

## »Return to what we were«

### Wirtschaftstraditionen und ökonomische Identität im Zuge der Brexit-Kampagne

#### 1. Einleitung

Als die Briten am 23. Juni 2016 mehrheitlich dafür votierten, die Europäische Union zu verlassen, löste dies unmittelbares Entsetzen aus. Vielen Beobachter\*innen schien ein derartiger Wahlausgang schlicht undenkbar. In der Retrospektive muss das Votum für einen Austritt jedoch weniger als überraschendes Ereignis, sondern als markanter Kristallisationspunkt einer breiteren politischen Krise gewertet werden. Von der polnischen PiS über Donald Trumps Anhängerschaft bis hin zu den französischen Gelbwesten haben sich in jüngster Zeit populistische Bewegungen etabliert, die sich in erster Linie als Gegenbewegungen zur etablierten Ordnung verstehen.

Bewegungen wie jene der Brexiteers werden öffentlich sehr unterschiedlich bewertet. Sie werden entweder als verbohrt Nationalismus abgetan, der für wirtschaftliche Notwendigkeiten blind ist und »jedem ökonomischen Sachverstand zuwider« läuft; oder sie werden als überfälliges Aufbegehren begrüßt, das der umfassenden Ökonomisierung der Lebenswelt endlich ein immaterielles »Wirkgefühl« entgegensetzt. Diese scheinbar konträren Perspektiven eint zweierlei: Beide verstehen die Fokussierung auf Identität als das entscheidende Charakteristikum, das den »neuen« Populismus vom politischen Establishment abgrenzt; und beide sehen diese identitären Befindlichkeiten als etwas, das im Gegensatz zu ökonomischen Interesssen steht. Die implizierte dichotome Heuristik von »Identität versus Ökonomie« setzt sich in den dominanten wissenschaftlichen Erklärungsversuchen fort. Hier wird das Erstarken populistischer Bewegungen häufig *entweder* primär auf ökonomische Benachteiligung *oder* identitäre Verunsicherung zurückgeführt.

Im vorliegenden Artikel setze ich mich kritisch mit dieser Dichotomie auseinander. Ich stelle insbesondere infrage, ob Erklärungsansätze, die populistische Erfolge im Sinne einer »cultural backlash«-These auf kulturell-identitäre Faktoren zurückführen, wirklich gut beraten sind, ökonomische Faktoren auszublenden. Anhand einer diskursanalytischen Untersuchung der Brexit-Kampagne zeige ich, dass auch ökonomische Vorstellungen als Bezugspunkte kollektiver, nationaler Identität dienen und daher entsprechend instrumentalisiert werden können. Die Fähigkeit der Brexit-Befürworter\*innen (*Leave*), ein derart heterogenes Bündnis zu mobilisieren, lag nicht in einer vermeintlichen Aussparung wirtschaftlicher Sachverhalte begründet, sondern allenfalls in deren identitärer und nostalgischer

Aufladung. Anstatt auf ein simples ökonomisches Kalkül zu verweisen, plausibilisierte die *Leave*-Kampagne ihre oftmals widersprüchlichen wirtschaftspolitischen Standpunkte mit als »britisch« assoziierten ökonomischen Traditionen. Im Unterschied zu den Fürsprechern eines EU-Verbleibs (*Remain*) erlaubte dieser Appell an die vielschichtige, historisch gewordene ökonomische Identität Großbritanniens den Brexiteers, sich als anschlussfähig für verschiedene Weltanschauungen und Interessen zu generieren.<sup>1</sup>

Das Konzept der »ökonomischen Identität« wird in den nächsten beiden Abschnitten zunächst vorgestellt und mithilfe eines Exkurses in die britische Geschichte veranschaulicht. Darauf aufbauend stelle ich in den Abschnitten vier bis sieben die Ergebnisse der qualitativen Diskursanalyse dar und arbeite schrittweise heraus, welche wichtige Rolle Wirtschaftstraditionen in der Argumentation der *Leave*-Kampagne spielten. Im Fazit wird herausgestellt, wie diese Analyse der Brexit-Kampagne die Kontroverse um den neuen Populismus bereichern kann.

## 2. Ökonomie und Identität: Eine wirtschaftssoziologische Perspektive

Das Erstarken populistischer Bewegungen zu erklären stellt ein dringliches sozialwissenschaftliches Anliegen dar. Ein Großteil des Forschungsfelds konzentriert sich dabei explizit auf rechten Populismus, der in vielen Ländern dominiert,<sup>2</sup> andere Ansätze unterscheiden zwischen Mobilisierungsfaktoren rechter und linker Populismen.<sup>3</sup> Jedoch lassen sich populistische Bewegungen wie die ehemals linke *Movimento 5 Stelle*, die französischen Gelbwesten oder die Brexit-Bewegung, die in diesem Artikel im Fokus steht, zunehmend nicht mehr entlang des binären Schemas verorten. Das gegenwärtige Forschungsfeld zum neuen Populismus ist demnach auch weniger entlang klassischer Kategorien von »rechts« und »links« differenziert, sondern entlang zweier grundlegender Erklärungsansätze: *Economic Deprivation* und *Cultural Backlash*.<sup>4</sup>

Beide Ansätze beklagen eine zunehmende gesellschaftliche Spaltung, die auf die beschleunigte Globalisierung des 21. Jahrhunderts zurückgeführt wird. Jedoch verweisen sie auf je unterschiedliche Trennungslinien. Vertreter\*innen der *Economic Deprivation*-These problematisieren primär einen sozio-ökonomischen Strukturwandel. Sie konstatieren eine zunehmende Ungleichheit der Lebensbedingungen von Gewinner\*innen und Verlierer\*innen der ökonomischen Globalisierung.<sup>5</sup> Populistische Bewegungen seien demnach erfolgreich, da sie die Unzufriedenheit der Globalisierungsverlierer\*innen kanalisieren. Durch die Wiederentdeckung der »sozialen« Frage (die im Kern natürlich eine zutiefst ökonomische ist) würden

1 Vgl. Ansell 2001.

2 Zum Beispiel Koppetsch 2018; Rippl, Seipel 2018.

3 Manow 2018.

4 Einen guten Überblick zu konkurrierenden Deutungen und Inkonsistenzen geben Kraemer 2018 und Koppetsch 2018.

5 Manow 2018; Eichengreen 2017.

die Populist\*innen jene Repräsentationslücke<sup>6</sup> schließen, die die neoliberalisierte Sozialdemokratie zurückgelassen hat.

Demgegenüber sehen Verfechter\*innen einer *Cultural Backlash*-Erklärung das ursächliche Problem in einer kulturellen Spaltung, die aus der Abwertung nationaler Identitäten gegenüber global orientierten Lebensstilen resultiert.<sup>7</sup> Die relevante Demarkationslinie verläuft für sie zwischen den dominanten Kosmopolit\*innen, die sich als »progressiv« verstehen, und jenen, die sich als »rückwärtsgewandte« Nationalist\*innen geschmäht fühlen. Während die Entwertung traditioneller Identitätsbezüge vom etablierten Politikbetrieb ignorierte wurde, so die *Cultural Backlash*-These, bildet sie gerade das Fundament populistischer Diskurse. Nicht etwa ökonomische Interessen, sondern das Bedienen eines »Wir«-Gefühls und die überspitzte Abgrenzung gegenüber »den anderen« seien demnach wichtige Mobilisierungsfaktoren dieser populistischen Bewegungen.<sup>8</sup>

Bemerkenswerterweise werden Ökonomie und Identität von beiden Ansätzen als gegensätzliche Erklärungsfaktoren ins Spiel gebracht. Durch wechselseitige Falsifizierungsversuche wird suggeriert, dass sich die politischen Umbrüche *entweder* entlang ökonomischer Faktoren *oder* als kulturell-identitäres Problem verstehen lassen.<sup>9</sup> Insbesondere aus einer *Cultural Backlash*-Perspektive wird argumentiert, die identitäre Rhetorik der Populist\*innen könne gerade deshalb so gut verfangen, weil das Bedürfnis nach Zusammengehörigkeit im politischen Diskurs zugunsten von Wirtschaftsfragen vernachlässigt worden sei. Diese Bewegungen stächen dadurch hervor, dass sie ökonomische Argumente identitären Belangen explizit unterordnen würden. In Bezug auf den Ausgang des britischen EU-Referendums titelte etwa die *Washington Post*: »Brexit proved again that identity can trump economics«;<sup>10</sup> und auch der Politikwissenschaftler Mathew Goodwin kommentierte: »Brexit: identity trumps economics in revolt against elites«.<sup>11</sup>

Demgegenüber möchte ich einen wirtschaftssoziologischen Zugang zum Phänomen des neuen Populismus vorschlagen, der die Dichotomie »Identität versus Ökonomie« überwindet. Damit schließt meine Studie an eine Reihe von Arbeiten an, die sich jüngst um die Integration beider Ansätze verdient gemacht haben.<sup>12</sup> Während diese Arbeiten jedoch die identitäre Verunsicherung an ökonomisch-materielle Strukturen rückbinden und so anmahnen, die ökonomische Lage von Wähler\*innen nicht aus dem Blick zu verlieren, geht es mir umgekehrt darum, ökonomische

6 Elsässer et al. 2017.

7 Inglehart, Norris 2016; Norris, Inglehart 2019; aber auch zum Beispiel Reckwitz 2018.

8 Norris, Inglehart 2019, S. 8.

9 Lengfeld, Dilger 2018; Rippl, Seipel 2018.

10 Citrin et al. 2016.

11 Goodwin 2016.

12 Siehe zum Beispiel Crouch 2018; für den deutschsprachigen Raum insbesondere Biebling 2017 und Koppetsch 2019. Für Koppetschs »Die Gesellschaft des Zorns« wurde nachträglich eine teilweise unzureichende Zitierweise festgestellt. Unabhängig davon stellt das Buch einen zentralen Beitrag der hier skizzierten Debatte dar.

Argumente nicht *per se* als »identitätsfreie« Sphäre misszuverstehen. Aus einer wirtschaftssoziologischen Perspektive erscheint es grundlegend fehlgeleitet, Ökonomie und Identität als miteinander unvereinbare Widersprüche zu betrachten. Bevor ich in den nachfolgenden Abschnitten aufzeige, dass das Konzept der ökonomischen Identität nützlich ist, um den Erfolg der Brexiteers zu begreifen, möchte ich zunächst herausarbeiten, was darunter im Einzelnen zu verstehen ist und wie es sich zu anderen nationalen Identitätskonzepten verhält.

Die soziologische Forschung zu Nationalität und Nationalismus versteht die Nation mehrheitlich nicht als »natürliche« Einheit.<sup>13</sup> Rainer Lepsius' Entwurf der »gedachten Ordnung«<sup>14</sup> bringt dies ebenso zum Ausdruck wie Benedict Anderson: »*Vorgestellt* ist sie [die Nation; L.S.] deswegen, weil die Mitglieder selbst der kleinsten Nation die meisten anderen niemals kennen, ihnen begegnen oder auch nur von ihnen hören werden, aber im Kopf eines jeden die Vorstellung ihrer Gemeinschaft existiert.«<sup>15</sup> Nationen basieren demnach auf einer Vorstellung, was die Gemeinschaft ausmacht und was sie von anderen unterscheidet. Diese Vorstellung wird als »nationale Identität« bezeichnet.

Die konkreten Inhalte und Bezugspunkte nationaler Identität, so der breite Konsens, sind historisch variabel. Rainer Lepsius<sup>16</sup> und Bernhard Giesen<sup>17</sup> haben hierzu zwei im deutschsprachigen Raum prominente Typologien etabliert. Als eine erste, historisch wichtige Form verstehen beide kollektive beziehungsweise nationale Identitäten, die auf biologischen Faktoren wie zum Beispiel Abstammung, Ethnizität oder Rasse beruhen. Solche, auf »primordialen Codes«<sup>18</sup> basierende »Volksnationen«<sup>19</sup> wurden historisch aber zunehmend von anderen Modi nationaler Zugehörigkeit überlagert. Als wichtige Bezugspunkte nationaler Identität werden politische Konventionen (»Staatsbürgernation«), vor allem aber kulturelle Aspekte (»Kulturnation«) wie Sprache oder Religion herausgestellt.

Besondere Bedeutung wird einer geteilten Erinnerungskultur und entsprechenden Traditionen beigemessen. Zwar können kollektive Identitäten sich auch auf die Vorstellung einer gemeinsamen Zukunft stützen.<sup>20</sup> Die Idee einer geteilten Vergangenheit ist für die Genese nationaler Identitäten jedoch meist ausschlaggebender.<sup>21</sup> Bereits die Herausbildung moderner Nationalstaaten gilt als eng an die Etablierung nationaler Erinnerungskulturen und die Genese moderner Geschichtsschreibung gekoppelt.<sup>22</sup> Insbesondere für die britische Nationalidentität, die hier

13 Piwoni 2012; Weichlein 2006.

14 Lepsius 1982, S. 13.

15 Anderson 2005, S. 15.

16 Lepsius 1982.

17 Giesen 1999.

18 Ebd., S. 32.

19 Lepsius 1982, S. 14.

20 Giesen 1999, S. 25; vgl. zum Beispiel Ybema 2010.

21 Olick, Robbins 1998, S. 116 f., 122 ff.

22 Koselleck 1981; Anderson 2005.

im Fokus stehen soll, sind Bezüge auf die Geschichte des Landes und britische Traditionen essenziell.<sup>23</sup>

Allerdings sind auch für eine identitätsstiftende Vergangenheit nicht historische Fakten oder tatsächliche Erfahrungen relevant, sondern deren diskursive Konstruktion. In Anlehnung an die grundlegenden Arbeiten von Maurice Halbwachs<sup>24</sup> zeigen Hobsbawm und Ranger<sup>25</sup> eindrücklich, dass nationale Traditionen nicht als Rückbesinnung auf eine vermeintlich objektive Geschichte zu verstehen sind, sondern als »Erfindungen«. Sie sind konstruierte Interpretationen der Vergangenheit, die dazu dienen, in der Gegenwart kollektive Identitäten zu begründen. Traditionen sind Deutungsmuster, die zwar durch Sozialisation innerhalb bestimmter Erinnerungskulturen erworben und über Generationen hinweg weitergegeben werden, sich dabei jedoch stetig verändern.<sup>26</sup> In modernen Gesellschaften kommt dem massenmedialen und politischen System eine zentrale Rolle bei der diskursiven (Re-)Interpretation und Diffusion nationaler Traditionen zu.<sup>27</sup> Sie beeinflussen, in welcher Weise kulturelle, politische und ethnische Traditionen zu Referenzpunkten kollektiver Identität werden können.

