössische Polemik gegen sozial aufsteigende Klassen durch, als eine objektive Beurteilung der Veränderungen. Trotzdem ist das Zitat ein Hinweis auf die gestaltende Kraft der Mode und die Egalisierung der Gesellschaft durch die Verbreitung des Konsums.

Zunächst richteten die europäischen Seemächte ihr Augenmerk auf den Gewürzhandel mit Pfeffer und Muskat und Gewürznelken aus Indonesien. Die Inselbewohner akzeptierten als Handelswaren allerdings nur Silber oder indische Kleidung. Europäische Manufakturwaren waren bei den asiatischen Handelspartnern wenig begehrt. So hatte England von Anfang an Glück im Unglück, als sie ihre ersten indischen Handelsstützpunkte in Bengalen errichteten. Bengalen war Heimat einer hochkomplexen Textilindustrie. Somit waren die ersten Impulse indische Textilien einzukaufen damit verbunden, über gute Tauschware für die Gewürze der Inseln zur Verfügung zu haben. Außerdem verlangten die Sklavenhändler Westafrikas im Tausch gegen Menschen die begehrten indischen Textilien. In England selbst fanden die neuen Kleider noch keinen großen Absatz. Die Mode war zu dieser Zeit noch stark auf das höfische Zeremoniell konzentriert und bevorzugte Kleidung aus französischer Seide. Erst gegen Ende des 17.Jh. sollten sich diese Verhältnisse ändern, sodass es zu reißenden Absätzen indischer Textilien in England kam.

Die Engländer hatten zunächst kaum Zugriff auf die indischen Produktionsmittel, was für diese immer schwer zu akzeptieren war. Die indische Textilproduktion teilte sich in viele Arbeitsprozesse und war somit arbeitsteilig organisiert. Meist fielen die Arbeitsprozesse auf verschiedene Gemeinschaften oder Kasten, was bedeutet dass diese Art der Produktion sehr vernetzt und dezentral angelegt war, was den Europäern wenig Kontrollmöglichkeiten einräumte. Hier wurde die Rohbaumwolle an den Spinner verkauft, dieser verkaufte sein Produkt weiter an den Weber und jener das Seinige an die Färber, wo die fertige Kleidung an den Zwischenhändler ging, von dem schließlich die Engländer das gewünschte Produkt bekamen. Zwischen jedem einzelnen Produktionsprozess lieferten Händler die

¹³¹ Lemire Beverly: Fashion's Favourite. The Cotton Trade and the Consumer in Britain 1660 – 1800. S. 12 – 13, 16, 19.

Mukerji Chandra: From Graven Images. Patterns of Modern Materialism. S. 192 – 194.

¹³² McKendrick Neil, Brewer John, J.H: Plumb: The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth Century England. S. 53.

Zwischenprodukte an die nächste Produktionseinheit weiter. Meist mussten sie samt dem Produkt auch noch eine Geldsumme zur Beschaffung der weiteren Rohmaterialien beim nächsten Produzenten hinterlegen. Die Handwerker selbst besaßen ihre eigenen Produktionsmittel. Dieses interne Verteilungs- und Arbeitssystem basierte auf einer langgewachsenen Tradition. Die Produktionsbedingungen wirkten auf die Engländer primitiv, da viele Arbeitsschritte im Freien stattfanden. Doch dieser Schein täuschte, denn die qualitativsten Produkte, etwa das berühmte „Flowing Water Muslin“, ein transparenter Baumwollstoff mit Dekoration, lagen weit jenseits europäischer Fähigkeiten. Die Färberei und die damit verbundene chemische Behandlung der Stoffe waren höchst komplex. Die Vielfalt der verschiedenen Kleidungsstypen und ihre Namen waren äußerst zahlreich und die indischen Handwerker hatten letztlich auch keine Probleme ihre Produkte an den europäischen Geschmack anzupassen.

Es war die spezielle Verknüpfung zwischen diesem traditionellen, aber effizienten Produktionssystem, und der zentral gelenkten Politik der englischen Ostindienkompanie, welche derartig große Mengen indischer Textilien zum Verkauf in England ermöglichte.¹³³

Der Überseehandel brachte den Mitgliedern der Ostindienkompanie enormen Reichtum. Englands Wirtschaft befand sich in einer Übergangszeit. Die steigende Konsumbereitschaft der Bevölkerung war das Reservoir das den Handel der East India Company nährte. Die Verbreitung der Kalikos verblieb nicht ohne Kritik und traf auf den heftigen Widerstand der Wollindustrie. Die Wollproduktion verfiel in eine Krise, an der der steigende Absatz der neuen Baumwolltextilien nicht unbeteiligt war. In den 1690ern verursachte eine generelle Rezession steigende Arbeitslosigkeit unter den englischen Textilarbeitern. Die Öffentlichkeit fand Gefallen an den neuen, bunten Kleidern aus Übersee und lehnte zunehmend die schweren Wolltextilien, auf deren Produktion ein großer Teil der englischen Ökonomie fußte, ab.

Unter den Protestierenden fanden sich Hersteller, Landbesitzer und Weber, die im Wollhandel vertreten waren. Auch Moralisten und Merkantilisten fanden sich darunter. Die einen kritisierten das Verschwimmen der Standesgrenzen durch Kleidung und Konsum, die anderen attackierten Englands Außenhandelspolitik, weil durch die dramatisch gestiegenen Exporte das vorhandene Silber aufgebraucht werden und in Indien versinken würde. Außerdem würde der starke Export die heimische Manufaktur schwächen.

Am 29. September 1701 verabschiedete das Parlament die erste Verordnung zum Verbot indischer Textilien. Es untersagte den Import der bunten Kalikos aus Indien, also aller Fertigkleidungen. Das Programm griff aktiv in die Wirtschaft ein und sollte den ärmeren Schichten Arbeit verschaffen und

¹³³ John E. Wills, Jr.: European Consumption and Asian Production in the Seventeenth and Eighteenth Centuries.

die Manufakturbetriebe Englands stärken. Das Gesetz nahm weiße und unbearbeitete Baumwollstoffe aus, sodass diese weiter aus Asien importiert werden konnten. Die Gesetzgeber hofften auf eine Änderung der Konsumwünsche, sodass bald wieder Wollstoffe nachgefragt werden würden. Jedoch verschwand die Baumwolle weder aus den Köpfen der Konsumenten noch aus dem Königreich. Im Gegenteil begann eine neue Periode, als die Ostindienkompanie einfache, unbearbeitete Baumwolltextilien aus Indien importierte.

Bereits in den letzten Jahrzehnten des 17. Jh. etablierte sich in England eine vorerst kleine Druckerei- und Färbeindustrie, die schon vor dem ersten Kaliko Verbot weiße indische Textilien in Imitation der Originale einfärbte und auf diese Weise schnell an handwerklicher Erfahrung gewann. Mit der Prohibition wuchs diese Industrie als Antwort auf die noch immer bestehende Nachfrage rasant an und florierte in den Regionen rund um London. 1711 färbte die neue Industrie etwa eine Million Yard Kaliko, was zirka einer Million Quadratmeter entspricht. Trotz einer Verbrauchssteuer von 15 Prozent und geringerer Qualität verminderte sich der Absatz nicht. Ganz entgegen der ursprünglichen Intention des Gesetzes stärkte es nicht nur die heimische Druckerei- und Färbeindustrie, sondern rief auch die Idee ins Leben überhaupt die Herstellung der Stoffe in England selbst vorzunehmen, indem man sich an den indischen Originalen orientierte. Die Wollproduzenten schufen mit dem neuen Gesetz letztlich einen starken Konkurrenten im eigenen Land. Die Herstellung reiner Baumwollstoffe blieb für die englischen Hersteller zwar noch ein Rätsel, doch gelang ihnen zumindest die Produktion gemischter Materialien, etwa Leinen und Baumwolle. Diese Textilien aus den Webstuben von Lancashire richteten sich an dieselben Kunden der originalen indischen Kalikos. Sie trafen auf große Nachfrage und ihr Geschäft florierte. In Qualität und Variantenreichtum lagen diese Waren zwar weit hinter den Originalen, doch teilten sie durch bewusste Imitationsarbeit die grundlegenden Eigenschaften, nämlich eine größere Palette an Designs, Muster, Kleidungsarten, farbige Gestaltung und verschiedene Preise je nach Qualität. Auch im Textilhandel zeichnete sich etwa zur gleichen Zeit, wie schon für Haushaltsgüter festgestellt, eine Transformation in der Nachfrage bezüglich einer geringeren Haltbarkeit von Konsumgütern ab. Dafür rücken Originalität, Kunsthandwerk, Ästhetik und der Preis in den Vordergrund. Wollkleidung hält viel länger, während sich Baumwollkleidung schneller abträgt.¹³⁴

Die Güter aus Asien, insbesondere Textilien und Porzellan, brachten diese auf Variation bedachte Charakteristik der Waren in das Bewusstsein von Konsumenten und Unternehmer. Später imitierten englische Manufakturbetriebe asiatische Waren und konzentrierten sich dabei auf die Einhaltung dieser Prinzipien. Damit versuchten englische Kaufleute und Handwerker den Erfolg der asiatischen

¹³⁴ Parthasarathi Prasannan: From India to the World: Cotton and Fashionability.

Güter in vollem Bewusstsein zu wiederholen.¹³⁵ Denn diese Güter hatten einen Hauch von Luxus und waren trotzdem in verschiedenen Varianten von billig bis teuer zu haben. Genau diese Zielrichtung auf größere Bevölkerungsteile manövrierte die Konsumrevolution auf ein neues wirtschaftliches und kulturelles Niveau.

