

## **HT 2006: Die deutsche Massenkonsumgesellschaft 1950-2000 – eine wirtschaftshistorische Sehkorrektur**

**Veranstalter:** Alfred Reckendrees (Köln); Ver-  
band der Historiker und Historikerinnen Deutsch-  
lands (VHD)

**Datum, Ort:** 19.09.2006-22.09.2006, Konstanz

**Bericht von:** Stefanie van de Kerkhof, Fakultät für  
Kultur- und Sozialwissenschaften, FernUniversität  
in Hagen

### **Konfrontation oder Kooperation?**

Einem ambitionierten Unterfangen widmete sich die wirtschaftshistorische Sektion „Die deutsche Massenkonsumgesellschaft 1950 bis 2000“ unter Leitung von Alfred Reckendrees (Universität zu Köln). Angestrebt wurde eine „wirtschaftshistorische Sehkorrektur“, die die dominierenden kultur- und sozialhistorischen Ansätze in der deutschen Konsumforschung herausfordernd infrage stellte. Im Gegensatz zur bisherigen Forschung, war das Ziel, das bestehende Geschichtsbild der „Massenkonsumgesellschaft“ zu korrigieren, indem langfristige Veränderungen wirtschaftshistorisch-empirisch und mit ökonomischen Methoden betrachtet werden sollten.

Obwohl die jüngere deutsche Zeitgeschichte auf dem diesjährigen Historikertag mit zahlreichen Sektionen vertreten war, gab es nur eine einzige zeitgeschichtliche Sektion, die dezidiert wirtschaftshistorisch ausgerichtet war. Till Kössler (LMU München) hat dieses Manko in seinem Bericht über die Sektionen der jüngeren Zeitgeschichte nach 1945 schon treffend festgehalten. Der Mangel an gehaltvoller ökonomischer Analyse deutscher und internationaler Geschichte auf dem Historikertag hat eine Reihe von Gründen – und dazu gehört nicht nur das Rahmenthema der Veranstaltung. Bedeutender scheint mir die Entökonomisierung der deutschen Geschichtswissenschaft und die strikte Mathematisierung eines Teils der deutschen Wirtschaftsgeschichte zu sein. So mag es auch nicht zu verwundern, dass deutsche WirtschaftshistorikerInnen auf aktuellen internationalen Veranstaltungen wie dem International Economic History Congress und der European Business History Association Conference mit vielen Beiträgen vertreten waren, auf dem Historikertag aber weniger zahlreich glänzten. Ein weiterer Grund für die Absenz der Wirtschaftsgeschichte in Konstanz könnte aber auch in Verständigungsproblemen zwischen den historischen Disziplinen lie-

gen. Solange die Korrektur und nicht die Bereicherung der kultur- und sozialhistorischen Ansätze im Mittelpunkt der wirtschaftshistorischen Herausforderung steht, könnten mögliche Kooperationen allerdings eher verhindert, denn angeregt werden.

So machte in seiner Einleitung Toni Pierenkemper (Universität zu Köln) auch eher auf die Differenzen als auf die Anknüpfungspunkte zwischen wirtschafts- und kultur- bzw. sozialhistorischer Konsumforschung aufmerksam. Die Arbeiten von Wildt, Andersen, König, Siegrist, Kocka, Kaelble u.a. hätten sich eben um die Geschichte der Konsumgesellschaft, d.h. um die gesellschaftliche Seite, bemüht, weniger aber um den „ökonomischen Kern“ von Konsum, nämlich die Geschichte des privaten Verbrauchs. Konsum sei zwar nicht ausschließlich ein ökonomisches Problemfeld, doch der „ökonomische Kern“ sei bisher kaum untersucht worden. Die Frage nach dem Aufkommen einer Massenkonsumgesellschaft in den Jahren nach 1945 sei ebenfalls nur angerissen worden, weshalb sich hier neue Perspektiven für die wirtschaftshistorische Forschung ergäben.

Dies kann nur deutlich unterstrichen werden, allerdings sollte zukünftig eher ein kooperativer als konfrontativer Umgang mit der Kulturgeschichte und ihren Ergebnissen gesucht werden. Denn auch wirtschaftshistorische Fragestellungen, Methoden und theoretische Zugänge können Konsum nur eingeschränkt sichtbar machen. Dies gilt insbesondere für den Blick durch die statistische Brille, den Reckendrees und André Steiner (Zentrum für Zeithistorische Forschung Potsdam) eindrucksvoll warfen.