Aus einer wirtschaftssoziologischen Perspektive verwundert es, dass ökonomische Faktoren im wissenschaftlichen Diskurs um nationale Identität kaum eine Rolle spielen.<sup>28</sup> Ökonomische Infrastruktur wird allenfalls als Vehikel zur Diffusion nationaler Identitäten betrachtet. Als inhaltliche Bezugspunkte, die zur Identifikation taugen, gelten neben biologischen und politischen vorrangig kulturelle Aspekte. Rainer Lepsius nutzt in einem Beitrag zur Möglichkeit einer kollektiven Identität der EU etwa einen breiten Kulturbegriff: »Sprachkultur, ästhetische Kultur, regionale Kultur, politische Kultur, religiöse Kultur, Berufskultur sind alles Aspekte kollektiver kultureller Identitäten mit je verschiedenen Objektbezügen.«<sup>29</sup> Diese seien in Europa nationalstaatlich überformt worden und damit die Grundlage der vorherrschenden nationalen Identitäten. Die Europäische Union sieht Lepsius hingegen »primär über ökonomische Effizienzkriterien legitimiert« und auf »instrumentelle Zwecke«<sup>30</sup> wie »die Zollunion, den Großen Binnenmarkt und die Gleichheit der

23 Marcussen et al. 1999; Bevir et al. 2015; Wright 2009.

24 Halbwachs 1991.

25 Hobsbawm, Ranger 2012.

26 Rhodes 2007, S. 1250 f.; Handler, Linnekin 1984; Giddens 1993.

27 Sebald, Weyand 2011.

28 Der polit-ökonomische Diskurs verweist hingegen durchaus auf nationale Identität. Unter Schlagwörtern wie »Economic Nationalism« (das aktuell kontrovers diskutiert wird; vgl. Helleiner 2002; Suckert 2019) oder »Consumer Nationalism« wird beschrieben, wie eine an den »objektiven Interessen« einer Nation ausgerichtete Wirtschaftspolitik sich kulturell verfasste Nationalidentitäten zunutze macht. Davon abweichend möchte ich mit dem Konzept »ökonomischer Identität« darauf verweisen, dass auch ökonomische Faktoren als genuine Bezugspunkte nationaler Identität fungieren können.

29 Lepsius 1999, S. 91.

30 Ebd., S. 93.

Wettbewerbsbedingungen« begrenzt – und er spricht ihr das Potenzial ab, mittelfristig zum Referenzpunkt einer eigenständigen europäischen Identität zu avancieren. Ökonomische Faktoren werden hier als »hard facts« verstanden, die im Unterschied zu politischen und kulturellen Komponenten *nicht* der kollektiven Identitätsbildung dienen können. Identität und Ökonomie werden, analog der oben beschriebenen Dichotomie, als gegensätzlich konzipiert.

Abweichend von dieser Auffassung und orientiert an einer stärker wirtschaftssoziologischen Perspektive möchte ich vorschlagen, auch ökonomische Aspekte als potenzielle Bezugspunkte kollektiver Identität zu betrachten. Ökonomische Ordnungsvorstellungen, verstanden als die ökonomische (Erinnerungs-)Kultur eines Landes, können durchaus als Komponenten nationaler Identität dienen.

Die moderne Wirtschaftssoziologie basiert auf der Annahme, dass die Ökonomie kein von gesellschaftlichen Prozessen entkoppeltes Funktionssystem ist, sondern im Gegenteil Wirtschaft und Gesellschaft wechselseitig verschränkt sind. Insbesondere hat die Wirtschaftssoziologie immer wieder gezeigt, dass Kultur nicht als Gegensatz zur Ökonomie zu verstehen ist,<sup>31</sup> sondern ökonomisches Handeln von kulturellen Werten überlagert wird. Wirtschaftssoziologische Arbeiten demonstrieren, dass ökonomischen Institutionen und Praktiken kulturelle Funktionen eingeschrieben werden. Vivian Zelizer belegt in ihren wirtschaftssoziologischen Studien zu den »Farben des Geldes«<sup>32</sup> beispielsweise, dass Geld – zweifelsohne *die* ökonomische Institution *par excellence* – nicht einfach ein Zahlungsmittel ist, sondern als Mittel sozialer Abgrenzung symbolische Bedeutung hat. Im »Beharren gesellschaftlicher Gruppen auf kulturelle Unterscheidbarkeit«<sup>33</sup> würden Menschen etwa auf lokale und regionale Währung zurückgreifen. Wenngleich Zelizer vor allem auf die Zugehörigkeit zu Kollektiven unterhalb der nationalen Ebene abstellt, wird doch deutlich, dass Geld vielfach als Bezugspunkt und Symbol kollektiver Identitäten dient. Auf ähnliche Weise zeigt Eric Helleiner in historischer Perspektive,<sup>34</sup> wie nationale Währungen im Prozess des »Nation Building« gezielt genutzt wurden, um nationale Identitäten zu befördern.

Das Beispiel nationaler Währungen belegt auf beeindruckende Weise das Identifikationspotenzial ökonomischer Komponenten. In den emotionalen Diskursen um »die Schwäche des Dollars« oder die »Rückkehr zur D-Mark« geht es keinesfalls nur um instrumentelle Zwecke oder monetäre Sachlogik, sondern um Fragen nationaler Identität. Am Beispiel der Währungspolitik lässt sich für den Fall Deutschland zeigen, wie wirkmächtig eine geteilte ökonomische Erinnerungskultur sein kann: Der deutsche Stolz auf eine unabhängige Bundesbank, das tief verankerte Verständnis, dass die eigene Währung »stark« und stabil sein muss, lässt sich nicht allein aus »objektiven« wirtschaftspolitischen Faktoren ableiten. Vielmehr scheint die weitverbreitete Furcht vor Inflation durch historisch überlieferte,

31 Vgl. Tellmann 2019.

32 Zelizer 2000; Zelizer 1997.

33 Zelizer 2000, S. 315.

34 Helleiner 1998.

re-aktualisierte Narrative begründet, die auf die traumatischen Ereignisse der 1920er Jahre verweisen.<sup>35</sup> Welche Art von Währungspolitik im Interesse der eigenen Nation als angemessen erscheint, ist damit nicht zuletzt eine Frage des kollektiven Gedächtnisses und des identitären Selbstverständnisses.

Auf ähnliche Weise können vielfältige ökonomische Institutionen, Praktiken oder Ideologien sowie die mit ihnen verknüpften Wirtschaftstraditionen als Bezugspunkte kollektiver, aber ökonomischer Identität dienen. Die Idealvorstellungen, die dieser ökonomischen Identität zugrunde liegen, bilden einen ideellen Hintergrund, vor dem ökonomische Interessen formuliert, makroökonomische Entwicklungen, aber auch die individuelle ökonomische Lage interpretiert und als positiv, negativ, angebracht oder ungerecht bewertet werden.

Unter nationaler ökonomischer Identität soll im Folgenden daher ein Zugehörigkeitsgefühl verstanden werden, das auf einer Vorstellung davon basiert, welche Wirtschaftspraktiken und -institutionen für die eigene Nation opportun sind, was das eigene Wirtschaftssystem ausmacht und was es von anderen unterscheidet. Wirtschaftstraditionen, verstanden als das Ergebnis einer geteilten ökonomischen Erinnerungskultur, fungieren als zentrale Referenzen der ökonomischen Identität einer Nation.

Ökonomische Identität sollte als *eine* mögliche Komponente nationaler Identität gelten. Sie tritt komplementär neben kulturelle oder staatsbürgerliche Bezugspunkte und kann sich mit diesen verbinden. In welchem Maße sich das »Wir-Gefühl« einer Nation tatsächlich auf wirtschaftliche Traditionen stützt, ist eine empirisch zu beantwortende Frage. Ebenso sind die zugrunde liegenden inhaltlichen Vorstellungen als variabel zu verstehen und müssen sich keinesfalls in ein kohärentes oder gar rationales Ganzes fügen. Eine Nation kann sich als Werkbank der Welt, aber auch als digitale Wirtschaftsgröße verstehen, als Hüterin des Freihandels, aber auch als traditionelle Gewerkschaftshochburg. Dafür kann die tatsächliche Wirtschaftsgeschichte eines Landes als Grundlage dienen. Um zu einer identitätsstiftenden Tradition zu werden, muss sie jedoch in Diskursen aufgegriffen und als entsprechendes Deutungsmuster etabliert werden. Der folgende Abschnitt setzt sich damit auseinander, wie die ökonomische Identität des modernen Großbritanniens in historischen Diskursen konstruiert und im Spannungsfeld verschiedener Wirtschaftstraditionen geprägt wurde.

### 3. Zwischen *Corn Laws* und *Tariff Reform*: Die ökonomische Identität Großbritanniens

Großbritannien gilt als Ursprungsland des intellektuellen Wirtschaftsliberalismus. Die ökonomische Identität eines Landes sollte jedoch nicht auf wirtschaftstheoretische Diskurse verkürzt werden. Vielmehr (re-)aktualisiert sich die ökonomische Identität eines Landes in einer Vielzahl ökonomischer Interaktionen und Diskurse – meist ohne dabei expliziert zu werden. Sichtbar wird sie jedoch insbesondere in

35 Pierenkemper 1998.

wirtschaftspolitischen Kontroversen. In Momenten, in denen öffentlich um die »richtige« Wirtschaftspolitik gestritten wird,<sup>36</sup> werden zur Untermauerung von Kritik und Rechtfertigung nationale Idealbilder und traditionelle Deutungsmuster mobilisiert, die benennen, was das eigene Wirtschaftssystem ausmacht und welche Wirtschaftspraktiken und -institutionen als legitim erachtet werden.

Mit der Aufhebung der *Corn Laws* und der Umsetzung der *Tariff Reform* möchte ich zwei historische Ereignisse aufgreifen, die von derartigen wirtschaftspolitischen Kontroversen begleitet waren. Indem ich beide Kampagnen skizziere, arbeite ich eine Reihe spezifischer britischer Wirtschaftstraditionen heraus, die Bezugspunkte der historisch gewordenen ökonomischen Identität des Landes sind. Ich fasse Wirtschaftstraditionen dabei nicht als etwas auf, das die britische Wirtschaft »objektiv« über lange Zeit charakterisiert hat, sondern als »Geschichten über Geschichte«, die sich in das kollektive Gedächtnis eingeschrieben haben und so auf die Vergangenheit verweisen. Die vorgefundenen Deutungsmuster leiten die nachfolgende Analyse und historische Einordnung der Brexit-Kampagne an und verdeutlichen, dass die ökonomische Identität Großbritanniens von ganz gegensätzlichen Wirtschaftstraditionen geprägt wurde.

Die *Corn Laws* bezeichnen eine Reihe protektionistischer Gesetze, die Anfang des 19. Jahrhunderts erlassen wurden. Sie schützten die britische Agrarwirtschaft, indem sie eingeführtes Getreide massiv verteuerten. Damit sicherten sie zwar die Interessen der Landbevölkerung und des landbesitzenden Adels, wurden aber für die hohen Getreidepreise und die damit verbundene Hungersnot verantwortlich gemacht. Die *Corn Laws* wurden 1846 aufgehoben. Das als »Repeal« bekannte Ereignis eröffnete die Epoche des britischen Freihandels, in der Großbritannien zur ökonomischen Weltmacht aufstieg.<sup>37</sup>

Um zu verstehen, weshalb die Aufhebung der *Corn Laws* zu einem derartigen Mythos<sup>38</sup> und historisch-identitären Bezugspunkt avancierte,<sup>39</sup> scheint es angezeigt, die zeitgenössischen Kontroversen zu betrachten. Eine zentrale Rolle spielte hierin die Anti Corn Law League (ACLL), die sich ab 1836 öffentlichkeitswirksam für die Aufhebung der *Corn Laws* einsetzte. »Die League war vielleicht die am besten finanzierte und organisierte politische Lobbygruppe, die Großbritannien jemals gesehen hat«, urteilt beispielsweise Spall.<sup>40</sup> Die ACLL führte eine modern anmutende Öffentlichkeitskampagne, die auf innovative Weise zu politischer Partizipation animierte: Vorträge und Versammlungen wurden als zeremonielle Großereignisse zelebriert.<sup>41</sup> Broschüren gaben Mitstreiter\*innen ausgearbeitete Argumentationsleitfäden an die Hand. Eine konsolidierte Medienkampagne

36 Vgl. Boltanski, Thévenot 2007, S. 289 ff.

37 Berend 2007, S. 10 f.

38 Howe 1997, S. 5.

39 Vgl. Ludlow 2015.

40 Übersetzung L.S. »The League was perhaps the best financed and organized political pressure group that Great Britain had ever seen«; Spall 1988, S. 405.

41 Pickering, Tyrell 2000, S. 191 f.

setzte schließlich auf größtmögliche Reichweite und schöpfte dabei das Potenzial des wachsenden britischen Zeitungswesens aus.<sup>42</sup> Neben Pamphleten wurde dank neuer Drucktechnik verstärkt auf visuelle Kommunikation gesetzt.<sup>43</sup> Abbildung 1 im Anhang zeigt eine Karikatur, die bereits 1815 entstand, aber im Rahmen der *Anti-Corn-Law*-Kampagne mehrfach veröffentlicht wurde.

In dieser Abbildung werden für die Kampagne zentrale liberalistische Idealvorstellungen und Deutungsmuster bereits deutlich. Zwar ging es vordergründig um Getreideeinfuhr und Weizenpreise, tatsächlich stand aber die prinzipielle Ausrichtung britischer Wirtschafts- und Handelspolitik zur Disposition. Die Kampagne der ACLL trug maßgeblich dazu bei, das Konzept des Freihandels als britische Tugend und Wirtschaftstradition zu etablieren.<sup>44</sup>

Entsprechend wurden staatliche Wirtschaftsinterventionen als schädlich gebrandmarkt: Der Staat, der eingreift, indem er zum Beispiel ausländisches Getreide des Landes verweist, übervorteilt das eigene Volk. Die Beschränkung freier Märkte, so wurde argumentiert, verteuere Preise unnötig. Als Opfer staatlicher Interventionen und zu hoher Lebensmittelpreise wurde der »kleine Mann« stilisiert, in Abbildung 1 dargestellt als John Bull mit der Hausfrau und Mutter an seiner Seite. In dieser Logik wurde der Siegeszug des Freihandels als Befreiung der Arbeiterklasse und Erlösung aus dem Leid der 1840er Jahre zelebriert. Als unverdienter Profiteur einer protektionistischen Handelspolitik wurde im Rahmen der Kampagne hingegen der Adel ausgemacht, dessen Interessen, wie in der dargestellten Karikatur, als konträr zu jenen des Volks und der Logik der Märkte imaginiert wurden. Demgegenüber wurden ausländische Nationen, in Abbildung 1 personifiziert als französische Händler, als friedliche Partner und Verbündete des Volks dargestellt. In den Debatten um die *Corn Laws* wurde Großbritannien damit als Handelsnation idealisiert, die sich der »offenen See« zugewandt, also weltoffen, zeigt – und deren ökonomische Interessen im Einklang mit den Bedürfnissen anderer Nationen stehen.

