
Die Konsumrevolution vor der industriellen Revolution

Rezension von: Kwass, Michael (2022).
The Consumer Revolution, 1650–1800.
Cambridge u.a., Cambridge University
Press. 261 Seiten. Taschenbuch. GBP
19,99. ISBN 978-0-521-13959-5.

Der Autor des vorliegenden Bandes über Konsumtendenzen im westlichen Europa zwischen 1650 und 1800, also vor der ersten industriellen Revolution, ist Professor für Geschichte an der renommierten Johns-Hopkins-Universität in Baltimore, Maryland. Das Spezialgebiet von Kwass ist die wirtschaftliche, soziale und politische Geschichte Frankreichs und des französischen Kolonialreichs im 17. und 18. Jh.

Bis in die 1970er-Jahre dominierte die Ansicht, dass erst die industrielle Revolution die Voraussetzungen für eine signifikante Ausweitung des Konsums in Teilen des westlichen Europa schuf.

1982 stellten McKendrick et al. diese traditionelle Sichtweise in Frage. Sie konnten empirisch belegen, dass im England des 18. Jh. eine Konsumrevolution erfolgt sei, also schon vor der ersten industriellen Revolution und während deren erster Phase. Englische Mittelschichten erwarben Konsumgüter in nicht dagewesenem Ausmaß, was zur ersten modernen Konsumgesellschaft führte. Die Konsumrevolution war demzufolge ein halbautonomes Gegenstück zur industriellen Revolution und nicht nur eine Folge Letzterer.

McKendrick et al. (1982) argumentierten dahin gehend, dass die Existenz prosperierender Mittelschichten, die auf den hohen Entwicklungsstand von Handel, Gewerbe und Landwirtschaft

zurückging, Verhaltensweisen sozialer Nachahmung begünstigte, welche die Diffusion modischer Produkte bewirkten. Die vermögende Aristokratie gab gewisse Konsummuster vor, welche von den relativ breiten wohlhabenden Mittelschichten imitiert wurden. Deren Konsumverhalten wiederum diente Teilen der übrigen Gesellschaft als Vorbild. „(M)any objects, once the prized possession of the rich, reached further and further down the social scale“ (McKendrick et al. 1982, 11).

Die Publikation der Studie rief eine gewaltige Forschungswelle über Konsum und Konsummuster vor der industriellen Revolution hervor. Englische Geschichtsforscher werteten Testamentsinventuren aus dem späten 17. und dem 18. Jh. aus und vertieften und korrigierten so die Ergebnisse von McKendrick et al. (1982). Diese englischen Studien belegten einen starken Anstieg der Konsumausgaben von Männern und Frauen aus den Mittelschichten und Teilen der Unterschichten für Bekleidung, Accessoires, Möbel, Einrichtungsgegenstände, Dekorationsobjekte, Tischwaren, höherwertige Nahrungsmittel, exotische Getränke wie Kaffee und Tee sowie Zucker und Tabak samt den dafür notwendigen Gerätschaften. „If McKendrick rendered the consumer revolution equal and opposite to the Industrial Revolution, the body of work his book spawned moved the growth of consumption even further back in time to predate industrialization“ (6).

Unter anderem sorgte Importsubstitution ab Mitte des 18. Jh. dafür, dass sich der Verbrauch von Angehörigen der Mittel- und Unterschichten erhöhte, indem sie nicht ganz so hochwertige und dauerhafte, aber moderat bepreiste und dennoch modische Produkte erwarben,

bspw. Barchent oder Samt, Mischgebe aus Baumwolle und Leinen, statt indischer Baumwollstoffe (DuPlessis 2019, 334–337). „The shift toward modern materiality also encouraged faster replacement rates and accelerated fashion-cycles as consumers sought to supplant damaged, worn-out, or simply outmoded articles with new ones“ (73).

