
BUCHBESPRECHUNGEN

Julia Laura Rischbieter: Mikro-Ökonomie der Globalisierung. Kaffee, Kaufleute und Konsumenten im Kaiserreich 1870–1914 (= Industrielle Welt. Schriftenreihe des Arbeitskreises für moderne Sozialgeschichte, Bd. 80), Köln: Böhlau Verlag, 2011, 428 S.

Rezensiert von
Anne Dietrich, Leipzig

Betrachtet man seinen Ursprung, seine geographische und soziale Verbreitung, ist es nahezu unmöglich, Kaffee nicht in einem raumübergreifenden Kontext zu thematisieren. Dabei spielt es weniger eine Rolle, ob man sich mit der Gegenwart oder der Vergangenheit, mit der Ebene der Produktion, Distribution oder Konsumtion dieser globalen Ware beschäftigt. Julia Laura Rischbieters Studie zum Kaffeemarkt im Kaiserreich, welche auf einer an der Europa-Universität Viadrina in Frankfurt/Oder entstandenen Dissertation basiert, wendet Globalisierung als Perspektive auf die deutsche Geschichte an und fragt nach Zusammenhängen und Abhängigkeiten im lokalen, nationalen und globalen Kaffeehandel am Ende des 19. und Anfang des 20. Jahr-

hunderts. Damit ordnet sie sich einerseits ein in die Reihe der Publikationen, welche den regionalspezifischen Konsum von global gehandelten Waren ins Zentrum ihrer Betrachtungen rücken.¹ Andererseits orientiert sich die Autorin stark an einem produktzentrierten Ansatz², welcher die Verfolgung der zu analysierenden Ware von ihrer Herstellung über die diversen Weiterverarbeitungsstufen und Vertriebswege bis hin zu ihrem Endkonsumenten zum Ziel hat und dadurch den Vorteil bietet, neben Produktionsbedingungen und Handelsstrukturen auch nationale Wirtschaftspolitiken und lokale Konsumgewohnheiten zu berücksichtigen.³

Rischbieters Studie beginnt mit einer allgemeinen Einführung in die Thematik des Kaffeeanbaus und der Beschreibung des globalen Kaffeemarktes im ausgehenden 19. und frühen 20. Jahrhundert aus einer makroökonomischen Perspektive, welche den Ausgangspunkt für die in den folgenden fünf Kapiteln analysierten einzelnen Stufen der Wertschöpfungskette Kaffee darstellt. Den Schwerpunkt legt die Autorin dabei auf die Darstellung jener Transformationsprozesse, welche letztendlich zu einem Wandel des Kaffeehandels in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts führten. Neben den für das 19. Jahrhundert charakteristischen technologischen Innovationen und der branchenübergreifen-

den Neuorganisation des Handelssystems spielten vor allem die neuen Rahmenbedingungen des Weltkaffeemarktes eine entscheidende Rolle. Als wesentliche Veränderung wird hier vor allem die Ablösung der Handelsplätze Amsterdam und London durch Hamburg, Le Havre und New York benannt. Der Aufstieg der Letztgenannten sei laut Rischbieter vor allem auf die zunehmende Bedeutung Lateinamerikas als Kaffeeproduzent zurückzuführen. Von den engen Handelsbeziehungen der Kaffeegroßhändler Hamburgs, Le Havres und New Yorks zu Brasilien und anderen lateinamerikanischen Anbauländern profitierte der in den genannten Hafenstädten ansässige Kaffeemarkt. Bereits in diesem Kapitel greift die Verfasserin die sich durch zunehmende Interdependenzen der Märkte und Interaktionen der Akteure verdichtenden globalen Zusammenhänge im Kaffeehandel auf, welche in den weiteren Kapiteln eingehender untersucht werden. Die im nächsten Kapitel anschließende Analyse des Kaffeimports konzentriert sich auf den Hamburger Kaffeehandel als lokale Basis globalen Handels. Die Verfasserin stellt fest, dass weniger infrastrukturelle Vorteile, als vielmehr der institutionelle Zusammenschluss vor Ort entscheidend für die Durchsetzung des Hamburger Kaffeegroßhandels im nationalen und internationalen Wettbewerb waren. Rischbieter benennt die Kooperation innerhalb des Hamburger Kaffee-Vereins in diesem Kontext als äußerst wirksames Erfolgskonzept und erklärt nachvollziehbar, wie dieser in der Speicherstadt verortete Branchenverband seine Mitglieder mit den für den Handel mit Kaffee außerordentlich relevanten Schlüsselkompetenzen Vertrauen und Information versorgte.

