

Historische Archäologie

Ute Scholz

Konsum und Archäologie: Zur Anwendung von Theorien der Konsumforschung in der Historischen Archäologie

Zusammenfassung

Die Konsumtheorie bietet ein seit den 1990er Jahren kontinuierlich entwickeltes Instrumentarium an Begrifflichkeiten, das sich für eine Anwendung in der Historischen Archäologie eignet. Die von der anglo-amerikanischen Kulturanthropologie betriebene prozesshafte Betrachtung von Objekten (daher auch von Waren) lässt eine Auseinandersetzung mit gehandelten Dingen und dem Tauschprozess unter kulturtheoretisch motivierten Gesichtspunkten zu. In Folge davon entstanden verschiedene Richtungen der Konsumforschung. Während die soziologisch orientierte Konsumforschung einen Schwerpunkt ihrer Untersuchungen auf Konsumwandel und Konsumkritik legt, betrachtet die Kulturanthropologie Mechanismen des Konsums durch Begriffe wie Kommodifizierung, McDonaldisierung oder Handlungssphären.

Die sich ebenfalls ab den 1990er Jahren entwickelnde historische Konsumforschung/Konsumgeschichte beschäftigt sich mit der Entstehung der Konsumgesellschaft und ihren Veränderungen. Überschneidungen und neue Perspektiven ergeben sich in Auseinandersetzung mit der Globalisierungsgeschichte. Für die mittelalterliche Epoche sind hauptsächlich Studien zur Ernährung und Bekleidung vorgelegt worden. Aus der Konsumforschung wurden dabei die Arbeitsbegriffe des demonstrativen Konsum und des Konsumwandels zur Interpretation herangezogen, sowie Orte des Konsums untersucht. Einzig in der amerikanischen Mediävistik wurden die Objektbiographie und die Kommodifizierung von Waren bei der Betrachtung des mittelalterlichen Reliquienhandels untersucht.

Für die historische Archäologie bilden die konsumhistorischen Arbeiten eine Grundlage zur weiteren Bearbeitung archäologischer Quellen. Die Einbindung von Ergebnissen zu Konsumwandel, demonstrativem Konsum oder Orten des Konsums in Fragestellungen und Auswertungsmethoden ergeben neue Zusammenhänge und Ergebnisse. Sowohl Artefakte als auch Grabungskontexte lassen sich nach sorgfältiger methodischer Vorbereitung unter diesen Gesichtspunkten untersuchen. Als Beispiele oder Vorschläge dafür werden die Interpretation eines Wirtshausbefundes, die Untersuchung von archäologischem Fundgut bezüglich eines Nachweises vom Konsumwandel der Lebensmittel Zucker/Wein/Bier oder eine neuerliche Auseinandersetzung mit der Fundgattung Aquamanile angeführt.

Die Beschäftigung mit der Objektbiographie archäologischer Artefakte lässt den Gebrauch von Dingen in neuem Licht erscheinen. Gerade Aspekte der Umnutzung und Reparatur lassen sich so gut erfassen und beschreiben.

Das zeigen die Beispiele der Verwendung von Vorratsgefäßen als Öfen oder die Verwertung von Ziegelbruch in der Straßenschotterung.

Die hier angerissenen Vorschläge zur Anwendung der Theorien der Konsumforschung in der Historischen Archäologie können sicher weiter ausgebaut werden. Bieten sich dadurch doch viele zusätzliche Möglichkeiten, neue Erkenntnisse für die materielle Kultur des Mittelalters zu gewinnen.

Summary

Consumer culture offers a variety of terms, continuously developed since the 1990s, which are appropriate for a use in historical archaeology. The processual consideration of objects, and therefore also of goods, is applied by Anglo-American cultural anthropology. This method allows an exploration of traded things and of the exchange process motivated by a culture theory point of view. In consequence, different directions of consumer research emerged. While the sociology of consumption focuses on change of consumption and consumer criticism, cultural anthropology deals with mechanisms of consumption with terms such as commodification, McDonaldization, or spheres of exchange.

Since the 1990s also the history of consumption is concerned with the formation of the consumer society and its changes. New prospects arise in connection with the history of globalization. For the medieval period, mainly studies of food and clothing were presented. Concepts of conspicuous consumption, change of consumption, and places of consumption were taken from the methods of consumer research to interpret and explore historical contexts. Only by American medieval history cultural biography of things and commodification of goods were used as a method when analyzing forms of relics' trade.

For historical archaeology, the research of history of consumption forms a basis for further exploration of archaeological sources. The integration of results concerning the change of consumption, conspicuous consumption or spaces of consumption in issues and evaluation methods will lead to new approach and results. From this point of view, both artifacts and archaeological contexts can be examined after rigorous methodological preparation. An interpretation of the archaeological context of a tavern, a study of archaeological finds to verify changes in the consumption of food like sugar/wine/beer or a renewed discussion on the find class of Aquamanile can be taken as examples or even proposal for this method of research.

The cultural biography of archaeological artifacts presents the use of things in a new light. Especially aspects of transforming and repair can be realized and described very well. Good examples are the use of supply vessels as furnaces or brick fragments in the construction of roads.

The proposals on the application of theories of consumer research in historical archaeology presented in this article can certainly be expanded, as they offer many additional opportunities to gain new insight to the material culture of the Middle Ages.

Ein großer Teil der Dinge, mit denen wir Tag für Tag zu tun haben, wurden durch Kauf erworben. Auch in historischen Gesellschaften sind viele Objekte als Waren in den Besitz von Menschen gelangt. In der Historischen Archäologie werden Artefakte meist unter ihrem funktionellen Zusammenhang durch die Bearbeiter/Innen klassifiziert, kategorisiert und schließlich zeitlich eingeordnet. Sie treten uns im archäologischen Zusammenhang vorwiegend als Produkte oder Abfall entgegen.

Für die Konsumtheorie ist die Frage, wie aus einem Produkt eine Ware wurde, nicht vorrangig, denn es ist für den Warenstatus eines Objektes unerheblich, ob oder wie eine Ware produziert wurde. Waren müssen keine Produkte sein und Dinge können auf andere Weise als durch Verkauf in einer Gesellschaft verteilt werden. Die Konsumforschung trägt maßgeblich dazu bei, diese Begrifflichkeiten zu klären und ihre Bedeutungen und Konstruktionen offen zu legen. Davon kann auch die archäologische Forschung profitieren. Mit dieser Arbeit soll ein kurzer Überblick über Entwicklung, Ausrichtung und Zusammenhänge von Konsumforschung und Konsumgeschichte gegeben werden, der vor allem daran orientiert ist, Begriffe und Methoden herauszufiltern, die in der Historischen Archäologie angewendet werden können. Abschließend werden Überlegungen zu einer methodischen Anwendung dieser Ansätze in der Historischen Archäologie bzw. der Mittelalterarchäologie erläutert.

Waren und der Prozess der Kommodifizierung

Der amerikanische Kulturanthropologe Arjun Appadurai hebt in seiner Einleitung zum Sammelband „The Social Life of Things“ (APPADURAI 1986 a) zwei Kriterien hervor, die den Status eines Objektes als Ware definieren. Erstens werden Güter dann als Waren angesehen, wenn die Teilnehmer des Tausches Einigung darüber erzielen, dass ein bestimmtes Objekt tauschbar ist: Der Warenstatus wird also von einer Gesellschaft kulturell und sozial konstruiert. Zweitens kann jede Sache im Lauf ihrer Biographie in einen Kontext gestellt werden, in dem ihre Tauschbarkeit zum wichtigsten Merkmal wird, d. h. dass ein bestimmter Umgang mit Dingen sie zu einem konkreten Zeitpunkt ihrer Biographie zu einer Ware macht. Damit erscheint der Warenstatus als Teil der Objektbiographie.

Der amerikanische Kulturanthropologe Igor Kopytoff hat in derselben Veröffentlichung einige grundlegende theoretische Bausteine zur Konsumforschung gelegt (KOPYTOFF 1986) und sich besonders mit dem Prozess der „Kommodifizierung“ – engl. „commoditization“ befasst, der aus einem Gegenstand eine Ware werden lässt. Dabei hielt er zunächst fest, dass Dinge, wie Menschen, verschiedene Biographien haben können und die Warenform ein Teil der Biographie eines Objektes ist. Als veranschaulichendes Beispiel führt er die Biographie eines Autos an (KOPYTOFF 1986, 67–68). Neben seiner *physischen* Biographie als funktionelles Fahrzeug hat ein Auto auch eine *technische* Biographie, die beim Autohandel und Reparaturmaßnahmen nachvollzogen werden kann. Die ökonomische Biographie des Autos wird durch seinen Anfangspreis, den Verkaufs- und Wiederverkaufspreis, den Niedergang des Wertes des Autos, sowie das Muster seiner Unterhaltskosten bestimmt. Die Biographie spiegelt die wirtschaftliche Situation seiner Besitzer, ihre Geschichte und Klassenstruktur wider. Alle diese Biographien sind kulturell geprägt, so dass ein Autobesitz in Amerika, Europa oder Afrika andere Bedeutungen und Biographien aufweisen wird.