Der neuerliche wirtschaftliche Erfolg der neuen Modeindustrie verband die Kritiker ein zweites Mal im Jahr 1719 zu ausufernden Protesten. Der Zorn richtete sich gegen alle Arten neumodischer Kleidungen und Stoffe egal welcher Herkunft. Die neuen Mischtextilien aus Leinen und Baumwolle oder die in England gefärbten Baumwolltextilien besaßen nach wie vor den Vorteil leicht, bunt und gut waschbar zu sein, Eigenschaften, welche die meisten Wolltextilien nicht aufwiesen. Die Proteste waren unter anderem eine Übung im Konservativismus, weil das inhärente Potential der Baumwollindustrie zur Stärkung von Industrie und Wohlstand noch nicht erkannt wurde. Vor allem realisierten Gesetzgeber und Behörden noch nicht die kulturell bedingte Kraft von Konsumwünschen, Nachfrage und Mode:

„There was no ostensible appreciation of the power of consumer preference, nor was there an acknowledgement of the benefits of diversifying manufacturing, lifting the burden of British industry from the back of the sheep on which it had rested for so many generations.“¹³⁶ – Beverly Lemire

Eine hitzige Debatte eröffnete sich zwischen Befürwortern und Gegnern. Leinenhändler, Kaliko Färber, englische und schottische Leinenproduzenten verwiesen darauf, dass die Produktion der neuen Textilien tatsächlich national wäre, weil die in Brokat und in den englischen Kalikos enthaltene Baumwolle von englischen Plantagen käme, während die Seidenmanufaktur von europäischen Rohstoffimporten abhängig sei. Außerdem verwies man auf das große Potential für die Schaffung vieler Arbeitsplätze für die ärmere Bevölkerung und die Hebung des allgemeinen Wohlstandes. Die Gegner blieben Vernunft und Argumente schuldig, sodass das englische Parlament 1721 eine scharfe gesetzliche Regelung erließ. Das neue Gesetz untersagte den Verkauf und Kauf sämtlicher bemalter, bedruckter oder gemusterter Baumwollstoffe sowohl in Kleidung als auch in Haushaltswaren und setzte hohe Strafen auf Zuwiderhandlung aus. Die Entscheidungsträger hofften auf eine Rückkehr zu alten Konsumgewohnheiten und eine Änderung der Nachfrage. Diese Hoffnung erwies sich als Illusion und nach der heißen Phase begannen die Menschen wieder die alten Kalikos zu tragen. Die Assoziation mit Luxus, Vornehmheit, Ästhetik und Schönheit konnte nicht aus den Köpfen verbannt werden. Der Konsum dieser Textilien war nun erheblich, beinahe gänzlich eingeschränkt. In diesem

¹³⁵ Lemire Beverly: *Fashion's Favourite. The Cotton Trade and the Consumer in Britain 1660 – 1800.* S. 20 – 23, 30 – 34.

Mukerji Chandra: *From Graven Images. Patterns of Modern Materialism.* S. 206 – 207.

¹³⁶ Lemire Beverly: *Fashion's Favourite. The Cotton Trade and the Consumer in Britain 1660 – 1800.* S. 40.

merkantilistischen Klima war es gefährlich geworden bunte Kalikos öffentlich zu zeigen. Die Kaliko Sperre blieb für die nächsten Jahrzehnte bestehen.¹³⁷

Der Import indischer Stoffe für den weiteren Export blieb allerdings von den neuen Beschränkungen ausgenommen. Zur Mitte des 18. Jh. exportierte England zahlreiche Varianten baumwollener Stoffe und Fertigungskleidungen in großen Mengen nach Amerika. Auch in den amerikanischen und karibischen Kolonien der Franzosen und Briten durchbrach der neue Stoff die Konsumgewohnheiten. Ähnlich wie in Großbritannien verdrängten weiße und bunte Baumwolltextilien die schweren Wollstoffe und zu einem beachtlichen Grad auch Leinenstoffe. In einigen Kolonien machte ihr Konsum zwischen 20 und 30 Prozent des Gesamttextilkonsums aus. Die Stoffe wurden in der Kolonialzeit von Europa aus über den Atlantik geliefert. Nach der Unabhängigkeit nahmen die Vereinigten Staaten eine direkte Handelsroute mit Indien im Jahre 1784 auf. In relativ kurzer Zeit avancierten importierte Baumwollstoffe zum wichtigsten Handelsgut des neuen Staates, der im Jahr 1816 ebenfalls protektive Tarife auf Baumwollimporte auferlegte.

England mangelte es an billigen Arbeitskräften und an einer langen Tradition von Baumwolltextilherstellung. Als versuchten Unternehmer neue Produktionssysteme zu finden, um mit anderen Mitteln ihre Produkte konkurrenzfähig zu machen. Sie setzten stärker auf Werkstatt- und Fabrikorganisation, ebenfalls auf Arbeitsteilung und vor allem Mechanisierung um die Kosten zu senken. Zwar erreichte die Qualität nicht den Standard der besseren indischen Textilien, doch verfügte die Art ihrer Produktion über die notwendige Kompatibilität mit den ständig in Veränderung liegenden Modemärkten. Flexibilität im Hinblick auf Variantenreichtum zur Schaffung von Neuigkeiten war neben großen Stückzahlen die wichtigste Eigenschaft für kommerziellen Erfolg.¹³⁸

Die Gesetzgebung von 1721 eliminierte die wenigen Baumwollhersteller Englands. In der Zeit nach den prohibitiven Gesetzgebungen konsumierten die Engländer gemischte Stoffe mit karierten oder gestreiften Mustern, die der bis zu einem gewissen Grad nach wie vor vorhandenen Nachfrage nach Kalikos entgegenkommen sollten.

„Thereafter, mixed fabrics of linen warp and cotton weft became the cornerstone of the early manufacturing industry, progressing to pure cottons later in the century“¹³⁹ – Beverly Lemire

Die Barchent Industrie stellte diese Stoffe her, welche meist eine Kombination von Stoffen, etwa Leinen – Baumwolle oder Wolle – Baumwolle, beinhalteten. Diese Stoffe basierten noch immer auf

¹³⁷ Lemire Beverly: *Fashion's Favourite. The Cotton Trade and the Consumer in Britain 1660 – 1800.* S. 38 – 42.

Mukerji Chandra: *From Graven Images. Patterns of Modern Materialism.* S. 206 – 207. S. 207.

Parthasarathi Prasannan: *From India to the World: Cotton and Fashionability.*

¹³⁸ Berg Maxine: *Luxury, the Luxury trades, and the Roots of Industrial Growth: A Global Perspective.* S. 190.

¹³⁹ Lemire Beverly: *Fashion's Favourite. The Cotton Trade and the Consumer in Britain 1660 – 1800.* S. 78.

dem Baumwollstoff und es wuchs eine systematische Industrie dieser Güter, welche den Markt zufrieden stellte. Dazu kamen geschmuggelte Textilien aus Indien, die nach wie vor ihre Abnehmer im Inland fanden. Die englische Druckerei hatte noch lange Zeit Schwierigkeiten die Maßstäbe der äußerst arbeitsintensiv hergestellten Bemalungen der indischen Produzenten zu kopieren. Gerade die Vielfalt und schnellen Änderungen in der bunten Ästhetik der Kaliko - Stoffe machte sie zum heiß begehrten Textil. Schließlich förderte der stark protektierte Markt die Entwicklung von Technologie, sodass sich bald die neuen bedruckten und bunten Mischstoffe ebenso durchsetzten. In den 1750er und 1760er Jahren differenzierte sich der Textilmarkt noch stärker und ging praktisch eine Symbiose mit anderen Luxus- und Konsumartikeln, wie Porzellan und Accessoires ein, womit schließlich die Kultur der industrialisierten Konsumgesellschaft ausgewachsen war.¹⁴⁰

Gleichzeitig mit Großbritannien kämpften Marseilles, Barcelona und Amsterdam um qualitative Replikat der Kalikos, welche die gleichen Standards bezüglich Farben, Muster und Preis erfüllen sollten. Gemischte Stoffe aus Baumwolle und Leinen wurden auf Grund technologischer Erfindungen mit dem größten Erfolg zuerst in Großbritannien erzeugt. Die indischen Musseline stellten das zu erreichende Ziel für die Produzenten. Erst mit der erfolgreichen Aneignung fortgeschrittener Technik, die die bestehende Nachfrage zufrieden stellen konnte, sicherte sich England auch seinen Platz auf internationalen Märkten. Die Nachfrage nach Baumwollkleidung bestand bereits weltweit, sodass diese internationale Nachfrage beträchtlich zur Industrialisierung Englands beitrug.¹⁴¹

Baumwolle hat heutzutage eine einzigartige, fast monopolistische Stellung unter den Textilstoffen. Das ist vor allem dem Beginn der Industrialisierung der Baumwollproduktion am Ende des 18.Jh. geschuldet. Im Zuge des Ausbaus der Baumwollindustrie manifestierte sich eine Art internationale Dichotomie. Der amerikanische Süden kultivierte das Rohmaterial für den Industriekomplex in Manchester. Es tat sich hier eine Spaltung zwischen Rohstofflieferanten und Endverbrauchern auf, die bis heute global vorherrschend ist. Eine derartig komplexe Integration brachte weder die Woll- noch die Leinenproduktion zustande. Parthasarathi verweist auf die Nachfrage als Essenz der beginnenden Moderne. Die besonderen Eigenschaften der Baumwolle und die mit ihr verbundenen sozialen Riten und Moden machten den Stoff zur treibenden Kraft. Zuerst bestand die Nachfrage, dann erst folgten Änderungen in den Produktionsmethoden, technologische Innovationen und globale Phänomene wie die internationale arm/reich Dichotomie, die sich als Konsequenz an den Gesamtkomplex anschlossen. Besondere Bedeutung haben hier paradoxerweise die Importprohibitionen, denn sie förderten nur kurzfristig traditionelle Textilmanufakturen. Langfristig

¹⁴⁰ Woodruff D. Smith: Consumption and the Making of Respectability, 1600 – 1800. S. 45 – 59.

Lemire Beverly: Fashion's Favourite. The Cotton Trade and the Consumer in Britain 1660 – 1800. S. 77 – 87.

¹⁴¹ Lemire Beverly: Revising the Historical Narrative. India, Europe, and the Cotton Trade, c. 1300 – 1800. S. 222 – 226.

spielten sie der Baumwolle als sowohl überlegenen wie auch begeistert konsumierten Stoff in die Hände, sodass seine Hegemonie bis heute anhält.

2.6. Chinesisches Porzellan und die englische Keramikmanufaktur

Die Geschichte chinesischer Porzellanimporte und englischer Keramik ist reich an Anknüpfungspunkten zur Geschichte materieller Kultur, Konsum und sozialer Verhaltensweisen. In diese Themenbereiche integrieren sich Arbeits- und Produktionsprozesse, Industrialisierung und Handelsnetzwerke.¹⁴² Die Transformation der englischen Wirtschaft in der kurzen Phase des 18. Jh. zu einer wirtschaftlichen Großmacht war schlicht gigantisch. Um 1700 galt Großbritannien noch als relativ unbedeutend, mit dem Abschluss des siebenjährigen Krieges 1763 stieg die Nation zur führenden Kolonialmacht auf. In den ersten Dekaden des Jahrhunderts produzierte die Nation wenige Konsum- und Luxusgüter selbst, gegen Ende exportierte sie Manufakturwaren in alle Teile der westlichen Welt. Die Volkswirtschaft profitierte von gleichmäßiger verteiltem Wohlstand, fallenden Preisen und größerer Verfügbarkeit von Bargeld. Im Lauf des Jahrhunderts stiegen die Pro – Kopf Ausgaben auf Nahrung, Unterhaltungs- und Freizeitangebote, sowie auf Gebrauchsgegenstände.

