

## Die Politisierung des Konsums

Jens Soentgen

### Angaben zur Veröffentlichung / Publication details:

Soentgen, Jens. 2007. "Die Politisierung des Konsums." *GAIA - Ecological Perspectives for Science and Society* 16 (4): 297–98. <https://doi.org/10.14512/gaia.16.4.12>.

### Nutzungsbedingungen / Terms of use:

CC BY 4.0





Westermann, A. 2007. *Plastik und politische Kultur in Westdeutschland*. Reihe Interferenzen – Studien zur Kulturgeschichte der Technik, Band 13. Zürich: Chronos. 392 S., 38,- EUR, 58,- CHF, ISBN 978-3-0340-0849-5

Dass der Umgang mit Dingen und Stoffen auch eine zentrale kulturelle und politische, nicht nur eine technische und ökonomische Dimension hat, ist uns im Alltag geläufig. Und das Gewicht der Dinge scheint in den letzten Jahren noch zugenommen zu haben. Nicht mehr nur über unsere gesellschaftliche Position und unsere Einstellung können wir durch Erwerb und Konsum symbolisch Auskunft geben, nein, zunehmend wird uns auch – mit Bioproduktken, „CO<sub>2</sub>-neutralen“ Waren und Dienstleistungen oder „fair“ gehandelten tropischen Produkten – die Möglichkeit eröffnet oder vorgegaukelt, eine bessere Welt gewissermaßen herbeikonsumieren zu können. Dieses Phänomen wurde als „Moralisierung der Märkte“<sup>1</sup>, aber auch als „Universalisierung des Fetischismus in der Moderne“<sup>2</sup> beschrieben.

#### PVC in der BRD

Zum Verständnis unseres Umgangs mit Dingen und Stoffen vermögen aber vielleicht mehr als solche Schlagworte historische Fallstudien beizutragen. Die Technikhistorikerin Andrea Westermann hat mit ihrer Untersuchung zur Geschichte von Polyvinylchlorid (PVC) in Westdeutschland von 1900 bis 1980 eine Studie über den ersten vollsynthetischen Kunststoff

vorgelegt. PVC war in den 1930er Jahren von der IG Farbenindustrie AG entwickelt worden und läutete ab den 1950er Jahren die massenhafte Verbreitung von Kunststoffen in der BRD ein. Seit Mitte der 60er Jahre stand PVC im Zentrum erster Gesundheits- und Umweltdiskurse.

Westermanns Studie geht von der These aus, dass der Konsum in der Bundesrepublik von Anfang an einen politischen Inhalt hatte, ja, sie bezeichnet die frühe Bundesrepublik, im Anschluss an andere Autoren, als „Verbraucherdemokratie“. Die Zustimmung zu dem jungen, demokratischen Staatswesen, das unter der Aufsicht der Siegermächte entstand, habe sich erst durch den Konsum eingestellt und über diesen schließlich gefestigt. PVC als Stoff, der den Konsum auch solcher Artikel ermöglichte, die zuvor nur wenigen vorbehalten waren, wurde zu einem zentralen, zunächst positiv besetzten Symbol jener „Verbraucherdemokratie“. PVC-Produkte zu nutzen bedeutete auch, mitzumachen beim Wirtschaftswunder und Teil eines neuen, modernen Staates zu sein, der seine schreckliche Vergangenheit so schnell wie möglich hinter sich lassen wollte.

#### Ein Schlag gegen die Verbraucherdemokratie

Gerade weil die Zustimmung zu PVC zunächst allgemein und ungebrochen war, konnte der Stoff auch eine tiefgreifende Krise jener „Verbraucherdemokratie“ auslösen. Das Monomer des PVC, das Vinylchlorid, erwies sich als gesundheitsschädig-

## Die Politisierung des Konsums

*Polyvinylchlorid (PVC) läutete in den 1950er Jahren die massenhafte Ankunft von Plastik in Westdeutschland ein – und gilt als Sinnbild dafür, dass sich die Nachkriegsgesellschaft in hohem Maß auf technische Innovation verließ, um soziale Ordnung zu etablieren. Ab den 1960er Jahren wurde diese Ordnung erschüttert: PVC geriet wiederholt als gesundheits- und umweltschädlich in die Kritik.*

Jens Soentgen

*Polyvinylchlorid wurde zum Gegenstand öffentlichen Engagements und Kristallisierungskeim politischer Protestbewegungen.*

lich, später sogar als krebsfördernd, was zunächst die Arbeiter(innen) der Kunststoffindustrie, dann aber auch potenziell alle Nutzer(innen) von PVC-Produkten traf. Dies erschütterte das Vertrauen in die „Verbraucherdemokratie“ nachhaltig. Der Stoff wurde zum Gegenstand vielfältigen öffentlichen Engagements und einer der Kristallisierungskeime politischer Protestbewegungen.

Neben der souverän durchgeführten, bis in Details sorgfältigen Argumentation besticht die Studie durch eine gepflegte, an vielen Stellen pointierte Sprache. Andrea Westermann zeigt schlüssig, dass die Politisierung des Konsums kein neues Phänomen ist, auch wenn sie in früheren Zeiten nicht so explizit war wie heute. Auch deshalb ist ihr Buch ein Beitrag zu einem tiefen Verständnis unseres Umgangs mit Dingen und Stoffen.

1 Stehr, N. 2007. *Die Moralisierung der Märkte. Eine Gesellschaftstheorie*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.  
2 Böhme, H. 2006. *Fetischismus und Kultur. Eine andere Theorie der Moderne*. Reinbek: Rowohlt.