

Cottbuser Studien
zur Geschichte von Technik, Arbeit und Umwelt

herausgegeben von Günter Bayerl

Band 21

Beiträge zur Beckmann-Forschung



Waxmann 2003
Münster/New York/München/Berlin

Reinhold Reith, Torsten Meyer (Hrsg.)

„Luxus und Konsum“ –
eine historische Annäherung



Waxmann 2003
Münster/New York/München/Berlin

Gedruckt mit Unterstützung
des Bundesministeriums für Bildung, Wissenschaft und Kultur in Wien,
und der Stiftungs- und Förderungsgesellschaft
der Paris-Lodron-Universität Salzburg

Bibliografische Informationen der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in
der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische
Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Vg 1500



34 2004/0070

ISBN 3-8309-1276-5 ISSN 1430-2659

©Waxmann Verlag GmbH, 2003
Postfach 8603, D-48046 Münster
Waxmann Publishing Co.
P.O. Box 1318, New York, NY 10028, USA

www.waxmann.com
E-Mail: order@waxmann.com

Umschlaggestaltung: Pleßmann Kommunikationsdesign, Ascheberg
Titelgrafik: „Festspielauffahrt“, Aquarell von Georg Jung (1929), Privatbesitz
Satz und Layout: Marianne Jagerhofer, Universität Salzburg

Druck: Runge GmbH, Cloppenburg
Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem und
alterungsbeständigem Papier DIN 6738
Alle Rechte vorbehalten
Printed in Germany

VORWORT

Die im vorliegenden Band versammelten Beiträge dokumentieren die Ergebnisse der dritten wissenschaftlichen Tagung des Collegium Johann Beckmann, die 2000 in Kooperation mit dem Österreichischen Forschungsinstitut für Technikgeschichte, Wien, am Institut für Geschichte der Universität Salzburg abgehalten wurde. Nachdem sich das Collegium 1996 auf seiner Tagung in Halle in den Franckeschen Stiftungen mit Aspekten der Sozialpolitik im Zeitalter der Aufklärung beschäftigte, und 1998 in Kassel das Thema »Erfindungen« auf der Tagesordnung stand, hieß in Salzburg das Thema »Luxus und Konsum – eine historische Annäherung«. Dies entspricht der Zielsetzung des Collegiums, Themen zu behandeln, die Leben und Werk Johann Beckmanns berühren und gesellschaftliche Phänomene und Probleme in einer weiten historischen Perspektive aufgreifen.

An der Realisierung des Tagungsvorhabens waren mehrere Personen und Institutionen maßgeblich beteiligt, denen der Dank der Herausgeber gilt. Zunächst sei den Sponsoren gedankt, ohne deren finanzielles Engagement die Tagung nicht hätte stattfinden können: Die MANUFACTUM. Hoof & Partner KG hat unser Vorhaben unbürokratisch finanziell unterstützt. Darüber hinaus haben nicht nur Stadt und Land Salzburg, sondern auch die Dr. Wilfried-Haslauer-Bibliothek, der Karl-Steinocher-Fonds: Geschichte für heute und nicht zuletzt die Universität Salzburg die Tagung durch ihre Zuwendungen ermöglicht.

Daß die Tagungsvorträge – ergänzt durch die Beiträge von Michael John und Ernst Hanisch – schließlich in diesem Sammelband vereinigt werden konnten, ist der Förderung durch das Bundesministerium für Bildung, Wissenschaft und Kultur sowie der Stiftungs- und Förderungsgesellschaft der Paris-Lodron-Universität Salzburg zu danken. Frau Elfi Salzer hat freundlicherweise die Abdruckgenehmigung für das Umschlagbild »Festspielauffahrt« von Georg Jung (1929) erteilt.

Außerdem danken wir Marianne Jagerhofer, die zum organisatorischen Gelingen der Tagung wesentlich beigetragen – sowie Satz und Layout der Beiträge besorgt hat. Den Referenten, Kommentatoren und schließlich den Autoren gilt unser Dank für ihre Mühe und Geduld, ebenso Prof. Dr. Günter Bayerl für die Aufnahme des Bandes in die Reihe der »Cottbuser Studien«.

Salzburg und Cottbus, im März 2003

Reinhold Reith & Torsten Meyer

INHALT

REINHOLD REITH

Einleitung
»Luxus und Konsum« – eine historische Annäherung
9–27

RAINER BECK

Luxus oder Decencies?
Zur Konsumgeschichte der Frühneuzeit als Beginn der Moderne
29–46

ULRICH WYRWA

Luxus und Konsum
Begriffsgeschichtliche Aspekte
47–60

TORSTEN MEYER

Zwischen sozialer Restriktion und ökonomischer Notwendigkeit
»Konsum« in ökonomischen Texten der Frühen Neuzeit
61–82

CHRISTOPH MARIA MERKI

Zwischen Luxus und Notwendigkeit
Genußmittel
83–95

GERHARD DOHRN-VAN ROSSUM

Uhrenluxus – Luxusuhren
Zur Geschichte der ambivalenten Bewertung von Gebrauchsgegenständen
97–116