„H. Plumb has argued that the society of eighteenth – century England was one of the first dedicated to ever – expanding consumption;“¹⁴³ – Young Hilary

„Politeness“ bedeutet direkt übersetzt Vornehmheit und beinhaltet eine Reihe von Konnotationen. Der Begriff bezeichnet eine Form des gehobenen Gestus und elaborierter Verhaltensweisen mit diversen Show – Elementen in deren Entourage materielle Güter eine wesentliche Rolle spielen. „Politeness“ ist ein komplexes Phänomen, das für eine genaue Definition die Arbeit eigener Studien verlangt. In dieser Kultur der Eleganz entstehen neue soziale und häusliche Rituale rund um alltägliche Tätigkeiten, wie Essen, Trinken und öffentliche Unterhaltung. In diesen neuen gesellschaftlichen Ritualen spielt der ästhetische Geschmack für Porzellan, Keramik und Schmuck eine zentrale Rolle. Luxusgüter und ihre billigeren Imitate erlangen ihre Bedeutung vor dem Hintergrund einer kommerziell bedeutender werdenden Mittelschicht, deren Kultur mit dem Terminus „Politeness“ beschrieben wird.¹⁴⁴

„The drinking of tea ... gives the rich an opportunity to show off their fine possessions: cups, teapots, etc., all made to the most elegant designs, all copies of the Etruscan and the antique.“¹⁴⁵ – aus dem Reisejournal des Grafen Rochefoucauld 1784

¹⁴² Young Hilary: English Porcelain 1745 – 95. Its Makers, Design, Marketing and Consumption. S. 4.

¹⁴³ Young Hilary: English Porcelain 1745 – 95. Its Makers, Design, Marketing and Consumption. S. 11.

¹⁴⁴ Young Hilary: English Porcelain 1745 – 95. Its Makers, Design, Marketing and Consumption. S. 10 – 12.

¹⁴⁵ Young Hilary: English Porcelain 1745 – 95. Its Makers, Design, Marketing and Consumption. S. 178.

Keramik trägt Aussagekraft über Wohlstand, Status und kulturellen Geschmack einer Person. Männer wie Frauen bewunderten stilvolle Gegenstände, obwohl die zeitgenössische Polemik besonders Frauen für die neuen Moden verantwortlich machte. Weatherill entdeckte in ihrer Analyse englischer Inventare keine wirkliche quantitative Differenz zwischen männlichen und weiblichen Besitzern von Keramik und Porzellan. Trotzdem kann dieses Ergebnis angezweifelt werden, weil die Besitztümer von Frauen und Männern ungetrennt dokumentiert wurden. Frauen konsumierten Porzellan und Tee sehr gerne. Zeitgenössische Karikaturen und Satiren waren also nicht ganz ohne Grundlage. Männer neigten noch längere Zeit dazu vermehrt Alkohol zu trinken, während die weibliche Hälfte der Bevölkerung schon viel früher in den Quellen als begeisterte Teetrinkerinnen auftauchen. Damit waren sie automatisch dem Konsum von neuem Tischgeschirr näher. Auf der anderen Seite gab es eifrige Sammler und Konsumenten von Teegeschirr bei Männern, etwa Benjamin Franklin, während Frauen die Gegenstände häufiger im gesellschaftlichen Rahmen benutzten. Der Gebrauch von Porzellan implizierte den Ruhm imperialistischer Expansion, sowie Wohlstand und Geschmack auf familiärer Basis.¹⁴⁶ Die Aufarbeitung des Quellenmaterials ist allerdings noch nicht fortgeschritten genug, um Detailfragen zum alltäglichen Gebrauch von Porzellan und Keramik zu beantworten. Dazu sind noch ausführliche Analysen privater und häuslicher Texte notwendig.¹⁴⁷

Die berühmten Porzellanmanufakturen Worcester, Liverpool und Bow richteten den Großteil ihrer Großproduktion auf Konsumenten der Händler- und Mittelschicht, sowie den niederen Adel. In dieser Hinsicht unterschieden sich die englischen Manufakturen von ihren kontinentalen Gegenstücken, deren Produkte ausschließlich auf die aristokratischen Eliten ausgerichtet waren. Englische Keramikgüter fanden im Export nach Irland, Kontinentaleuropa, Westindien und zu den amerikanischen Kolonien ihre internationalen Abnehmer.¹⁴⁸

Die frühesten Kaffeehäuser gibt es in London in den 1650ern. Über private Weitergabe erlangt der Tee zunächst in begrenzten Rahmen Bekanntheit in den 1660ern. Auf das Jahr 1678 datiert sich der erste zum Weiterverkauf bestimmte Teeimport. Keramikimporte gewannen erst in den 1680ern an Bedeutung. Konsum von Tee und Kaffee hing in sämtlichen Angelegenheiten mit dem Import und dem Kauf von Porzellanutensilien zusammen. Sowohl Genussmittel, wie auch Luxusgüter gründeten ihre Ausstrahlung vor dem Hintergrund der Ursprünge bürgerlicher Vornehmheit Ende des 17. Jahrhunderts. In den frühen Jahrzehnten des 18. Jh. steigt der Teekonsum rapide und mit ihm die Verwendung von Teeutensilien. Die Geschichte von Tee und Porzellan ist stark miteinander verwoben. Der Großteil asiatischer Porzellanimporte beschränkte sich die meiste Zeit bis in das 18. Jh.

¹⁴⁶ Kowalewski – Wallace Beth: Women, China, and Consumer Culture in Eighteenth – Century England. In: *Eighteenth Century Studies*. 29,2,1995. S. 157, 159.

¹⁴⁷ Young Hilary: *English Porcelain 1745 – 95. Its Makers, Design, Marketing and Consumption*. 190 – 193.

¹⁴⁸ Young Hilary: *English Porcelain 1745 – 95. Its Makers, Design, Marketing and Consumption*. S. 178 – 180.

hinein auf kleine Teebecher und Schüsseln mit kobaltblauer Glasur. Erst in den 1760ern perfektionierten Staffordshire-Töpfer die Konsistenz des Creamware-Materials, das als erste Keramik mit den Originalen aus China und Japan zu vergleichen war. Creamware und echtes Porzellan ließ die Hitze des Tees nicht durch, ganz im Gegensatz zum Luxusmaterial Silber, das schnell unangenehm heiß werden konnte. Außerdem bestand eine assoziative Verbindung zwischen dem Teekonsum und den asiatischen Originalkeramiken. Porzellan erregte die Aufmerksamkeit auf Grund folgender Gründe: Erstens war es weiß und hart, konnte aber bei hochqualitativer Arbeit lichtdurchlässig sein. Zweitens übertraf das chinesische Porzellanhandwerk alle europäischen Imitate bis in die Mitte des 18. Jahrhunderts hinsichtlich des Materials, der Hitzedurchlässigkeit, Stabilität und Feinarbeit. Nicht zuletzt überzeugten die Bemalungen und emaillierten Dekorationen, die fantastisch und exotisch, wie aus einer fremden Welt auf den europäischen Konsumenten wirkten. Porzellane aus Übersee erreichten die europäischen Küsten in Gemeinschaft mit anderen begehrten Exotika wie japanischen Lacken, Seide, Baumwolltextilien, Stickereien oder Fächer. Konsumenten und Händler bezeichneten diese Waren verschiedenster Herkunft als „indisch“, ohne die geographische und kulturelle Diversität Asiens in Betracht zu ziehen.¹⁴⁹

Chinesisches Porzellan gilt früh als Schlüsselprodukt in der kommerziellen und vornehmen Gesellschaft. Schüsseln, Becher, Kannen, Tassen, Tablette, also Tischgeschirr in allen Arten spielten eine aktive Rolle in der Gestaltung des vornehmen Habitus.

„Sitting together at a table is perhaps one of the strongest characteristics of civilization and refinement.“¹⁵⁰ – Sir Frederick Eden

Englische Mittelschichtfamilien beim Teetrinken mit den dazugehörigen Keramik- und Porzellanutensilien sind zeitweise Gegenstand der bildnerischen Kunst der Zeit und portraituren die Menschen bei der Aufführung ihrer sozialen Individualität mit all dem Zierrat rundherum.

„While one white Finger and a Thumb conspire – To lift the Cup and make the World admire.“¹⁵¹ - Edward Young 1720.

Mit der Präsentation der gesellschaftlichen Etikette hängt die wachsende Bedeutung der Sauberkeit zusammen. Die Darstellung von persönlichem Geschmack, Status und Wohlstand als Teil der gesellschaftlichen Teilhabe fördert die Individualisierung und markiert den privaten Raum.

¹⁴⁹ Young Hilary: English Porcelain 1745 – 95. Its Makers, Design, Marketing and Consumption. S. 14 – 16.

¹⁵⁰ Sir Frederick Eden zitiert nach: Young Hilary: English Porcelain 1745 – 95. Its Makers, Design, Marketing and Consumption. S. 181.

¹⁵¹ Edward Young zitiert nach: Young Hilary: English Porcelain 1745 – 95. Its Makers, Design, Marketing and Consumption. S. 183.