Eine Vereinsmitgliedschaft stellte demzufolge einen potentiellen Wettbewerbsvorteil dar und wurde deswegen von vielen im Kaffeehandel tätigen Unternehmen angestrebt. Allerdings waren nichthanseatische Unternehmen per se von der Mitgliedschaft ausgeschlossen und konnten lediglich über Dritte an besagten Vorteilen teilhaben. Dieser Sachverhalt und die von den Hamburger Kaufleuten angewandten umstrittenen Handelspraktiken führten zu Spannungen innerhalb des deutschen Kaffeemarktes, wie in den Ausführungen zum Terminhandel als neuem, global wirksamem Raum zur Aushandlung von Angebot und Nachfrage umfassend dargelegt wird. Die als Folge sich verändernder geschäftlicher Konventionen initiierten Terminbörsengeschäfte hatten nicht nur Auswirkungen auf bestehende Preisbildungsmechanismen, sondern auch auf das Verhalten der im internationalen Kaffeehandel agierenden Unternehmen. Rischbieter interpretiert die resultierende Verschiebung der Maßstäbe für akzeptable bzw. inakzeptable geschäftliche Verhaltensweisen als wichtige Voraussetzung zur Durchsetzung von Globalisierungsprozessen. Während die Hamburger Import- und Reexporthändler positiv auf die neuen Marktverhältnisse reagierten, standen die deutschen Binnenhändler diesen äußerst skeptisch gegenüber, was unter anderem in ihren Begehren für eine gesetzliche Einschränkung des Terminhandels im Rahmen der Börsenreform während der 1890er Jahre Ausdruck fand. Die Vorbehalte der deutschen Binnenhändler waren durchaus begründet, verschoben sich schließlich die Machtverhältnisse in Folge der Umgestaltung der globalen Kaffeegeschäfte auch im nationalen Kaffeehandel zu deren Nach-

teil. Wie die Abhängigkeit des deutschen Binnenhandels von den Kaffeimporteuren des Hamburger Großhandels zur Herausbildung einer kaffeeverarbeitenden Industrie im deutschen Kaiserreich führte, thematisiert das folgende Kapitel. Da sich der Import und Direktverkauf von Rohkaffee an den Endkunden aufgrund der neuen Machtverhältnisse auf dem nationalen Kaffeemarkt für die Binnengroß- und Einzelhändler nicht mehr rentierte, integrierten diese das Verlesen, Mischen, maschinelle Rösten und Veredeln des Kaffees in ihre Unternehmen und führten damit eine neue Gewinnstufe in die Wertschöpfungskette Kaffee ein. Der Transformationsprozess von einer handelnden zu einer produzierenden Branche inkludierte auch die Durchsetzung von Vertriebsinnovationen, wie dem Filialhandel (namentlich erwähnt werden u.a. die Massenfiliasten Kaiser's Kaffeegeschäft, Darboven und Tengemann), und das Aufkommen neuer Marketingmaßnahmen, wie der standardisierten Verpackung und der Anzeigengestaltung, welche das Vertrauen des Konsumenten in das jeweilige Kaffeeprodukt wecken sollten. Dass die Kaffeewerbung dabei auf ein vielfältiges Bildrepertoire zurückgriff, welches das Produkt nicht nur als exotische Kolonialware, sondern auch als Stifter deutscher bzw. regionaler Identität inszenierte, kann Rischbieter mittels einer umfangreichen quantitativen Analyse nachweisen.

Dem tatsächlichen Kaffeekonsum im Kaiserreich widmet sich das nächste Kapitel. Im Zentrum der Betrachtung steht dabei der Kaffeekonsum im Bürgertum und unter Industriearbeitern. Dass dem Produkt Kaffee von diesen beiden Konsumentengruppen unterschiedliche Bedeutungen

zugemessen wurden und der jeweilige Kaffeekonsum demzufolge auch differierende Funktionen erfüllte und andersartigen Konsummustern folgte, überrascht wohl kaum. Dass private und öffentliche Konsumorte für die zunehmende Popularisierung des Kaffeetrinkens eine entscheidende Rolle gespielt haben, ist auch keine neue Erkenntnis. Allerdings kamen im Verlauf des 19. Jahrhunderts neue Konsumorte – Rischbieter benennt hier u.a. Café Chantants, Volkskaffeehallen und Kaffeeklappen – hinzu, welche letztlich zu einer Kommerzialisierung des Kaffeekonsums im öffentlichen Raum führten. Für die Integration des leistungssteigernden Kaffees in den Arbeitsalltag hingegen war vor allem der preisgünstige oder teilweise sogar kostenlose Ausschank in Unternehmenskantinen von großer Bedeutung.