Zusätzlich zur prozesshaften Betrachtung von Waren durch das Erkennen ihrer Objektbiographie gibt es zwei weitere wichtige Aspekte, die beim Vorgang der Kommodifizierung eine wesentliche Rolle spielen (KOPYTOFF 1986, 64). Unter dem Gesichtspunkt der ökonomischen Perspektive erklärt Kopytoff, dass Gegenstände einen Gebrauchswert innehaben und daher in einer separaten Handlung gegen ein Gegenstück getauscht werden können. Das ausschlaggebende Kriterium für diese Handlung ist, dass dieses Gegenstück den äqui-

valenten Wert hat. Diesen Aspekt erweitert er um die kulturelle Perspektive, indem er herausstellt, dass Waren erst in einem kulturellen und kognitiven Prozess als eine bestimmte Art von Ding kulturell markiert werden. So werden einige Dinge als Waren angesehen, andere wiederum nicht. Die kulturelle Codierung wird am Beispiel des Organhandels greifbar, der in der westlichen Gesellschaft nicht als Warenhandel organisiert ist und deshalb sanktioniert wird.

Weiter wird ein und dasselbe Objekt in einem Fall als Ware, in einem anderen Fall nicht als Ware angesehen. Ein Objekt kann also seinen Status wechseln oder von einer Person als Ware wahrgenommen werden, von einer anderen dagegen nicht. Für beide Fälle kann ein Beispiel gelten, das die Umwandlung von Gebrauchsgegenständen in Sakralgegenstände erläutert. Das Volk der Suku in Zaire gebraucht bestimmte Keramikwaren, die von den Portugiesen im 18. Jahrhundert eingeführt wurde, als rituelle Gegenstände für ihre Könige. Der ursprüngliche Warenstatus geht bei dieser neuen Nutzung natürlich verloren (KOPYTOFF 1986, 74). Aus der jeweiligen kulturellen Perspektive ist daher der Gegenstand entweder Ware oder Ritualobjekt.

Kopytoff geht mit seinem Konzept der kulturellen Kommodifizierung weg vom Begriff der Ware in Nachfolge der marxistischen Definition, die den Warenstatus eines Objektes ausgehend vom Mehrwert oder Gebrauchswert der Ware und den Produktionsbedingungen definiert(e) (vgl. HAHN, 2005, 98). So können Tauschhandlungen nun in verschiedenen Kontexten untersucht werden, auch unabhängig von der Produktionsweise und damit vom Begriff „Produkt“.

Es ist jedoch notwendig, die Tauschhandlung des Kaufs/Verkaufs von der Tauschhandlung des Gabentausches abzugrenzen. Der französische Ethnologe Marcel Mauss hat 1925 das Standardwerk „Die Gabe: Form und Funktion des Austausches in archaischen Gesellschaften“ über den Gabentausch vorgelegt (MAUSS 1990 [1925]). Darin entwickelte er anhand kulturanthropologischer Untersuchungen in Verknüpfung mit Überlegungen zum Tausch in historischen Gesellschaften einige, in weiten Teilen auch heute noch geltende, zentrale Thesen zum Gabentausch (zur Kritik in der modernen Forschung vgl. ELWERT 1991). Als grundlegend stellt sich dabei die Reziprozität der Gaben heraus, womit gemeint ist, dass jede Gabe nach einer Gegengabe verlangt. Denn im Gegensatz zum Kauf wird durch den Gabentausch eine soziale Bindung der Tauschpartner angestrebt, welche durch die Gegengabe erneuert und gefestigt wird. Ein weiteres Merkmal ist eine eingeschränkte Zirkulation von Gütern, denn die so getauschten Objekte sind nicht auf einem „freien Markt“ erhältlich, sondern werden nur in bestimmten sozialen Gruppen untereinander ausgetauscht. Durch die Gaben- oder Geschenkbeziehungen wird also eine soziale Interaktion getätigt, bei der die Aufrechterhaltung der wechselseitigen Beziehung im Vordergrund steht.

Dagegen ist nach Vollzug eines Handelsgeschäfts der Warentausch abgeschlossen. Igor Kopytoff hat sogar den Begriff der „geschlossenen Kommodifizierung – engl. „terminal commoditization“ – entwickelt und führt als Beispiel an, dass manche Güter, wie etwa Medikamente, nach dem einmaligen Handel überhaupt nicht mehr weitergehandelt werden dürfen (KOPYTOFF 1986, 75).

Konsumforschung

Der Begriff der Konsumforschung begann sich ab den 1970er Jahren zu entwickeln, als eine intensive Auseinandersetzung mit dem Thema „Konsum“ besonders in der Soziologie einsetzte. Schnell wurden aber auch kultur- und sozialanthropologische Arbeiten zum Thema Konsum vorgelegt. In den 1990er Jahren entstand im Zuge der „Cultural Studies“ schließlich das eigene Spezialgebiet „Consumer Culture“. Die Zahl der Einzelpublikationen und Zeitungsartikel ist inzwischen nicht mehr zu überblicken, so dass es ratsam erscheint, einen Forschungsüberblick thematisch nach den angesprochenen Forschungsrichtungen zu untergliedern und auch auf Gesamtdarstellungen zu verweisen.

Soziologische Richtung

In einem Lexikonbeitrag aus dem Jahr 2001 in der „International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences“ gibt der britische Soziologe Mike Featherstone eine gute Übersicht über die Entwicklung und Ausrichtung der soziologischen Richtung der Consumer Culture, in dem auch deutlich wird, dass sich diese hauptsächlich mit dem Konsum der Gegenwart beschäftigt (FEATHERSTONE 2001).

Seit den 1970er Jahren gab es in der englischsprachigen Soziologie Arbeiten, die sich mit der Erforschung des Konsums in der Nachfolge der soziologischen Theorien von Karl Marx, Max Weber, Emile Durkheim, Thorstein Veblen (VEBLEN [1899] 1986) und Georg Simmel (SIMMEL [1907] 1989) befassten. Die Arbeit des amerikanischen Wissenschaftlers Daniel Bell hat die Konsumforschung seit den 1970er Jahren entscheidend geprägt (BELL 1976). Im Zentrum standen die Genese und die Funktionsmechanismen der sogenannten *Konsumgesellschaft* – jener Gesellschaft, die um den Konsum organisiert ist und nicht um die Produktion von Waren oder Dienstleistungen. Die kritische Ausrichtung, die von Beginn an in Arbeiten zur Konsumforschung mitschwang, kommt auch in Begriffen wie *Überflussgesellschaft* oder *High Affluent Society* zum Ausdruck. Diese Gesellschaften mit hohem Sachbesitz, mit denen die modernen westlichen Gesellschaften gemeint sind, stehen im Gegensatz zur *Less Affluent Society* und weisen einen immens hohen Besitz von einzelnen, unterschiedlichen Objekten auf (bis zu 10.000 Objekte, in historischen Gesellschaften etwa 1.000 Objekte – dagegen 200–300 Objekte in der *Less Affluent Society*). Der daraus resultierende Begriff des Massenkonsums beinhaltet neben dem Vorhandensein einer sehr hohen Anzahl von einzelnen verhandelbaren Gütern und deren Konsum auch einen angeblich hohen Verbrauch an Rohstoffen und große Abfallmengen.

Daraus folgte besonders seit den 1980er Jahren, dass die Konsumforschung eng mit Konsumkritik verbunden wurde, die von einer im Überfluss und Luxus schwelgenden modernen Gesellschaft ausging. In diesem Zusammenhang wurde die Erforschung des sogenannten *Konsumwandels* gestellt. Eine wichtige These ist dabei, dass der Konsumwandel mit dem Bedeutungsverlust und der Beliebigkeit der Dinge einhergeht und die Frage gestellt wird, ob Dinge in Gesellschaften mit geringem Sachbesitz bedeutungsvoller sind (zu den genannten Thesen vergleiche HAHN 2005, 66–89).

Die zeitgenössische Forschung der Consumer Culture sieht sich seit den 1990er Jahren eher mit der Material Culture verbunden und hat ab diesem Zeitpunkt eine verstärkt kultur- und sozialanthropologische Ausrichtung erfahren.

Kultur- und sozialanthropologische Richtung

Seit den 1970er Jahren war es wieder die amerikanische und die britische Forschung, die hier Maßstäbe setzte. Als richtungsweisende Veröffentlichung ist die von der britischen Sozialanthropologin Mary Douglas und dem britischen Ökonomen Baron Isherwood 1976 veröffentlichte Arbeit „The World of Goods“ zu nennen (DOUGLAS/ISHERWOOD 1996 [1976]). Darin konzentrieren sie sich auf die soziale Bedeutung der Dinge und die Strukturen, die dadurch in einer Gesellschaft geschaffen werden. 1986 erschien der bereits erwähnte, von Arjun Appadurai herausgegebene Sammelband (APPADURAI 1986b), der neben den schon zitierten einführenden Grundsatzartikeln eine Fülle von Spezialuntersuchungen zu Konsummechanismen in unterschiedlichen Kulturen und Zeiten anbietet. Die neuere Forschung in dieser Richtung wird von Kulturanthropologen geprägt, die auch in den Material Culture Studies verwurzelt sind. Ein Beispiel dafür ist die vom Briten Daniel Miller herausgegebene Aufsatzsammlung, die verschiedene Forschungsrichtungen der Soziologie, Kulturanthropologie, Geschichte, Geographie und Psychologie vereinte (MILLER 1996). Da sich die Fülle von weiteren Veröffentlichungen

kaum überblicken lässt, sollen hier einzelne wichtige Begriffe der Konsumforschung herausgegriffen werden, die für eine spätere Anwendung für Fragestellungen oder Befunde der Historischen Archäologie geeignet erscheinen.