Schon in den 1680er Jahren importiert die East India Company erste Stücke aus China. Zunächst kaufen sie nur die reichen Schichten, doch sollten die Importe bis zum Ende des 18.Jh. zu großen Mengen ansteigen. Porzellan galt als Substitut für teures Silber.¹⁵² Offensichtlich gehen parallel zum höheren Gebrauch von neuem Tischgeschirr Änderungen in der Ernährung einher. Tee, Kaffee und Zucker werden günstiger und ihr Konsum verbreitet sich im Lauf des 18.Jh. auf alle Schichten. Der Konsum von Tee versechsfacht sich innerhalb weniger Jahrzehnte und mit der Aufhebung der sehr hohen Importtarife 1784 steigt ihr Konsum nochmals, was wiederum die Nachfrage nach Teegeschirr erhöhte. In den letzten Jahren des 18.Jh. taucht dementsprechend eine ganze Reihe billig produzierter Keramik aus den englischen Manufakturen am Markt auf.¹⁵³

In den 1740ern erfolgen die ersten Gründungen englischer Porzellanmanufakturen. Insgesamt gibt es ab der zweiten Hälfte des 18.Jh. zirka 25 wichtige Fabriken, davon befanden sich in den Jahren 1740 bis 1790 fünf rund um London. Die Porzellanimporte der Ostindienkompanie fanden ihren ersten Weg zu den Auktionen in der Metropole, wo sie dann von Großhändlern gekauft wurden, um dann weitere Verbreitung zu finden. London blieb für den Lauf des Jahrhunderts das Zentrum im Verteilungsnetzwerk. Einige besonders bedeutende Manufakturen befanden sich in der Londoner Gegend, die wesentlich von der Nähe zum modebewussten Markt des städtischen Bürgertums und der optimalen Anbindung an das Handelsnetzwerk lebten.¹⁵⁴ Einige wichtige Manufakturen lagen dezentral in den Provinzen, weit entfernt von der Metropole. Hilary Young, Spezialistin auf dem Gebiet von Produktion und Konsum von Porzellan, räumt zwar ein, dass der Großteil der entlegenen Fabriken nicht mit den großen städtischen Standards mithalten konnte, doch Ausnahmen bestätigten die Regel. Es gab eine Handvoll Manufakturen welche sowohl die Metropole wie auch andere größere Konsumzentren erreichten. Dieser Umstand zeugt von einer guten Logistik in der Warenverteilung und im Handelsnetzwerk. Für den Standort war weniger die örtliche Verfügbarkeit von Rohmaterialien ausschlaggebend. Wichtiger war das Vorhandensein großer Mengen von Holz oder Kohle als Treibstoff, der in rauen Mengen zur Erhitzung der Öfen benötigt wurde. Die Manufakturen befanden sich zumeist an Wasserwegen oder an den Küsten, wo sie raschen Zugriff auf Tonimporte von Irland oder aus dem Südwesten Englands hatten. Große Bedeutung kam der lokalen Verfügbarkeit traditioneller Keramikproduktion zu, um eine hohe Qualität in der Kunstfertigkeit hervorzubringen. Diese provinziellen Manufakturen erreichten über ein zentrales Händlernetzwerk mit dezentral agierenden Zwischenhändlern sowohl die großen Konsumzentren, wie auch provinzielle Gegenden. Ein Paradebeispiel für eine erfolgreiche Porzellanmanufaktur stellt

¹⁵² Berg Maxine: In Pursuit of Luxury: Global History and British Consumer Goods in the Eighteenth – Century Britain. S. 127.

¹⁵³ Young Hilary: English Porcelain 1745 – 95. Its Makers, Design, Marketing and Consumption. S. 181 – 184.

¹⁵⁴ Young Hilary: English Porcelain 1745 – 95. Its Makers, Design, Marketing and Consumption. S. 27.

die Worcester – Fabrik dar. Sie produzierte auf Massenbasis. Trotzdem punkteten die Objekte mit hoher handwerklicher Kunst und Geschmack. Die Keramiken zeichneten sich aber durch sparsame Dekoration und saubere Linienführung aus. Der Preis war weder sehr günstig, noch sehr teuer, sodass die Waren genau die mittleren Einkommensklassen bis zum niederen Adel ansprachen. Daneben produzierte Worcester künstlerisch elaborierte Werke, die ausschließlich für die städtische Nachfrage der Aristokratie ausgerichtet war. Diese Produkte waren auch für die reichen Schichten, die eher für den Kauf von wirklich teuren Keramiken mit großzügigen Dekorationen bekannt waren, interessant. Sie verwendeten die Worcester Produkte für alltägliche familiäre Zusammenkünfte und wirklich teuren Produkte nur für gesellschaftliche Treffen. Das Beispiel Worcester illustriert die mögliche Quantität und Vielfalt an Gütern, die bereits organisierte Spezialisierung auf bestimmte Kundensegmente und zeigt wie die frühe Konsumindustrie sämtliche Märkte integrieren konnte.¹⁵⁵

Sämtliche Keramiken aus englischer Produktion wurden per Hand produziert, abgesehen von der Töpferscheibe. Damit ist die übliche Bezeichnung „Porzellanfabrik“ keine adäquate Bezeichnung. Der Aufbau der Manufakturen weist eine starke arbeitsteilige Organisation auf. Jeder spezielle Arbeitsschritt fand in eigens eingerichteten Arbeitsräumen unter der Arbeit von Spezialisten statt.¹⁵⁶

Eine der frühesten Imitationen chinesischen Porzellans war die Entwicklung von Silberteekannen. Die Verwendung dieses Metalls hatte bis dahin keine Vorgänger und man kann die Kannen als einzigartige Schöpfung betrachten. Nach einer kurzen experimentellen Phase am Ende des 17.Jh. mit einer Vielzahl an Formen, stabilisierte sich zu Beginn des 18.Jh. parallel zur Verbreitung des Tees die Produktion der Silberteekannen auf zwei vorherrschende Formen. Die Form der Objekte ähnelte den chinesischen Vorbildern. Es gab eine birnenförmige, breit gefertigte Form und eine patronenförmige. Trotz der imitativen Anlehnung an überseeisches Porzellan waren die technische Produktion, sowie der allgemeine visuelle Effekt ganz verschieden vom Original. Silber besitzt einige funktionelle Nachteile gegenüber Porzellan. Es ist sehr wärmeleitfähig und war grundsätzlich nicht besonders für heißen Tee geeignet. Daher besaßen die Silberkannen hölzerne Griffe. Vorteile des Materials war die Bruchfestigkeit und Immunität gegen Hitze. Silber zersplittert nicht und verliert keine Farbe im Kontakt mit heißem Wasser. Die zeitgenössische Keramik befand sich zu diesem Zeitpunkt noch in einer frühen Entwicklungsphase und war in der Stabilität und materiellen Konsistenz dem Silber noch weit unterlegen. Dazu kommt, dass der Tee im frühen 18.Jh. noch ein elitäres und teures Genussmittel war, das sich vorerst nur die reichen Schichten leisten konnten. Silber war zu dieser Zeit das Prestigematerial par excellence und signalisierte Reichtum und Vornehmheit. Daher war in gehobenen Klassen der Gebrauch von Silberbesteck und Silbergeschirr überhaupt gang und gäbe.

¹⁵⁵ Young Hilary: *Manufacturing Outside the Capital. The British Porcelain Factories, their Sales Networks and their Artists, 1745 – 1795.* S. 257 – 268.

¹⁵⁶ Young Hilary: *English Porcelain 1745 – 95. Its Makers, Design, Marketing and Consumption.* S. 22 – 23.

Insofern integrierte sich die Silberteekanne leicht. Die Silbermanufakturen befanden sich in stetiger Konkurrenz mit Glas, Keramik und Porzellanprodukten, was den Wettbewerb entsprechend ankurbelte und zu einer breitgefächerten Diversität beim Tischgeschirr überhaupt führte.¹⁵⁷

Als um die Mitte des 18.Jh. die ersten englischen Keramikmanufakturen aus dem Boden schossen, bestand bereits ein ausgeklügeltes Handelsnetzwerk für diese Waren. Mit den steigenden Porzellanimporten aus dem Ostindienhandel etablierten sich spezialisierte Porzellanhändler als Mittelleute. In der englischen Literatur werden sie als „Chinamen“ bezeichnet. Über ihre Zahl und Arbeitsweise wissen Historiker auf Grund ihrer Werbeanzeigen in Zeitungen Bescheid. Mit ihnen etablierte sich von Anfang an ein zentral auf London ausgerichtetes Netzwerk. Von den Auktionen der Ostindienkompanie gingen die Güter an spezialisierte Porzellanhändler. Diese Form der radialen Verteilungsstruktur existierte auch beim Handel mit anderen Konsumgütern. Trotz der Einrichtung dezentral gelegener Manufakturen wie in Staffordshire blieb dieses System bestehen. Die meisten Manufakturen verkauften ihre Produkte an die Geschäfte der Porzellanhändler in London, beispielsweise die Staffordhire - Manufaktur. Händler aus der Provinz wiederum kauften ihre Güter ebendort. Dieses radiale System erleichtert in der frühneuzeitlichen Welt den Transport und hat Kostenvorteile, weil sämtliche Waren aus Übersee und aus den englischen Provinzen in der Metropole zur Verfügung stehen.

Die frühen englischen Porzellanmanufakturen der 1750er und 1760er Jahre hielten sich in ihrer Produktion nah an den chinesischen Originalen. Ebenso in den Bemalungen und Drucken, die figürliche Szenen oder orientalische Landschaften europäischer Erfindung zeigten. Die Produktion billiger Porzellankopien hielt sich bis zum Ende des 18.Jh. und bedient niedrige und mittlere Schichten. Ein Beispiel dafür ist die Bow – Factory. Im Gegenzug kompetierten chinesische Produzenten ebenso mit den Billigprodukten aus England um den englischen Markt, da sie auf Grund ausgefeilter mechanischer Produktion trotz hoher Einfuhrzölle die Kosten noch geringer gestalten konnten.¹⁵⁸

Die Keramik- und Porzellanhandel war höchst kompetitiv. 1798 erließ das Parlament das erste Copyright – Gesetz, den „Garrard Act“. Davor existierte kein Statut, das eine Erfindung vor einem Plagiat oder simpler Kopie in Massenproduktion schützte. Deswegen bemühten sich Unternehmungen ihre Rezepte möglichst lange geheim zu halten, was auf Grund hoher Mobilität von Arbeitskräften, Spionage und einer allgemeinen Tradition des Kopierens meist unmöglich war. Sowohl Porzellan von Asien, wie auch kontinentale Keramik fand englische Plagiatoren. Noch häufiger waren innerenglische Plagiate. Nebenbei gesagt versucht Neil McKendrick mit diesem

¹⁵⁷ Styles John: Product Innovation in Early Modern London. S. 141 – 147.

¹⁵⁸ Young Hilary: English Porcelain 1745 – 95. Its Makers, Design, Marketing and Consumption. S. 74 – 76, 85.

Umstand zu beweisen, dass Wedgwood in seiner Marketingstrategie schon mit Plagiaten rechnete und somit zuallererst den Hof mit seinen Waren infiltrierte um dann mit der Modeanhänglichkeit mittlerer Schichten zu rechnen, die sich am Adel orientieren.¹⁵⁹ Dass Wedgwood offensichtlich mit der „Social Emulation“ rechnete ist unumstritten. Das Klischee einer willen- und charakterlosen Mittelschicht ohne Geist, die allein die Mode vom Adel übernimmt war schon im 18.Jh. verbreitet. Trotzdem beweist das Gelingen Wedgwoods Strategie nicht die Richtigkeit der Hypothese. Die Gründe dafür können vielschichtig sein. Einblicke in das kulturelle und soziale Konsumverhalten geben etwa Tagebücher. Amanda Vickery portraitiert in ihren Büchern die Tiefe der englischen Seele in dieser Übergangszeit.