Forschende vom Kontinent erweiterten die geografische Reichweite einschlägiger Konsumstudien. Sie konnten zeigen, dass auch in den Niederlanden, im nördlichen und atlantischen Frankreich sowie in den westlichen und nördlichen Regionen Deutschlands im 18. Jh. die Verbrauchsausgaben privater Haushalte signifikant anstiegen, in der niederländischen Republik schon während der Prosperitätsphase zwischen 1590 und 1670 (Prak 2005, Kap. 6; DuPlessis 2019, 158–163). „By the turn of the twenty-first century, something of a consensus had emerged that patterns of consumption changed dramatically in western and central Europe and in colonial America between the seventeenth and eighteenth centuries“ (7).

In den letzten zwei Jahrzehnten ist dieser Konsens in vielerlei Hinsicht hinterfragt worden, nämlich u.a. in Bezug auf die sozialen Grenzen des Konsumwachstums, die Einflüsse von Urbanisierung und Hofkultur, die Bedeutung (freiwillig oder unfreiwillig?) erhöhter Arbeitszeit in der zweiten Hälfte des 18. Jh., als die Reallöhne weithin stagnierten, und den Stellenwert überseeischer Produkte für den Verbrauchsanstieg. Die rezente Forschung befasste sich weiters mit den Werten, die Konsumgütern zugeschrieben wurden und deren Attraktivität erhöhten, sowie mit neuen Vertriebswegen und Vermarktungsweisen.

Pro-Kopf-Einkommen

Die makroökonomische Grundlage der Konsumsteigerung bildete ein geringes, aber gleichwohl signifikantes und spürbares Wirtschaftswachstum in weiten Teilen des westlichen Europa im 18. Jh., in den Vereinigten Niederlanden bereits zwischen 1590 und 1670 und in England ab der zweiten Hälfte des 17. Jh. Landwirtschaft, produzierendes Gewerbe und intra-europäischer Handel trugen zu dieser wirtschaftlichen Expansion bei. Das mit Abstand höchste Wachstum verzeichnete der Überseehandel.

Die Anzahl der Städte mit einer Bevölkerungszahl über 10.000 verdoppelte sich von 287 1700 auf 585 1800 (Malanima 2010, 290: Tab. 5). In den landwirtschaftlichen Gebieten um Metropolen, Hafenstädte und dicht besiedelte Regionen spezialisierten sich Teile der bäuerlichen Bevölkerung auf die Belieferung städtischer und ausländischer Märkte. Spezialisierung, neue Anbaumethoden und steigende Kapitalintensität ermöglichten Produktivitätsgewinne. Die gut situierten Teile der Stadtbevölkerung und wohlhabende Segmente der Landbevölkerung erhöhten ihre Nachfrage nach gewerblichen Produkten.

Sachgüterbranchen wie die Erzeugung von Textilien und die Metallverarbeitung, die in der ersten industriellen Revolution Schlüsselrollen einnehmen würden, expandierten bereits im 18. Jh. Und die Blüte des auf die Herstellung von Luxusgütern spezialisierten, hoch qualifizierten Handwerks setzte sich fort.

In der ersten Hälfte des 18. Jh. ermöglichte diese Produktionsausweitung trotz erheblichen Bevölkerungswachstums in England einen – gemessen an vorindustriellen Verhältnissen – star-

ken Anstieg des realen Pro-Kopf-Outputs, in Frankreich, Deutschland und Italien eine jeweils leichte Zunahme. Für die Niederlande ist ein geringer Zuwachs bei stagnierender Bevölkerung zu verzeichnen. In Spanien sank der Pro-Kopf-Output infolge des kräftigen Bevölkerungsanstiegs deutlich (Malanima 2010, 22: Tab. 6; 338: Tab. 11).

Wesentlich ungünstiger verliefen die entsprechenden Entwicklungen zwischen 1750 und 1800, v.a. aufgrund des noch rascheren Bevölkerungswachstums. In England, den Niederlanden, Frankreich, Spanien und Italien fiel der reale Pro-Kopf-Output jeweils leicht, in Deutschland stagnierte er.