### **Der statistische Blick auf Konsum**

Im Mittelpunkt der beiden Beiträge stand eine empirische Aufarbeitung und Analyse der vom Bundesamt für Statistik jährlich erhobenen, bislang historisch kaum ausgewerteten Daten über die Ausgaben der privaten Haushalte für den Konsum („laufende Wirtschaftsrechnungen“). Zu Beginn seines Vortrags „Haushaltsbudgets und Konsumverhalten in der Bundesrepublik, 1952-1998“ gab Reckendrees einen ersten Einblick in die wirtschaftshistorischen Desiderata eines solchen aufwändigen Projektes. So bereiteten mangelnde Definitionen und statistische Inkonsistenzen sowie fehlende Angaben in einigen Statistiken die größten Schwierigkeiten für eine quantitative Analyse der Konsumententwicklung. Schmerzlich bemerkbar machte sich hier das Fehlen einer durchgehenden einheitlichen Preisstatistik. Die definierte Analy-

---

seinheit für die Erstellung der Statistiken war zunächst ein 4 Personen-Arbeitnehmer-Haushalt. Diese Form machte allerdings nur 5-7 Prozent der bundesdeutschen Haushalte aus. Daher wurden ab 1965 zwei weitere Formen hinzugenommen. Insgesamt blieb aber das Defizit: aufgrund mangelnder Repräsentativität der Daten sind nur Entwicklungstendenzen beschreibbar.

Tendenziell trat in den Jahren von 1950 bis 1980 in der BRD ein bemerkenswerter Wandel ein: der Lebensstandard und die Lebensstile der unteren und mittleren Einkommen wurde an die höheren Einkommen angeglichen. Reckendrees kennzeichnete dies als den Weg von einer Mangelgesellschaft, die entbehrt, zu einer Konsumgesellschaft, die nur noch begehrt.

Eine besondere Bedeutung hatte dabei das Wachstum des ausgabenfähigen Einkommens. Das Haushaltsbudget entwickelte sich in fünf Phasen: (1) 1952 bis 1966 steigend bzw. leicht rückläufig bis 1968, (2) 1969 bis 1979 anhaltendes Wachstum, (3) lange Stagnation bis Mitte der 1980er Jahre, (4) Wachstumsperiode von 1985 bis 1990 und (5) Stagnation seit 1990.

Die Verwendung der ausgabenfähigen Einkommen änderte sich im Verlauf des untersuchten Zeitraums: der Anteil, der für Nahrungs- und Genussmittel eingesetzt wurde, sank stark ab, dagegen derjenige für Kleidung und Schuhe, Möbel und Hausgeräte nur leicht. Dies führte Reckendrees darauf zurück, dass eine Familie mit 2 Kindern in den 1980er Jahren bereits über eine Grundausstattung verfügte. Außerdem stagnierten die Ausgaben für Körperpflege und Energie, während die Gesundheitsausgaben langfristig ebenso stiegen wie die Wohnkosten. Insgesamt wuchsen die Ausgaben aber langsamer als die Einkommen, daher kam es zu neuen Ausgabeformen. Außerdem wuchs der Bereich der Ersparnisse besonders stark. Erst in der zweiten Hälfte der 1960er Jahre und in der ersten Hälfte der 1970er Jahre stiegen die Ausgaben für Freizeit und Unterhaltung ebenso an wie die Bildungsausgaben, danach waren sie rückläufig. Reckendrees sah daher erst die 1970er Jahre als das Urlaubsjahrzehnt bei den statistisch erfassten Einkommensgruppen an. Diese zeitliche Einordnung gilt auch für den massenhaften Konsum von Automobilen.