Englisches Bleiglas entwickelte sich als Substitut für venezianisches Glas, englischer Lack substituierte den Japanischen. Wie oben gezeigt imitierte die Baumwollindustrie indische Chintzes. Originalität und Ursprung dürfte den meisten Konsumenten der Mittelschicht tatsächlich egal gewesen sein. Englische Produzenten imitierten Produkte mit Enthusiasmus und verbanden das Kopieren mit der Verwendung neuer Technologien, Arbeitsmethoden und neuen Materialien.¹⁶⁰ Bedeutender als Originalität waren Neuigkeit und Vielfalt der Designs. Nur für die reiche Schicht dürfte so etwas wie Echtheit eine Rolle gespielt haben. Das zeigt sich daran, dass in manchen Kreisen oft echtes chinesisches Porzellan am meisten begehrt wurde.¹⁶¹

Fast alle Porzellanhändler und Keramikmanufakturen warben in den Printmedien und verstärkt als die Leserschaft in der zweiten Hälfte des 18.Jh. größer wurde. Extravagante Werbungen mit Bildern, Reklamen, gedruckte Kataloge oder Exklusivausstellungen, wie sie Wedgwood organisierte, waren teuer und wurden besteuert. Die handelsüblichen Trade Cards waren eigentlich Visitenkarten. Dieser Werbemethode bedienten sich insbesondere Einzelhändler. Die Karten enthielten Namen des Besitzers, den Ort des Shops und einen Einblick in das Warensortiment. Ausmaß und Wirkung dieser frühen Werbemöglichkeiten waren einigermaßen beschränkt. Nur jene Manufakturen und Händler, die echte Luxusgüter zu hohen Preisen vertrieben, konnten auf exzeptionelle Werbemethoden zurückgreifen. Die bedeutendere Werbung spielte sich trotzdem über die Schaufenster der Geschäfte beziehungsweise im Gespräch am Ladentisch ab.

Der Großteil der Gesamtproduktion englischer Fabriken lief über die China – Händler. Sie handelten alle Arten und Marken von echtem chinesischem Porzellan bis zur Staffordshire-Keramik und englischem Porzellan, sowie mit Tee und anderen Kolonialgütern. Die Waren verkauften sie dann

¹⁵⁹ McKendrick Neil, Brewer John, J.H: Plumb: The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth Century England. S. 100 – 144.

¹⁶⁰ Berg Maxine: From Imitation to Invention: Creating Commodities in Eighteenth – Century Britain. S. 15.

¹⁶¹ Young Hilary: English Porcelain 1745 – 95. Its Makers, Design, Marketing and Consumption. S. 86 – 90.

weiter an die Endverbraucher, an andere Großhändler, an wandernde Kleinhändler oder an für den Export zuständige Kaufleute. Die China Dealers wussten über Mode und Nachfrage sehr gut Bescheid und brachten ihre Vorschläge für neues Produktdesign und Produktspezialisierung ein.

Der Verkauf von Gütern auf Kredit war alltägliche Praxis. Das betrifft vor allem Luxusgüterproduzenten, die ihre Waren auf Kredit an die Händler weitergaben. Sie bekamen das Geld dann erst im Lauf einiger Jahre zurück. In den 1770er arbeitete Josiah Wedgwood mit Agentin, die auf Pferden unterwegs waren. Sie warben für Wedgwood Produkte. Daneben betätigten sie sich auch für das Eintreiben von Schulden.¹⁶²

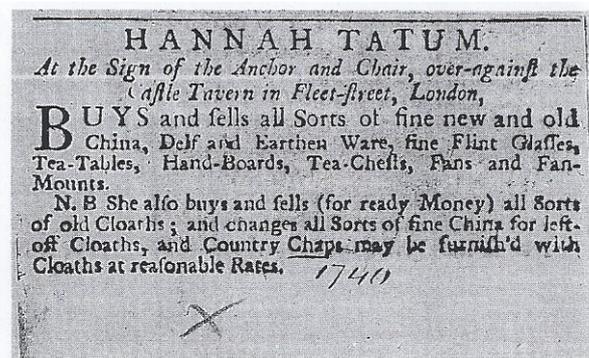
2.7. Der frühneuzeitliche Gebrauchtwarenmarkt in England

Eine besondere Rolle spielt der Handel mit Second-Hand Waren. Die Bedeutung dieses sozusagen unsichtbaren Handels wurde auf Grund seiner Natur oftmals übersehen, weil er keine Quellen und keine Gesetzregulierungen hinterließ. Er bedurfte keiner Erklärung und die Quellen erwähnen ihn nur durch Zufall. Wegen seiner Alltäglichkeit trug er wesentlich zur Verbreitung von Textilien und anderen Besitztümern bei. Der Second – Hand – Trade zeigt, dass zur Nachfrage nach neuen Gütern aus der Produktion die Nachfrage nach Gebrauchtwaren mit vergleichbarer Charakteristik hinzukam. Dieser Markt erhöhte die Nachfrage in den finanzschwächeren Schichten der Gesellschaft hinsichtlich neu verfügbarer Waren. Laut D.E.C. Eversley lag die Untergrenze für eine Teilnahme am öffentlichen Konsummarkt bei einem Einkommen von 50 £ im Jahr. Hervorzuheben ist die Tatsache, dass trotz einer großflächigen Verbesserung des Lebensstandards im 18.Jh. noch immer der größte Teil der Bevölkerung weniger als 50 £ jährlich zur Verfügung hatte. Neue Möbel, Kleidungsstücke und Hausrat konnten sich nur die Mittelschicht und die obere Reichenschicht leisten. Der Gebrauchtwarenhandel ermöglichte der Mehrheit der Bevölkerung in den Besitz von Kleidung und Haushaltsgegenständen oberhalb ihres finanziellen Spielraumes zu kommen und ebenfalls modisch am Puls der Zeit zu sein. Insgesamt vergrößerte der Gebrauchtwarenhandel die Nachfrage in der Bevölkerung enorm und ermöglichte einer großen Zahl von Konsumenten Güter und Textilien außerhalb ihres finanziellen Spielraumes zu kaufen.

Diese Form des Handels war ein Überbleibsel einer älteren Wirtschaftsform, wo noch die Möglichkeit zu tauschen bestand. Das ist insofern von Bedeutung, weil in dieser Übergangsphase auch Löhne noch nicht durchgehend mit Geld entlohnt wurden, sondern teilweise auch mit materiellen Gütern, wie Kleidungsstücken beglichen wurden. Das traf besonders auf Berufsklassen wie Handwerker, Lohnarbeiter und Hausdienerschaft zu. Außerdem konnten weniger flüssige Gesellschaftsschichten über den Warentausch in den Besitz neuerer Güter kommen. Der traditionell bargeldlose Tausch

¹⁶² Young Hilary: English Porcelain 1745 – 95. Its Makers, Design, Marketing and Consumption. S. 154 – 172.

weitete das Konsumvermögen der Gesellschaft beträchtlich aus. Tauschen überbrückte sozusagen jene Zwischenzeit, als das Geldsystem zur Norm wurde. Mit dem Wachstum der Bevölkerung und den Städten vervielfachten sich auch die Pfandleiher, die alte Waren gegen kleinere Summen Geld tauschten. Lokale Geschäfte und fahrende Händler häuften gebrauchte Warensortimente an und tauschten dann zum Beispiel neue Kleidung gegen Geld oder Gebrauchtwaren ein. Dieses System richtete sich auch an die bessere Mittelschicht und Reicheren, weil diese ältere Kleidungsstücke oder Gegenstände gegen neue modernere Exemplare tauschen konnten. Die Gebrauchtware vermarkteten fahrende Händler oder lokale Geschäftsinhaber dann zu günstigeren Preisen an die zahlungsschwächere Kundschaft. Der Markt bestand ganz offiziell und alltäglich. Die Möglichkeit zum Warentausch fand Eingang in die Werbungen der Zeit. Kleinhändler bewegten sich von Ort zu Ort und klapperten Städte und ihre Umgebung ab, um ihre gebrauchten Waren zu verkaufen. Selbst diese warben in Zeitungen für ihr Sortiment:¹⁶³



Die Kleinhändlerin Hannah Tatum tauscht, kauft und verkauft sämtliche Güter von Geschirr bis zu Kleidung. Dieses Beispiel illustriert wie eine alte Form des fahrenden Handels mit modernen Möglichkeiten der Werbung kooperierte, während der traditionelle Ruf „any old clothes to sell or exchange“¹⁶⁴ zur selben Zeit noch alltäglich auf den Straßen zu hören war.

Händler verkauften untereinander ebenso diverse Waren, die so geografisch in ganz England Verbreitung fanden. So trug schließlich der Second-Hand Handel dazu bei, dass im Bereich der Kleidung sehr bald ein einheitlicher Kleidungsstil in England vorherrschte beziehungsweise sich auch die Mode vereinheitlichte. Kleidungsstile, Materialien und Stoffe verschiedener sozialen Schichten glichen sich stärker an, sodass sich im 18.Jh. bis zu einem gewissen Grad eine Uniformität der Kleidung zwischen den Hierarchien entwickelte.

Diese Art des Handelns bestand in der vorindustriellen Zeit und erstreckte sich bis in die frühe Industrialisierungsperiode. Diese Form des Konsumierens funktionierte als Zwischenstation in einer

¹⁶³ Bildquelle aus: Lemire Beverly: Fashion's Favourite. The Cotton Trade and the Consumer in Britain 1660 – 1800.

¹⁶⁴ Lemire Beverly: Fashion's Favourite. The Cotton Trade and the Consumer in Britain 1660 – 1800. S. 67.

Zeit der wirtschaftlichen Transformation. Mit der Möglichkeit einer fortgeschrittenen industriellen Produktion modischer Waren in nötiger Quantität, Qualität und zu günstigen Preisen, setzte sich das bestehende Potential an Nachfrage frei und übertrug sich dann auf das Angebot der Manufakturen und Fabriken. Mit der Loslösung dieser unterschwellig schon lange bestehenden Nachfrage nach Mode, kam ein neuer Schub an Kaufkraft in die Wirtschaft. Mit einer kostengünstigen Massenproduktion verschwand der alte Gebrauchsgüterhandel aus der Geschichte.¹⁶⁵

2.8. Das atlantische Empire und die übernationale Konsumindustrie Großbritanniens

Zum Abschluss möchte ich noch kurz die englische Konsumgüterindustrie in einen globalen Kontext stellen, wie das zum Beispiel Maxine Berg auch tut.¹⁶⁶ Die ausgereifte Konsumindustrie der zweiten Hälfte des 18. Jh. kennt keine nationalen Grenzen, sondern macht ihren Einfluss auch jenseits der atlantischen Ostküste in den amerikanischen Kolonien bemerkbar. Über den wirtschaftlichen Einfluss des Mutterlandes machen die nordamerikanischen Kolonien schnell Fortschritte in der Entwicklung einer Konsumgesellschaft. T.H. Breen übernimmt dabei kritiklos die Thesen aus McKendricks „Birth of a Consumer Society“ und postuliert für Amerika ebenso eine Nachahmungsstrategie unterer Schichten, sowie eine Consumer Revolution. Ersteres erscheint mir sehr unwahrscheinlich, schon alleine auf Grund der Ergebnisse der Untersuchungen im englischen Raum. Die Theorie der Consumer Revolution könnte aber im Kontext amerikanischer Kolonien etwas für sich haben. Breen sieht Parallelen zur postulierten Consumer Revolution in England, zum Beispiel die große Warenvielfalt und die zahllosen Werbungen in den Tageszeitungen.