Hinzu kam die sich verschärfende soziale Polarisierung in der zweiten Hälfte des 18. Jh. Diese Polarisierung hatte sich zwischen 1500 und 1650 intensiviert, dürfte aber zwischen 1650 und 1750 nachgelassen haben. Die erneute Zuspitzung ging u.a. aus zunehmender Vermögenskonzentration, stark steigenden Einkommen der ländlichen und der städtischen Oberschichten und stagnierenden oder leicht rückläufigen Reallöhnen hervor, von denen sowohl die städtischen als auch die ländlichen Arbeitskräfte betroffen waren (Malanima 2010, 310f; 320: Tab. 6). Die Kapitalbildung hielt mit dem wirtschaftlichen Wachstum nicht mit, die Arbeitsproduktivität fiel. Das Überangebot an Arbeitssuchenden tat ein Übriges. Von diesen wirtschaftlichen Umständen profitierte der Großgrundbesitz, denn er verfügte über jenen Produktionsfaktor, an dem es mangelte: landwirtschaftlich nutzbares Land. Der resultierende starke Anstieg der Bodenrenten verstärkte die soziale Polarisierung auf dem Land. „(C)onsumption was growing in a society that was becoming *more* unequal, not less“ (36).

Freiwilliger oder unfreiwilliger Fleiß?

Wie konnten die realen Verbrauchsausgaben von privaten Haushalten in Teilen der Unterschichten und in den unteren Mittelschichten steigen, wenn die realen Tageslöhne stagnierten? In seinem Werk „The Industrious Revolution“ (2008) argumentierte Jan de Vries dahin gehend, dass dies möglich war, weil Haushaltsmitglieder, v.a. Frauen und Kinder, mehr bezahlte Arbeit leisteten. Zum einen sank die Zahl der Feiertage. Zum anderen breitete sich in ländlichen Regionen die Protoindustrie aus, in erster Linie in der Textilbranche. Frauen und Kinder aus bäuerlichen Haushalten, die bisher unbezahlt landwirtschaftliche Tätigkeiten ausgeführt hatten, wurden nun von Verlagsunternehmen, welche die Arbeitsgeräte und Rohmaterialien bereitstellten, fürs Spinnen und Weben etc. ebendort bezahlt. Doch erfolgte diese Aufnahme oder Vermehrung von Lohnarbeit freiwillig, wie de Vries annahm, und erfolgte sie zu dem Zweck, die etwas höhere Kaufkraft für den Erwerb von modischer Bekleidung und Accessoires etc. zu nutzen?

Rezente Studien zeigen, dass viele Haushalte ihre Lohnarbeit vor allem oder ausschließlich deshalb erhöhten, um angesichts steigender Nahrungsmittelpreise und Pachten das Subsistenzminimum sicherzustellen. Die „Revolution des Fleißes“ erfolgte sehr häufig also nicht freiwillig, sondern gehorchte der Not. „Far from participating in new forms of consumption, a substantial fraction of the population, including farmhands and urban laborers, may have been working harder simply to subsist“ (51). Welcher Anteil der Bevölkerung auf diese Kategorie von Haushalten entfiel, die in Armut oder

am Rande der Armut lebten, ist unklar, aber er könnte selbst in Nordwesteuropa bis zu einem Drittel betragen haben und in anderen Teilen Europas noch größer gewesen sein.

Wenig Beachtung schenkt Kwass in diesem Kontext der Armuts- und Beschäftigungspolitik des Merkantilismus und dem Arbeitszeitregime in Manufakturen.