Begriffe der Konsumforschung

Igor Kopytoff prägte etliche Begriffe (KOPYTOFF 1986), auf die eine Vielzahl von anthropologischen Forschungen aufbauen. Das bereits zitierte Schlagwort der „**Commoditization**“ kann im Deutschen nur schwerfällig mit „**Kommodifizierung**“ oder „Warenförmigkeit“ wiedergegeben werden. Dabei handelt es sich um den Prozess, der den Übergang im Status eines Objektes markiert, der ihn in einer Gesellschaft als Ware gelten lässt. Die Existenz von Waren sieht Kopytoff als universelles Phänomen, die Art und Weise der Kommodifizierung dagegen als einen speziellen Ausdruck der Handelstätigkeit der jeweiligen Gesellschaft. Eine Ausweitung der Kommodifizierung kann dadurch geschehen, dass ein Gegenstand gegen immer mehr Dinge tauschbar gemacht wird, oder aber in Bezug auf das System als Ganzes gesehen, immer mehr unterschiedliche Dinge getauscht werden.

Der Begriff der „**Handelssphären**“ – engl. „**spheres of exchange**“ – bezieht sich auf die Vorstellung von begrenzten Bereichen, in denen jeweils der Tausch bestimmter Güter vorherrscht. Zur Veranschaulichung führt Kopytoff eine Arbeit über das Volk der Tiv in Nigeria an (BOHANNAN 1955), die drei Sphären des Handels beschreibt. Die Sphäre der *Subsistenz-Gegenstände* umschloss den Handel von Yams, Getreide, Gewürzen, Hühnern, Ziegen, Utensilien, Werkzeugen und Ähnlichem. In der Sphäre der *Prestige-Gegenstände* wurde Handel mit Vieh, Sklaven, rituellen Diensten, spezieller Kleidung, Medizin und Metallstangen (als Kupfergeld) getätigt. Die dritte Sphäre war die sogenannte *Sphäre des Rechts auf Menschen*, in der es um ein kulturell festgelegtes Recht auf Frauen, Mündel und Nachkommenschaft ging. Diese drei beschriebenen Handelssphären unterlagen einer hierarchischen Anordnung, in der Güter derselben Handelssphäre miteinander getauscht werden konnten, oder aber, nach einem hierarchischen Prinzip geordnet, zwischen verschiedenen Sphären getauscht werden konnten. Der sogenannte **aufsteigende Konsum** bedeutete, dass bestimmte Güter aus der untersten gegen Güter aus der nächsthöheren, darüber liegenden Sphäre verhandelt werden konnten, z. B. der Austausch von Yamwurzeln gegen Geld. Der sogenannte **absteigende Konsum** galt als beschämend und bestimmte beispielsweise, dass Menschen als Güter der höheren Handelssphären nicht gegen Getreide getauscht werden sollten. Die Hauptaussagen der Ausführungen Kopytoffs über die Handelssphären sind, dass diese generell kulturell konstruiert sind und die in einer Gesellschaft bestehende Handelstechnologie zu verschiedenen ausgefeilten Handelssphären führen kann.

Ein typisches Merkmal der modernen westlichen Handelssphäre besteht in der konzeptuellen **Trennung von Personen und Dingen**. Dieses neuzeitliche Konzept stellt die individualisierte Person in einen Gegensatz zur Massenware von Objekten. Als Gegenbeispiel dazu kann die Praxis der Sklaverei in verschiedenen historischen Gesellschaften angeführt werden. Hier gilt die Person nicht als Individuum, sondern wird in einem Prozess der sozialen Transformation, die einer Abfolge von Statusänderungen der einzelnen Person bedarf, in einen Warenstatus übergeführt und auch als „Massenware“ gehandelt.

In der Trennung der Kategorien Person und Objekt steckt weiter eine Wertung, die gekennzeichnet ist von der **Einzigartigkeit**, die zu einer Bewertung als teures Gut führt. Im Gegensatz dazu steht die hohe Anzahl von Dingen, die als billige **Massenware** angesehen werden. Durch die Vereinzelung von Dingen, wie sie etwa Antiquitäten durch ihr hohes Alter erreichen, kann auch eine vormalige Massenware wieder zu einem teuren Gut werden. Die Vereinzelung von Gütern kommt weiters dadurch zustande, dass Dinge aus kulturellen oder gesellschaftlichen Gründen aus der Sphäre des Warengerbrauchs

herausgenommen werden (z. B. durch Sakralisierung) oder deren Kommodifizierung begrenzt wird, indem sie nur in bestimmten Handelssphären angeboten werden.

Durch den Handel mit Dingen unterliegen diese einer **Klassifizierung**. Einzelne Dinge werden in verschiedene, handhabbare Klassen eingeteilt und wiedererkennbar ähnlich gemacht, wenn sie in dieselbe Kategorie gebracht werden, und verschieden, wenn sie zu unterschiedlichen Kategorien gehören. Diese Klassifizierung erscheint Kopytoff als Basis der wirtschaftlichen Erscheinung, die in jeder Gesellschaft gefunden werden kann.

Damit die Dinge gehandelt werden können, ist eine **Homogenisierung ihrer Werte** nötig, d. h. damit sie tauschbar sind, bedarf es der gemeinsamen Grundlage eines gesellschaftlichen, kulturellen Konsens über den Wert dieser Dinge. Über die Einführung von Geld führt das außerdem zu einer intensiveren Kommodifizierung und zu einer größeren Handelssphärenrate.

Aus der sozial- und kulturalanthropologischen Forschung der 1990er Jahren stammen weitere Begriffe, die mit der Verbreitung und Aneignung von Waren in Verbindung stehen und nicht, wie bisher aufgeführt, eher den Umgang mit Dingen beschreiben.

Der amerikanische Soziologe George Ritzer führte 1996 den Begriff der „**McDonaldisierung**“ – engl. „**McDonaldization**“ ein, mit dem er unter Verwendung des Labels der bekannten Fastfood-Kette die weltweite Verbreitung gleichartiger Gegenstände und Normen diagnostizierte (RITZER 1996). Von kulturalanthropologischer Seite wurde diese These mehrfach kritisiert (vgl. HAHN 2004) und der Ausdruck „**Kreolisierung**“ entgegengesetzt (HANNERZ 1987; für eine weitere Diskussion siehe SPITTLER 2002). Dieser Begriff beschreibt die in anthropologischen Studien nachgewiesene Aneignung von Dingen durch Umformung von Gebrauchsgütern bzw. deren Einfügen und Umwandeln in einen neuen kulturellen Kontext. Sehr schön zum Ausdruck bringt diese Ansicht auch ein Artikel mit dem Titel „Why do the Natives Wear Adidas?“ (ARNOULD/WILK 1984), in dem es um die Aneignung westlicher Markenkleidung durch die „Less Affluent World“ geht. Nach Hahn steht die Kreolisierung „somit im Gegensatz zum Konzept der Homogenisierung und erklärt den Fortbestand kultureller Vielfalt (HAHN 2005, 100.)“.

Für eine methodische Anwendung von konsumforscherischen Begriffen in der Historischen Archäologie eignet sich sicher auch eine Beschäftigung mit den **Orten des Konsums**. Sie beziehen sich auf die konkreten Räume des Konsums wie Märkte, Kaufhäuser oder Wirtshäuser.

Mit dem von der türkischen Soziologin Güliz Ger und dem britischen Konsumforscher Russel W. Belck eingeführten Begriff der „**consumption scapes**“ (GER/BELCK 1996) sind die Sphären von lokal definierten Konsumvorstellungen gemeint. Diese definieren sie als Gegenstrategie zur Überflutung mit der Massenware der westlichen Überflussesgesellschaft. Sie ist durch das subversive Anwenden der Kreolisierung und einer eigenständigen Aneignung der Dinge gekennzeichnet: „Local consumption scapes become a nexus of numerous, often contradictory, old, new and modified forces that shape unique consumption meanings and insure that the consumption patterns of the Less Affluent World will not result in Western consumer culture globally (GER/BELK 1996, 271)“.

Ein weiteres wichtiges Schlagwort aus der soziologischen Konsumforschung ist der **demonstrative Konsum**. Die von Thorstein Veblen (VEBLEN [1899] 1986) formulierte These besagt, dass die Zurschaustellung ökonomischen Wohlstands die wichtigste Motivation ist, sich neue Güter zu verschaffen. Zentraler Punkt dabei ist, dass sozial tiefer stehende Schichten versuchen, den Konsum der Oberschicht nachzuahmen, um so einen Lebensstil zu imitieren, der durch die Oberschicht definiert wird. Dieser Begriff wird vor allem in konsumhistorischen Fragestellungen angewendet.