Die amerikanischen Kolonisten fühlten sich als Teil eines transatlantischen Empires. Für die sie galten die Exporte als wichtigste Einnahmequelle, während sie für Großbritannien den Treibstoff für die Industrialisierung darstellten. Die amerikanischen Rohstoffproduzenten verband mit ihren Exporten ein enges Band mit den englischen Konsumenten. Im Gegenzug exportierte das Mutterland fertige Manufakturwaren in die Kolonien. Die Nachfrage nach Produkten von England stieg zwischen 1700 und 1773 fast um das Achtfache, wobei sie sich von 1750 bis 1773 mehr als verdoppelte. In der patriotischen Mythologie Amerikas gelten die Siedler als Selbstversorger, ein Paradigma das sich auch über große Teile der Historiographie zieht. Endgültig widerlegen konnte diese These Carole Shammas in ihrer Studie über Massachusetts. Mit ihrer Arbeit an Inventaren stellte sie fest, dass eine vollkommene Autarkie etwa in der Landwirtschaft unmöglich gewesen wäre, da es erheblich an den notwendigen Werkzeugen mangelte und die Farmer Hunger gelitten hätten, weil sie nicht einmal

¹⁶⁵ Lemire Beverly: Fashion's Favourite. The Cotton Trade and the Consumer in Britain 1660 – 1800. S. 61 – 76.
Lemire Beverly: Consumerism in Preindustrial and Early Industrial England. The Trade in Second Hand Clothes. S. 1 – 24.

¹⁶⁶ z.B.: Berg Maxine: In Pursuit of Luxury: Global History and British Consumer Goods in the Eighteenth – Century Britain. S. 132.

eine Überlebensgrundlage schaffen hätten können. Ergebnis ihrer Studie ist die Erkenntnis, dass die Kolonien wirtschaftlich abhängig vom englischen Markt waren. Für Kleidung, Keramik-, Glas- und Metallgegenstände wendeten sich die Siedler an Händler, deren Netzwerk von den ruralen Peripherien bis nach Großbritannien reichte.

Die nordamerikanische Bevölkerung verachtete sich von 1700 bis 1770 von 275 000 auf 2 210 000. Der Wert der Exporte nach England wuchs um 500 Prozent, während der durchschnittliche Einkauf britischer Güter zu Beginn des Jahrhunderts unter einem halben Pound Sterling lag, um 1770 aber schon bei 1,20 £. Dieser Wert ist noch beeindruckender, wenn man ihn vor dem Hintergrund des großen Bevölkerungswachstums betrachtet. Diese Zahlen zeigen warum also englische Manufakturen ihre Exporte ebenso auf diesen Markt ausrichteten.

Breen identifiziert die 1740er Jahre als die Jahre des „Take – Offs“. Inwieweit eine solche Behauptung gerechtfertigt ist, kann ich im Rahmen meines Themas nicht beantworten. Jedenfalls sind wirtschaftliche und geschichtliche Zäsuren immer mit Vorsicht zu genießen. Allerdings hat der Terminus einer Consumer Revolution im Kontext der Kolonialzeit insofern etwas für sich, weil die Handelsverbindungen zum Mutterland sehr intensiv waren und praktisch eine direkte Förderung von ihm ausging. Britische Güter kamen in großen Mengen. Um für diese Güter zu bezahlen, produzierte Nordamerika mehr und mehr Tabak, Reis, Indigo, Weizen, Fisch, Baumwolle und andere Rohprodukte. Es entsteht ein globales, interaktives Handelsnetzwerk, das sich gegenseitig fördert.

Bald verfügte die Neue Welt über eben die gleichen Güter wie das Mutterland und ihr Besitz verteilte sich auf alle Schichten. Auch hier verbreitete sich die Mode des Teetrinkens und mit ihm die dazugehörigen Utensilien aus der Produktion in England, etwa Keramik aus Staffordshire:

„British manufacturers were standardizing the material culture of the American colonies. Without too much exaggeration, Staffordshire pottery might be seen as the Coca-Cola of the eighteenth century.“¹⁶⁷ – T.H. Breen

Jene neue Warenvelfalt stärkte das Selbstverständnis der Kolonisten und verlieh Selbstvertrauen und Identität. Die Amerikaner beklagten sich selten über die Navigation Acts. Die Vorteile der Teilnahme am Empire dürften die Kosten um ein Vielfaches überwogen haben, hatte man doch die Möglichkeit qualitative und günstige Manufakturwaren im Rahmen geringer Konkurrenz zu bekommen. Außerdem gewährten die englischen Hersteller großzügige Kredite, die zum Teil über die Rohstoffimporte wieder gedeckt wurden. Ohne diese Kreditvergabe wäre eine Teilnahme im atlantischen Wirtschaftsraum nicht möglich gewesen. Amerika war praktisch nicht flüssig. Britische

¹⁶⁷ Breen T.H.: An Empire of Goods. The Anglicization of Colonial America, 1690 – 1776. S. 496.

Händler vergaben immer leichtere Kredite. So kauften die Leute in Amerika immer auf Kredit und sammelte enorme Schulden. England war der Ansicht, dass sich schließlich der Profit gegenüber der hohen Gläubigerlast rentierte und hielten das System bei.

Für die Kolonisten änderte sich die Meinung als man direkten Kontakt mit den Produzenten haben wollte, also die Navigation Acts umgehen wollte um mehr Handlungsvollmacht zu bekommen. Außerdem waren die Schulden zu hoch und damit die Abhängigkeit vom Mutterland. Man fürchtete um die eigene politische Unabhängigkeit. In diesem Kontext sind schließlich die amerikanischen Güterboykotte und die Versenkung des Tees im Hafen zu sehen, welche schließlich die Unabhängigkeitsrevolution auslöste.¹⁶⁸

Conclusio

Die Bedeutung der Industrious Revolution für die Frühphase der Industrialisierung entscheidet sich letztlich im globalen Vergleich. Am Vorabend der industriellen Revolution liegen die britische und die chinesische Volkswirtschaft auf vergleichbarer Leistungskraft. In China gilt das Yangzi – Delta als die wirtschaftlich bedeutendste Region. Das Delta befand sich in einer vergleichbaren Situation wie das zeitgenössische Großbritannien. Um 1750 kämpften beide Ökonomien während ihrer Wachstumsphase gegen den Mangel an Land und Ressourcen. Ihre Bevölkerungszahlen steigen, die Löhne fallen und die Preise werden höher. In den letzten Jahrzehnten des 18.Jh. fällt die Entscheidung: Großbritannien wird sich industrialisieren, das Yangzi – Delta verbleibt im Stadium der Stagnation.

Die Industrious Revolution nimmt bei Philip Huang im Rahmen der Diskussion um „The Great Divergence“ eine zentrale Position in der britischen Ökonomie ein. Er argumentiert, dass die landwirtschaftliche Revolution des 18.Jh. einen energiereicheren Weg eingeschlagen hätte. Die englische Landwirtschaft sei auf Grund der Kapitalisierung des Bodens und der effizienten Nutzung von Vieh- und Weidewirtschaft so ertragreich geworden, dass nur noch ein Drittel der englischen Bevölkerung die Nahrungsgrundlage der Nation produzierte. Die freigesetzten Arbeitskräfte hätten sich in Städten angesiedelt und ihre Arbeit in kapitalistischen Unternehmen spezialisiert. Die chinesischen Landarbeiter verblieben hingegen im Stadium der Proto – Industrie, weil keine landwirtschaftliche Kapitalisierung stattfand, die Arbeitskräfte für städtische Märkte freisetzen konnte. Damit entstanden auch keine neuen Marktzentren und Städte wie in England. Die chinesische Ökonomie des Yangzi – Deltas verweilte in familiären Landwirtschaftsstrukturen. Huang betont das zentrale Thema der Arbeit von Frauen- und Kinder in der britischen Industrious Revolution und weist auf ihre Bedeutung in der Erhöhung der ländlichen Arbeitskraft, der Erhöhung

¹⁶⁸ Breen T.H.: An Empire of Goods. The Anglicization of Colonial America, 1690 – 1776. S. 467 – 499.

häuslicher Einkommen und der erweiterten Möglichkeit des Konsums städtischer Handelsgüter hin. In Huangs Szenario arbeiten chinesische Frauen und Kinder mit stärkerem Arbeitseinsatz unter sinkenden Grenzerträgen. Er widerspricht Kenneth Pomeranz' Berechnungen, wonach Frauen ein Vielfaches männlicher Einkommen verdient hätten.¹⁶⁹ Für ihre Arbeit bestand auf Grund fehlender Urbanisierung kein Markt. Weder spezialisierte sich die Arbeit noch entwickelte sich eine neue Konsumnachfrage.¹⁷⁰

Nach Pomeranz fand die Industrious Revolution auf beiden Enden des eurasischen Kontinents statt. Auf Grund externer Faktoren, insbesondere durch die Ressourcenerleichterung durch die Neue Welt, habe sich die Industrious Revolution in Großbritannien und China in zwei verschiedene Richtungen entwickelt. Auch in China sei zur selben Zeit wie in Europa das Paradox fallender Kaufkraft und einer steigenden Nachfrage nach Konsumgütern feststellbar. Seiner Meinung nach seien die Löhne chinesischer Frauen mit jenen der Männer in ländlichen Gebieten vergleichbar. Damit finde auch eine Spezialisierung des Arbeitsprozesses statt. Der materielle Lebensstandard erhöhe sich in ähnlicher Weise wie in England. Letztlich argumentiert er, gäbe es kein triftiges Argument, dass nicht auch in Europa die intensivierete Arbeitsleistung teilweise in sinkenden Grenzerträgen endete.¹⁷¹ Der größere materielle Wohlstand im Hinblick auf neue Konsumgüter, wie ihn englische Sterbeinventare ausweisen, müsse nicht zwangsläufig mit einem höheren Wohlstand gleichgesetzt werden. Vielmehr sei eine Verschiebung der Konsumpräferenzen hin zu neuen Drogerien und Manufakturwaren erkennbar, während der Fleischkonsum signifikant abnehme.¹⁷²

Jacob Weisdorf und Robert Allen unterstreichen diesen Gedanken mit einer hypothetischen Berechnung frühneuzeitlicher Kaufkraft von Tagelöhnern. Sie kommen zu dem Schluss, dass ländliche Tagelöhner unter dem Druck hoher Preise und niedriger Löhne theoretisch mehr als ein ganzes Jahr arbeiten mussten, um sich ihre eigene Subsistenz erwirtschaften zu können. Zumeist erleichterte die zusätzliche Arbeitskraft ihrer Frauen und Kinder das Überleben. Der Lebensstandard des urbanen Raumes steht dazu in scharfem Kontrast. Hier musste ein Maurer nur ein halbes Jahr für die gleiche Kaufkraft arbeiten. Tatsächlich arbeiteten städtische Tagelöhner durchschnittlich aber das Doppelte, was bedeutet dass hier viel mehr konsumiert wurde.¹⁷³ Der städtische Raum gibt also viel Spielraum

¹⁶⁹ Huang Philip C.C.: Development or Involution in Eighteenth-Century Britain and China? A Review of Kenneth Pomeranz's *The Great Divergence: China, Europe, and the Making of the Modern World Economy*. S. 501 – 534.