Ein Hauptanliegen der Armuts- und Beschäftigungspolitik des Merkantilismus bestand darin, möglichst viele der strukturell oder versteckt Arbeitslosen in den Produktionsprozess einzugliedern, dem „müßigen“ Volk Gelegenheit zur Erwerbsarbeit zu geben und auf diese Weise die Erwerbsquote zu erhöhen. „Kasernen, Arbeits- und Waisenhäuser, Spitäler und Schulen wurden in den Dienst des Ziels gestellt, Randgruppen, Unterschichten, Frauen und Kinder ... zu erfassen und zu Arbeitsamkeit und Fleiß zu erziehen“ (Sandgruber 1995, 147). Und jene, die sich entzogen, sollten auch gegen ihren Willen in Arbeitshäuser gesperrt werden. Mit der Reduzierung der kirchlichen Feiertage (bspw. in Österreich unter Maria Theresia und Joseph II.) sollte zusätzliche Arbeitszeit gewonnen werden.

Das starke Bevölkerungswachstum und die staatlichen Maßnahmen zur Steigerung der Erwerbsquote sorgten für ein Überangebot an Arbeitskräften für einfache Tätigkeiten. Infolge des daraus resultierenden verstärkten strukturellen Machtungleichgewichts auf den Arbeitsmärkten konnten Manufakturunternehmen überlange Tages- und Wochenarbeitszeiten durchsetzen, womit sich das betreffende Arbeitsangebot weiter vergrößerte.

In all diesen Fällen kann keine Rede sein von einer freiwilligen Erhöhung

der Lohn- bzw. Erwerbsarbeit. Es handelte sich um Formen von Zwangsarbeit, oder stagnierende reale Tageslöhne, unzureichende Naturlöhne bzw. nicht ausreichende Ernteerträge aufgrund real stark steigender Pachten ließen Lohnarbeitskräften in der Sachgüterproduktion, in der Landwirtschaft und kleinbäuerlichen Familien keine andere Wahl, als die individuell geleistete Lohnarbeit zu erhöhen und/oder die insgesamt von Haushaltsmitgliedern erbrachte Lohnarbeit zu steigern bzw. die Arbeit von der Produktion für den Eigenbedarf und direkten Konsum zur Herstellung von Marktgütern, z.B. in der Protoindustrie, zu verlagern.

Ferner ist zu berücksichtigen, dass einige der in Europa besonders gefragten landwirtschaftlichen Rohprodukte – Tabak, Zucker, Kaffee, Kakao, Indigo – in den amerikanischen Kolonien zunächst von versklavten Indigenen und europäischen Vertragsknechten und -mägden, ab dem 18. Jh. in zunehmendem Maße von verschleppten und versklavten Menschen aus Afrika und deren Nachfahren angepflanzt und geerntet wurden. Letzteres erfolgte im Rahmen von Plantagensystemen, wo mit den Versklavten äußerst brutal umgegangen wurde und die verheerende langfristige Folgen für die Umwelt zeitigten, insbesondere in der Karibik. Der rasch zunehmende Konsum der genannten Getränke und Genussmittel in Europa beruhte also auf Zwangsarbeit und Sklaverei.

Soziale Grenzen der Konsumrevolution

Auch in den oben genannten Regionen des westlichen Europa, wo die Konsumausgaben privater Haushalte im 18. Jh. signifikant stiegen, bestimmte die steile soziale Hierarchie in Stadt

und Land das jeweilige Ausmaß des Konsums. Auf dem Land konnten Adelige und wohlhabende Teile der bäuerlichen Bevölkerung, die allesamt über beträchtlichen Grundbesitz verfügten und von den steigenden Pachten profitierten, die Qualität ihres täglichen Verbrauchs an Nahrungsmitteln und Getränken sowie ihrer Bekleidung erhöhen und dauerhafte Konsumgüter (Möbel, Einrichtungsgegenstände, Dekorationsobjekte, Tischwaren) in ihren Haushalten akkumulieren. Unterhalb der gut gestellten bäuerlichen Kreise fiel der Lebensstandard rasch stark ab.