Insgesamt lässt sich die Entwicklung thesenhaft aufgrund der eingehenden Analyse von Reckendrees zusammenfassen: Erstens waren die 1950er Jahre eher eine Ära der Bedarfsdeckung, wofür 80-

85 % des verfügbaren Einkommens aufgewendet wurden. Zwar sei schon hier der Beginn einer Konsumgesellschaft zu erkennen, aber die „Wirtschaftswunderwelt“ blieb eher ein Versprechen, denn der private Konsum war finanziell noch stark eingeschränkt. Zweitens lasse sich von den Statistiken ausgehend der Wandel zur Massenkongsumgesellschaft auf den Beginn der 1960er Jahre datieren. Er beschleunigte sich im letzten Drittel der 1960er Jahre und in den 1970ern, abgeschlossen wurde dieser Prozess in den 1980er Jahren. Seitdem stünden 40 % des verfügbaren Einkommens für Konsum, der über die Grundbedürfnisse hinausgehe, zur Verfügung. Die dritte These bezieht sich auf die stagnierende Nachfrage und den Übergang von Verkäufer- zu Käufermärkten. Käufer konnten stärker auswählen, Preise und (Marken-)Produkte vergleichen. Ausschlaggebend war dabei beileibe nicht nur die Einkommenseite, sondern eben auch die Angebotsseite, die Steiner und Hesse in den folgenden Beiträgen behandelten. Viertens sah Reckendrees nach 1980 kaum Veränderungen, denn die nivellierte Wohlstandsgesellschaft war seit Beginn der 1980er Jahre vollendet. Daher schloss er auch fünftens, dass trotz dieses Befundes noch weiterhin diverse inhomogene Entwicklungslinien existierten. Insbesondere Geringverdiener, Sozial- und Arbeitslosenhilfe empfangende Familien konnten weniger am wachsenden Massenkonsum partizipieren. Insgesamt gelang es Reckendrees, den kultur- und sozialhistorischen Forschungen eine statistisch valide Fundierung zu geben. Einzelne Bewertungen, die allerdings eher der medialen Vermittlung, denn kulturhistorischen Analysen entstammen, konnten präzisiert werden. Dazu gehört insbesondere das Bild des „Wirtschaftswunderlands“, das allerdings für das bundesrepublikanische Selbstverständnis eine enorme Tragkraft entfaltet hat und daher ein wichtiges Untersuchungsfeld bleiben wird.

Mit solchen kulturwissenschaftlichen Frage- und Problemstellungen setzte sich der Beitrag von André Steiner (Potsdam) nur am Rande auseinander. Er behandelte in bewährter statistischer Darstellung „Die Veränderung der Verbraucherpreise und den Wandel der Konsummuster von 1961 bis 1998“. Bis 1990 konnte er nur die alten Bundesländer erfassen, danach auch die neuen, wobei es noch erschwerend zur methodischen Vereinheitlichung der statistischen Verfahren im Zuge des Europäischen Integrationsprozesses kam. Ziel des Beitrags war es, durch Einbeziehung der relativen Preise

verbesserte Rückschlüsse auf das Konsumverhalten ziehen zu können. Allerdings stehen diese Forschungen der Preisentwicklung noch am Anfang, Steiner selbst sah sie als „erste Schritte auf einer deskriptiven Ebene“. Als Datenbasis dienten ihm die Preise in einzelnen Verbrauchsgruppen auf der Grundlage von Teilindizes der Lebenshaltungskosten. Dabei waren Qualitätsveränderungen in den Daten allerdings statistisch unterrepräsentiert, weil sie kaum erfasst wurden. Auch hier zeigte sich eine Vielzahl von Problemen des statistischen Blicks, denn die Abgrenzungen in den einzelnen Warengruppen änderten sich ständig und es konnten keine langfristigen Preisreihen ermittelt werden.

Für die ausgefeilte statistische Analyse von Steiner wurden insgesamt 33 Preisreihen kombiniert mit den Verbrauchsreihen von Reckendrees. Dabei zeigte sich, dass die Masse der Preise stark anstieg, v.a. in den Bereichen Miete, Kultur, Nahverkehr, Frisör und Post. Moderat ansteigend war nur der Grundbedarf. In den 1960er Jahren betonte Steiner die Bedeutung der konjunkturellen Einwirkungen, in den 1970er Jahren seien Weltmarkteinflüsse v.a. bei Rohstoffen bestimmend gewesen. Insgesamt war Steiner der Ansicht, die Korrelation zwischen Preis- und Mengenentwicklung sei zurückzuführen auf die Reaktion der Haushalte auf die Preise. Eine Vielzahl von Desiderata einer weitergehenden statistischen Untersuchung nannte Steiner am Ende seines Vortrags: so müsse die Preisentwicklung in einzelnen Perioden untersucht, die Präferenzen und die Preiselastizität eingehender in den Blick genommen werden. Zwar würden einige ökonomische Einzelstudien Steiners Ergebnisse bestätigen, die weitere Erforschung der Relation Preise-Verbrauch sei aber dringend notwendig, trotz des hohen Aufwands.