Historische Konsumforschung

Die historische Konsumforschung wurde ebenfalls durch Forscher/Innen aus dem anglo-amerikanischen Raum seit dem Beginn der 1980er Jahre vorangetrieben und bis in die 1990er Jahre dominiert. Einen knappen Einstieg und Überblick über die Geschichte des Konsums und der historischen Konsumforschung wird von der amerikanischen Historikerin Victoria de Grazia im Lexikonartikel „History of Consumption“ gegeben (DE GRAZIA 2001). Der 1993 erschienene Sammelband „Consumption and the World of Goods“ (BREWER/PORTER 1993) gibt einen großzügigen Überblick über verschiedene Aspekte des Konsums von der Frühen Neuzeit bis in das 18. Jahrhundert.

Ein Hauptproblem der vielen unterschiedlichen Studien liegt in der Frage der „Periodisierung“. Es besteht darin, dass bis heute keine Einigkeit darüber herrscht, wann eigentlich der Beginn der sog. „Konsumgesellschaft“ anzusetzen ist. Je nach Forschungsinteresse, aber auch Forschungsgebiet variiert das sehr stark (vgl. DE GRAZIA 2001, 2684–2685; PRINZ 2003, 31–34): ein Teil der Historiker/Innen setzt ihn in das 16. Jahrhundert, als besonders wegen der intensivierten Handelsbeziehungen der Niederlande nach Asien eine Ausweitung des Handels stattfand. Vor allem britische Historiker/Innen setzen den Beginn der Konsumgesellschaft in das 18. Jahrhundert, indem sie die Kolonialisierung durch Großbritannien für eine Ausweitung des Konsums verantwortlich machen. Eher marxistisch geprägt sind Historiker/Innen, welche sich die Industrialisierung und Massenproduktion des 19. Jahrhunderts als Entstehungszeitpunkt der Konsumgesellschaft vorstellen. Ein weiterer Ansatz geht davon aus, dass von der Konsumgesellschaft erst ab dem Zeitpunkt zu sprechen ist, als mit der „Amerikanisierung“ nach dem Ende des 2. Weltkrieges die weltumfassende Verbreitung amerikanischer Waren begann. Gegen solche Thesen regt sich aber schon länger Widerstand aus der Sicht der Globalisierungshistoriker/Innen. Der deutsch-britische Historiker Frank Trentmann hat in einem Aufsatz den Massenkonsum bzw. die Massenproduktion als Fiktion der Periodisierungsmodelle bezeichnet und die eurozentristische Richtung der Forschung kritisiert, die sich immer noch zu wenig mit der Geschichte Asiens auch im Zusammenhang mit der Konsumforschung beschäftigt. Er weist auf den steigenden Konsum vieler Gesellschaften der gesamten Welt hin, der aus *wechselseitigen* Handelsbeziehungen entstanden ist (TRENTMANN 2009). Mit der Arbeit des britischen Historikers Christopher A. Bayly, der ein Modell verschiedener Globalisierungsstufen von Gesellschaften entwickelt hat (BAYLY 2002), zeigt Trentmann auf, dass verschiedene Globalisierungsmodelle gleichzeitig und nebeneinander existieren und in Handelsabläufe verwickelt sein können.

Ab der Mitte der 1990er Jahre setzte das Interesse an der historischen Konsumforschung auch in der deutschsprachigen Forschung ein. Eine gute Zusammenfassung des Forschungsstandes gibt der deutsche Historiker Michael Prinz (PRINZ 2003), der aufzeigt, dass sich im deutschsprachigen Raum hauptsächlich Sozial- und Wirtschaftshistoriker/Innen mit historischer Konsumforschung beschäftigen. Als Beispiele können die Sammelbände „Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums“ (SIEGRIST u. a. 1997) und „Geschichte der Konsumgesellschaft. Märkte, Kultur und Identität“ (SIEGRIST u. a. 1998) genannt werden. In diesen Bänden wird deutlich, dass die oben angeführten methodischen Ansätze der internationalen Forschung nur wenig angewendet werden und eine starke Konzentration der Forschung auf der Neuzeit liegt. Vereinzelt gibt es jedoch Beiträge, die sich mit dem Mittelalter befassen.

Konsum im Mittelalter

In konsumhistorischen Arbeiten werden Konsumverhalten und -mechanismen vorwiegend der spätmittelalterlichen Zeit untersucht, wobei die Analyse von Quellen zu Kleidung und Nahrung die Schwerpunkte bilden.

Spätmittelalterliche Kleiderordnungen, Stände- und Luxusordnungen lassen einerseits Untersuchungen hinsichtlich der Reglementierung von Kleiderluxus der Oberschicht zu (BULST 2003), andererseits auch Forschungen zu demonstrativem Konsum (SELZER 2005). Das Hauptthema ist, dass der Konsum von Kleidung nach dem Prinzip „Kleider machen Leute“ nach Ständen organisiert war, diese Konsumschränken aber auch immer wieder neu verhandelt werden mussten (SELZER 2005, 119).

Der Konsum von Nahrungsmitteln ist der zweite große Gegenstand, dem sich die historische Konsumforschung zum Mittelalter widmet. Bereits Anfang der 1990er Jahre wurde durch die Wirtschafts- und Sozialhistoriker Ulf Dirlmeier und Gerhard Fouquet eine sehr genaue Beschreibung der Essgewohnheiten in Sinne einer historischen Darstellung, jedoch weniger einer konsumhistorischen Untersuchung vorgelegt (DIRLMEIER/Fouquet 1993). Lediglich die Bankette der fürstlichen Höfe wurden in Tradition der soziologischen Ansätze und in Anlehnung an Veblen als demonstrativer Konsum gewertet (DIRLMEIER u. a. 1993, 520). Weiter wird der Konsumwandel einzelner Lebensmittel beschrieben. Als Beispiele dienen der Konsum von Bier, der im 15. und besonders ab dem 16. Jahrhundert den bis dahin vorherrschenden Konsum von Wein ablöste, sowie das Absinken der sozialen Statusfunktion von Zucker, der schon im späten 15. Jahrhundert nicht mehr allein der Oberschicht vorbehalten blieb (DIRLMEIER u. a. 1993, 521–523).

In dem 1998 bei der Schweizerischen Gesellschaft für Wirtschafts- und Sozialgeschichte erschienenen Band „Geschichte der Konsumgesellschaft. Märkte, Kultur und Identität (15.–20. Jahrhundert)“ sind ebenfalls zwei Beiträge über Ernährung enthalten. Der Artikel der Schweizer Historikerin Katja Hürlimann über den Konsum in Wirtshäusern untersucht Konsum als soziale Interaktion: wer hatte Zugang zum Wirtshaus, welche sozialen Handlungen lassen sich aus Gerichtsakten des 15./16. Jh. rekonstruieren und welche Verhaltensregeln galten im Wirtshaus (HÜRLIMANN 1998). Sie stellt fest, dass das Wirtshaus eine zentrale Rolle in der dörflichen Öffentlichkeit inne hatte, etwa wenn die Möglichkeit des gemeinsamen Weinkonsums im Spätmittelalter von Frauen und Männern aus allen sozialen Gruppen genutzt wurde, der Weingenuss daher mehr als soziale Handlung denn als Prestigekonsum zu verstehen ist.

Den Konsumbedarf in der schweizerischen bäuerlichen Gesellschaft im Spätmittelalter untersuchten Stefan Sonderegger und Alfred Zangger mit den Rechnungsbüchern eines Spitals und eines Klosters (SONDEREGGER/ZANGGER 1998). Die Abgabebeziehungen zwischen Bauern und Grundherren dokumentieren, dass die bäuerliche Wirtschaft im Spätmittelalter in komplexe Systeme des Austausches, Kaufs und Verkaufs eingebunden war. Danach bestand der bäuerliche Konsum hauptsächlich aus dem Erwerb von Nahrungsmitteln aufgrund einer einseitigen Spezialisierung der Bauern auf Weinbau, weswegen die Deckung an Grundnahrungsmitteln nicht mehr gewährleistet war. Die bäuerliche Landwirtschaft wurde von der Forschung oft bis weit in die Frühe Neuzeit als ausschließliche Subsistenzwirtschaft aufgefasst. Diese Annahme geht auf das inzwischen veraltete Modell des „ganzen Hauses“ des österreichischen Historikers Otto Brunner zurück (BRUNNER 1968), worin eine Einheit von Betrieb und Haushalt und somit von Produktion und Konsum postuliert wird (zur Kritik daran vgl. OPITZ 1994). Die Autoren stellen dagegen für das Spätmittelalter auch im bäuerlichen Umfeld vielfältige Konsummöglichkeiten dar, die über eine subsistenzwirtschaftliche Ausrichtung des bäuerlichen Lebens hinausreichen.

In dem von Michael Prinz herausgegebenen Sammelband „Der lange Weg in den Überfluss“ sind weitere Beiträge enthalten, die sich mit Konsum von Nahrungsmitteln auseinandersetzen. Der Artikel des britischen Historikers Allen Grieco dreht sich um die These, dass sich die Hierarchie der Gesellschaft auch in der der Hierarchie der Lebensmittel widerspiegelt und stellt schichtenabhängige Konsummuster in der spätmittelalterlichen Ernährung fest (GRIECO 2003). Nahrung ist wie Kleidung mit einer äußerlich klar erkennbaren Bewertung versehen, die soziale Unterschiede kommuniziert und von den unterschiedlichen Schichten als kulturelle Normierung erkannt wird.

Beim Fleischkonsum ist etwa Geflügel dem Adel vorbehalten, Fleisch von Vierfüßlern ist für die „Mittelschicht“ vorgesehen, etc.