In den Städten konnten sich die Oberschichten (Adelige, Großkaufleute, Reeder und Großgewerbetreibende, Finanzleute u.a.) und die wohlhabenden Teile der Mittelschichten (Notare, erfolgreiche Kaufleute und Gewerbetreibende, spezialisierte Handwerksleute usw.) stark steigende Verbrauchsausgaben leisten. Teile der städtischen Lohnarbeitskräfteschaft und des Hauspersonals der Oberschichten erhöhten ihre Konsumausgaben ebenfalls signifikant. Personen aus diesem Kreis konnten zum ersten Mal überhaupt mehr als eine Kleidungsgarnitur erwerben. Unter diesen steigerten auch Männer ihre Ausgaben für Bekleidung und Accessoires, allerdings deutlich weniger als Frauen. Alle anderen den städtischen Unterschichten zugehörigen Personen blieben von der Konsumrevolution ausgeschlossen. „The divide between those who participated in the rise of consumption and those who did not appears to have been widening“ (37).

Die Einflüsse von Urbanisierung und Hofkultur

Konsumausmaß, -muster und -verhalten änderten sich nicht erst ab 1650 oder 1700, sondern schon davor. Zwei Einflussfaktoren waren dafür hauptauschlaggebend: die Urbanisierung und die Ausstrahlung der Hofkultur. Infolge der Intensivierung des Fernhandels und des innereuropäischen und regionalen Handels und der damit verbundenen räumlichen Konzentration von Kaufleuten, Finanzleuten, Notaren und Handwerksleuten bestand in Städten eine stärkere Nachfrage nach Konsumgütern und gleichzeitig ein größeres Angebot derselben. Die kaufkräftige Nachfrage stimulierte die Expansion einer materiellen Kultur, die auf den Fähigkeiten und Fertigkeiten hoch qualifizierter und spezialisierter Handwerksleute beruhte. Luxusgüter waren in den prosperierenden Städten des westlichen Europa und den Metropolen Mittel- und Osteuropas hoch gefragt. „Undoubtedly, the flowering of urban life before the eighteenth century established patterns in consumption that anticipated the transformations to come“ (39).

Der extravagante, aus Gründen des sozialen Status bewusst zur Schau gestellte Luxuskonsum an einigen königlichen und fürstlichen Höfen ab dem 16. und 17. Jh. beeinflusste die Konsummuster der Ober- und der wohlhabenden Mittelschichten in den betreffenden urbanen Zentren, v.a. über Imitationsverhalten, und die Einkommenseffekte der verschwenderischen Hofhaltung und der Produktion von Luxusgütern strahlten in die unteren Mittelschichten und Teile der städtischen Arbeitskräfteschaft und des Hauspersonals aus und ermöglichten es diesen

Personen, ihre Verbrauchsausgaben zu erhöhen. Einige der an den fürstlichen Höfen verwendeten Luxuskonsumgüter erreichten in abgewandelter, kostengünstiger Form die Handwerksleute und die städtischen Lohnarbeitskräfte, bspw. die Gabel.

Musterbeispiel für die Ausstrahlung glanzvoller Hofkultur war ab der Herrschaft Ludwig XIV. (1643–1715) Versailles. „The aim of such splendor was to project the power and glory of Louis XIV across Europe, to elevate the court above the rest of society, and to establish a hierarchy of status that the king could manipulate for his own political benefit“ (43).

Die Nachfrage nach Luxusprodukten an den europäischen Herrschaftshöfen führte zur Gründung von Porzellan-, Gobelin- und Spiegelmanufakturen usw. und beflügelte die Produktion in den betreffenden Handwerkszweigen ebenso wie den Import von Luxuswaren (Porzellan, Lackwaren, Seide etc.) aus Asien. „The steady growth of urban and courtly consumption before 1700 belies any notion of a clean rupture between consumption in the eighteenth century and the preceding period“ (44).