Der Kommentar von Michael Wildt (Hamburger Institut für Sozialforschung) kritisierte vor allem die strikte Ausrichtung der „Sehkorrektur“ auf die Binnen-Perspektive des statistischen Blicks. Das komplexe und vielschichtige Thema Konsum und Konsumgesellschaft sei aber nur in allen drei Dimensionen zu erfassen: der Konsument als Akteur, der Handel bzw. der Raum des Verkaufs und die Ware selbst, das Produkt. Der Beitrag von Reckendrees habe dabei die Ebene der Konsumenten nur mit hoch aggregierten Daten, die statistisch inkonsistent seien, behandelt. Bei den quantitativen Angaben des Bundesamts für Statistik handle es sich zwar nicht um fiktive Daten, aber die Frage, welche Evidenzen diese Daten geben, blei-

be unbeantwortet. Genauer müsse auch untersucht werden, was die Daten verbergen, z.B. Fragen der Gleichheit und Differenz von Produkten und Konsumenten. Außerdem seien in den Statistiken die Konsum- in Verbrauchsgüter verwandelt worden und die heterogenen Bündel der einzelnen Warengruppen seien stark homogenisiert worden, um sie statistisch erfassen zu können. Beispielsweise werde beim Auto nicht zwischen Typen unterschieden. Insgesamt sei bei den Beiträgen deutlich geworden, dass es einen speziellen statistischen Blick auf Verbrauch als Konsum gibt, der noch genauer untersucht werden müsste. So sind manche Ursache-Wirkungs-Zusammenhänge noch ungeklärt, etwa ob Ernährung bedeutungsloser wird, wenn die Verbraucher weniger dafür ausgeben oder inwieweit es immer wieder Korrekturen am „Warenkorb“ gegeben habe, die durch die sehr dynamischen Verbrauchsmuster erforderlich wurden.

#### **Präferenzen von Konsumenten und die neoklassische Konsumtheorie**

Wie anregend wirtschaftshistorische Forschung auch für kulturwissenschaftlich arbeitende KollegInnen sein kann, machte der Beitrag „Fernsehen und Kühlschrank als komplementäre Güter. Die Veränderung der ökonomischen Nachfrage-theorie durch die Konsumgesellschaft“ von Jan-Otmar Hesse (Universität Frankfurt) deutlich. Er wählte dazu einen anderen Zugang zu den Statistiken, nämlich von Seiten der neoklassischen Nachfrage-theorie. Ausgangspunkt war dabei die These des Medientheoretikers John Hartley (Uses of Television, 1999), der Kühlschrank sei ein komplementäres Produkt zum Fernsehen. Komplementär sind z.B. Kaffee und Milch im Gegensatz zu Kaffee und Tee, die sich gegenseitig ersetzen (Substitute). Wenn diese These stimmt, präferieren die Konsumenten keine Einzelgüter, wie sie bisher häufig in der Konsumforschung betrachtet worden sind, sondern eher Güterbündel mit vielfältigen Beziehungen untereinander. Mit dem PC, der Digitalkamera und dem DVD-Player verdeutlichte Hesse dies an Beispielen aus dem alltäglichen Leben, die nicht einzeln, sondern nur mit anderen Produkten gemeinsam konsumiert werden können. Konsumtheoretisch interessant ist daran, dass bei einer solchen Komplementarität nur von einer eingeschränkten Konsumfreiheit auszugehen ist. Dieses wirft neue Fragen in Bezug auf die Präferenzen der Konsumenten auf. Semantisch verarbeitet wurde diese Komplexität schon in der Werbeforschung durch Autoren wie Vance Packard (Die