Insgesamt gelang es den Verfechter\*innen des »Repeal«, ihr liberalistisches Argument mit verschiedenen als britisch markierten Deutungsmustern zu verknüpfen und so ein Anliegen, das im Kern ein Projekt der industriellen Elite darstellte, als Anliegen des britischen Volks zu rahmen. Dies erleichterte es, enge Verbindungen zu zeitgenössischen Friedens-, Frauen- und Arbeiterbewegungen herzustellen.<sup>45</sup> Über Klassengrenzen hinweg wurde eine neue Form »nationaler Identität«<sup>46</sup> beschworen, die auf dem britischen Selbstverständnis einer liberalen und weltoffenen Wirtschaftsnation basierte.

Das Ideal des Freihandels wurde so zu einer wirkmächtigen britischen Tradition, prägt jedoch keinesfalls exklusiv die ökonomische Identität des Landes. Der

42 Turner 1998.

43 Miller 2016.

44 Spall 1988.

45 Pickering, Tyrell 2000, S. 250 ff.

46 Ebd., S. 2.

Fortbestand gegensätzlicher, protektionistischer Deutungsmuster zeigte sich, als sich die Debatte um die *Tariff Reform*, die hier als zweite wirtschaftspolitische Kontroverse herausgegriffen werden soll, zum Ende des Jahrhunderts intensivierte.

Spätestens seit den 1880er Jahren<sup>47</sup> wurde die Wiedereinführung von Schutzzöllen und damit eine Abkehr vom Prinzip des Freihandels unter dem Schlagwort *Tariff Reform* erwogen. Tatsächlich umgesetzt wurde diese Reform 1932, auch in Reaktion auf die Weltwirtschaftskrise und die protektionistischen Bewegungen anderer Länder. Zusammen mit der Abkehr vom Goldstandard wirkten die Schutzzölle als belebender Stimulus für die britische Wirtschaft. Die ansässige verarbeitende Industrie musste kaum noch mit Importen konkurrieren, die Arbeitslosigkeit fiel, und die britische Wirtschaft konnte sich überraschend schnell von der Weltwirtschaftskrise erholen.<sup>48</sup>

Auch für die Symbolträchtigkeit der *Tariff Reform* sind weniger die tatsächlichen ökonomischen Folgen als die sie begleitenden Debatten relevant. Die Befürworter\*innen einer protektionistischen Reform bildeten eine breite, vor allem im ländlichen Raum verwurzelte Bewegung. Das einflussreichste Bündnis innerhalb dieser Bewegung stellte die Tariff Reform League (TRL) dar,<sup>49</sup> die sich um Joseph Chamberlain bildete.<sup>50</sup> Die TRL wurde 1903 explizit als Propaganda-Organisation gegründet, um eine gegen den Freihandel gerichtete Massenbewegung zu befördern. Landesweit mobilisierte die TRL regelmäßig tausende Teilnehmer\*innen zu Kundgebungen und setzte auf eine moderne Medienkampagne.<sup>51</sup> Dabei machten die Reform-Befürworter\*innen sich neue Technologien, insbesondere den mehrfarbigen Plakatdruck, zunutze. Abbildung 2 zeigt exemplarisch ein solches Plakat. Das Thema, welche wirtschaftspolitische Ideologie die »britische« sei, Freihandel oder *Tariff Reform*, wurde jahrzehntelang kontrovers im öffentlichen Raum diskutiert und prägte mehrere Parlamentswahlen.<sup>52</sup>

Das abgebildete Poster illustriert einige historische Deutungsmuster, die mit der Idee von Schutzzöllen verknüpft und später zu Wirtschaftstraditionen stilisiert wurden. Im Einklang mit dem protektionistischen Tenor der *Tariff Reform* wirbt die Abbildung für staatliche Interventionen. Staatliche Akteure, so die Forderung, sollten endlich eingreifen und für die Wirtschaft »Verantwortung« übernehmen. Das Ende des Freihandels wurde in der Kampagne auch mit der Hoffnung begründet, den Staat als Wirtschaftsakteur zu stärken, Staatsschulden abzubauen und schließlich einen stärkeren, britischen Wohlfahrtsstaat zu finanzieren.<sup>53</sup> Als Leidtragende einer verfehlten Wirtschaftspolitik wurden wiederholt der »British

47 Zebel 1967.

48 Kitson, Solomou 1990.

49 Thompson 1997.

50 Zebel 1967.

51 Thackeray 2006, S. 26.

52 Brawley 2009.

53 Brawley 2009, S. 827.



modernen Großbritanniens von widersprüchlichen Traditionen geprägt ist, da diese etwa auf liberalistische und interventionistische Ideale verweisen.

Diese grundlegende Ambivalenz ist kein einzigartig britisches Phänomen. Entlang der beiden historischen Kontroversen zeigen sich jedoch einige konkrete Deutungsmuster, die auf britische Institutionen und britische Geschichte Bezug nehmen und daher durchaus als spezifisch britisch gelten können: die Figur des »British Worker«, eines Industriearbeiters, der von ausländischer Konkurrenz bedroht scheint; *Imperial Preference* und die wirtschaftliche Bindung an das Commonwealth; aber auch die Furcht des kleinen Mannes vor hohen Lebensmittelpreisen und staatlichen Eingriffen; die Darstellung einer wohlhabenden (Staats-)Aristokratie, die sich durch Ausschaltung des Marktes am »gemeinen Volk« bereichert; oder die Sehnsucht nach der Ferne, als Welthändler der »offenen See«.

Wie stark diese ambivalenten Deutungsmuster und Traditionen das Selbstverständnis Großbritanniens bis in die Gegenwart prägen, offenbart sich nicht zuletzt im Ringen um das adäquate Verhältnis zur EU. Piers Ludlow<sup>56</sup> zeigt beispielsweise, dass sich britische Parlamentarier\*innen in den Debatten zum EU-Beitritt schon 1973 wiederholt auf die genannten wirtschaftspolitischen Traditionen bezogen. Inwiefern sich Wirtschaftstraditionen und Bezüge auf eine ökonomische Identität auch in der Brexit-Kampagne des Jahres 2016 wiederfinden, verdeutlichen die nachfolgenden Abschnitte.

#### 4. Die Brexit-Kampagne: Daten und Methode

Am 23. Februar 2016 löste David Cameron sein folgenreiches Wahlversprechen ein und bestätigte für den Juni desselben Jahres ein Referendum über den EU-Verbleib. Spätestens zu diesem Zeitpunkt intensivierte sich die öffentliche Debatte um den Brexit. Zahlreiche Bündnisse, die sich bereits gegründet hatten, um für den Austritt oder den Verbleib Großbritanniens zu werben, organisierten nun ihre Kampagnen. Tabelle 1 gibt einen Überblick aller im Rahmen der Diskursanalyse systematisch einbezogenen Bündnisse.<sup>57</sup> Sie bilden die wichtigsten Träger der Kampagne, die hier als Diskurs analysiert werden soll. In Anlehnung an die diskursanalytischen Arbeiten von Rainer Diaz Bone<sup>58</sup> und Reiner Keller<sup>59</sup> wird die Kampagne hierzu als ein System von teilweise aufeinander bezogenen Aussagen verstanden, in dem entlang einer öffentlichen Auseinandersetzung über den EU-Austritt Wissen darüber verhandelt wird, was ist, was war und was sein sollte. Diese Diskursanalyse rekonstruiert die fundamentale zeitliche Ordnung der Dis-

<sup>56</sup> Ludlow 2015.

<sup>57</sup> Ich bedanke mich bei Isabelle Puccini und Martin Widdig für ihre Unterstützung bei der Datensammlung und Codierung.

<sup>58</sup> Diaz-Bone 2006.

<sup>59</sup> Keller 2011, S. 235 f.

kursbeiträge sowie wiederkehrende grundlegende Deutungsmuster<sup>60</sup> und untersucht damit die »Tiefenstruktur des Diskurses«.<sup>61</sup>

**Tabelle 1: Bündnisse und Anzahl analysierter Kampagnendokumente**

<i>Leave</i>		156	<i>Remain</i>		224
BeLeave	Jugend-Kampagne von Vote Leave	13	Another Europe is Possible	Sammelbündnis linker proeuropäischer Vereinigungen, die auf Reform der EU zielen	5
Better Off Out	Kampagne der rechtsliberalen Freedom Association	21	Britain Stronger In Europe	Parteiübergreifendes Sammelbündnis, offizieller Kampagnenführer des Remain-Lagers	43
The Bruges Group	Europakritische, rechtsliberale Vereinigung	7	British Influence	Wirtschaftsliberale, proeuropäische Vereinigung	2
Conservatives for Britain	Bündnis innerhalb der Conservative Partei	3	CampaignToRemain	Social-Media-Kampagne	25
Grassroots Out	Parteiübergreifendes Sammelbündnis	3	Conservatives In	Offizielles Bündnis der Conservative Partei	24
Green Leaves	Bündnis innerhalb der grünen Partei	4	EU-UK	Von Künstlern initiierte Kampagne	12
Labour Leave	Bündnis innerhalb der Labour Partei	3	Greens for Europe	Bündnis innerhalb der grünen Partei	28
The Leave Alliance	Sammelbündnis rechtsliberaler, europakritischer Vereinigungen	3	Labour In for Britain	Offizielles Bündnis der Labour Partei	50
Leave.EU	Parteiübergreifendes Sammelbündnis mit starker Bindung an UKIP, vormals »The Know«	38	Left Unity	Sammelbündnis linker proeuropäischer Vereinigungen	12
Left Leave	Sammelbündnis linker EU-kritischer Vereinigungen	13	Liberal Democrats	Kampagne der Liberal Democrats Partei	7
Lexit-Network	Internationales linkes Bündnis von EU-Kritikern	9	Weitere:		4
Trade Unionists Against the EU	Sammelbündnis EU-kritischer Gewerkschafter und linker Parteien	2			
United Kingdom Independence Party (UKIP)	Partei für die Unabhängigkeit des Vereinigten Königreichs	14			
Vote Leave	Parteiübergreifendes Sammelbündnis, offizieller Kampagnenführer des Leave-Lagers	26			
Weitere:		2			

60 Keller 2008, S. 83 f.

61 Diaz-Bone 2006, S. 252.

Zunächst wurde ein Analysekorpus generiert, der trotz verschiedener Formate eine gewisse Vergleichbarkeit gewährleistet. Der Fokus liegt auf »anzeigenähnlichen« Dokumenten, also schriftlichen und bildlichen Formaten, die den Umfang von vier Seiten nicht überschreiten, direkt an potenzielle Wähler\*innen gerichtet und einem oder mehreren Kampagnenbündnissen als Urheber zuzuordnen sind. Statements oder Posts von Einzelpersonen wurden nicht berücksichtigt. Der Analysekorpus enthält Anzeigen, die in Printmedien, online oder in sozialen Medien veröffentlicht wurden, aber auch Broschüren, Werbe-Banner, Poster, Inhalte von Internetseiten, Karikaturen und Info-Briefe. Die Datenbank der Bibliothek der London School of Economics (LSE) zur Brexit-Kampagne<sup>62</sup> bildete einen guten Ausgangspunkt, der um eigene Recherchen erweitert wurde. Internet-, Facebook- und teilweise Twitter-Auftritte aller in Tabelle 1 aufgeführten Bündnisse wurden systematisch durchsucht. Das Internetarchiv waybackmachine<sup>63</sup> ermöglichte es, aktuell nicht mehr abrufbare Inhalte zugänglich zu machen. Darüber hinaus wurde weiteres Material durch offene Internetsuchanfragen nach dem Schneeballprinzip generiert. Der Analysekorpus enthält 382 Dokumente, davon sind 156 der *Leave*- und 224 der *Remain*-Kampagne zuzuordnen (vgl. Tabelle 1).

Der Korpus wurde einer qualitativen Diskursanalyse unterzogen, die in einem übergeordneten Forschungsprojekt darauf zielte, wiederkehrende wirtschaftspolitische Idealvorstellungen herauszuarbeiten.<sup>64</sup> Eine erste Analyse zeigte die Wichtigkeit ökonomischer Themen für beide Seiten, deutete jedoch auch auf die Relevanz von Vergangenheitsbezügen für die *Leave*-Kampagne hin. In einer anschließenden Untersuchung wurde daher analysiert, in welcher Weise sich die einzelnen Dokumente normativ auf verschiedene Zeithorizonte (Vergangenheit, Gegenwart, Zukunft) beziehen. Der an einem inhaltsanalytischen Vorgehen orientierte Codierprozess wurde von einem am Material entwickelten Leitfaden angeleitet. Die einzelnen Kategorien wurden mithilfe der QDA-Software Atlas.ti von zwei Personen entsprechenden Textsegmenten zugewiesen. Für die ersten rund 60 Dokumente erfolgte der Codierprozess konsensuell, Codier-Ergebnisse wurden zwischen den Beteiligten intensiv diskutiert, reflektiert und entsprechend angepasst, um eine intersubjektive Zuordnung zu gewährleisten.<sup>65</sup> In einem anschließenden Durchgang des unabhängigen Codierens konnte eine Inter-coder-Übereinstimmung von 90 Prozent erzielt werden (Zukunft 89 Prozent; Vergangenheit 93 Prozent, Gegenwart 86 Prozent).<sup>66</sup>

62 LSE 2019. *The Brexit Collection*. LSE Digital Library. <https://digital.library.lse.ac.uk/collections/brexit/2016> (Zugriff vom 14.01.2019).