Der deutsche Historiker Rainer Driever untersucht aufgrund von städtischen Statuten und Luxusordnungen des Spätmittelalters Feste als Gelegenheiten zum demonstrativen Konsum anhand von Hochzeits-, Tauf- und Beerdigungsordnungen (DRIEVER 2003). Regulierungen und Sanktionen fanden bei der Gästezahl, der Dauer der Feste, der Zahl der Spielleute und der Anzahl der Tänzer statt. Die Motive sieht er in der Umsetzung religiöser Normen und im Bestreben der jeweiligen Stadtobrigkeit, für die Erhaltung des sozialen Friedens in der Stadt zu sorgen. Die mittelalterliche städtische Gesellschaft verordnet sich so verbindliche Grenzen des demonstrativen Konsums.

Die deutschsprachigen konsumhistorischen Beiträge arbeiten hauptsächlich mit den Begriffen „demonstrativer Konsum“ und „Konsumwandel“ und setzen sich mit dem Akt des Konsumierens auseinander. Objektbiographien wurden nicht untersucht, Orte des Konsums am Rande erwähnt. Inhaltlich konzentrieren sich die Aufsätze auf die Themen „Nahrung“ und „Kleidung“ als Konsumgüter, was wohl an der Beschränkung durch die Quellenlage liegt.

Kulturanthropologische Ansätze verwendet dagegen der amerikanische Historiker Patrick Geary bei seiner Untersuchung über die Verbreitung mittelalterlicher Reliquien (GEARY 1986). Er hält zunächst fest, dass der Austausch von Dingen in der mittelalterlichen Gesellschaft Europas durch nebeneinander existierende Systeme von Kauf, Tausch, Geschenken und Diebstahl stattfand, also nicht als reine Subsistenzwirtschaft zu betrachten ist. Der Umgang mit mittelalterlichen Reliquien aus Körperteilen wirft dabei einige besonders interessante Fragen auf. Zum einen wird die Zirkulation dieser Objekte dadurch bestimmt, dass die Nachfrage nach Reliquien realistisch nicht gestillt werden konnte, da sie ein endliches Gut darstellten. Am häufigsten wurde der Austausch als Geschenk zur Herstellung persönlicher Beziehungen vollzogen, z.B. zwischen dem Papst und Diözesen. An zweiter Stelle stand der Raub von Reliquien und schließlich an letzter Stelle der Kauf, der eher selten vorkam. Raub und Kauf wurden dann angewendet, wenn keine persönlichen Beziehungen – sprich Abhängigkeiten – zwischen den Reliquientauschpartnern erwünscht waren.

Wie bekam nun eine Reliquie ihren Wert? Hergestellt wurde er durch religiöse Riten, durch die eine Reliquie ihre kulturelle Konnotation erhielt. Die Reliquie wurde im Laufe ihrer Objektbiographie vom Teil eines normalen Körpers durch eine soziale und kulturelle Umwandlung zum religiösen Gegenstand. Diese sakrale Aufladung unterlag aber auch Zweifeln, die ausgeräumt werden mussten. Das geschah durch eine kulturelle Übereinkunft: bei der Translation, der Übertragung des Objektes von einem Ort an den anderen, kam sie in eine neue kulturelle Struktur und musste in der empfangenden Kommune erst geprüft werden. Das geschah durch einen Akt der sozialen Aushandlung, der mit dem Test ihrer Wunderwirkung abgeschlossen war. Die Reliquie unterlag also einem Prozess der Authentifizierung, die Translation wurde als Teil des Mythos der Produktion von Reliquien vollzogen. Bei dieser Form des Gutes liegt ein weiteres Beispiel für den Körper als Ware vor. Geary wendet in dieser Arbeit in der Konsumforschung entwickelte Kategorien an und analysiert die Mechanismen des Konsums, die Objektbiographie und den Prozess der Kommodifizierung.

Konsumforschung und Historische Archäologie

Die von der Konsumforschung entwickelten Arbeitsbegriffe eignen sich auf unterschiedliche Weise dafür, in der Historischen und speziell der Mittelalterarchäologie mit konkreten Fragestellungen verknüpft zu werden. Hier werden nun einige Anwendungsbeispiele skizziert.

Objekte sind in der archäologischen Forschung, bei der Ausgrabung oder einer Auswertung, das tägliche Arbeitsmaterial von Archäolog/Innen. Dabei werden Objekte gewöhnlich unter den Kriterien ihrer Typologie und Datie-

rung, sowie den Aspekten ihrer Funktion oder Produktion untersucht. Mit der verstärkten Anwendung der Material Culture Studies in den archäologischen Fächern wurden in den letzten Jahren auch andere Aspekte bei ihrer Betrachtung herangezogen. Besonders was die Keramikforschung betrifft, gibt es einige neuere Ansätze, welche sowohl die Verteilung und die soziale Bedeutung, als auch die Strategie des Überdauerns von Keramik untersuchen (vgl. PENNELL 2010; allgemeiner auch VEIT u. a. 2003 und KIENLIN 2005).

Objekte werden in der archäologischen Forschung jedoch kaum als Konsumgut betrachtet, und wenn, dann meist ohne die Anwendung der Methoden und Theorien der Konsumforschung. Bei einer Verwendung dieser Begrifflichkeiten in der Archäologie ergeben sich natürlich Probleme, die im Einzelfall benannt werden sollen.

Wenn zunächst die *Biographie der Objekte* untersucht wird – denn der Warenstatus ist ja ein Teil der Objektbiographie – bleibt als Hinweis auf die Biographie zunächst nur der Kontext, in dem die Funde gemacht wurden. Damit kann der größere Zusammenhang gemeint sein, in dem die Objekte gefunden wurden, etwa ein städtischer oder ländlicher Bereich oder der Befundzusammenhang, in welchem sie in der Stadt bzw. im ländlichen Bereich stehen. Das führt schlussendlich zum ganz konkreten Befundkontext der Objekte. Die Interpretation des Kontextes und eine Analyse der zugehörigen Objekte können Hinweise auf die Objektbiographie geben. Dabei muss berücksichtigt werden, ob die Objekte als Abfall in Verfüllungen aufgegebenen Befunde gelangt sind oder ob sie mit einem dokumentierten Nutzungszustand von Befundkontexten in Verbindung zu bringen sind.

Möglicherweise können auch technische Analysen des Materials, aber auch der Typologie, Aufschlüsse über die Biographie eines Objektes geben. Bei der Aufnahme von Objekten muss dafür die methodische Fragestellung bei der Analyse mit einer Frage nach der Objektbiographie verknüpft werden. Die Biographie von Objekten ist jedoch sicherlich mit den Mitteln der Archäologie eine eher schwer zu beantwortende Fragestellung.

Einfacher können hingegen die *Orte des Konsums* mit archäologischen Mitteln untersucht werden. Diese sind ab dem Spätmittelalter für den städtischen Bereich durch Bildquellen gut belegt. Brigitta Nagel-Schlicksbier hat für das Thema „Marktplatz“ einige Bildquellen zusammengetragen, die für die Interpretation archäologischer Befunde sehr hilfreich sind (NAGEL-SCHLICKSBIER 2006). Darin enthalten sind auch Abbildungen von Kaufhallen oder Geschäften. Eine sichere Interpretation von Befundkontexten als Orte des Konsums kann dann die Deutung von Funden als Waren vereinfachen.

Generell ist bei Befundkontexten jedoch zu überlegen, ob im gegebenen Fall ein größerer Zusammenhang als Konsumort oder etwa als ein Produktionsort anzusprechen ist. Dabei ist leider anzumerken, dass gewerbliche Produktion in einem archäologischen Befund oft nicht so einfach zu belegen ist (vgl. THEUNE 2008).

Dennoch ist es möglich, einzelne Orte mit Hinweisen aus der historischen Forschung zu verknüpfen. So kann etwa die Erforschung eines als Wirtshaus angesprochenen Befundes mit Überlegungen zum Konsumverhalten verbunden werden. Das Beispiel eines spätmittelalterlichen Hauses im Stadtviertel von Tulln an der Donau, Niederösterreich, Grabung Einkaufszentrum Rosenarcade 2006/7 (KRENN u. a. 2006; SCHOLZ u. a. 2007, 13.) ist verknüpft mit mehreren strukturellen Elementen, die an eine Ansprache als Wirtshaus denken lassen (Abb. 1, 2 und 3). Dazu gehören seine Lage direkt an einer Gasse, das auf diese Straße ausgerichtete Fundament eines Tischherdes, sowie eine größere Anzahl zugehöriger, südlich hinter dem Haus liegender Latrinen und Öfen. Die Kombination der Auswertung der Funde und Befunde unter dem Blickwinkel des Genusses von Getränken und Lebensmitteln in der Öffentlichkeit lassen Fragen aus der Konsumforschung aufkommen: etwa danach, ob Bier oder Wein und welche Fleisch- oder Getreidesorten konsumiert wurden. Ergänzt mit den oben zitierten Ergebnissen der historischen Konsumforschung können Überlegungen zum öffentlichen Konsum in der mittelalterlichen Stadt angestellt werden. Mit den Latrinen und Öfen lassen sich auch Fragen nach der Herstellung