---

geheimen Verführer, 1959). Hesse führte dagegen vor, wie man mit einigen Berechnungen erste Ergebnisse erzielen kann, die lohnen, das Verhältnis zwischen Kühlschränken und Fernsehern genauer zu betrachten. Der Konsum beider Produkte nahm in den 1960er Jahren gleichermaßen zu. Ende der 1970er Jahre gab es eine Ausstattung von über 95 % aller Haushalte. Bei gleichzeitig steigenden Löhnen war der Preisrückgang bei zeitgleich durchgeführten Innovationen hoch. Die Nachfrage war dabei seit den 1970er Jahren immer weniger auf die Höhe der Einkommen zurückzuführen. Dies deckt sich laut Hesse mit den Ergebnissen ähnlicher Untersuchungen zur Nachfrage nach Kühlschränken in den USA. Einkommen und Preise spielten also für die Kaufentscheidung immer weniger eine Rolle, möglicherweise aber die Komplementarität eine immer größere. Dazu berechnete Hesse die Kreuzpreiselastizitäten beider Güter. Mit diesem Indikator untersucht die neoklassische Wirtschaftswissenschaft den Zusammenhang zwischen der Nachfrage und dem Preis zweier Güter. Dabei konnte Hesse demonstrieren, dass Fernseher und Kühlschrank zunächst komplementäre Güter waren, dann Substitut und später wieder komplementär wurden. Insgesamt scheint das Komplementaritätsverhältnis aber langfristig abzunehmen. Allerdings wird dieses Ergebnis durch die Datenproblematik stark eingeschränkt. Technische Innovationen und damit verbundene Preissprünge werden nämlich statistisch nicht erfasst. Außerdem ist insgesamt die These von der Komplementarität daraufhin zu befragen, wie sie mit dem Willen des Individuums und der rational-choice-Theorie umgeht.

Auch wenn auf diese Weise mit „alten“ Daten aus bekannten Statistiken neue Konsumwelten entdeckt werden können, zeigte Hesse doch in einem zweiten Schritt überzeugend die Zeitgebundenheit der ökonomischen Theoriegebäude auf. Auch die benutzten ökonomischen Modelle aus den 1930er und 1970er Jahren waren „Kinder ihrer Zeit“. Sie versuchten, sich schrittweise den Bedingungen einer sprunghaft entwickelnden Massenkonsumgesellschaft anzupassen. Dadurch wurden zwar andere Realitäten mit neuem wissenschaftlichen Handwerkszeug erschlossen. Doch die Frage der Zeit- und vielleicht auch der Standortgebundenheit der ökonomischen Modelle und Theorien darf dabei nicht ausgespart bleiben. Dies machte der nachfragetheoretische Blick von Hesse ebenso deutlich wie der statistische Blick von Reckendrees und

Steiner.

### **Der deutsche Einzelhandel – institutionen-ökonomisch betrachtet**

Mit einem Perspektivwechsel überraschte der nächste Beitrag: Ralf Banken (Universität zu Köln) warf einen aufschlussreichen Blick auf den Sektor Einzelhandel und die institutionellen Arrangements, in die die Branche in der Bundesrepublik von 1949 bis 2000 eingebettet war. Wie sich die Perspektive im Laufe seiner eingehenden Untersuchung verschoben hat, zeigt schon die Titelauswahl: statt „Institutionelle Traditionen und langsamer Strukturwandel“ hieß der Beitrag nun „schneller Strukturwandel trotz institutioneller Stabilität“. Der deutsche Einzelhandel als bedeutende, zwischen Produzent und Konsument vermittelnde Branche ist bisher nur ansatzweise erforscht. Es fehlen insbesondere Studien zur langfristigen Markt- und Umsatzentwicklung, zu den Betriebsstrukturen und zu Anbietern, v.a. im Non-Food-Bereich. Dem daraus resultierenden Desiderat widmete sich Banken in seiner Betrachtung des wirtschaftlichen, rechtlichen und institutionellen Rahmens. Er beklagte ebenfalls die Erhebungssystematik und Standardisierung in den Statistiken. Dies erschwerte eine quantitative Sektor-Analyse ungemein und erfasse manche Bereiche nicht, wie etwa den Fabrikverkauf. Insgesamt lasse sich aber feststellen, dass im untersuchten Zeitraum die Umsätze um das 30-fache zunahmen. Zwar resultierte dieses enorme Wachstum zu einem großen Teil aus Preissteigerungen, doch auch deflationiert betrug die Umsatzsteigerung immerhin noch das 12-fache. Die Wachstumsraten sanken allerdings schon seit Mitte der 1960er, doch der rückläufige Trend wurde bis weit in die 1980er Jahre durch die Inflation verdeckt. Die Preisentwicklung im Einzelhandel blieb dabei hinter den allgemeinen Lebenshaltungskosten zurück. Auch der Beitrag zum Bruttoinlandsprodukt und der Anteil an den privaten Ausgaben sanken seit den 1960er Jahren. Dies führte Banken teilweise auf das Erlahmen des kriegsbedingten Nachholbedarfs der Bundesbürger zurück. Ein anderer Grund war die Konkurrenz mit Dienstleistungen, z.B. der Tourismus-Industrie. Die Zusammensetzung des Umsatzes veränderte sich ebenfalls erheblich, Produkte aus den Bereichen Hausrat, Wohnbedarf und Kfz nahmen zu, während Lebensmittel und Textilien an Bedeutung einbüßten. Einen wichtigen Anteil an dieser Entwicklung mit einigen Strukturbrüchen hatte der konsumhemmende Gesetzes-