¹⁷⁰ Pomeranz Kenneth: *Political Economy and Ecology on the Eve of Industrialization: Europe, China and the Global Conjunction*. S. 431 – 432.

¹⁷¹ Pomeranz Kenneth: *Is There an East Asian Development Path? Long – Term Comparisons, Constraints and Continuities*. S. 322 – 328.

¹⁷² Pomeranz Kenneth: *The Great Divergence. China, Europe and the Making of the modern World Economy*. S. 94 – 96, 153.

¹⁷³ Allen R.C., Weisdorf J.L.: *Was there an "industrious revolution" before the industrial revolution? An empirical exercise for England, c. 1300 – 1830*. S. 715 – 729.

für eine Industrious Revolution und gibt Huang's Argumenten Recht, dass sich für die Hebung des Wohlstandes und einer prosperierenden Ökonomie der urbane Raum als effizient darstellt. Auf der anderen Seite belegt die Studie eine ernstzunehmende Senkung der Grenzerträge im ländlichen Raum.

Die schon analysierten Sterbeinventare zeigen eine breit gestreute Verteilung des materiellen Wohlstandes zwischen Stadt und Land. Wie gesagt umfassen sie im groben Rahmen die Mittelschicht. Weatherill's Hinweis, dass der Beruf von wesentlicher Bedeutung für größeren Besitz im ländlichen Raum ist, gibt der Vermutung Aufwind, dass die Industrious Revolution auch ein klassenspezifisches Phänomen war. Die Frage ist, wie die offensichtliche Verbesserung der materiellen Kultur mittelständiger Haushälter im ländlichen Raum des 18. Jhs. mit der starken Verschlechterung des Lebensstandards ruraler Tagelöhner zusammengeht. Möglicherweise erweisen sich die Fakten als konsistent. Um mit Huang zu argumentieren, trieb die landwirtschaftliche Revolution die Leute in die neuen urbanen Räume, wo auch die neuen Konsumindustrien zu Hause waren. Maxine Berg beschreibt die neuen Städte als kommerzielle Ballungsräume in denen sich die Mittelschichten im geschäftlichen Alltag gegenseitig förderten. Das verlieh der Mittelschicht weitere finanzielle Möglichkeiten. Im Allgemeinen war die Mittelschicht gut mit urbanen Zentren vernetzt, wie Mark Overton betont. So machte es für sie keinen wirklichen Unterschied, ob sie am Land oder in der Stadt wohnten. Die „Retailing Revolution“ bezeichnet die schon besprochene Vernetzung des Handelsgewerbes mit einer signifikanten Erhöhung von Geschäften im ländlichen und städtischen Raum. Sie trug wesentlich zur gesamtgesellschaftlichen Arbeitsteilung bei.¹⁷⁴ Die widersprüchlichen Zahlen der Kaufkraft zwischen den Inventaren und den Tagelöhnern könnten ein Abbild einer in Veränderung befindlichen Gesellschaft sein.

Steigende Nachfrage, Konsum von Drogerien, vermehrter Besitz von Manufakturwaren und die Entstehung von Konsumgesellschaften sind also keine Besonderheit Westeuropas.¹⁷⁵ Nach Pomeranz wären sowohl die chinesische wie auch die britische Industrious Revolution intern an ähnliche Grenzen gestoßen. Das Bevölkerungswachstum übte Druck auf Löhne, Preise, Ressourcen und Land aus. In China sei der Markt nach klassischer Auffassung perfekter als der britische gewesen. Das bedeutet es existierte ein freier Markt zwischen den Zentren und Peripherien, während die europäische Peripherie monopolisiert und staatlich kontrolliert war. Die chinesischen Peripherien lieferten die für die Zentren wichtigen Primärgüter. Allerdings wuchs dort die Bevölkerung im Zuge größerer Exporte und starker Kommerzialisierung enorm. Mit dem stetigen Verschwinden guter Ländereien wären die Haushälter über proto-industrielle Arbeitsprozesse auf Importsubstitution

¹⁷⁴ De Vries Jan: *The Industrious Revolution and Economic Growth, 1650 – 1830*. S. 61 – 62.

¹⁷⁵ Pomeranz Kenneth: *The Great Divergence. China, Europe and the Making of the modern World Economy*. S. 126 – 130.

umgestiegen und begannen zuvor importierte Manufakturwaren, etwa Textilien selbst zu produzieren. Somit verfiel das Gleichgewicht des Fernhandels und die industrielle Produktion der Zentren sei auf ihrem Höhepunkt gelangt, um folglich langsam zu sinken.¹⁷⁶

Dagegen profitierte Großbritannien vom transatlantischen Handel mit den brasilianischen und karibischen Peripherien, sowie mit Nordamerika. Hier entwickelte sich eine frühe globale Arbeitsteilung zwischen Peripherie und Zentrum. Auf systematisch strukturierten Plantagen produzierten schlecht bezahlte Sklaven die landintensiven Primärgüter. England tauschte seine Manufakturwaren gegen diese Grundressourcen. Das schonte im Zentrum die ländlichen Ressourcen, was der volkswirtschaftlichen Spezialisierung den Weg ebnete.¹⁷⁷

Die ostasiatischen Importe der East India Company trafen auf die ressourcenschonende Ökonomie Englands. Sie erweckten das Konsuminteresse einer reicher werdenden Mittelschicht und gestalteten die Kultur der urbanen Konsumgesellschaft. Innerhalb eines protektionistischen Staates suchten Unternehmer Möglichkeiten der Importsubstitution und entwickelten Technologien und Arbeitsspezialisierungen weiter. Sogar der Staat förderte die Zusammenarbeit mit Manufakturen und Unternehmern in der Importsubstitution, wie ich etwa am Beispiel der Society of Arts gezeigt habe. In China beeinflussten importierte Konsumgüter bei weitem nicht so sehr die Entwicklung der Industrie. Die typischen chinesischen Luxusgüter, wie z.B. Haifischzähne, ließen sich in ihrer Produktion nicht weiter intensivieren. Auch lösten sie keine immer neuen Modeerscheinungen im Ausmaß der britischen Konsumgesellschaft aus. Pomeranz hält dem entgegen, dass große Mengen von Silber über den europäischen – asiatischen Handel nach China gelangt seien. Sie müssten als Manufakturwaren betrachtet werden.¹⁷⁸ Jedoch erlaubten sie keine weitere Spezialisierung und Weiterentwicklung von Produktion und Technologie, wie das bei der britischen Importsubstitution indischer Baumwolltextilien und chinesischen Porzellans der Fall war.

Die Industrielle Revolution der vorindustriellen Zeit erscheint im globalen Vergleich als ein Phänomen fortgeschrittener Ökonomien. Es zeigt sich, dass sie nicht zwangsläufig zu einer Industrialisierung führen muss, sondern an den ökonomischen Kontext gebunden ist. Die Intensivierung der Arbeit muss auf die Möglichkeit der Arbeitsspezialisierung treffen, sonst geht sie ins Leere. Das gilt sowohl lokal wie global. Die Peripherie muss in der Primärgüterproduktion spezialisiert sein, um Druck vom

¹⁷⁶ Pomeranz Kenneth: Is There an East Asian Development Path? Long – Term Comparisons, Constraints and Continuities. S. 331.

¹⁷⁷ Pomeranz Kenneth: Political Economy and Ecology on the Eve of Industrialization: Europe, China and the Global Conjunction. S. 441 – 442.

¹⁷⁸ Pomeranz Kenneth: The Great Divergence. China, Europe and the Making of the modern World Economy. S. 157 – 165.

Zentrum zu lösen. Auch die Landwirtschaft benötigt eine Intensivierung. Nur ist hier nicht ganz klar unter welchen Voraussetzungen diese erfolgt.

Die ostasiatischen Konsumgüter trafen auf eine von den Grundzwängen befreite Ökonomie, die ihr Arbeits- und Entwicklungspotential in die industrielle Spezialisierung legen konnte. Der merkantilistische Staat förderte die wirtschaftliche Unabhängigkeit und investierte in den eigenen technologischen Fortschritt. Offen bleibt welche definitive Rolle die Mittelschichten und die Tagelöhner in der Intensivierung der Wirtschaft spielten. Eine Zusammenführung der beiden sozialen Klassen im Kontext der Industrious Revolution könnte noch genauere Einblicke in das Funktionieren der ersten Industrialisierung der Geschichte bringen.