Kulturelle Bedeutungen von Konsum

McKendrick et al. (1982) waren davon ausgegangen, dass soziale Nachahmung eine wichtige oder die wichtigste Motivation darstellte, die Konsumausgaben zu erhöhen. Sie griffen diesbezügliche Überlegungen der Soziologen Thorstein Veblen und Georg Simmel auf. Veblen war davon ausgegangen, dass Konsummuster übergeordneter Klassen nachgeahmt wurden, um mittels dieser Imitation höheren sozialen Status zu demonstrieren und zu erwerben. Simmel ergänzte die These vom

demonstrativen Konsum um eine weitere Verhaltensannahme: Die oberen Klassen würden, sobald sie die breite Nachahmung bemerkten, ihren sozialen Status durch Konsum anderer Güter demonstrieren. Eine Vielzahl von Studien bestätigte die Bedeutung sozialer Nachahmung für die steigenden Verbrauchsausgaben privater Haushalte aus den Mittel- und Unterschichten zwischen 1650 und 1800.

Doch die These sozialer Imitation allein vermag die komplexen Prozesse der Veränderung von Konsummustern nicht zu erklären. Beispielsweise brachten viele Studien zutage, dass Angehörige der wohlhabenden urbanen Mittelschichten wie gut situierte Kaufleute und Gewerbetreibende, Finanzleute, Notare usw. reichlicher mit Möbeln, Vorhängen, Einrichtungsgegenständen, Dekorationsobjekten, Tischwaren, Porzellan etc. ausgestattet waren als Angehörige des niedrigen Landadels, die höheren sozialen Status genossen. „The consumption hierarchy did not always mirror the social hierarchy“ (102). Das urbane und das berufliche Umfeld fungierten oft als intervenierende Variablen.

Zweifellos wurden bestimmte Konsumgüter als Signale des sozialen Status gewertet. Personen schrieben Konsumgütern aber noch zahlreiche andere Bedeutungen zu, was den Zusammenhang zwischen Status und Vermögen einerseits und Konsum andererseits lockerte. Werte, welche Konsumierende mit bestimmten Verbrauchsgütern verbanden, waren u.a. soziale Respektabilität, Ehrbarkeit, Neuigkeit, Modeaktualität, Individualität, Komfort, Annehmlichkeit, Vergnügen, Sauberkeit, Hygiene, Gesundheit, Exotik und Authentizität.

Viele Quellen belegen, dass in allen

Schichten Konsumgüter auch dazu dienten, im jeweiligen gesellschaftlichen Umfeld soziale Respektabilität und Ehrbarkeit zu signalisieren.

In all diesen Zusammenhängen sind freilich die sozialen Grenzen zu berücksichtigen. Einem erheblichen Teil der Bevölkerung – den Armen, den unterbeschäftigten Teilen der städtischen und der ländlichen Lohnarbeitskräfteschaft, der Mehrheit der kleinbäuerlichen Familien - fehlten die finanziellen Mittel und das kulturelle Kapital, um mittels bestimmter Güter soziale Respektabilität und andere Werte wie Modebewusstsein, Individualität und Sauberkeit zu signalisieren. Kwass fasst zusammen: „Historians should therefore be careful when assessing eighteenth-century consumer culture: what looks like emergent egalitarianism may be better understood as inequality transformed“ (132).

Neue Vertriebswege und Vermarktungsweisen

In Reaktion auf die gestiegene Nachfrage nach Konsumgütern und das breitere Angebot derselben suchten und fanden Protoindustrie, produzierendes Gewerbe und Handwerk, Groß- und Einzelhandel neue Vertriebswege und verstärkten ihre Vermarktungsanstrengungen.

Permanente Verkaufsläden waren bereits während der Renaissance in Mittel- und Oberitalien gang und gäbe und breiteten sich im 17. und ganz besonders im 18. Jh. in den Städten des westlichen Europa und in Metropolen Mittel- und Osteuropas stark aus. Sie hatten zu konkurrieren mit den seit dem Hochmittelalter etablierten Vertriebsformen wie Messen, städtischen und dörflichen Märkten sowie mit Wander-

handel, Straßenverkauf, Pfandleihen und Schmuggelei. In den Städten war es üblich, dass Bauers-, Handwerks- und Handelsleute ihre Waren ein- oder mehrmals pro Woche an festgesetzten Tagen auf für bestimmte Produktgruppen reservierten Plätzen darboten und nur dort ihre Stände errichten durften. Viele der Wanderhandeltreibenden verletzten Steuer- und Handelsvorschriften, waren aber als Intermediäre zwischen Stadt und Land in entlegenen Dörfern, wo es weder Läden noch Märkte gab, sehr willkommen.