WOLFGANG KÖNIG

Das Automobil in Deutschland
Ein Versuch über den *homo automobilis*
117–128

GÜNTER BAYERL

Konsum, Komfort und Netzwerke
Die Versorgung mit Wasser
129–158

ROBERT HOFFMANN & CLAUDIA SCHÖNDORFER

Die Zelebration des Besonderen
Luxus-Event Salzburger Festspiele
159–179

MICHAEL JOHN

Vom Krämerladen zum Warenhaus
Zur Etablierung moderner Konsumkultur in einer österreichischen Provinzstadt
im 19. und 20. Jahrhundert
181–208

HANS-PETER MÜLLER

Die »feinen Unterschiede«, wo es keine geben sollte:
Anmerkungen zum Verhältnis von Arbeiteraristokratie und Luxus
209–220

INA MERKEL

Luxus im Sozialismus
Eine widersinnige Fragestellung?
221–236

ERNST HANISCH

Konsumgesellschaft und Säkularisierung
Die Signaturen der zweiten Hälfte des 20. Jahrhunderts
237–253

AUTOREN

255–256

INA MERKEL

Luxus im Sozialismus Eine widersinnige Fragestellung?

Das Thema »Konsum in der DDR« entwickelte sich nicht erst in der Wendezeit zu einem Reizthema. Der Mangel an bestimmten Konsumgütern – von der Banane bis zum Auto – war ein beliebter Erklärungsgrund für die »Abstimmung mit den Füßen«, den Exodus Richtung Westen. Die Ostdeutschen »wählten die D-Mark«, um endlich Anschluß an die seit Jahrzehnten medial vorgeführte Warenwelt des Westens zu bekommen. In den Debatten werden die folgenden stereotypen Stichworte als Grundprobleme sozialistischer Konsumpolitik aufgeführt: der Mangel an bestimmten Konsumgütern, die ästhetische Verarmung der Produktkultur und die fehlende Vielfalt, die durch eine nicht am Leistungsprinzip orientierte Lohn- und Preispolitik verursachte weitgehende Nivellierung kultureller und sozialer Unterschiede, der paternalistische Versorgungsanspruch der Partei (Subventions- und Verteilungspolitik) und schließlich die Privilegierung bestimmter Schichten (Parteiführung, Stasi, Industriechefs, Künstler).¹

Lebensweisen unter sozialistischen Verhältnissen erscheinen in dieser Sichtweise stark homogenisiert. Die Mängel des Angebots hätten zudem eine gewisse Uniformität erzeugt. Der Konsum der DDR-Bürger scheint überformt von gesellschaftlichen Anforderungen und staatlichen Zwängen, die nur äußerst geringe individuelle Handlungsspielräume (»Nischen«) und Entscheidungsmöglichkeiten offen hielten. Dieser Zusammenhang wird mit Begriffen wie Kollektivismus versus Individualisierung bzw. Homogenisierung versus Pluralität von Lebensstilen abgebildet und damit meist als Widerspruch zwischen Norm und Bedürfnis interpretiert. Ausgangspunkt der Überlegungen ist oftmals das Ende der DDR, das weitgehend auf die Defizite in der Konsumsphäre und beschränkte Bewegungsmöglichkeiten (Reisefreiheit) zurückgeführt wird.

Ein geradezu klassisches Beispiel für verkürzte Argumentationen lieferte die Enquete-Kommission des Bundestages zur »Überwindung der Folgen der SED-Diktatur im Prozeß der deutschen Einheit« in ihrem Abschlußbericht: »Die Erfahrung des Mangels gehörte untrennbar zur Alltagswirklichkeit der DDR. Leben in der DDR bedeutete in vielerlei Hinsicht ein Leben in Mangel und ein Leben mit dem Mangel. Der Mangel war geradezu eine prägende und charakteristische Eigenschaft des DDR-Alltags, die von jedem Menschen unabhängig von seiner politischen Einstellung ganz

1 Ausführlich zu diesem Themenfeld s.a.: Ina Merkel, Utopie und Bedürfnis. Die Geschichte der Konsumkultur in der DDR, Köln, Weimar u. Wien 1999.

bewußt erlebt wurde. Diese Erfahrungen sind weder an bestimmte historische Zeitabschnitte, an spezifische Regionen noch an bestimmte soziale Räume gebunden, sondern waren jederzeit und überall präsent.« Der Mangel sei in mehrfacher Hinsicht politisch relevant und charakteristisch gewesen, und deshalb sei es »berechtigt, von der DDR als einer ‚Mangelgesellschaft‘ zu sprechen.«² Der materielle wie der geistige Mangel seien zwar nicht politisch intendiert, dennoch systembedingt gewesen.

Zurückgeführt wird der Mangel auf die zentrale Verwaltung der Wirtschaft nach einem zum Gesetz erhobenen Plan einerseits, und auf das Primat der Politik andererseits, der stets ökonomische Notwendigkeiten untergeordnet wurden. Dahinter steht die These, daß sich Mangelercheinungen unter anderen politischen und ökonomischen Bedingungen, im Grunde sind hier Privateigentum und Marktkonkurrenz gemeint, hätten vermeiden lassen.