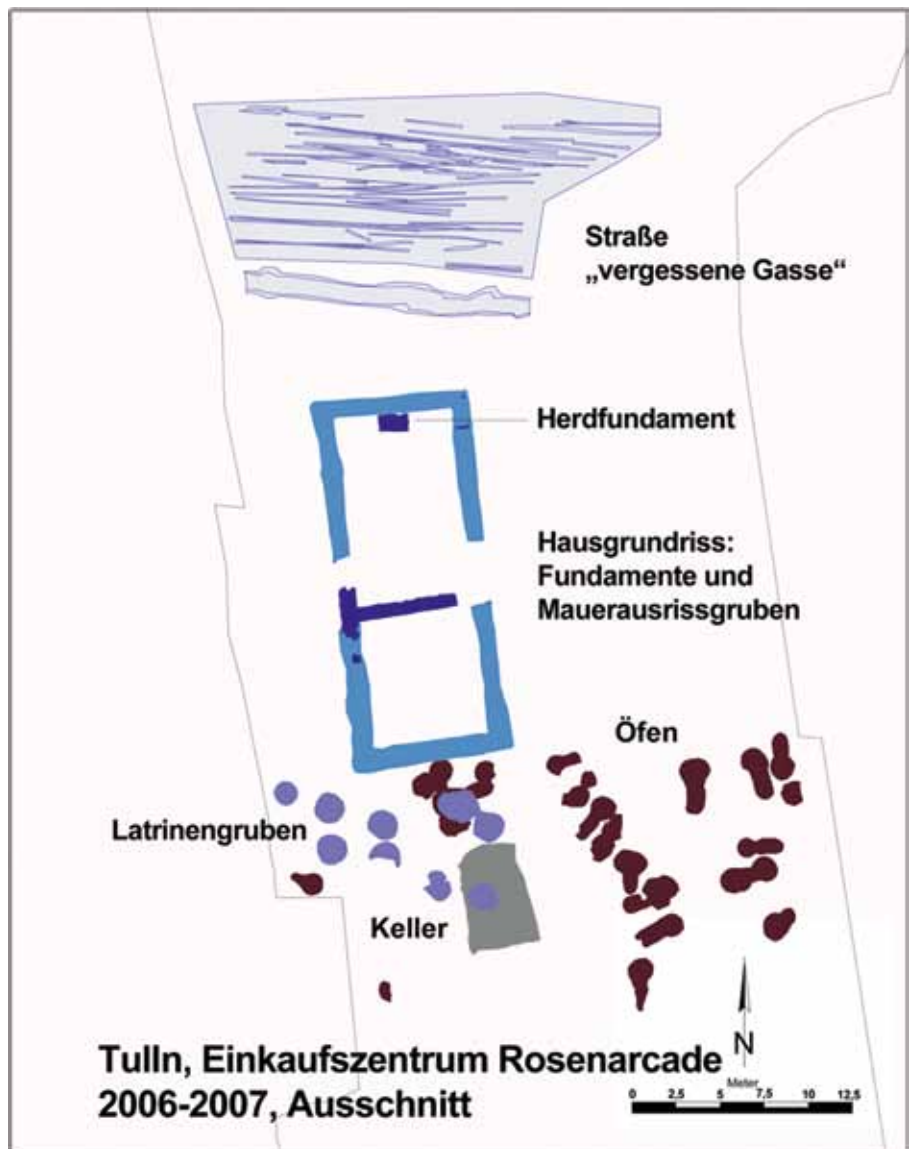


Abb. 1. Tulln Einkaufszentrum Rosenarcade 2006/7, Ausschnitt mit Hausgrundriss und Straße (Plan: Ute Scholz).

Abb. 1. Tulln Shopping Center Rosenarcade 2006/7, Section of the map: ground plan of a stone building and nearby street (Map: Ute Scholz).



Abb. 2. Tulln Einkaufszentrum Rosenarcade 2006/7, Fundamentgräben eines mittelalterlichen Hauses mit Herdfundament (Foto: BDA, Jasmine Wagner).

Abb. 2. Tulln Shopping Center Rosenarcade 2006/7, Foundation trenches of a medieval stone building and hearth (Picture: BDA, Jasmine Wagner).



Abb. 3. Tulln Einkaufszentrum Rosenarcade 2006/7, Wagenspuren einer mittelalterlichen Gasse (Foto: BDA, Jasmine Wagner).

Abb. 3. Tulln Tulln Shopping Center Rosenarcade 2006/7, Curt ruts in the medieval street (Picture: BDA, Jasmine Wagner).

und Entsorgung der Konsumgüter verknüpfen. Somit kann hier ein gesamter Befundkomplex mit konsumtheoretischen Methoden untersucht werden.

Eine weitere Fragestellung ist, ob sich aus gesicherten Orten der Produktion eine Aussage über die **Kommodifizierung** von Objekten treffen lässt. Als Referenzbeispiel dient wieder ein Beispiel aus Tulln, Niederösterreich. Aufgrund zahlreicher Bauvorhaben in der Stadt liegen für den mittelalterlichen Zeitraum eine große Anzahl großflächiger Stadtausschnitte vor, die sich gut miteinander in Bezug setzen lassen (SCHOLZ u. a. 2007). Die Keramik, die im Töpferviertel in der Vorstadt produziert wurde (Grabung Tulln Schießstattgasse / AFW 2005–2008: BREIBERT u. a. 2006), kann in einem Vergleich mit der in anderen städtischen Bereichen gefundenen Keramik (am Markt oder im Stadtviertel) Hinweise darauf geben, ob es sich jeweils um Waren handelte oder wie diese verteilt wurden. Dazu müssen die in den Töpferöfen hergestellten Produkte mit den in anderen Stadtbereichen auffindbaren Artefakten hinsichtlich einer Übereinstimmung oder Unterscheidung der Keramikarten und Objekttypen verglichen werden. Ob die in Tulln produzierten Artefakte auch vor Ort als Waren verkauft wurden, lässt sich mit einer Auswertung der Funde auf dem Marktplatz überprüfen.

Eine weitere Frage besteht darin, ob die Anzahl oder die Fundmenge einer bestimmten Objektkategorie in einem Befundzusammenhang etwas über die **Klassifizierung** einer Fundgattung bzw. der Objekte aussagt und damit auch über ihren Status als **Besonderheit** oder **Massenware**. Auch hier muss bei einer Fundanalyse ein grundlegendes methodisches Gerüst für die Untersuchung des Fundmaterials definiert werden. Gerade Untersuchungen innerhalb eines größeren Zusammenhanges, wie etwa dem eines Dorfes oder einer Stadt, könnten davon methodisch profitieren. Weiter ist denkbar, dass bei einer Auseinandersetzung mit dem Begriff der Klassifizierung zusätzlich bestimmte **Handelssphären** von Dingen erschlossen werden.

Der **Umgang mit Dingen**, wie er in den Begriffen der **Kreolisierung** oder **McDonaldisierung** definiert ist, liefert weitere Denkansätze zu einer Beschäftigung mit archäologischen Objekten. Die Wieder- oder Weiterverwendung, eine Umnutzung oder das Reparieren von Dingen ist an einzelnen Gegenständen in archäologischen Zusammenhängen nachzuweisen. Befundbeispiele dieses Objektgebrauchs sind wiederum die im hochmittelalterlichen Stadtgebiet von Tulln lokalisierte Öfen des 12./13. Jahrhunderts (Grabung Tulln Wassergasse 4, 2007/8). Die Konstruktion dieser Öfen wurde mit Hilfe des oberen Teiles dickwandiger, keramischer Vorratsgefäße hergestellt, die Funktion der Befunde ist bisher noch unklar (Abb. 4; KRENN u. a. 2007). Die Verwendung war keine einmalige Sache, wurden doch weitere Öfen dieser Bauweise auch in der mittelalterlichen Vorstadt (Grabung AFW) aufgedeckt (KRENN/STEINEGGER 2006, Abb. 58). Die Öfen in der Wassergasse sind nicht nur ein Beispiel für die Umnutzung, sondern auch für die Reparatur von Objekten, denn eine zersprungene Ofen-/Gefäßwand wurde mit einer Eisenklammer zusammengeflickt (Abb. 5).

Die Weiterverwertung bereits zerstörter Artefakte belegt ein Beispiel vom mittelalterlichen Marktplatz der Stadt (Grabung Tulln Hauptplatz 2007/8): zur Herstellung einer Straßenoberfläche wurde hier neben Donauschotter auch systematisch Ziegelbruch verwendet (Abb. 6). Ähnliche Zusammensetzungen aus zerstörten, jedoch weiter verwerteten Objekten lassen sich in Planierungen oder Oberflächenbefestigungen feststellen, in denen Keramikscherben und Knochenabfälle beigemischt waren.

Der Begriff des **demonstrativen Konsums** bietet eine zusätzliche Möglichkeit konsumforscherische Methoden in der historischen Archäologie anzuwenden. In diesem Zusammenhang lässt sich die Frage formulieren, ob die in der historischen Forschung dargelegte Hierarchie von Lebensmitteln bzw. deren Verknüpfung mit dem gesellschaftlich vorgegebenen Konsumverhalten der Ober-, Mittel- oder Unterschicht in archäologischen Kontexten zu verifizieren ist. Das könnte bei der Untersuchung von Tierknochen in bestimmten städtischen Bereichen wie am Markt oder im Bereich eines Hauses oder Gehöftes von Nutzen sein. Weiter lassen sich Befunde, die

Abb. 4. Tulln Wassergasse 2007, Ofen, Konstruktion hergestellt aus dem Rand eines Vorratsgefäßes (Foto: BDA, Ute Scholz).