63 Internet Archive 2019. *waybackmachine*. <http://archive.org/web/web.php> (Zugriff vom 29.10.2018).

64 Vgl. Suckert 2019.

65 Kuckartz 2016, S. 221 f.

66 Die qualitativ zu codierenden Segmente wurden vom ersten Analysten als Sinneinheiten frei gewählt. Die quantifizierte Bewertung der Inter-coder-Übereinstimmung bezieht sich auf die Zuordnung der sechs möglichen Kategorien zu diesen vordefinierten Segmenten (ebd., S. 210 f.). Als Übereinstimmung wurde gewertet, wenn ein Code einem

Wenngleich derartige Messzahlen für die Güte qualitativer Analysen nur eingeschränkt aussagekräftig sind,<sup>67</sup> erscheinen die Resultate des Codierprozesses hinreichend robust. Ein abschließender Schritt der qualitativen Feinanalyse und Interpretation diene dazu, in iterativer Auseinandersetzung mit dem Material und entsprechend codierten Segmenten einzelne Wirtschaftsstraditionen im Sinne historischer Deutungsmuster<sup>68</sup> herauszuarbeiten. Die Ergebnisse der qualitativen Diskursanalyse werden im Folgenden durch entsprechende Zitate aus dem Kampagnenmaterial belegt und illustriert. Quantifizierte Auswertungen der Codier-Resultate verdeutlichen, wie »typisch« einzelne qualitative Erkenntnisse für den Gesamtkorpus sind.

## 5. Die Bedeutung ökonomischer Argumente

Verfechter\*innen der *Cultural Backlash*-These argumentieren häufig, das Brexit-Referendum habe sich nicht an ökonomischen Fragen, sondern an den Themen nationalstaatliche Souveränität und Migration entschieden.<sup>69</sup> Die wachsende Furcht vor Fremdbestimmung und Überfremdung, also die Sorge um die Bewahrung britischer Identität, sei ausschlaggebend, um zu erklären, weshalb so viele Brit\*innen gegen die EU votiert hätten.

Ich möchte nicht bestreiten, dass dies wahlentscheidende Themen waren. Die Analyse des Kampagnenmaterials zeigt, dass beide Motive von den EU-Kritiker\*innen häufig aufgegriffen wurden: Gefahren für die nationalstaatlich-demokratische Souveränität waren in fast der Hälfte der analysierten *Leave*-Anzeigen (49 Prozent), Probleme von Migration in nahezu jeder dritten Anzeige (28 Prozent) ein Thema. Die Relevanz dieser Aspekte steht jedoch der Auffassung, dass im Rahmen der Brexit-Kampagne maßgeblich ökonomische Identitätsvorstellungen verhandelt wurden, nicht entgegen. Tatsächlich wurden im Rahmen der *Leave*-Kampagne sowohl Souveränität als auch Migration mehrheitlich mit ökonomischen Anliegen verknüpft.

Die United Kingdom Independence Party (UKIP) warb etwa mit einem auf die Betrachter\*innen gerichteten ausgestreckten Zeigefinger und dem Statement »26 Millionen Menschen in Europa suchen Arbeit. Auf wessen Jobs haben sie es abgesehen?«<sup>70</sup> Dieses Plakat, das bereits für die Europawahl 2014 zum Einsatz kam, verweist nicht auf kulturelle oder staatsbürgerliche Bedenken gegenüber Migrant\*innen, sondern es wird auf die ökonomischen Folgen vermeintlich unregulierter Zuwanderung abgehoben. Selbstredend finden sich vereinzelt Anzeigen,

Segment von beiden Analysten zugewiesen oder von beiden nicht zugewiesen wurde. Jedem Segment konnten mehrere Codes zugeordnet werden.

67 Ebd., S. 212 ff.

68 Keller 2008, S. 83 f.

69 Zum Beispiel Kaufmann 2016; aber auch Curtice 2016; Clarke et al. 2017.

70 Übersetzung L.S. »26 million people in Europe are looking for work. And whose jobs are they after?«.

die primär Angst vor kultureller Überfremdung schüren – das umstrittene, von Nigel Farage lancierte Breaking-Point-Plakat ist das bekannteste Beispiel: Die Abbildung einer langen Schlange von Menschen, die auf den Betrachter »zuströmen«, die meisten von ihnen Männer mit dunkler Hautfarbe, mit dem Slogan »Breaking Point. The EU has failed us all« wurde gezielt eingesetzt, um Ressentiments gegen »kulturell andere« zu schüren. In den meisten Fällen wurde Migration aber eher mit Arbeitsplatzverlusten, dem angespannten Wohnungsmarkt oder der ökonomischen Überlastung von Sozial- und Bildungssystemen, das heißt mit klar wirtschaftlichen Konsequenzen in Verbindung gebracht. Die Überschrift einer Info-Broschüre der Bruges Group bringt dies exemplarisch zum Ausdruck: »Immigration erschwert es, eine gute Universität zu besuchen, einen gut bezahlten Job zu erhalten und eine bezahlbare Unterkunft zu finden.«<sup>71</sup>

Auch für das Thema Souveränität gilt, dass es mehrheitlich ökonomisch adressiert wurde. Vor der Abbildung eines Dyson-Staubsaugers, der einen offenbar schon länger verunreinigten Teppich säubert, wirbt zum Beispiel das Vote-Leave-Bündnis mit dem Zitat des Unternehmers Sir James Dyson: »Wir werden außerhalb der EU mehr Wohlstand und Arbeitsplätze schaffen als innerhalb der EU, und wir werden Kontrolle über unser Schicksal haben. Und Kontrolle, denke ich, ist das wichtigste im Leben und in der Wirtschaft.«<sup>72</sup> Ein ähnliches, ökonomisch ausgerichtetes Verständnis von Souveränität zeigt auch Labour Leave in einer Info-Broschüre: »Das britische Parlament darf nicht darüber entscheiden, wie wir Schlüsselindustrien wie verarbeitendes Gewerbe, Landwirtschaft und Fischerei am besten unterstützen.«<sup>73</sup> Souveränität wird hier vor allem als Möglichkeit verstanden, selbst über den nationalen Wirtschaftsraum und die nationale Wirtschaftspolitik zu bestimmen.

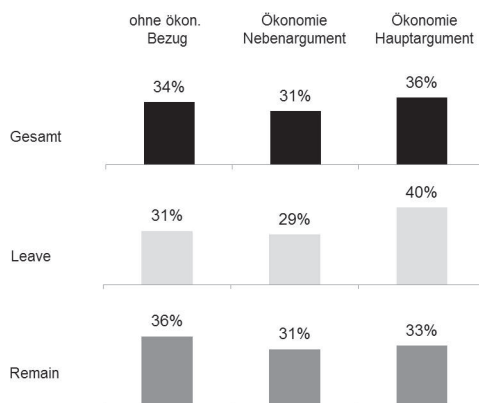
Dass die Themen Migration und Souveränität als wichtige Argumente der *Leave*-Seite vor allem unter ökonomischen Gesichtspunkten verhandelt wurden, erscheint wenig verwunderlich, da es sich bei der EU primär um ein wirtschaftliches Bündnis handelt. Es verdeutlicht aber, dass ökonomische Faktoren auf beiden Seiten der Kampagne eine zentrale Rolle gespielt haben. Insgesamt beschäftigen sich zwei Drittel aller analysierten Anzeigen mit wirtschaftlichen Themen im Haupt- oder Nebenargument. Wie Abbildung 3 zeigt, verändert sich dieses Muster kaum, wenn man *Leave*- und *Remain*-Anzeigen getrennt voneinander betrachtet. Im Zweifelsfall müsste *Leave* und nicht etwa *Remain* als die stärker »ökonomisierte« Kampagne gelten.

71 Übersetzung L.S. »Immigration makes it harder to attend a good university, obtain a well-paid job, and secure affordable living accommodation.«

72 Übersetzung L.S. »We will create more wealth and more jobs by being outside the EU than we will within it and we will be in control of our destiny. And control, I think, is the most important thing in life and business.«

73 Übersetzung L.S. »The UK Parliament is not allowed to decide how best to support key sectors like manufacturing, farming & fishing.«

**Abbildung 3: Bedeutung ökonomischer Argumente für die Brexit-Kampagne; Anteil analysierter Anzeigen (n = 382)**



Anders als es *Cultural Backlash*-Ansätze nahelegen, lässt sich der Erfolg der Brexiteers also nicht mit einem Verzicht auf ökonomische Argumente zugunsten identitärer Bezüge erklären. Vielmehr wird entlang der Analyse deutlich, dass beide Lager wirtschaftliche Erwägungen in den Vordergrund rückten, ihre wirtschaftspolitischen Standpunkte aber sehr unterschiedlich legitimierten. Welche Rolle insbesondere britische Wirtschafts Traditionen und positive Bezüge auf eine gemeinsam geteilte Vergangenheit für die *Leave*-Kampagne hatten, zeigen die nächsten Abschnitte.

## 6. Geteilte Vergangenheit als identitärer Bezugspunkt

Politische Kampagnen sind symbolische Kämpfe, bei denen nicht nur um Wähler\*innen, sondern um die Deutung und Bewertung der Welt gestritten wird.<sup>74</sup> Sie sind entlang der fundamentalen Gegenüberstellung von »gut« und »böse« organisiert, sie formulieren erstrebenswerte Ideale und benennen jene Übel, die es abzuwenden gilt. Indem sie beschreiben, was ist und was sein sollte, haben sie stets eine zeitliche Dimension. Politische Kampagnen positionieren sich einerseits zur Gegenwart, indem sie den Ist-Zustand bewerten. Sie adressieren andererseits die Zukunft, indem politische Vorhaben mit Hoffnungen und Befürchtungen über zukünftige Entwicklungen verknüpft werden.<sup>75</sup> Sie sind im Kern Auseinandersetzungen, bei denen die jeweiligen Lager kontrastierende Interpretationen der Welt von heute und von morgen ins Spiel bringen.

Im Gegensatz zu Zukunft und Gegenwart entzieht sich die Vergangenheit dem Zugriff politischer Gestaltung. Politische Entscheidungen, wie jene über den EU-Austritt Großbritanniens, vermögen nicht zu verändern, was einmal war. Man

<sup>74</sup> Bourdieu 2005, S. 84 f.; Bourdieu, Wacquant 1996, S. 175 f.

<sup>75</sup> Hölscher et al. 2020.

möchte meinen, dass der Zeithorizont der Vergangenheit daher in politischen Kampagnen eine untergeordnete Rolle spielt. Im Einklang mit Überlegungen von Zygmunt Bauman<sup>76</sup> zur Bedeutung von Gedächtnispolitik<sup>77</sup> für den neuen Populismus zeigt meine Analyse der Brexit-Kampagne jedoch, dass Vergangenheitsbezüge sehr wohl Bestandteil des Brexit-Diskurses waren. Die *Leave*- und *Remain*-Kampagnen unterscheiden sich im Hinblick darauf, wie sie die Vergangenheit bewerten und als »Sehnsuchtsort« identitär stilisieren.

**Tabelle 2: Zeitliche Orientierung der Brexit-Kampagne**

	Anteil der Kampagnendokumente mit entsprechend bewertetem Zeithorizont (n = 382)				Anteil der Sinneinheiten mit entsprechend bewertetem Zeithorizont (n = 1.553)			
	Remain		Leave		Remain		Leave	
	positiv	negativ	positiv	negativ	positiv	negativ	positiv	negativ
Zukunft	44 %	56 %	59 %	48 %	25 %	34 %	34 %	31 %
Gegenwart	69 %	21 %	21 %	78 %	65 %	12 %	8 %	71 %
Vergangenheit	6 %	19 %	47 %	10 %	2 %	8 %	26 %	3 %

Tabelle 2 zeigt in einem quantifizierten Überblick, welche Zeithorizonte mit ersehnten Idealen und abzuwendendem Übel assoziiert wurden. Sie gibt den Anteil von Kampagnendokumenten beziehungsweise Sinneinheiten<sup>78</sup> an, denen der entsprechende Code in der qualitativen Analyse mindestens einmal zugewiesen wurde.

Wie erwartet, beschäftigten sich beide Lager mehrheitlich mit Zukunft und Gegenwart (jeweils rund 80 Prozent der Dokumente), wobei letztere sehr unterschiedlich bewertet wurde. Während *Remain* am Status quo der EU-Mitgliedschaft festhalten wollte und den Ist-Zustand überwiegend positiv bewertete (69 Prozent der Kampagnendokumente), wollte *Leave* eben diese Gegenwart überwinden und zeichnete das Hier und Jetzt in 78 Prozent der untersuchten Dokumente düster. Die Einordnung des Status quo wurde meist um einen Verweis auf potenzielle Zukünfte ergänzt. In rund der Hälfte der Dokumente (59 beziehungsweise 44 Prozent) thematisierten *Leave* und *Remain* positive Zukunfts-Szenarien. Sie versprachen Idealbilder, die sie zukünftig realisieren wollten.

Ein überraschend großer Teil der Kampagnendokumente (56 Prozent für *Remain* und 48 Prozent für *Leave*) stellt die Zukunft jedoch als Bedrohung dar. Das vom politischen Gegner als »Project Fear« gebrandmarkte Lager der EU-Befürworter warnte etwa mit der Abbildung einer Handgranate vor düsteren

76 Bauman 2017, S. 61 f.  
77 »politics of memory«; vgl. Hodgkin, Radstone 2003.  
78 Als Sinneinheiten werden qualitativ definierte Abschnitte bezeichnet, die ca. ein bis fünf Sätze sowie verbundene Abbildungen umfassen und ein zusammenhängendes Argument präsentieren. Für den Gesamtkorpus wurden 1.553 solcher Sinneinheiten codiert; vgl. Campbell et al. 2013.

Zukunftsaussichten im Falle eines Austritts: »Achtung: Einmal herausgezogen, lässt sich der Sicherungsstift nicht wieder zurückstecken.«<sup>79</sup> (Stronger In) Aber auch die Verfechter eines Austritts zeichneten bedrohliche Dystopien. Die Bruges Group titelte neben der Abbildung eines verummten, bewaffneten Soldaten »Militarisierung: eine gefährliche Zukunft«<sup>80</sup> und verwies auf die sicherheitspolitischen und ökonomischen Gefahren einer potenziellen EU-Armee.