Kauf auf Kredit breitete sich in England und Frankreich ab dem späten 17. Jh. aus und betraf das gesamte Warenspektrum von Nahrungsmitteln bis zu luxuriösen Einrichtungsgegenständen und Schmuck. Sowohl Tagelohnarbeitskräfte als auch reiche Adelige machten von dieser Möglichkeit Gebrauch. Erstere konnten zudem Bekleidung und andere Besitztümer bei einer Pfandleihe verpfänden, um zu ein wenig Geld zu kommen.

Einige Handelsleute mit wohlhabender Kundschaft begannen damit, Auslagen zu drapieren und zu gestalten sowie ihre Verkaufsräume einzurichten, um ihre Waren attraktiver zu präsentieren und den Komfortwünschen ihrer Klientel zu entsprechen. „A smart-looking shop signaled the trustworthiness of the shopkeeper and the quality of his or her goods“ (81). Für die Reichen wurde Einkaufen zu einer Freizeitbeschäftigung, wie aus einem Tagebucheintrag von Samuel Pepys in London 1663 hervorgeht.

Schon im 18. Jh. setzte der Einzelhandel vermehrt auf Werbung mittels gedruckter Texte und Bilder. Die gedruckten Werbemittel waren sehr vielfältig, reichten von Inseraten in Tages- und Wochenzeitungen sowie

Modejournalen über Produktkataloge bis zu Flugblättern, Plakaten, Reklamezetteln und Geschäftskarten, die nicht nur Werbezwecken dienten, sondern ebenso – in einer Zeit ohne Hausnummern – über den Standort eines Ladens Auskunft gaben. Selbstverständlich nutzten Handelsleute und deren Verkaufspersonal auch die persönlichen Kontakte zur Kundschaft, um ihre Waren anzupreisen. Im Zuge derartiger Gespräche informierten sie über die Merkmale und Qualitäten der Waren sowie die Handhabung derselben und beeinflussten die Präferenzen der Konsumierenden, erhielten oft aber genauso Hinweise über Stärken und Schwächen ihrer Produkte sowie Wünsche und Vorschläge der Kundschaft. „The information in this accelerating dialogue created feedback loops between producers and consumers that often (though not always) stimulated supply and demand“ (95).

Der Band im Rahmen der CUP-Reihe „New Approaches to European History“ bietet einen kompakten Überblick über den Stand der Forschung zur Konsumrevolution, zeichnet rezente Debatten nach und ordnet die jüngsten Studien ein, zieht eigene Schlussfolgerungen und offeriert neue Hypothesen.

Michael Mesch

Literatur

- De Vries, Jan (2008). *The Industrious Revolution: Consumer Behavior and the Household Economy, 1650 to the Present*. Cambridge, Cambridge University Press.
- DuPlessis, Robert S. (2019). *Transitions to Capitalism in Early Modern Europe. Economies in the Era of Early Globalization, c. 1450 – c. 1820*. 2. Aufl. Cambridge u.a., Cambridge University Press.
- Malanima, Paolo (2010). *Europäische Wirtschaftsgeschichte 10.–19. Jahrhundert*. Wien u.a., Böhlau Verlag.
- McKendrick, Neil/Brewer, John/Plumb, J.H. (1982). *The Birth of a Consumer Society. The Commercialization of Eighteenth-Century England*. Bloomington, IN, Indiana University Press.
- Prak, Maarten (2005). *The Dutch Republic in the Seventeenth Century. The Golden Age*. Cambridge u.a., Cambridge University Press.
- Sandgruber, Roman (1995). *Ökonomie und Politik. Österreichische Wirtschaftsgeschichte vom Mittelalter bis zur Gegenwart*. Wien, Ueberreuter.