rahmen. Ladenschluss- und Rabattgesetz, Zugabe- und vertikale Preisbindung wurden in den Jahren von 1953 bis 1957 erlassen und stellten den Vorkriegszustand wieder her. Diese wenig verbraucherfreundlichen Gesetze verhinderten eine höhere Konsumquote, erhöhten aber die Gewinnspannen für Industrie und Händler. Erst 1973 wurde die vertikale Preisbindung abgeschafft, die den Preiswettbewerb zuvor unterband. Doch Banken sah schon in den 1950er und 1960er Jahren erste Brüche in diesem starren System, denn Handelsmarken und Preisnachlässe unterliefen die Vorgaben in einigen Bereichen, v.a. bei elektrotechnischen Markenprodukten. Verantwortlich dafür war der Übergang von einem Verkäufer- zu einem Käufermarkt, in dem Bedarfsweckung statt Nachfragedeckung gefragt war. Banken bewertete das Aufkommen neuer Betriebsformen und Handelsstrukturen wie Discounter, Supermärkte und preisaggressive SB-Warenhäuser seit den 1960er Jahren dabei als beschleunigenden Faktor. Später wurden Systeme wie Franchising und Spezialisierung immer wichtiger, um den Absatz für industrielle Produkte zu modernisieren. Diese Absatzformen prägten die bundesdeutsche Konsumgesellschaft, insbesondere das Preisbewusstsein, in erheblichem Maße. Der Einzelhandel entwickelte sich von einem betulichen Wettbewerb mit Tante-Emma-Läden und Inhaber-Fachgeschäften zu einem der stärksten umkämpften Märkte mit rationellen Betriebs- und Vertriebsformen.

Diese bisher nur ansatzweise betrachteten Phänomene werden nicht nur die wirtschafts-, sondern auch die sozial- und mentalitätshistorische Forschung in der Zukunft sicherlich beschäftigen. Dass dabei auch andere Bereiche und internationale Vergleiche in weitergehenden Analysen miteinbezogen werden sollten, liegt auf der Hand. Hier bietet sich die Kooperation historischer Teildisziplinen besonders an: so hob Wildt den Einfluss der Ordnungspolitik und der staatlichen Rahmenbedingungen und die Bedeutung des Akteurshandeln bei der Einkaufrevolution hervor. Eingehender zu betrachten sei auch die Auflösung der Schicht- in Milieustrukturen. Außerdem sei es zwingend notwendig, einen Vergleich nach Genderkategorien durchzuführen, um wesentliche Einsichten über die Kaufentscheidungen der Konsumenten zu erhalten. Fraglich sei beispielsweise immer noch, was Konsumenten als „preiswert“ erscheint. Verbrauch sei zwar prinzipiell immer ein ökonomischer Akt, aber Wildt plädierte dafür, die kulturelle

Dimension nicht auszublenden und verstärkt auch in wirtschaftshistorischen Studien mitzubedenken. Beispielsweise seien Werbebilder, auch Körperbilder in hohem Maße bestimmend für die Kaufentscheidungen von Konsumenten. Dies macht deutlich, dass die Chancen für die wirtschaftshistorische Forschung vor allem im Bereich der Kooperation liegen. Mit konfrontativer Abkehr von neueren Strömungen der allgemeinen Geschichte könnte es der Wirtschaftsgeschichte sonst wie den Tante-Emma-Läden in der Bundesrepublik gehen: sie starben mangels Nachfrage bekanntlich nahezu aus.

Tagungsbericht *HT 2006: Die deutsche Massenkonsumgesellschaft 1950-2000 – eine wirtschaftshistorische Sehkorrektur*. 19.09.2006-22.09.2006, Konstanz. In: *H-Soz-u-Kult* 10.11.2006.