Abb. 4. Tulln Wassergasse 2007, Furnace, using the rim of a storage vessel for construction (Picture: BDA, Ute Scholz).



Abb. 5. Tulln Wassergasse 2007, Objektreparatur mit Eisenklammer: Vorratsgefäß, als Ofen genutzt (Foto: BDA, Ute Scholz).

Abb. 5. Tulln Wassergasse 2007, Repair of an object with an iron clamp: storage vessel used as a furnace (Picture: BDA, Ute Scholz).



Abb. 6. Tulln Hauptplatz 2007/8, Straßenoberfläche hergestellt aus Ziegelbruch und Donaukieseln (Foto: BDA, Ute Scholz).

Abb. 6. Tulln Hauptplatz 2007/8, Street surface built with brick chippings and gravel from Danube river (Picture: BDA, Ute Scholz).



aus einem räumlichen oder kontextuellen Zusammenhang eher der Oberschicht zuzuordnen sind, mit Befunden vergleichen, die mutmaßlich einem anderen sozialen Zusammenhang angehören. So können einzelne Befundgattungen, aber auch Objekte aus verschiedenen Kontexten schichtenspezifisch untersucht werden, z. B. Befunde und Funde aus einem Kloster solchen aus einem Handwerkerviertel innerhalb der Stadt gegenüber gestellt werden.

Abb. 7. Kartause Aggsbach 2008, Chinesisches Porzellan (Foto: BDA, Ute Scholz).

Abb. 7. Kartause Aggsbach 2008, Porcelain (Picture: BDA, Ute Scholz).

Abb. 8. Kartause Aggsbach 2008, Schildkrötenpanzer (Foto: BDA, Ute Scholz).

Abb. 8. Kartause Aggsbach 2008, Tortoise shell (Picture: BDA, Ute Scholz).

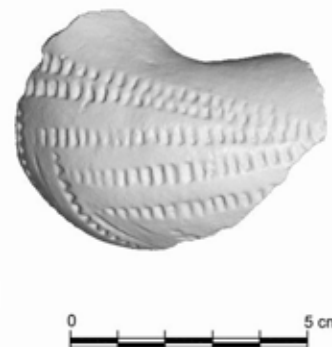


Abb. 9. Kartause Aggsbach 2008, Model mit Mönchsdarstellung (Foto: BDA, Ute Scholz).

Abb. 9. Kartause Aggsbach 2008, Mould with image of a monk (Picture: BDA, Ute Scholz).

Abb. 10. Tulln Hauptplatz 2007/8, Fragment eines Aquamanile (Scan: Thomas Böhm, AS - Archäologie Service).

Abb. 10. Tulln Hauptplatz 2007/8, Fragment of an Aquamanile (Scan: Thomas Böhm, AS - Archäologie Service).



Als Beispiele dienen hier Funde aus einer neuzeitlichen Latrine der Kartause Aggsbach, Niederösterreich (BENNESCH u.a. 2010). Neben Schildkrötenpanzern und Gräten von Donaufischen kamen außergewöhnliche Gebrauchsgegenstände wie chinesisches Porzellan oder religiöse Gegenstände wie eine Model mit Mönchsdarstellung zutage (Abb. 7–9). Alle diese Objekte sind eher der elitären, klösterlichen Lebensweise zuzuordnen (KUNST/GALIK 2004; KUNST/GEMEL 2000). Vergleiche mit städtischen oder ländlichen Befunden von Latrinen sind hier sicher aufschlussreich und zeigen, welche Objekte in diesen Kontexten vorherrschten und inwieweit diese Gattungen mit demonstrativem Konsum oder „normalem“ Konsum in Zusammenhang zu bringen sind.

Ein andere Möglichkeit besteht darin, die Fundgattung der Aquamanilien, keramische Gefäße in Tiergestalt, die in der Oberschicht zur Handwaschungen bei Tisch benutzt wurden (SCHARRER 2002), mit der aus der historischen Konsumforschung postulierten Hierarchie von Lebensmitteln in Verbindung zu setzen. Konkret könnte untersucht werden, ob die dargestellten Tiere (z.B. Abb. 10; Tulln, Hauptplatz 2007, Fragment eines Aquamanile, Pferd?) mit dem Konsumverhalten der Oberschicht in Zusammenhang zu bringen sind.

Weiters versprechen Untersuchungen zum **Konsumwandel** in Verbindung mit der Analyse von archäologischen Objekten neue Erkenntnisse. Die aus der historischen Forschung bekannten Veränderungen in der Verwendung von Zucker oder dem Genuss von Wein und Bier (s. o. S. 9) ließen sich anhand der Analyse von Objekten überprüfen, die als Gebrauchsgegenstände für den Konsum dieser Lebensmittel dienten. Denkbar sind Untersuchungen zu Gefäßen, die zum Wein- oder Bierkonsum dienten, von Geräten, die zur Herstellung der Getränke benötigt wurden, oder von Utensilien, die für die Verwendung von Zucker benutzt wurden, wie Zuckerdosen oder -löffel. Auch Befundkontexte im ländlichen Bereich, die mit Wein- oder Hopfenanbau in

Verbindung stehen, sind in diese Überlegungen einzuschließen, des weiteren Produktions- und Konsumorte von Wein, Bier und Zucker. Für die Erforschung des Nahrungsmittelgebrauchs liegt zudem eine erste interdisziplinäre Arbeit vor, die literarische, kunsthistorische und archäologische Quellen rund um das Thema Essen und Trinken im Mittelalter auswertet (SCHULZ 2011).

Literatur

- Appadurai 1986a: A. Appadurai, Introduction: commodities and the politics of value. In: A. Appadurai (ed.), *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective* (Cambridge 1986a) 3–63.
- Appadurai 1986b: A. Appadurai, *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective* (Cambridge 1986b).
- Arnould/Wilk 1984: E. J. Arnould/R. R. Wilk, Why do the Natives Wear Adidas?, *Advances in Consumer Research* 11, 1984, 748–752.
- Bayly 2002: C. A. Bayly, "Archaic" and "Modern" Globalization in the Eurasian and African Arena, ca. 1750–1850. In: A. G. Hopkins (ed.), *Globalization in World History* (London 2002) 45–72.
- Bell 1976: D. Bell, *Cultural Contradictions of Capitalism* (London 1976).
- Bennesch u. a. 2010: A. Bennesch/M. Krenn/U. Scholz, Die *Cartusia Beata Mariae Virginis* in Aggsbach, *Archäologie Österreichs* 21/2, 2010, 4–17.
- Bohannan 1955: P. Bohannan, Some Principles of Exchange and Investment among the Tiv, *American Anthropologist* 57, 1955, 60–70.
- Breibert u. a. 2006: W. Breibert/T. Kreitner/O. Schmitsberger/U. Zimmermann, Römische Gräberstraße und mittelalterliches Handwerksviertel an der Donau. Vorbericht über die archäologischen Untersuchungen 2005/06 in der Schießstattgasse in Tulln, *Fundberichte aus Österreich* 45, 2006, 590–620.
- Brewer/Porter 1993: J. Brewer/R. Porter, *Consumption and the World of Goods* (London 1993).
- Brunner 1968: O. Brunner, Das "ganze Haus" und die alteuropäische Ökonomik. In: O. Brunner (Hrsg.), *Neue Wege der Verfassungs- und Sozialgeschichte* (Göttingen 1968) 103–127.
- Bulst 2003: N. Bulst, Vom Luxusverbot zur Luxussteuer. Wirtschafts- und sozialgeschichtliche Aspekte von Luxus und Konsum in der Vormoderne. In: M. Prinz (Hrsg.), *Der lange Weg in den Überfluss. Anfänge und Entwicklung der Konsumgesellschaft seit der Vormoderne, Forschungen zur Regionalgeschichte* 43 (Paderborn 2003) 47–60.
- de Grazia 2001: V. de Grazia, History of Consumption. In: N. J. Smelser/P. B. Baltes (ed.), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 4 (Amsterdam 2001) 2682–2687.
- Dirlmeier/Fouquet 1993: U. Dirlmeier/G. Fouquet, Ernährung und Konsumgewohnheiten im spätmittelalterlichen Deutschland, *Geschichte in Wissenschaft und Unterricht* 44, 1993, 504–525.
- Douglas/Isherwood 1996 [1976]: M. Douglas / B. Isherwood, *The World of Goods. Towards an Anthropology of Consumption* (London 1996 [1976]).
- Driever 2003: R. Driever, Wieviel Konsum ist erlaubt? Feiern im Blick der spätmittelalterlichen Stadtobergkeit. In: M. Prinz (Hrsg.), *Der lange Weg in den Überfluss. Anfänge und Entwicklung der Konsumgesellschaft seit der Vormoderne, Forschungen zur Regionalgeschichte* 43 (Paderborn 2003) 61–78.
- Elwert 1991: G. Elwert, Gaben, Reziprozität und Warentausch. Überlegungen zu einigen Ausdrücken und Begriffen. In: E. Berg/J. Lauth/A. Wimmer (Hrsg.), *Ethnologie im Widerstreit. Kontroversen über Macht, Geschäft, Geschlecht in fremden Kulturen* (München 1991) 159–177.
- Featherstone 2001: M. Featherstone, Consumer Culture. In: N. J. Smelser/P. B. Baltes (ed.), *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 4 (Amsterdam 2001) 2662–2669.