Eine Darstellung der aus unterschiedlichen Interessen des Weltmarktes und der nationalen Konsumpolitik resultierenden Konflikte rund um den Kaffee rundet Rischbieters Studie ab. Dabei werden sowohl die Bemühungen der transnational agierenden deutschen Unternehmen zur Stabilisierung der Weltmarktpreise für Kaffee im Valorisationsprojekts der 1890er Jahre als auch die Kaffeepreisdebatten in Folge der im Rahmen der Reichsfinanzreform von 1909 angehobenen Kaffeezölle berücksichtigt. Die Autorin stellt in diesem Zusammenhang fest, dass die Motive der Akteure des Valorisationsprojektes bzw. der Reichsfinanzreform entweder im ökonomischen Interesse am Handelsgut Kaffee oder in der politischen Orientierung an Partikularinteressen einzelner sozialer Gruppen begründet waren, keiner der involvierten Akteure handelte aus grundlegend nationalen Interessen.

Was hat Rischbieters Studie dem global- und konsumhistorisch interessierten Leser an neuen Erkenntnissen zu bieten? Globalisierungsprozesse anhand von Veränderungen auf der lokaler Ebene zu analysieren ist ein durchaus sinnvolles Vorgehen, wie Publikationen, welche sich eines Glokalisierungsansatzes bedienen, in regelmäßigen Abständen beweisen. Eine Verknüpfung von konsumhistorischer Mikroebene und wirtschaftlicher Makroebene, welche die Inklusion mehrerer Akteure auf allen Stufen der Wertschöpfungskette gleichermaßen beinhaltet, scheint mir allerdings ein sehr großes Vorhaben. Leider verliert die Autorin durch ihre Absicht die großen, allgemeingültigen Zusammenhänge zwischen Globalisierungsprozessen und Akteurshandeln darzustellen an einigen Stellen der Studie die partikularen Interessen der konsumhistorischen Perspektive aus den Augen. Besonders im sechsten Kapitel der Monographie, welches sich mit dem Kaffeekonsum im deutschen Kaiserreich beschäftigt, wird dies deutlich. Hier proklamiert Rischbieter zwar einen Bedeutungswandel des Genussmittels Kaffees und des damit verbundenen Konsums während des von ihr untersuchten Zeitraums, welcher zweifellos stattgefunden hat, stützt sich bezüglich ihrer Grundannahmen zur Bedeutung des Kaffee(konsums) vor 1880 aber auf althergebrachte Thesen,⁴ ohne diese kritisch zu hinterfragen (eine Ausnahme bildet hier die kritische Auseinandersetzung der Autorin mit der Trickle-down-Theorie). Könnte man dieses Vorgehen noch mit einem Mangel an aktuellerer Forschungsliteratur zum genannten Untersuchungszeitraum entschuldigen, ist die ausschließliche Berücksichtigung von „traditionellen“ Analysekatoren des Kon-

sums von Genussmitteln zu beklagen. Wie aufschlussreich wäre es doch für den Leser gewesen, zu erfahren, welche Preis- und Geschmackspräferenzen die unterschiedlichen Konsumentengruppen verfolgten. Eine konkrete Nachfrageanalyse, aufgeschlüsselt nach den jeweiligen Kaffeemarken bzw. -produkten hätte außerdem die Zusammenhänge zwischen Distribution und Konsumtion sehr viel deutlicher zum Ausdruck bringen können und beispielsweise die im vorherigen Kapitel zur kaffeeverarbeitenden Branche analysierte Kaffeewerbung auf ihren Erfolg hin überprüfen können.

Zusammengefasst lässt sich dennoch feststellen, dass Rischbieters Studie einen guten Überblick über den globalen und nationalen Kaffeemarkt um 1900 liefert. Die Berücksichtigung einer Vielzahl von Quellen unterschiedlichster Provenienz, angefangen bei Import-, Export- und Re-exportstatistiken über Zeitschriftenanzeigen bis hin zu Egodokumenten zur Deskription des Kaffeekonsums, schlägt sich in einer multiperspektivischen Darstellung nieder. Der Gliederungsverlauf entlang der jeweiligen Stufen der Wertschöpfungskette bietet außerdem eine angenehme Abwechslung zu einer strikt chronologisch oder themenbezogenen Präsentation der einzelnen Kapitel.