Literatur

1. Allen R.C., Weisdorf J.L.: Was there an “industrious revolution” before the industrial revolution? An empirical exercise for England, c. 1300 – 1830. In: *Economic History Review* 64, 3 (2011), 715 – 729.
2. Berg Maxine: From Imitation to Invention: Creating Commodities in Eighteenth – Century Britain. In: *Economic History Review*. 45, 2002, 1- 30.
3. Berg Maxine: In Pursuit of Luxury: Global History and British Consumer Goods in the Eighteenth – Century Britain. In: *Past & Present*. 182, 2004, 85 - 142.
4. Berg Maxine: *Luxury and Pleasure in Eighteenth – Century Britain*. Oxford University Press. New York 2005.
5. Berg Maxine: Luxury, the Luxury trades, and the Roots of Industrial Growth: A Global Perspective. In: Trentmann Frank (ed.): *The Oxford Handbook of the History of Consumption*. Oxford University Press. New York 2012.
6. Berg Maxine: New Commodities, Luxuries and their Consumers in Eighteenth – Century England. In: Berg Maxine, Clifford Helen (eds.): *Consumers and Luxury: Consumer Culture in Europe 1650 – 1850*. Manchester University Press. Manchester 1999.
7. Berg Maxine: Women’s Consumption and the Industrial Classes of Eighteenth Century England. In: *Journal of Social History*, 30, 2, 1996, 415 – 434.
8. Berg Maxine, Clifford Helen: Introduction: In: Berg Maxine, Clifford Helen (eds.): *Consumers and Luxury: Consumer Culture in Europe 1650 – 1850*. Manchester University Press. Manchester 1999.
9. Birmingham Ann: Introduction. *The Consumption of Culture: Image, Object, Text*. In: Birmingham Ann, Brewer John (eds.): *Consumption and Culture 1600 – 1800. Image, Object, Text*. Routledge. London 1995.
10. Breen T.H.: An Empire of Goods. The Anglicization of Colonial America, 1690 – 1776. In: *Journal of British Studies*. 25, 4, 1986, 467 – 499.
11. Brewer John: *The Pleasures of Imagination. English Culture in the Eighteenth Century*. Harper Collins. London 1997.
12. De Vries Jan: The Industrious Revolution and Economic Growth, 1650 – 1830. In: David Paul A., Thomas Mark (eds.): *The economic future in historical perspective*. Oxford University Press. Oxford 2003, 43 – 66.
13. De Vries Jan: *The Industrious Revolution. Consumer Behaviour in the Household Economy. 1650 to Present*. Cambridge University Press. New York 2008.
14. De Vries Jan: *Between Purchasing Power and the World of Goods: Understanding the Household Economy in Early Modern Europe*. In: Brewer John, Porter Roy (eds.): *Consumption and the World of Goods*. Routledge. London and New York 1993.
15. Huang Philip C.C.: Development or Involution in Eighteenth-Century Britain and China?. A Review of Kenneth Pomeranz’s *The Great Divergence: China, Europe, and the Making of the Modern World Economy*. In: *The Journal of Asian Studies* 61, 2 (May 2002), 501 – 538.
16. Kowalewski – Wallace Beth: Women, China, and Consumer Culture in Eighteenth – Century England. In: *Eighteenth Century Studies*. 29,2,1995.
17. Lemire Beverly: Consumerism in Preindustrial and Early Industrial England. The Trade in Second Hand Clothes. In: *Journal of British Studies* 27, 1988, 1 – 24.
18. Lemire Beverly: *Fashion’s Favourite. The Cotton Trade and the Consumer in Britain 1660 – 1800*. Oxford University Press. Oxford 1991.

19. Lemire Beverly: *Revising the Historical Narrative. India, Europe, and the Cotton Trade, c. 1300 – 1800.* In: Riello Giorgio, Parthasarathi Prasanna (eds.): *The Spinning World. A Global History of Cotton Textiles 1200 – 1850.* Oxford University Press. Oxford 2009. S. 205 – 226.
20. Mukerji Chandra: *From Graven Images. Patterns of Modern Materialism.* Columbia University Press. New York 1983.
21. Muldrew Craig: "A Mutual Assent on her Mind"? Women, Debt, Litigation and Contract in early modern England. In: *History Workshop Journal* 2003, 55, 47 – 71.
22. Muldrew Craig: *Interpreting the Market: The ethics of Credit and Community Relations in Early Modern England.* In: *Social History*, 18, 2 (1993), 163 – 183.
23. McKendrick Neil, Brewer John, J.H.: *Plumb: The Birth of a Consumer Society: The Commercialization of Eighteenth Century England.* Europa Publishers. London 1992.
24. Overton Mark, Whittle Jane, Dean Darron, Hann Andrew: *Production and Consumption in English Households, 1600 – 1750.* Routledge. London 2004.
25. Parthasarathi Prasanna, Riello Giorgio: *From India to the World: Cotton and Fashionability.* In: Trentmann Frank (ed.): *The Oxford Handbook of the History of Consumption.* Oxford University Press. New York 2012.
26. Pomeranz Kenneth: *Is There an East Asian Development Path? Long – Term Comparisons, Constraints and Continuities.* In: *Journal of the Economic and Social History of the Orient*, 44, 3 (2001), 322 – 362.
27. Pomeranz Kenneth: *Political Economy and Ecology on the Eve of Industrialization: Europe, China and the Global Conjunction.* In: *The American Historical Review* 107, 2 (April 2002), 425 – 446.
28. Pomeranz Kenneth: *The Great Divergence. China, Europe and the Making of the modern World Economy.* Princeton University Press. Princeton, New Jersey 2000.
29. Schaper Michael (Hg.): *Geo Epoche. Das Magazin für Geschichte: England. Aufstieg einer Großmacht 1066 – 1660.* Gruner + Jahr AG & Co KG, Druck und Verlagshaus. Hamburg 2011.
30. Shamas Carole: *The Pre – Industrial Consumer in England and America.* Carbondale Press. Oxford 1996.
31. Shamas Carole: *Standard of Living, Consumption, and Political Economy over the past 500 Years.* In: Trentmann Frank (ed.): *The Oxford Handbook of the History of Consumption.* Oxford University Press. New York 2012. S. 211 – 224.
32. Stihler Ariane: *Die Entstehung des modernen Konsums. Darstellung und Erklärungsansätze.* Duncker & Humblot GmbH. Berlin 1998.
33. Stobart Jon, Hann Andrew, Morgan Victoria: *Spaces of Consumption. Leisure and Shopping in the English Town, c. 1680 – 1830.* Routledge. New York 2007.
34. Styles John: *Manufacturing, Consumption and Design in Eighteenth Century England.* In: Brewer John, Porter Roy (eds.): *Consumption and the World of Goods.* Routledge. London and New York 1993.
35. Styles John: *Product Innovation in Early Modern London.* In: *Past & Present*, No. 168, 8, 2000, 124 – 169.
36. Young Hilary: *English Porcelain 1745 – 95. Its Makers, Design, Marketing and Consumption.* V&A Publications. London 1999.
37. Young Hilary: *Manufacturing Outside the Capital. The British Porcelain Factories, their Sales Networks and their Artists, 1745 – 1795.* In: *Journal of Design History* 12, 3, 1999, 257 – 269.

38. Sara Pennell: *Material Culture in Seventeenth – Century Britain: The Matter of Domestic Consumption*. In: Trentmann Frank (ed.): *The Oxford Handbook of the History of Consumption*. Oxford University Press. New York 2012.
39. Weatherill Lorna: *Consumer Behaviour and Material Culture in Britain 1660 – 1760*. Routledge. New York 1988.
40. Weatherill Lorna: *The Meaning of Consumer Behaviour in late Seventeenth- and Early Eighteenth Century England*. In: Brewer John, Porter Roy (eds.): *Consumption and the World of Goods*. Routledge. London and New York 1993.
41. Wills E. John: *European Consumption and Asian Production in the Seventeenth and Eighteenth Centuries*. In: Brewer John, Porter Roy (eds.): *Consumption and the World of Goods*. Routledge. London and New York 1993.
42. Woodruff D. Smith: *Consumption and the Making of Respectability, 1600 – 1800*. Routledge. New York 2002.

Abstract

Im Kontext der Industrious Revolution entfaltet sich im England des langen 18. Jahrhunderts eine bürgerliche Konsumgesellschaft. Sterbeinventare aus der Zeit verdeutlichen wie ein großer Teil der Gesellschaft ausgeprägt konsumiert und vielfältigeren materiellen Wohlstand anhäuft. Andererseits treffen Manufakturwaren aus Ostasien auf die Nachfrage dieser marktorientierten Mittelschicht. Im Zeitalter des Merkantilismus sucht der englische Staat die ökonomische Unabhängigkeit und erhebt hohe Tarife und Importverbote auf überseeische Güter. Dieses protektionistische Klima fördert den Nachahmungs- und Erfindergeist heimischer Industrien. Sie orientieren sich an der Mode der bürgerlichen Kultur und beeinflussen diese im Gegenzug. Gleichzeitig lernen englische Unternehmen von der ostasiatischen Technologie und treiben damit die industrielle Entwicklung voran. Am Ende dieses Prozesses steht der Durchbruch zur Industriellen Revolution. Die Diplomarbeit stellt die Frage nach den Zusammenhängen zwischen der Industrious Revolution, der englischen Konsumgesellschaft und den globalen Wissenstransfers im Hinblick auf die ökonomische Transformation in die Moderne. Die grundlegende These lautet, dass die britische Wirtschaft im Kontext der ressourcenschonenden transatlantischen Verbindungen ausreichend Potential besitzt um industrielle Spezialisierung und anhaltendes Wachstum zu verwirklichen.

In the context of the Industrious Revolution there unfolds a bourgeois consumer society in the lengthy 18th century. Probate Inventories show how a large part of the society consumes distinctly and accumulates a more diverse material wealth. Otherwise manufactured goods from East Asia meet the demand of this market oriented middle class. In the age of mercantilism the English State seeks economic independence and levies high taxes and import restrictions on goods from overseas. This protectionist climate promotes the spirit of imitation and invention of home industries. They orient towards the fashion of the bourgeois culture and influence it in return. At the same time English enterprises learn from East Asian technologies and encourage industrial development. In the end of these processes stands the breakthrough to the Industrial Revolution. The diploma thesis asks the question towards the connections between the Industrious Revolution, the English consumer society and global transfers of knowledge in regard to the economic transformation to Modernity. The fundamental thesis says that in the context of resource saving transatlantic connections the British economy possesses sufficient potential to realize industrial specialisation and sustained growth.

Lebenslauf

Persönliche Daten

Geburtsdatum: 11. September 1984

Staatsbürgerschaft: Österreich

Familienstand: ledig

Präsenzdienst: abgeleistet in Spratzern



Ausbildung

2006 – dato: Diplomstudium Geschichte

1995 – 2005: AHS mit sprachlichem Schwerpunkt, 3100 St. Pölten

1991 – 1995: Volksschule 3108 Wagram

Berufliche Erfahrungen

2011 Forschungspraktikum Universität Wien, Geologische Bundesanstalt

Archiv und Bibliothek

2009 Forschungsexkursion und Forschungsseminar in Oaxaca, Mexico

2006 – 2009 Ferialpraktika in der Produktion, Fa. Sunpor, 3100 St. Pölten

Juli 2012 Praktikum am International Congress of Americanists

Seit August 2012 Telefoninterviewer beim österreichischen Gallup – Institut

Besondere Kenntnisse

Fremdsprachen Englisch, Französisch, Latein

Musik Gitarre, Klavier, Musiktheorie