- Geary 1986: P. Geary, Sacred commodities: the circulation of medieval relics. In: A. Appadurai (edt.), *The Social Life of Things. Commodities in Cultural Perspective* (Cambridge 1986) 169–191.
- Ger/Belk 1996: G. Ger/R. W. Belk, I'd like to buy the World a Coke. Consumption-scapes of the "Less Affluent World", *Journal of Consumer Policy* 19, 1996, 271–304.
- Grieco 2003: A. Grieco, Lebensmittel und soziale Hierarchien im spätmittelalterlichen und frühneuzeitlichen Europa. In: M. Prinz (Hrsg.), *Der lange Weg in den Überfluss. Anfänge und Entwicklung der Konsumgesellschaft seit der Vormoderne, Forschungen zur Regionalgeschichte* 43 (Paderborn 2003) 37–46.
- Hahn 2004: H. P. Hahn, Globale Güter und lokales Handeln in Afrika, *Sociologus* 54, 2004, 1–23.
- Hahn 2005: H. P. Hahn, *Materielle Kultur. Eine Einführung* (Berlin 2005).
- Hannerz 1987: U. Hannerz, *The World in Creolization*, *Africa* 57, 1987, 546–559.
- Hürlimann 1998: K. Hürlimann, Öffentlicher Konsum in Wirtshäusern. Soziale Funktion des Konsums in den Zürcher Landvogteien Greifensee und Kyburg im 15./ 16. Jahrhundert. In: J. Tanner/B. Veyrassat/J. Mathieu/H. Siegrist/R. Wecker (Hrsg.), *Geschichte der Konsumgesellschaft. Märkte, Kultur und Identität (15.–20. Jahrhundert)* (Zürich 1998) 147–163.
- Kienlin 2005: T. Kienlin (Hrsg.), *Die Dinge als Zeichen. Kulturelles Wissen und materielle Kultur. Internationale Fachtagung an der Johann-Wolfgang-Goethe-Universität Frankfurt a. M., 3.–5. April 2003* (Bonn 2005).
- Kopytoff 1986: I. Kopytoff, The cultural biography of things: commoditization as process. In: A. Appadurai (edt.), *The social life of things: commodities in cultural perspective* (Cambridge 1986) 64–91.
- Krenn u. a. 2007: M. Krenn/O. Rachbauer/U. Scholz, KG Tulln, SG Tulln an der Donau, VB Tulln, *Fundberichte aus Österreich* 46, 2007, 35–36.
- Krenn/Steinegger 2006: M. Krenn/A. Steinegger, KG Tulln, SG Tulln an der Donau, VB Tulln, *Fundberichte aus Österreich* 45, 2006, 41.
- Krenn u. a. 2006: M. Krenn/J. Wagner/R. Igl, KG Tulln, SG Tulln an der Donau, VB Tulln, *Fundberichte aus Österreich* 45, 2006, 39–40.
- Kunst/Galik 2004: G. K. Kunst/A. Galik, Dietary habits of a monastic community as indicated by animal bone remains from Early Modern Age in Austria. In: S. Jones O'Day/W. Van Neer/A. Ervynck (edt.), *Behavior Behind Bones. The zooarchaeology of ritual, religion, status and identity* (Oxford 2004) 224–232.
- Kunst/Gemel 2000: G. K. Kunst/R. Gemel, Zur Kulturgeschichte der Schildkröten unter besonderer Berücksichtigung der Bedeutung der Europäischen Sumpfschildkröte, *Emys orbicularis* (L.) in Österreich, *Stapfia* 69, 2000, 21–62.
- Mauss 1990 [1925]: M. Mauss, *Die Gabe: Form und Funktion des Austausches in archaischen Gesellschaften* (Frankfurt 1990 [1925]).
- Miller 1996: D. Miller (Hrsg.), *Acknowledging Consumption* (London 1996).
- Nagel-Schlicksbier 2006: B. Nagel-Schlicksbier, Markt, Märkte und Marktplätze auf mittelalterlichen Bildquellen, *Zeitschrift für Archäologie des Mittelalters* 34, 2006, 285–312.
- Opitz 1994: C. Opitz, Neue Wege der Sozialgeschichte? Ein kritischer Blick auf Otto Brunners Konzept des "ganzen Hauses", *Geschichte und Gesellschaft* 20, 1994, 88.
- Pennell 2010: S. Pennell, "For a crack or flaw despis'd": Thinking about Ceramic Durability and the Everyday in Late Seventeenth- and Early Eighteenth-Century England. In: T. Hamling/C. Richardson (edt.), *Everyday Objects: Medieval and Early Modern Material Culture and Its Meanings* (Farnham 2010) 27–40.
- Prinz 2003: M. Prinz, "Konsum" und "Konsumgesellschaft" – Vorschläge zu Definition und Verwendung. In: M. Prinz (Hrsg.), *Der lange Weg in den Überfluss. Anfänge und Entwicklung der Konsumgesellschaft seit der Vormoderne, Forschungen zur Regionalgeschichte* 43 (Paderborn 2003) 11–34.
- Ritzer 1996: G. Ritzer, *The McDonaldization of Society: An Investigation into the Changing Character of Contemporary Social Life* (Revised Edition) (Thousand Oaks 1996).
- Scharrer 2002: G. Scharrer, Ein Aquamanile aus der Latrine im so genannten Augustiner-turm in Wien, *Fundort Wien* 5, 2002, 160–167.
- Scholz u. a. 2007: U. Scholz/A. Steinegger/M. Singer/M. Krenn, Stadtkernarchäologie – Vom antiken Comagenis zum heutigen Tulln, *Archäologie Österreichs* 18/2, 2007, 4–18.
- Schulz 2011: A. Schulz, Essen und Trinken im Mittelalter (1000–1300): literarische, kunsthistorische und archäologische Quellen, *Ergänzungsbände zum Reallexikon der Germanischen Altertumskunde* 74 (Berlin 2011).
- Selzer 2005: S. Selzer, Geheimer Schoß und sichtbare Statussymbole. Konsum als Zeichen sozialer Zuordnung in spätmittelalterlichen Städten des Hanseraums. Eine Problemskizze. In: M. Meinhardt/A. Ranft (Hrsg.), *Die Sozialstruktur und Sozial-*

- topographie vorindustrieller Städte, Hallische Beiträge zur Geschichte des Mittelalters und der Frühen Neuzeit 1 (Berlin 2005) 89–120.
- Siegrist u. a. 1997: H. Siegrist/H. Kaelble/J. Kocka (Hrsg.), Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert) (Frankfurt a. M. 1997).
- Siegrist u. a. 1998: H. Siegrist/J. Tanner/B. Veyrassat (Hrsg.), Geschichte der Konsumgesellschaft. Märkte, Kultur und Identität (15.-20. Jahrhundert) (Zürich 1998).
- Simmel [1907] 1989: G. Simmel, Philosophie des Geldes (Frankfurt a. M. [1907] 1989).
- Sonderegger/Zangger 1998: S. Sonderegger/A. Zangger, Zur Deckung des bäuerlichen Konsumbedarfs in der Ostschweiz im Spätmittelalter. In: J. Tanner/B. Veyrassat/J. Mathieu/H. Siegrist/R. Wecker (Hrsg.), Geschichte der Konsumgesellschaft. Märkte, Kultur und Identität (15.-20. Jahrhundert) (Zürich 1998) 15–47.
- Spittler 2002: G. Spittler, Globale Waren - lokale Aneignung. In: B. Hauser-Schäublin/U. Braukämper (Hrsg.), Ethnologie der Globalisierung (Berlin 2002) 15–30.
- Theune 2008: C. Theune, Zentrum und Peripherie - Aussagemöglichkeiten zum mittelalterlichen Handwerk aufgrund archäologischer Quellen. In: W. Melzer (Hrsg.), Archäologie und Handwerk - Eine Standortbestimmung. Beiträge des 10. Kolloquium des Arbeitskreises zur arch. Erforschung mittelalterliches Handwerk, Soester Beitr. Arch. 9 (Soest 2008) 13–23.
- Trentmann 2009: F. Trentmann, Crossing Divides. Consumption and globalization in history, *Journal of Consumer Culture* 9, 2009, 187–220.
- Veblen [1899] 1986: T. Veblen, Theorie der feinen Leute (Frankfurt a. M. [1899] 1986).
- Veit u. a. 2003: U. Veit/T. Kienlin/C. Kümmel/S. Schmidt (Hrsg.), Spuren und Botschaften: Interpretationen materieller Kultur, Tübinger Archäologische Taschenbücher 4 (Münster 2003).

Ute Scholz M.A.
 Institut für Ur- und Frühgeschichte
 Franz-Klein-Gasse 1
 1190 Wien
 E-Mail: ute.maria.scholz@univie.ac.at

Impressum

Imprint:
 ISSN 1869-4276

Editing:
 Natascha Mehler, Wien

Technical edition and Layout:
 Holger Dieterich, Kiel

Copyright see:
 www.histarch.org