Wenngleich beide Lager die Zukunft als Bedrohung beschrieben, unterscheiden sie sich markant in ihrer Vergangenheitsdarstellung. Gerade einmal ein Viertel der Kampagnendokumente des *Remain*-Lagers bezieht sich überhaupt auf die Vergangenheit. Die wenigen Verweise sind meist negativer Art, das heißt die Vergangenheit wurde als glücklicherweise überwundene Zeit dargestellt. Verweise auf vergangene Kriege sollten den Mehrwert der EU herausstellen. »Großbritanniens Austritt bedeutet eine Rückkehr in ein Kriegschaos, wie wir es zu Beginn des 20. Jahrhunderts erlebt haben«,<sup>81</sup> warb das Bündnis Conservatives In und folgte damit derselben Argumentationslinie wie Greener In: »Die EU hat nach dem Blutvergießen des Zweiten Weltkriegs einen dauerhaften Frieden in Europa gesichert.«<sup>82</sup>

Zudem nutzte die *Remain*-Kampagne (teils implizite) Verweise auf eine negative Vergangenheit, um wirtschaftspolitische Verbesserungen herauszustellen. Britain Stronger In unterstrich etwa Arbeitsrechtsverbesserungen: »Europa ist alles andere als perfekt. Aber es hat diesem Land die progressivsten Arbeitnehmerrechte beschert, die es je hatte.«<sup>83</sup> Auch Labour In verdeutlichte die ökonomischen Vorzüge der EU durch einen negativen Verweis auf die irländische Vergangenheit: »Der Gedanke, die Uhr wieder zurückzudrehen, auf die Zeit der Zollstationen an der Grenze, der langen Schlangen von Autos und Lastwagen, macht mir Angst.«<sup>84</sup> Die Vergangenheit wurde von *Remain* damit allenfalls als eine Art negative Kontrastfolie genutzt, vor der die Vorzüge der Gegenwart positiv hervortreten. Als identitäre Bezugspunkte im Sinne *britischer* Traditionen wurden weder positive noch negative kollektive Erinnerungen adressiert.

Die Austritts-Befürworter\*innen nutzten Vergangenheitsverweise hingegen klar als Stütze ihres Arguments. In mehr als der Hälfte aller untersuchten *Leave*-Dokumente finden sich derartige Bezüge. 47 Prozent der Dokumente bezogen sich positiv auf die Vergangenheit, auf die man mit Stolz zurückblicke. Die Vergangenheit wurde nicht nur als »das, was einmal war«, der Gegenwart und der Zukunft

79 Übersetzung L.S. »Warning: Once pulled out, the pin cannot be put back in.«

80 Übersetzung L.S. »Militarisation: A Dangerous Future.«

81 Übersetzung L.S. »Britain out means a return to the early-20th-century chaos of warring states against each other.«

82 Übersetzung L.S. »The EU has secured lasting peace in Europe after the bloodshed of the Second World War.«

83 Übersetzung L.S. »Europe is far from perfect. But it has given us the most progressive employment legislation in the country bar none.«

84 Übersetzung L.S. »The thought appalls me of turning the clock back to the days of custom posts, queues of cars and lorries at the border.«

gegenübergestellt, sondern als geteilte, spezifisch britische Geschichte und Tradition stilisiert. »Großbritannien besitzt eine tausendjährige Geschichte als Handels- und Seemacht, die eine zentrale Rolle in Europa und der Welt spielt, aber nach ihren eigenen Gesetzen lebt«,<sup>85</sup> schrieb etwa die Leave Alliance. Ähnlich erklärte die Bruges Group die Vergangenheit zum Ideal: »Aber das war in den 1950er Jahren. [...] Die EU von heute kommt einem Verrat an diesen Tugenden gleich.«<sup>86</sup> Ebenso wies Better Off Out das Zweifeln an einem Austritt mit einem historischen Verweis zurück: »Aber das straft unsere Geschichte Lügen, es widerspricht unserer bekannten Rolle als Welthandelsmacht, und es stellt die Stärke unseres Landes in Abrede.«<sup>87</sup> Die Vergangenheit wird in diesen Beispielen nicht nur genutzt, um den eigenen politischen Standpunkt zu begründen, sondern sie wird dezidiert als gemeinsamer, identitärer Erinnerungshorizont herausgestellt. Es geht um »unsere« Geschichte, die Vergangenheit Großbritanniens, britische Erfahrungen und britische Tugenden.

Entlang historischer Narrative und Traditionen wurde die Vergangenheit dabei häufig als erstrebenswerte Zukunft oder die Zukunft als Rückkehr in eine vermeintlich gute alte Zeit dargestellt: »We will take back control and return to what we were.«<sup>88</sup> Dieser exemplarische Ausdruck, der aus einer Leave.EU-Anzeige stammt, verdeutlicht ein Muster, das sich in vielen Kampagnendokumenten der EU-Skeptiker findet: Die zeitliche Figur der Kehrtwende wurde zum Ideal erhoben. Die Zukunft wurde vor allem dann als erstrebenswert erachtet, wenn sie eine Rück- oder Umkehr beinhaltet, wenn sie verspricht, zu revitalisieren, wiederzuerlangen, zurückzunehmen, zu revidieren oder in anderer Hinsicht einen vergangenen Zustand wiederherzustellen. Häufig genutzte Imperative wie das in der Kampagne allgegenwärtige »Take back control« (zum Beispiel UKIP) oder »BeLeave in Britain again« (BeLeave) signalisieren ein Wieder-gewahr-Werden der eigenen Identität, die Rückkehr zu einem Zustand, der einer in britischen Traditionen verankerten Identität entspricht. Man möchte endlich wieder sein (dürfen), wer man eigentlich immer schon war. Statements wie »Let's be the top dog again« implizieren eine zeitliche Orientierung, die nicht auf progressiven Fortschritt, sondern auf eine Bewahrung der Vergangenheit als nostalgische Zukunft gerichtet ist.

85 Übersetzung L.S. »The history of Britain for a thousand years has been as a merchant and maritime power playing its full role in European and world affairs while living under its own laws.«

86 Übersetzung L.S. »But that was back in the 1950's. [...] Today's EU is a betrayal to those virtues.«

87 Übersetzung L.S. »Yet that belies our history, it belies the facts of our global trade and it belies the strength of our country.«

88 »Wir werden die Kontrolle zurückerobern und zu dem zurückkehren, was wir waren.« (Übersetzung L.S.)

Tabelle 3: Zeitliche Orientierung rechter und linker Leave-Bündnisse

	Anteil der Leave- Kampagnendokumente mit entsprechend bewertetem Zeithorizont (n = 156)				Anteil der Sinneinheiten mit entsprechend bewertetem Zeithorizont in Leave-Kampagne (n = 485)			
	rechts-konservativ		links-progressiv		rechts-konservativ		links-progressiv	
	positiv	negativ	positiv	negativ	positiv	negativ	positiv	negativ
Zukunft	58 %	38 %	26 %	36 %	37 %	27 %	29 %	36 %
Gegenwart	20 %	63 %	14 %	52 %	9 %	69 %	9 %	68 %
Vergangenheit	39 %	7 %	31 %	10 %	26 %	2 %	19 %	6 %

Die Vermutung liegt nahe, dass dieses konservative Moment vor allem für rechte EU-Kritiker wie die UKIP charakteristisch ist. In der Tat sind viele der besonders markanten historisch-nostalgischen Deutungsmuster rechts-konservativen Bündnissen zuzuordnen. Die detaillierte qualitative Analyse zeigt aber, dass auch links-progressive *Leave*-Bündnisse sich positiver Vergangenheitsbezüge bedienen, um an eine gemeinsame nationale Identität zu appellieren. Das Bündnis Left Leave argumentierte etwa: »Die EU hat uns NICHT unsere Rechte gegeben. Dies zu behaupten ist ein Verrat an den Matchgirls, die für uns Gewerkschaften erstritten haben, an den Suffragetten und den Ford-Dagenham-Frauen, die eine gleiche Bezahlung für uns errungen haben.«<sup>89</sup> Die historischen Arbeitskämpfe der Arbeiterinnen einer Londoner Streichholzfabrik sowie der Ford-Arbeiterinnen, aber auch das Ringen der Suffragetten um das Frauenwahlrecht gelten als wegweisend und haben Eingang sowohl in die britische Pop- als auch Erinnerungskultur gefunden. Mit Verweisen auf diese Ereignisse wird die Vergangenheit nicht nur als Ideal beschworen, sondern auch zum Referenzpunkt einer gemeinsam geteilten Identität stilisiert. Diese fußt auf der Vorstellung einer stolzen und traditionsreichen britischen Arbeiterklasse, die hart um ihre Rechte gekämpft hat. Tabelle 3 verdeutlicht, dass dieses Beispiel keine Ausnahme darstellt. In der Tat unterscheiden sich rechts-konservative und links-progressive *Leave*-Bündnisse<sup>90</sup> kaum in der Art und Weise, wie sie sich auf die Vergangenheit bezogen – nämlich mehrheitlich positiv. Rechte wie linke Bewegungen versuchten sich, wenn auch mit unterschiedlichen Akzenten, an einer Erinnerungs- und Identitätspolitik, die sich positiv auf historische Ereignisse und britische Traditionen bezieht, um Anhänger\*innen entlang des gesamten politischen Spektrums zu mobilisieren.

89 Übersetzung L.S. »The EU did NOT give us our rights. To say that it did is a disservice to The Matchgirls who brought us trade unions, to the Suffragettes, to the Ford Dagenham women who won us equal pay.«

90 Ausgehend von der Selbstbeschreibung und Verbindungen zu einschlägigen Parteien, wurden Green Leaves, Labour Leave, Left Leave, Lexit-Network und Trade Unionists Against the EU als links-progressive Bündnisse kategorisiert; Better Off Out, The Bruges Group, Conservatives for Britain, The Leave Alliance, Leave.EU und UKIP wurden als rechts-konservativ kategorisiert.

Gewiss sind nicht alle vom *Leave*-Lager ins Spiel gebrachten Vergangenheitsbezüge ökonomischer Natur. Die Vergangenheit wurde auch genutzt, um sich auf kulturelle oder staatsbürgerliche Traditionen zu berufen. Einhergehend mit der Dominanz wirtschaftlicher Themen, die ich für die Brexit-Kampagne im letzten Abschnitt aufgezeigt habe, spielten Referenzen auf ökonomische Traditionen aber eine herausragende Rolle. Die aufgeführten Beispiele verweisen bereits auf historische Deutungsmuster, die Großbritannien als globale Handelsmacht, als arbeitskampfproben Gewerkschaftshochburg oder als Hüterin des liberalen Freihandels verstanden wissen möchten und so verschiedene Komponenten einer ökonomischen Identität Großbritanniens ansprechen. Basierend auf der qualitativen Feinanalyse des Kampagnenkörpus, arbeite ich im folgenden Abschnitt die markantesten wiederkehrenden Deutungsmuster heraus.

## 7. Wirtschaftstraditionen und historische Deutungsmuster

Die Kampagne des *Leave*-Lagers stilisierte nicht die britische Geschichte *per se* zum Ideal. Stattdessen beschwor sie eine überschaubare Anzahl von Wirtschafts- und Traditionen. Für die folgende Betrachtung von Traditionen ist es jedoch im Zweifel irrelevant, ob bestimmte Phänomene die britische Wirtschaft »objektiv« prägen. Ich verstehe Traditionen lediglich als Deutungsmuster, die historische Bezüge aufweisen. Dabei wird einerseits Bewahrenswertes und Althergebrachtes als spezifisch britisch herausgestellt,<sup>91</sup> zum Beispiel durch explizite Vergangenheitsbezüge (wie im letzten Abschnitt) oder Verweise auf »altherwürdige« britische Institutionen. Als Traditionen werte ich jedoch auch solche Deutungsmuster, die über Generationen hinweg im britischen Diskurs zu finden sind und somit indirekt als historisch assoziiert werden, da sie im kollektiven Gedächtnis verankert sind. So finden sich unter den zehn vorgestellten, teils widersprüchlichen Wirtschaftstraditionen auch wiederholt Deutungsmuster, die schon in den historischen Debatten um *Corn Laws* und *Tariff Reform* zu finden sind und von den EU-Skeptiker\*innen »revitalisiert«<sup>92</sup> wurden. Für die meisten der dargestellten Traditionen verschränken sich diese indirekten und direkten historischen Bezüge, die etische und emische Perspektive. In jedem Fall implizieren sie eine Vorstellung davon, was Großbritannien als Wirtschaftsnation ausmachen soll, die sich maßgeblich aus der Vergangenheit speist.

*British Worker*. Ganz im Sinne einer Sozialfigur<sup>93</sup> wurden Verweise auf die Misere des britischen Arbeiters genutzt, um Kritik an der gegenwärtigen Situation zu üben und diese von der »guten alten Zeit« abzugrenzen. Die UKIP stellte beispielsweise einen Arbeiter mit Helm, Stiefeln und gelber Weste dar, der zum Betreten auf der Straße genötigt ist, und titelte: »EU-Politik bei der Arbeit. Britische Arbeiter werden vom unbegrenzten Zustrom billiger Arbeitskräfte hart getrof-

91 Giddens 1993; Handler, Linnekin 1984.

92 Thackeray et al. 2018, S. 4.

93 Moser, Schlechtriemen 2018.

fen.«<sup>94</sup> Der drohende Niedergang des »Britischen« wurde durch die Figur des Arbeiters personifiziert. Die *Working Class* wurde als explizit britisch, traditionsreich und schützenswert stilisiert. »Wieder einmal stagnieren die Lebensbedingungen von uns arbeitenden Menschen«,<sup>95</sup> kritisierte selbst die wirtschaftsliberale Bruges Group. Rechte wie linke *Leave*-Bündnisse machten sich eine spezifische Nostalgie für die britische (weiße, männliche) Arbeiterklasse<sup>96</sup> zu eigen, die weit über das tatsächliche Arbeiter-Milieu hinauszureichen scheint.<sup>97</sup>

*Workers Rights.* Eng verbunden mit der Sozialfigur des Arbeiters wurden historisch erkämpfte Arbeiterrechte im Sinne von Wirtschafts Traditionen adressiert. Left Leave argumentierte etwa gegen die EU: »Das Gesetz für gleiches Entgelt ging aus dem Kampf der Ford-Näherinnen 1968 in Dagenham hervor, nicht aus der EU. Die meisten Gesundheits- und Sicherheitsvorschriften stammen aus den 1970er Jahren, einer Zeit gewerkschaftlicher Stärke. Der nationale Mindestlohn wurde von der Arbeiterbewegung erkämpft – nicht von der EU.«<sup>98</sup> Der Verweis auf den legendären Arbeitskampf der Ford-Mitarbeiterinnen und die aus gewerkschaftlicher Perspektive heile Welt der 1970er Jahre beschwört die Vorstellung einer kämpferischen, stolzen britischen Arbeiterklasse, idealisiert aber auch die Vergangenheit. Das Ideal einer britischen Gewerkschaftstradition, einer Zeit, bevor Margaret Thatcher die Gewerkschaften in die Knie zwang, wurde zum Referenzpunkt einer gemeinsam geteilten ökonomischen Identität stilisiert.