Anmerkungen:

- 1 Einen Glokalisierungsansatz verfolgen u.a. M. Schramm, *Konsum und regionale Identität in Sachsen 1880–2000. Die Regionalisierung von Konsumgütern im Spannungsfeld von Nationalisierung und Globalisierung*, Stuttgart 2002; Ch. Hochmuth, *Globale Güter – lokale Aneignung. Kaffee, Tee, Schokolade im frühneuzeitlichen Dresden*, Konstanz 2008.
- 2 Im Folgenden wird in Übereinstimmung mit Rischbieter die Bezeichnung Wertschöpfungs-

- kette verwendet. In der grÖsstenteils englischsprachigen Forschungsliteratur finden sich für dieses Konzept auch die Bezeichnungen (Global) Commodity Chain bzw. (Global) Value Chain.
- 3 Weitere Beispiele für diesen Ansatz: W. G. Clarence-Smith/St. Topik (Hrsg.), *The Global Coffee Economy in Africa, Asia and Latin America, 1500–1989*, Cambridge 2003; B. Daviron/St. Ponte, *The Coffee Paradox. Global Markets, Commodity Trade and the elusive Promise of Development*, London 2005.
 - 4 W. Schivelbusch, *Das Paradies, der Geschmack und die Vernunft. Eine Geschichte der Genußmittel*, München 1980; R. Sandgruber, *Bittersüße Genüsse. Kulturgeschichte der Genußmittel*, Graz 1986; T. Hengartner/Ch. M. Merki (Hrsg.), *Genußmittel. Ein kulturgeschichtliches Handbuch*, Frankfurt/Main 1999.

Thomas Neuner: Paris, Havanna und die intellektuelle Linke. Kooperationen und Konflikte in den 1960er Jahren, Konstanz: UVK Verlagsgesellschaft, 2012, 390 S.

Rezensiert von
Christoph Kalter, Berlin

Der alte Fidel Castro durfte zuletzt den notorischen Kampfanzug gegen bequeme Trainingsanzüge tauschen, der junge Ernesto Guevara bleibt auf ewig in der düsterheroischen Pose gefangen, die eine globalisierte Polit-Pop-Kultur seit Jahrzehnten millionenfach reproduziert. Marktstrategisch ist es daher keine Überraschung, dass der von Alberto Korda fotografierte „Che“ auch das Buch von Thomas Neuner zierte. Erst auf den zweiten Blick zeigt sich, dass die gewählte Abbildung den Gegenstand des Historikers und Lateinamerikawissen-

schaftlers tatsächlich adäquat illustriert: die Beziehungen zwischen Kuba und Frankreich in den 1960er-Jahren.

Denn Neuners Buchcover zeigt wiederum ein Cover: das Titelbild einer Ausgabe der Zeitschrift *Cuba Sí*. Die maßgeblich vom Parti Communiste Français finanzierte Solidaritätsorganisation France-Cuba gab die Zeitschrift seit 1961 heraus. Ziel des Vereins war es, die Revolution auf der Karibikinsel zu unterstützen. Zugleich sollte France-Cuba auch die KP Frankreichs vom Glanz profitieren lassen, der die als Kontrahenten der USA gefeierten Politiker in der Karibik umgab. Dabei deuteten Frankreichs orthodoxe Parteikommunisten den kubanischen Sozialismus selektiv und strategisch: Sie beschwiegen Guevaras Positionen, wo seine Fokustheorie, die Grundsatzdebatte über sozialistische Wirtschaft oder seine Kritik an der sowjetischen Handelspolitik auch Frankreichs KP in Frage stellten – eine Strategie, die France-Cuba für viele unorthodoxe Linksradikale bald unattraktiv machte. Gleichzeitig aber schmückten sich auch France-Cuba und der PCF mit der Ikone Guevara. Sein Konterfei gelangte auf den Titel von *Cuba Sí* und auf Fanartikel wie die Guevara-Polyestertücher, deren Vertrieb die Zeitschrift 1968/69 übernahm.

Neuner zeigt: Die Begeisterung vieler Französisinnen und Franzosen für Kuba war eingebunden in Auseinandersetzungen über die Rolle der Intellektuellen sowie die „richtige“ Politik in Frankreich und der Welt. „Kuba“ wurde zum Argument im Kampf um Gefolgschaft und Gestaltungsräume im linken Feld und bei der Suche nach „einer Alternative zum sowjetischen Marxismus“ (S. 11). Es ist ein Verdienst des Autors, dass er über diesen Nachweis noch