*British Industry.* Historische Deutungsmuster, die die britische Arbeiterklasse und gewerkschaftliche Arbeitskämpfe beschwören, verweisen meist auf einige wenige Sektoren. Insbesondere die Stahl- und Fischereiindustrie wurden als genuin *britische* Industrien eingeordnet. Wenngleich beide Sektoren gegenwärtig von marginaler ökonomischer Bedeutung für Großbritannien sind, wurden sie in der *Leave*-Kampagne mit enormer Vehemenz verteidigt. Auf einer Anzeige des Grassroot-Out-Bündnisses ist beispielsweise eine Gewerkschaftsdemonstration mit »Save our Steel«-Transparenten zu sehen, verbunden mit der Aussage: »Die Zahl der Beschäftigten in der Stahlindustrie ist von 320.000 im Jahr 1971 auf nur 24.000 im letzten Jahr gesunken. Stimmen Sie für einen Austritt aus der EU und den Schutz der britischen Industrie.«<sup>99</sup> Die Vergangenheit der Stahlindustrie wurde hier als Symbol für die verlorene Stärke Großbritanniens und seiner Arbei-

94 Übersetzung L.S. »EU policy at work. British workers are hit hard by unlimited cheap labour.«

95 Übersetzung L.S. »Again the working people of Britain see stagnation in our living conditions.«

96 Todd 2014; Bonnett 1998.

97 Balthazar Ana Carolina 2017.

98 Übersetzung L.S. »Equal pay legislation came out of the struggle of the women sewing machinists at Ford Dagenham in 1968, not from the EU. Most health and safety legislation originates in the 1970s, a time of union strength. The national minimum wage was won by the labour movement – not given to us by the EU.«

99 Übersetzung L.S. »Employment in the steel industry has fallen from 320.000 in 1971 to just 24.000 last year. Vote to leave the EU and protect British Industry.«

terklasse inszeniert. Ebenso wurde der Niedergang der Fischerei beklagt: »British Fishing Industry in Decline«, titelte Better Off Out und markierte auf einer Karte Großbritanniens »surrendered UK fishing waters«, das heißt Fischgründe, die man der EU ausgeliefert habe. Diese Anzeigen spiegeln nicht die reale ökonomische Relevanz, wohl aber die symbolische und nostalgische Bedeutung der Sektoren wider. Stahlindustrie und Fischerei werden als etwas Althergebrachtes dargestellt, das die britische Wirtschaft ausmachen sollte – aber von der EU bedroht wird.

*Democratic Sovereignty.* Die Forderung nach einer Industriepolitik, die auf den Schutz traditionsreicher britischer Sektoren ausgerichtet ist, beschwört einen starken, in ökonomischen Fragen souveränen Staat. Labour Leave forderte etwa, unabhängig von der EU über nötige Subventionen entscheiden zu dürfen: »Großbritannien zahlt Brüssel jeden Tag 50 Millionen Pfund – 350 Millionen Pfund jede Woche – 19 Milliarden Pfund jedes Jahr. Wir bekommen weniger als die Hälfte zurück, aber Brüssel hindert uns, Geld für UNSERE Prioritäten auszugeben, Arbeitsplätze im verarbeitenden Gewerbe, in Energie, Regeneration, Landwirtschaft oder Fischerei.«<sup>100</sup> Es wurde gefordert, dass Gesetze, die die britische Wirtschaft betreffen, nur vom Britischen Parlament ausgehen können. Begründet wurde dies mit der starken Tradition Großbritanniens als einer souveränen Demokratie.<sup>101</sup> »Die Top-100-EU-Vorschriften kosten die britische Wirtschaft 33,3 Milliarden Pfund pro Jahr. Seit 2010 hat die EU über 3.500 neue Gesetze eingeführt, die die britische Wirtschaft beeinträchtigen«,<sup>102</sup> kritisierte Leave.EU und fügte hinzu: »Großbritannien ist eine der ältesten Demokratien der Welt mit einem robusten, weit entwickelten Rechtssystem. Daher glauben wir, dass wir über Gesetze, die in unserem Land umgesetzt werden, das Sagen haben sollten.«<sup>103</sup> Demokratische Souveränität wurde als britische Tradition, aber auch als Voraussetzung für staatlichen Protektionismus dargestellt.

*Our Public Services.* Diesen protektionistischen Tenor aufgreifend, befürworteten die EU-Kritiker den Ausbau der eigenen staatlichen Institutionen, der *public services*. »Halten sie den britischen Steuerzahler davon ab, wöchentlich 350 Millionen Pfund nach Brüssel zu schicken – Geld, das wir für unsere eigenen Schulen, Krankenhäuser, Streitkräfte und Polizei ausgeben könnten,«<sup>104</sup> argumentierte bei-

100 Übersetzung L.S. »The UK gives Brussels £50 m every day – £350 m every week – £19bn every year. We get less than half back, but Brussels stops us spending on OUR priorities for jobs in manufacturing, energy, regeneration, agriculture or fisheries.«

101 Ludlow 2015, S. 26 f.

102 Übersetzung L.S. »The top 100 EU regulations cost the UK economy £33.3 billion per year. Since 2010, the EU has introduced over 3,500 new laws affecting British business.«

103 Übersetzung L.S. »The UK is one of the world's oldest democracies, with a robust and mature legal system. Consequently, we believe that we should be free to have the final say over any laws that are implemented in our country.«

104 Übersetzung L.S. »Stop the United Kingdom taxpayer from sending £350 million a week to Brussels – money we could spend on our own schools, hospitals, armed forces and police.«

spielsweise Grassroots Out. Der Stolz der Briten auf ihre wohlfahrtstaatlichen Institutionen zeigt sich besonders deutlich am National Health Service (NHS), der für viele Briten eng mit der Idee der »Britishness« und einem solidarischen Selbstverständnis verbunden ist.<sup>105</sup> Die *Leave*-Kampagne nutzte die symbolische Bedeutung des NHS als zentrales Argument gegen die EU: »Lasst uns stattdessen unser NHS finanzieren«, <sup>106</sup> reklamierte Vote Leave auf zahlreichen Flyern, Plakaten, in Online-Anzeigen und auf dem markanten roten Kampagnenbus. Der traditionsreiche NHS stand in diesen Anzeigen sinnbildlich für eine idealisierte Wirtschaftsordnung, in der der Staat zentrale infrastrukturelle Leistungen für alle Briten gewährleistet und vor neoliberalen Märkten schützt: »Der NHS verdient das Allerbeste! [...] Außerhalb der EU können wir die Qualität der Versorgung verbessern, den Gesundheitstourismus reduzieren und sicherstellen, dass der NHS nicht im Rahmen von TTIP privatisiert wird.«<sup>107</sup> (Better Off Out) Wohlfahrtstaatliche Institutionen wurden als traditionsreicher, schützenswerter Bestandteil des britischen Wirtschaftssystems idealisiert. Während die *Leave*-Kampagne jedoch einerseits Wirtschaftstraditionen aufgriff, die staatliche Eingriffe in die Wirtschaft befürworten, finden sich gleichzeitig Verweise auf liberale britische Wirtschaftstraditionen.<sup>108</sup>

*Rolling Back the State.* Ein zentrales Deutungsmuster stellte die EU als überbordende Staatsbürokratie dar, die das britische Anliegen des »Rolling Back the State« gefährdet, »indem sie unseren Schutz gegen einen übermächtigen Staat aushöhlt«<sup>109</sup> (Better Off Out). Die als britische Tradition dargestellte Sehnsucht nach einem schlanken Staat lässt sich auf jene berüchtigte Rede zurückführen, die Margaret Thatcher 1988 in Brügge (»Bruges Speech«) zur Zukunft der EU hielt.<sup>110</sup> Die EU wurde in der *Leave*-Kampagne dementsprechend als gierige Staatsbürokratie gebrandmarkt, die das Geld britischer Bürger\*innen »für großartige Parlamentsgebäude und bürokratische Torheiten verschwendet«<sup>111</sup> (BeLeave). Auch die UKIP stellte dem Bild eines mit müden Arbeitnehmer\*innen voll besetzten britischen Busses jenes eines europäischen Bürokraten in edlem Anzug und dunkler Limousine gegenüber und titelte dazu: »Deine tägliche Schinderrei finanziert seinen luxuriösen Lebensstil. Großbritannien zahlt täglich 55 Millionen Pfund an die

105 Bradley 2007, S. 44 f.; Jeffery 2007.

106 Übersetzung L.S. »Let's fund our NHS instead.«

107 Übersetzung L.S. »The NHS deserves the very best! [...] Outside the European Union, we can improve quality of care, reduce health tourism and ensure the NHS is not privatized under TTIP.«

108 Zur Integration widersprüchlicher wirtschaftspolitischer Argumente im Zuge der Brexit-Kampagne vgl. Suckert 2019; Suckert 2020.

109 Übersetzung L.S. »slicing away our protections against an overweening state.«

110 Forster 2002.

111 Übersetzung L.S. »squandered on grand parliamentary buildings and bureaucratic follies.«

EU und ihre Eurokraten.«<sup>112</sup> Diese Darstellungen ähneln nicht zuletzt der traditionsreichen Kontroverse um die *Corn Laws*. Zwar wird die zügellose Aristokratie diesmal im Aus- und nicht im Inland verortet, es wird aber suggeriert, dass die EU sich als ebensolche ungerechtfertigt bereichert und zum Nachteil des »einfachen britischen Volkes« in die Wirtschaft interveniert.

*Your Food Bill*. Ebenfalls den historischen Debatten um die *Corn Laws* entlehnt scheint ein freihändlerisches Deutungsmuster, das die Gefahren staatlicher Eingriffe für britische Konsum- und insbesondere Lebensmittelpreise beschwört. Vor einem mit Nahrungsmitteln gefüllten Einkaufswagen erklärte Better Off Out: »Sie zahlen zu viel für Ihren wöchentlichen Einkauf.« Die hohen Preise seien nicht auf zu wenig, sondern *zu viel* staatliches Eingreifen zurückzuführen: »Lebensmittel im Vereinigten Königreich sind teurer als sie sein könnten, da wir in der Europäischen Union sind. [...] Eine Kombination aus Quoten, Steuern, Subventionen und anderen politischen Eingriffen treibt die Preise, die wir für Lebensmittel zahlen, in die Höhe.«<sup>113</sup> Ähnlich argumentierte Labour Leave: »Die CAP [gemeinsame Agrarpolitik; L.S.] erhöht die wöchentlichen Ausgaben für Lebensmittel in jedem Haushalt um £7.«<sup>114</sup> Die hervorstechende Präsenz dieses Deutungsmusters zeigt, welch symbolische Bedeutung niedrige Lebensmittelpreise für das historisch gewachsene Verständnis einer funktionierenden britischen Wirtschaft haben.<sup>115</sup> Konsum scheint nicht nur eine zentrale Stütze des britischen Wachstumsmodells zu sein,<sup>116</sup> sondern auch eine wichtige Komponente der ökonomischen Identität.

*British Free Trade*. Einhergehend mit der Ablehnung staatlicher Wirtschaftsinerventionen wurde entlang der *Leave*-Kampagne immer wieder an die britische Errungenschaft des Freihandels appelliert. Better Off Out kritisierte die EU mit folgendem Hinweis: »Tausend Jahre lang war das Vereinigte Königreich frei, unabhängig und handelte mit dem Rest der bekannten Welt.«<sup>117</sup> Eine Karikatur von *The Know* stellte David Cameron und seinen Koalitionspartner Nick Clegg auf einem Tandem dar, das trotz Anstrengung nicht vom Fleck kommt, da es einen großen grauen Elefanten mit EU-Trikot hinter sich herziehen muss. Das anzustrebende Ziel, das mit diesem Ballast außer Reichweite liegt, wird durch einen Wegweiser symbolisiert: »Global Trade«. Ein historisch weit zurückreichen-

112 Übersetzung L.S. »Your daily grind funds his celebrity lifestyle. The UK pays £55 million a day to the EU and its Eurocrats.«

113 Übersetzung L.S. »You are paying too much for your weekly shop [...] Food in the UK is more expensive than it could be as a direct result of being in the European Union. [...] A combination of quotas, taxes, subsidies and other policies all push up the prices that we pay for food.«

114 Übersetzung L.S. »The CAP adds £7 a week to each household's food bill.«

115 Ludlow 2015, S. 24 f.

116 Baccaro, Pontusson 2016.

117 Übersetzung L.S. »For a thousand years the United Kingdom was free, independent and trading with the rest of the known world.«

des Deutungsmuster aufgreifend,<sup>118</sup> wird freier ökonomischer Austausch in diesen Anzeigen als genuin britisches Ideal dargestellt.

*British Influence.* Eng an das Verständnis des Britischen Freihandels ist dabei eine Vorstellung geknüpft, die Großbritannien als traditionelle Welt(handels)macht sieht: Immer wieder appellierten *Leave*-Anzeigen daran, die einstige ökonomische Stärke und den weltweiten Einfluss Großbritanniens wiederherzustellen. »Deine Stimme für den Austritt würde unsere globale Bedeutung stärken und uns wirtschaftlich schlagkräftig machen wie nie zuvor«,<sup>119</sup> versprach beispielsweise BeLeave. Die *Leave*-Kampagne adressierte den Wunsch, gegenüber internationalen Organisationen wieder als ökonomische Weltmacht und globale Hüterin des Freihandels aufzutreten: »Wir gewinnen unsere Sitze in internationalen Institutionen wie der Welthandelsorganisation zurück, um dort eine einflussreichere Kraft für den Freihandel und die internationale Zusammenarbeit zu sein.«<sup>120</sup> (Vote Leave) Der Anspruch, die Geschicke der Weltwirtschaft zu beeinflussen, wurde dabei nicht nur als Wunsch für die Zukunft, sondern auch als alt-hergebrachte, britische Tradition adressiert.<sup>121</sup>

*Commonwealth and Open Sea.* Die Vorstellung von Großbritannien als einer einflussreichen Wirtschaftsmacht ist im Kern mit einer globalen, der Welt zugewandten Orientierung verknüpft. Sie impliziert nicht nur einen Herrschaftsanspruch, sondern auch – in Winston Churchills Worten – eine Sehnsucht nach der »offenen See«. Viele der *Leave*-Dokumente argumentieren, der Kontinent Europa sei zu klein gedacht, Großbritannien solle sich lieber an der Welt als solcher orientieren. »Außerhalb der EU werden wir endlich Freihandelsabkommen mit den USA, China und den Wachstumsländern auf der ganzen Welt abschließen können. Erheben wir den Blick zum Horizont«,<sup>122</sup> warb BeLeave mit einem Zitat von Boris Johnson. Wie in diesem Beispiel wurde die britische Weltoffenheit besonders häufig mit Verweisen auf ehemalige Kolonien und Länder des Commonwealth illustriert. Das Commonwealth wurde in den *Leave*-Anzeigen als Alternative zur EU ins Spiel gebracht, als traditionelle, britische Form des Internationalismus.<sup>123</sup> »Der Regierung stünde es frei, neue globale Handelsabkommen zu erreichen und

118 Thackeray et al. 2018, S. 4 ff.

119 Übersetzung L.S. »Voting Leave would bolster our global significance and make our economic clout stronger than ever before.«

120 Übersetzung L.S. »We regain our seats on international institutions like the World Trade Organisation so we are a more influential force for free trade and international cooperation.«

121 Piers Ludlow (2015, S. 30 f.) zeigt, dass die Fortführung dieser Tradition Anfang der 1970er Jahre ein gewichtiges Argument für den Beitritt Großbritanniens zur EU war.

122 Übersetzung L.S. »Outside the EU we will at last be able to do free trade deals with the US, with China, and the growth economies around the world. Let us lift our eyes to the horizon.«

123 Adler-Nissen et al. 2017, S. 580 ff.

unsere Verbindungen zum Commonwealth zu festigen«,<sup>124</sup> beteuerte etwa Leave.EU. Better Off Out monierte: »Die historische Bindung des Commonwealth an Großbritannien geht verloren.«<sup>125</sup> Die *Leave*-Kampagne griff ein historisch verankertes Deutungsmuster auf, das schon der protektionistischen *Tariff Reform*-Kampagne unter dem Schlagwort »Imperial Preference« zum Erfolg verhalf. Die Verweise auf das Commonwealth beschwören die Rückkehr zu einer globalen Wirtschaftsordnung, in der Großbritannien zwar der Welt zugewandt ist, jedoch aus einer dominanten Stellung heraus bestimmen kann, wer zur »britischen« Welt<sup>126</sup> gehört.

Dieser Überblick zeigt, dass die *Leave*-Kampagne wirtschaftliche Themen häufig mit Verweisen auf Wirtschaftstraditionen adressierte. Die EU-Skeptiker\*innen machten sich Deutungsmuster zu eigen, die auf althergebrachte ökonomische Institutionen und die vergangene ökonomische Stärke Großbritanniens abstellten, sowie ökonomische Deutungsmuster, die selbst als überliefert gelten und bereits durch historische Kontroversen im kollektiven Gedächtnis verankert sind. Die zehn dargestellten Wirtschaftstraditionen zeigen, dass Brexit-Befürworter\*innen gezielt ökonomische Erinnerungspolitik betrieben und es ihnen so gelang, ökonomische Themen identitär aufzuladen. Diese Verbindung von Ökonomie und Identität könnte nicht zuletzt ein Faktor für den Erfolg der Kampagne gewesen sein, half sie doch, die zahlreichen wirtschaftspolitischen Widersprüche der Kampagne unter dem einheitlichen Mantel der »Tradition« zu kaschieren.<sup>127</sup>

## 8. Fazit

Die sozialwissenschaftliche Debatte um den Erfolg neuer populistischer Bewegungen wird gemeinhin von zwei gegensätzlichen Erklärungsansätzen bestimmt: *Economic Deprivation* und *Cultural Backlash*. Die Ergebnisse der qualitativen Diskursanalyse der Brexit-Kampagne, die ich in diesem Artikel vorgestellt habe, laufen beiden Ansätzen zuwider: Anders als rein kulturelle Erklärungen suggerieren, hob sich die Kampagne der Austrittsbefürworter nicht durch ein Aussparen ökonomischer Argumente von jener der EU-Befürworter ab. *Leave* stellte wirtschaftliche Faktoren mehr noch als *Remain* in den Vordergrund und machte die Kritik an den ökonomischen Verhältnissen zu einem zentralen Thema. Entgegen rein ökonomischen Erklärungsansätzen war diese ökonomische Kritik jedoch zutiefst identitär aufgeladen. Die wirtschaftspolitischen Argumente der *Leave*-Kampagne wurden mit Verweisen auf eine geteilte Vergangenheit, britische Wirtschaftstraditionen und das Selbstverständnis Großbritanniens als Wirtschaftsna-tion plausibilisiert.

124 Übersetzung L.S. »The government would also be free to push for new global trade deals, and reinforce its links with the Commonwealth.«

125 Übersetzung L.S. »Historic Commonwealth bonds with Britain are being lost.«

126 Thackeray et al. 2018, S. 7.

127 Suckert 2019.

Die dargestellte Analyse bezieht sich auf den Fall des Brexit und ist daher nicht geeignet, allgemeingültige Mobilisierungsmechanismen für den »neuen« Populismus zu benennen. Aufbauend auf den Ergebnissen der Analyse, mahnt das hier skizzierte Konzept einer *ökonomischen Identität* jedoch an, Ökonomie und Identität auch über die Brexit-Bewegung hinaus nicht als exklusive Erklärungsfaktoren zu betrachten. Im Einklang mit einer Reihe neuerer Arbeiten, die für die Integration beider Erklärungsansätze werben, lässt sich das Konzept nutzbar machen, um sowohl kulturalistische als auch ökonomistische Perspektiven zu erweitern.

Einerseits verdeutlicht die Rede von einer kollektiven ökonomischen Identität, dass Verfechter einer *Cultural Backlash*-These wirtschaftliche Sorgen nicht aus dem Blick verlieren sollten. Es gilt anzuerkennen, dass auch wirtschaftliche Aspekte als identitäre Bezugspunkte taugen, dass nationale Identität auch Vorstellungen darüber beinhaltet, wer man wirtschaftlich sein möchte, welche ökonomischen Institutionen, Praktiken, Normen und Verhältnisse als angemessen gelten. Auch veränderte ökonomische Bedingungen können demnach Identitätskrisen befördern.

Andererseits vermag das Konzept der ökonomischen Identität *Economic Deprivation*-Ansätze für die Interpretationsbedürftigkeit ökonomischer Verhältnisse zu sensibilisieren. Eine Einordnung der Situation als Verschlechterung oder Benachteiligung erfordert immer einen Abgleich mit sozial konstruierten Idealvorstellungen und Erwartungen. Um einen Erklärungsbeitrag zu leisten, sollten Sozialwissenschaftler\*innen nicht nur die tatsächlichen ökonomischen Verhältnisse, sondern auch diese Erwartungen benennen. Die kollektive ökonomische Identität eines Landes kann hierzu eine zentrale Referenz sein.

Im Fall der Brexit-Kampagne scheint es die Verknüpfung von ökonomischer Kritik mit identitären Vergangenheitsbezügen gewesen zu sein, die die Argumentation der EU-Kritiker\*innen maßgeblich von jener ihrer Kontrahenten unterschied. Anstatt auf ein simples ökonomisches Kalkül zu verweisen, appellierte die Leave-Kampagne an die vielschichtige, historisch gewordene ökonomische Identität Großbritanniens. Diese identitäre Verklärung ökonomischer Argumente mag dazu beigetragen haben, wirtschaftspolitisch widersprüchliche Forderungen zumindest diskursiv zu glätten und das Anliegen eines Austritts für verschiedene Weltanschauungen und Interessen anschlussfähig zu machen.

## Literatur

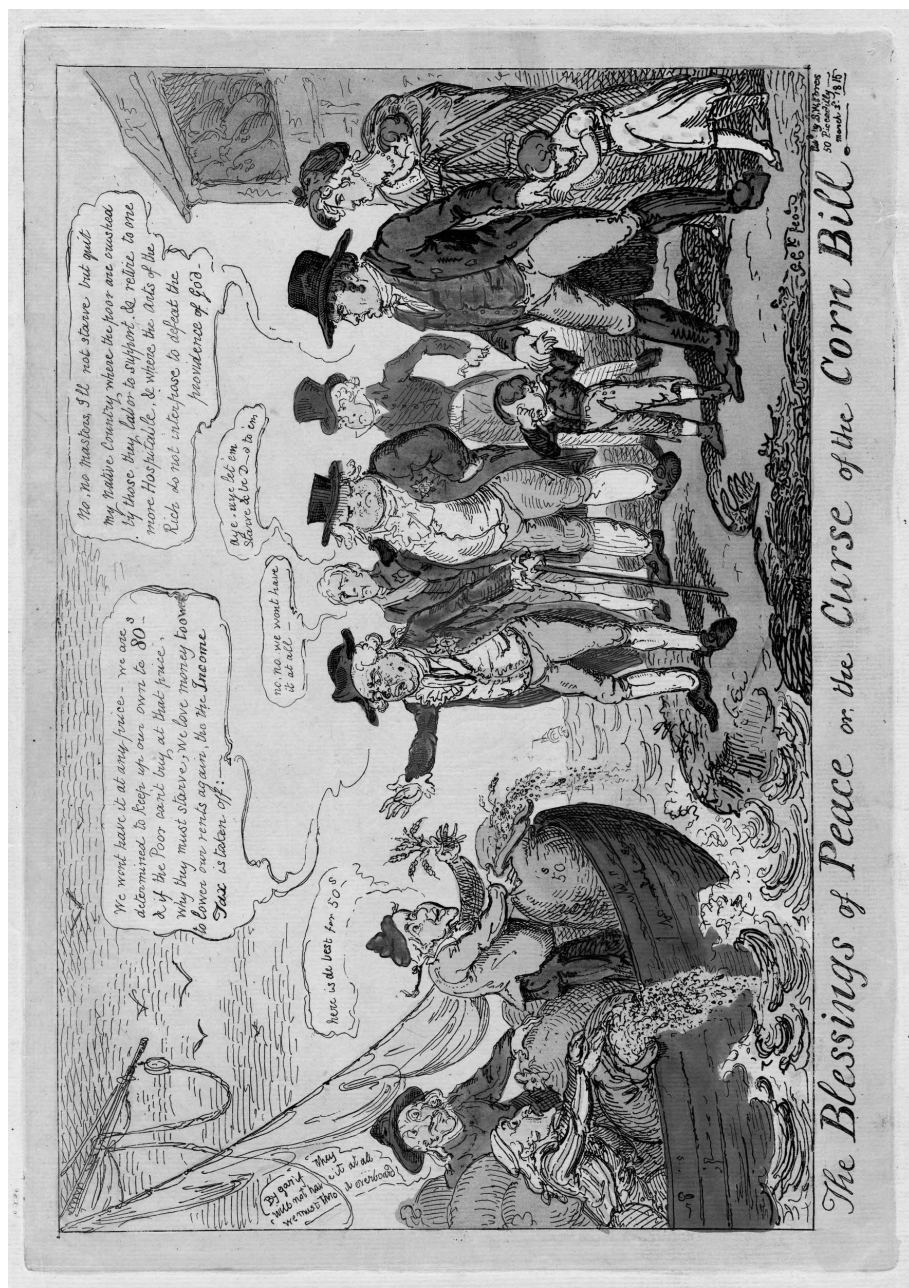
- Adler-Nissen, Rebecca; Galpin, Charlotte; Rosamond, Ben 2017. »Performing Brexit: How a Post-Brexit World Is Imagined outside the United Kingdom«, in *The British Journal of Politics and International Relations* 19, 3, S. 573–591.
- Anderson, Benedict 2005. *Die Erfindung der Nation: Zur Karriere eines folgenreichen Konzepts*. 3. Auflage. Frankfurt a. M.: Campus.
- Ansell, Christopher K. 2001. *Schism and Solidarity in Social Movements: The Politics of Labor in the French Third Republic*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Baccaro, Lucio; Pontusson, Jonas 2016. »Rethinking Comparative Political Economy: The Growth Model Perspective«, in *Politics & Society* 44, 2, S. 175–207.
- Balthazar Ana Carolina 2017. »Made in Britain: Brexit, Teacups, and the Materiality of the Nation«, in *American Ethnologist* 44, 2, S. 220–224.

- Bauman, Zygmunt 2017. *Retrotopia*. Cambridge: Polity Press.
- Berend, Tibor Iván 2007. *An Economic History of Twentieth-Century Europe: Economic Regimes from Laissez-Faire to Globalization*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Bevir, Mark; Daddow, Oliver; Schnapper, Pauline 2015. »Introduction: Interpreting British European Policy«, in *Journal of Common Market Studies* 53, 1, S. 1–17.
- Bieling, Hans-Jürgen 2017. »Aufstieg des Rechtspopulismus im heutigen Europa – Umriss einer gesellschaftstheoretischen Erklärung«, in *WSI-Mitteilungen* 70, 8, S. 557–565.
- Boltanski, Luc; Thévenot, Laurent 2007. *Über die Rechtfertigung: Eine Soziologie der kritischen Urteilstkraft*. Hamburg: Hamburger Edition.
- Bonnett, Alastair 1998. »How the British Working Class Became White: The Symbolic (Re)formation of Racialized Capitalism«, in *Journal of Historical Sociology* 11, 3, S. 316–340.
- Bourdieu, Pierre 2005. *Die verborgenen Mechanismen der Macht*, hrsg. v. Steinrück, Margareta. Hamburg: VSA.
- Bourdieu, Pierre; Wacquant, Loic J. D. 1996. *Reflexive Anthropologie*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Bradley, Ian 2007. *Believing in Britain: The Spiritual Identity of »Britishness«*. London: I.B. Tauris.
- Brawley, Mark R. 2009. »Tariff Reform, Taxes and Land: Trade-based Cleavages in Pre-World War I Britain«, in *Review of International Political Economy* 16, 5, S. 827–853.
- Campbell, John L. et al. 2013. »Coding In-depth Semistructured Interviews: Problems of Unitization and Inter-coder Reliability and Agreement«, in *Sociological Methods & Research* 42, 3, S. 294–320.
- Citrin, Jack et al. 2016. »Brexit Proved again that Identity Can Trump Economics«, in *Washington Post* vom 2. Juli 2016. [www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/07/02/brexit-proved-again-that-identity-can-trump-economics/](http://www.washingtonpost.com/news/monkey-cage/wp/2016/07/02/brexit-proved-again-that-identity-can-trump-economics/) (Zugriff vom 23.01.2019).
- Clarke, Harold; Goodwin, Matthew; Whiteley, Paul 2017. *Brexit: Why Britain Voted to Leave the European Union*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Crouch, Colin 2018. *The Globalization Backlash*. Hoboken: John Wiley & Sons.
- Curtice, John 2016. »A Question of Culture or Economics? Public Attitudes to the European Union in Britain«, in *The Political Quarterly* 87, 2, S. 209–218.
- Diaz-Bone, Rainer 2006. »Zur Methodologisierung der Foucaultschen Diskursanalyse«, in *Historical Social Research* 31, 2, S. 243–274.
- Eichengreen, Barry 2017. »Die Entwicklung des Populismus in den Vereinigten Staaten«, in *Leviathan* 45, 2, S. 180–191.
- Elsässer, Lea; Hense, Svenja; Schäfer, Armin 2017. »Dem Deutschen Volke? Die ungleiche Responsivität des Bundestags«, in *Zeitschrift für Politikwissenschaft* 27, 2, S. 161–180.
- Forster, Anthony 2002. »Anti-Europeans, Anti-Marketeers and Eurosceptics: The Evolution and Influence of Labour and Conservative Opposition to Europe«, in *The Political Quarterly* 73, 3, S. 299–308.
- Giddens, Anthony 1993. »Tradition in der post-traditionalen Gesellschaft«, in *Soziale Welt* 44, 4, S. 445–485.
- Giesen, Bernhard 1999. *Kollektive Identität*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Goodwin, Matthew 2016. *Brexit: Identity Trumps Economics in Revolt against Elites. UK in a Changing Europe*. Blogbeitrag vom 28. Juni 2016. <http://ukandeu.ac.uk/brexit-identity-trumps-economics-in-revolt-against-elites/> (Zugriff vom 26.11.2018).
- Halbwachs, Maurice 1991. *Das kollektive Gedächtnis*. 2. Auflage. Frankfurt a. M.: Fischer.
- Handler, Richard; Linnekin, Jocelyn 1984. »Tradition, Genuine or Spurious«, in *The Journal of American Folklore* 97, 385, S. 273–290.
- Helleiner, Eric 2002. »Economic Nationalism as a Challenge to Economic Liberalism? Lessons from the 19th Century«, in *International Studies Quarterly* 46, 3, S. 307–329.
- Helleiner, Eric 1998. »National Currencies and National Identities«, in *American Behavioral Scientist* 41, 10, S. 1409–1436.
- Hobsbawm, Eric; Ranger, Terence 2012. *The Invention of Tradition*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Hodgkin, Katharine; Radstone, Susannah 2003. *Contested Pasts: The Politics of Memory*. London: Routledge.

- Hölscher, Lucian; Seefried, Elke; Berger, Stefan. Hrsg. 2020. *Politische Zukünfte im 20. Jahrhundert*. Frankfurt a. M.: Campus (im Erscheinen).
- Howe, Anthony 1997. *Free Trade and Liberal England 1846–1946*. Oxford: Oxford University Press.
- Inglehart, Ronald F; Norris, Pippa 2016. *Trump, Brexit, and the Rise of Populism: Economic Have-nots and Cultural Backlash*. HKS Working Paper 26. Cambridge: Harvard Kennedy School.
- Jeffery, Charlie 2007. »Devolution, Britishness and the Future of the Union«, in *The Political Quarterly* 78, s1, S. 112–121.
- Kaufmann, Eric 2016. *It's NOT the Economy, Stupid: Brexit as a Story of Personal Values*. Blogbeitrag vom 7. Juli 2016 <http://blogs.lse.ac.uk/politicsandpolicy/personal-values-brexit-vote/> (Zugriff vom 26.11.2018)
- Keller, Reiner 2008. *Wissenssoziologische Diskursanalyse: Grundlegung eines Forschungsprogramms*. 2. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Keller, Reiner 2011. *Wissenssoziologische Diskursanalyse: Grundlegung eines Forschungsprogramms*. 3. Auflage. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Kitson, Michael; Solomou, Solomos 1990. *Protectionism and Economic Revival: The British Inter-war Economy*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Koppetsch, Cornelia 2018. »Rechtspopulismus als Klassenkampf? Soziale Deklassierung und politische Mobilisierung«, in *WSI-Mitteilungen* 71, 5, S. 382–391.
- Koppetsch, Cornelia 2019. *Die Gesellschaft des Zorns: Rechtspopulismus im globalen Zeitalter*. Bielefeld: transcript.
- Koselleck, Reinhart 1981. »Modernity and the Planes of Historicity«, in *Economy and Society* 10, 2, S. 166–183.
- Kraemer, Klaus 2018. »Sehnsucht nach dem nationalen Container. Zur symbolischen Ökonomie des neuen Nationalismus in Europa«, in *Leviathan* 46, 2, S. 280–302.
- Kuckartz, Udo 2016. *Qualitative Inhaltsanalyse: Methoden, Praxis, Computerunterstützung*. Weinheim, Basel: Beltz Juventa.
- Lengfeld, Holger; Dilger, Clara 2018. »Kulturelle und ökonomische Bedrohung. Eine Analyse der Ursachen der Parteidentifikation mit der Alternative für Deutschland« mit dem Sozio-ökonomischen Panel 2016«, in *Zeitschrift für Soziologie* 47, 3, S. 181–199.
- Lepsius, M. Rainer 1982. »Nation und Nationalismus in Deutschland«, in *Geschichte und Gesellschaft*. Sonderheft 8, S. 12–27. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht.
- Lepsius, M. Rainer 1999. »Bildet sich eine kulturelle Identität in der Europäischen Union?«, in *Identität und Interesse*, hrsg. v. Reese-Schäfer, Walter, S. 91–99. Berlin: Springer.
- Ludlow, N. Piers 2015. »Safeguarding British Identity or Betraying It? The Role of British ›Tradition‹ in the Parliamentary Great Debate on EC Membership, October 1971«, in *Journal of Common Market Studies* 53, 1, S. 18–34.
- Manow, Philip 2018. *Die politische Ökonomie des Populismus*. Berlin: Suhrkamp.
- Marcussen, Martin; Risse, Thomas; Engemann-Martin, Daniela; Knopf, Hans Joachim; Roscher, Klaus 1999. »Constructing Europe? The Evolution of French, British and German Nation State Identities«, in *Journal of European Public Policy* 6, 4, S. 614–633.
- Miller, Henry 2016. *Politics Personified: Portraiture, Caricature and Visual Culture in Britain, c.1830 – 80*. Oxford: Oxford University Press.
- Moser, Sebastian J.; Schlechtriemen, Tobias 2018. »Sozialfiguren – zwischen gesellschaftlicher Erfahrung und soziologischer Diagnose«, in *Zeitschrift für Soziologie* 47, 3, S. 164–180.
- Norris, Pippa; Inglehart, Ronald 2019. *Cultural Backlash: Trump, Brexit, and Authoritarian Populism*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Olick, Jeffrey K.; Robbins, Joyce 1998. »Social Memory Studies: From ›Collective Memory‹ to the Historical Sociology of Mnemonic Practices«, in *Annual Review of Sociology* 24, 1, S. 105–140.
- Pickering, Paul; Tyrell, Alex 2000. *The People's Bread: A History of the Anti-Corn Law League*. London: Leicester University Press.
- Pierenkemper, Toni 1998. »Die Angst der Deutschen vor der Inflation oder: Kann man aus der Geschichte lernen?«, in *Jahrbuch für Wirtschaftsgeschichte/Economic History Yearbook* 39, 1, S. 59–84.

- Piwoni, Eunike 2012. *Nationale Identität im Wandel: Deutscher Intellektuellendiskurs zwischen Tradition und Weltkultur*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Reckwitz, Andreas 2018. »Enttäuschung und Entwertung. Die Fabrikation negativer Affektivität in der Spätmoderne«, in *Westend. Neue Zeitschrift für Sozialforschung* 1, S. 45–65.
- Rhodes, Rod 2007. »Understanding Governance: Ten Years on«, in *Organization Studies* 28, 8, S. 1243–1264.
- Rippl, Susanne; Seipel, Christian 2018. »Modernisierungsverlierer, Cultural Backlash, Postdemokratie«, in *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie* 70, 2, S. 237–254.
- Sebald, Gerd; Weyand, Jan 2011. »Zur Formierung sozialer Gedächtnisse/On the Formation of Social Memory«, in *Zeitschrift für Soziologie* 40, 3, S. 174–189.
- Spall, Richard Francis 1988. »Free Trade, Foreign Relations, and the Anti-Corn-Law League«, in *The International History Review* 10, 3, S. 405–432.
- Suckert, Lisa 2019. *Der Brexit und die ökonomische Identität Großbritanniens: Zwischen globalem Freihandel und ökonomischem Nationalismus*. MPIfG Discussion Paper 19, 4. Köln: Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung.
- Suckert, Lisa 2020. »Zwischen ökonomischem Nationalismus und globalem Freihandel. Die wirtschaftspolitischen Ideale der Brexit-Kampagne«, in *Ökonomischer Nationalismus. »Nation« und »Nationalismus« in der soziologischen Analyse wirtschaftlicher Ordnungen*, hrsg. v. Kraemer, Klaus; Münnich, Sascha. Frankfurt a. M.: Campus (im Erscheinen).
- Tellmann, Ute 2019. »Ökonomie als Kultur«, in *Handbuch Kultursoziologie: Band 2: Theorien – Methoden – Felder*, hrsg. v. Moebius, Stephan; Nungesser, Frithjof; Scherke, Katharina, S. 557–582. Wiesbaden: Springer Fachmedien.
- Thackeray, David A. 2006. »The Crisis of the Tariff Reform League and the Division of »Radical Conservatism«, c.1913 – 1922«, in *History* 91, 301, S. 45–61.
- Thackeray, David; Thompson, Andrew; Toye, Richard. Hrsg. 2018. *Imagining Britain's Economic Future, c.1800 – 1975: Trade, Consumerism, and Global Markets*. Cham: Springer.
- Thackeray, David; Toye, Richard 2018. »What Was a British Buy? Empire, Europe and the Politics of Patriotic Trade in Britain, c.1945 – 1963«, in *Imagining Britain's Economic Future, c.1800 – 1975: Trade, Consumerism, and Global Markets*, hrsg. v. Thackeray, David; Thompson, Andrew; Toye, Richard, S. 133–157. Cham: Springer.
- Thompson, Andrew S. 1997. »Tariff Reform: An Imperial Strategy, 1903–1913«, in *The Historical Journal* 40, 4, S. 1033–1054.
- Todd, Selina 2014. *The People: The Rise and Fall of the Working Class, 1910–2010*. London: John Murray.
- Turner, Michael J. 1998. »The »Bonaparte of free trade« and the Anti-Corn Law League«, in *The Historical Journal* 41, 4, S. 1011–1034.
- Weichlein, Siegfried 2006. »Nationalismus und Nationalstaat in Deutschland und Europa. Ein Forschungsüberblick«, in *neue politische literatur* 51, 2/3, S. 265–351.
- Wright, Patrick 2009. *On Living in an Old Country: The National Past in Contemporary Britain*. Oxford: Oxford University Press.
- Ybema, Sierk 2010. »Talk of Change: Temporal Contrasts and Collective Identities«, in *Organization Studies* 31, 4, S. 481–503.
- Zebel, Sydney H. 1967. »Joseph Chamberlain and the Genesis of Tariff Reform«, in *Journal of British Studies* 7, 1, S. 131–157.
- Zelizer, Viviana 1997. *The Social Meaning of Money*. Princeton: Princeton University Press.
- Zelizer, Viviana 2000. »Die Farben des Geldes«, in *Berliner Journal für Soziologie* 10, 3, S. 315–332.

## Anhang

Abbildung 1: *The Blessing of Peace or the Curse of the Corn Bill*,\* 1815

Quelle: [www.britishmuseum.org](http://www.britishmuseum.org), © Trustees of the British Museum.

\* »Der Segen des Friedens und der Fluch der Corn Bill Gesetze«.

**Zusammenfassung:** Der Ausgang des Brexit-Referendums steht stellvertretend für das Erstarken populistischer Bewegungen, die etablierte Ordnungen in ihrem Kern infrage stellen. Zur Erklärung dieser politischen Verwerfungen werden gemeinhin zwei gegensätzliche Ansätze ins Spiel gebracht, »Cultural Backlash« und »Economic Deprivation«. Dieser Artikel stellt die dichotome Heuristik »Identität versus Ökonomie«, die beiden Ansätzen zugrunde liegt, infrage und entwirft stattdessen das Konzept der kollektiven ökonomischen Identität. Entlang einer diskursanalytischen Untersuchung von rund 400 Dokumenten der Brexit-Kampagne zeige ich, dass die Argumentation der Brexit-Befürworter\*innen keinesfalls durch eine Aussparung ökonomischer Aspekte gekennzeichnet war. Im Unterschied zu ihren Kontrahent\*innen verknüpften die EU-Kritiker\*innen ökonomische Sachverhalte jedoch mit Verweisen auf eine geteilte Vergangenheit und britische Wirtschaftstraditionen. Indem es den Fürsprecher\*innen eines EU-Austritts gelang, ökonomische Kritik identitär aufzuladen, konnten sie teils widersprüchliche wirtschaftspolitische Argumente integrieren und ein heterogenes Bündnis mobilisieren.

**Stichworte:** Wirtschaftssoziologie, Brexit-Kampagne, Populismus, ökonomische Identität, Tradition, *Cultural Backlash*-These, Nostalgie

### »Return to what we were«. The Role of Economic Traditions and Economic Identity for the Brexit Campaign

**Summary:** The outcome of the Brexit referendum is indicative of the broader emergence of various populist movements that fundamentally contest established orders. Explanations of recent political turmoil commonly refer to two opposing approaches known as »Cultural Backlash« and »Economic Deprivation«. The dichotomous heuristic »identity versus economy«, which underlies both approaches, is challenged in this article by introducing the concept of collective economic identity. Based on a discourse analysis of about 400 campaign documents from the Brexit referendum, I show that Brexit advocates did not avoid economic arguments in their reasoning. However, unlike their counterparts, EU critics linked economic issues with references to a shared past and British economic traditions. By relating their economic criticism to issues of common identity, the proponents of the EU were able to integrate claims for contradictory economic policies and mobilize a heterogeneous alliance for their cause.

**Keywords:** economic sociology, Brexit campaign, populism, economic identity, tradition, cultural backlash thesis, nostalgia

#### Autorin

Lisa Suckert  
Max-Planck-Institut für Gesellschaftsforschung  
Paulstraße 3  
50676 Köln  
suckert@mpifg.de