Unter diesen Voraussetzungen erscheint eine Diskussion über Luxus im Sozialismus allerdings widersinnig. Einmal, weil das Angebot an Konsumgütern in seiner Schlichtheit und Mangelhaftigkeit wenig Spielraum für luxuriöse Phantasien bot und zum anderen, weil die sozialistischen Idealvorstellungen auf die Aufhebung sozialer Unterschiede gerichtet waren. Formen demonstrativen Konsums waren – wenn schon nicht unmöglich – so doch moralisch verpönt. Dennoch wurde verschwenderisch gelebt (die sich anlässlich privater Festlichkeiten biegender Tische sind geradezu sprichwörtlich), es wurde auch Luxus produziert (und in eigens dafür eingerichteten Ladenketten mit Markencharakter verkauft: »Exquisit« und »Delikat«), und in bestimmten Kreisen pflegte man einen exklusiven Lebensstil, von Antikmöbeln über die verchromte Badarmatur aus dem Intershop bis zum Westauto.³

Doch es lohnt sich auch noch aus einem anderen Grund, nach dem spezifisch sozialistischen Verhältnis zu Luxus und Konsum zu fragen. Luxus und Mangel oder Notwendigkeit gibt es nicht an sich, sondern es handelt sich um relationale Begriffe, die stets erst noch mit konkreten historischen Inhalten gefüllt werden müssen. Was unter bestimmten historischen Verhältnissen als notwendig, mangelhaft oder luxuriös angesehen wird, richtet sich danach, was unter den gegebenen Umständen als normal gilt. Der konkrete Inhalt dessen, was unter Mangel oder Luxus verstanden wird, unterliegt nicht nur einem enormen historischen Wandlungsprozeß, er definiert sich auch klassen- und schichtspezifisch höchst verschieden.

2 Schlußbericht der Enquete-Kommission des Bundestages »Überwindung der Folgen der SED-Diktatur im Prozeß der deutschen Einheit«, Drucksache 13/11000 vom 10.6.1998, S. 197.

3 Zu meinen Jugenderinnerungen gehört folgende Begebenheit zu Beginn der 70er Jahre: Vor der Oberschule in Königs Wusterhausen (einer Kleinstadt in der Nähe von Berlin) fährt ein sportliches Cabrio vor. Ihm entsteigen zwei langhaarige Kerle in zerfledderten Jeans und unter die Arme geklemmten Büchern. Es sind Maxim Dessau (der Sohn des berühmten Komponisten) und sein Freund, die hier ganz normal zur Schule gehen. Das war Luxus pur, aber nicht allein im Sinne demonstrativen Konsums, sondern als Individualismus und Unabhängigkeit von geltenden Normen und Werten, als Tabubruch (Reichtum zeigt man nicht), aber eben auch einfach als Spaß am Leben, am schnellen Fahren – als Genuß, angestaunt zu werden.

Verwandlung von Luxus in Notwendigkeit

Gefragt werden muß deshalb immer nach den historischen Maßverhältnissen des Konsums. In ihnen drückt sich aus, was in einer Gesellschaft legitime Bedürfnisse sind und was als Luxus, d.h. Verschwendung, abgelehnt wird. In ihnen spiegelt sich das moralische Norm- und Wertgefüge einer Gesellschaft wider. »The patterns of consumption show up the patterns of society.«⁴

Die historische Entwicklung ist von der Tendenz gekennzeichnet, daß die Gegenstände aus dem Luxus in das Normale absinken, »daß, was früher als Luxus erschien, nun notwendig ist ... die Verwandlung dessen, was überflüssig erschien, in Notwendiges, geschichtlich erzeugte Notwendigkeit«, beschreibt Marx diesen Prozeß in den »Grundrissen der Kritik der politischen Ökonomie«.⁵ Luxus wird insofern immer wieder neu als Gegensatz zum – ebenfalls einem Wandlungsprozeß unterliegenden – Notwendigen bestimmt. Das ist für die DDR problematisch, weil spätestens Ende der 1960er Jahre der Lebensstandard in der BRD Maßstäbe setzte, die das Wertgefüge in der sozialistischen Gesellschaft in Frage stellten. Fernseher, Kühlschrank, Waschmaschine und Auto sind aus dem Luxus in den allgemeinen, »notwendigen« Gebrauch abgesunken. Der Wunsch nach solchen Gegenständen war nicht länger übertrieben oder absurd, sondern galt als normal für eine urbane Industriegesellschaft. Aber die Preispolitik der DDR wies sie weiterhin als Luxusgüter aus.

Luxus als »verrückte Konsumtion«

Doch Luxus erscheint noch in einer zweiten Bestimmung: nämlich als Gegensatz zum Mangel und wird somit zum Ausgangspunkt der Kritik an Verteilungsverhältnissen, unter denen bestimmte Bevölkerungsschichten ihre grundlegenden menschlichen Bedürfnisse nicht befriedigen können, während gleichzeitig andere Dinge, Waren, Güter im Übermaß konsumieren. Marx nennt das »Überkonsumtion und verrückte Konsumtion, die, ins Ungeheuerliche und Bizarre ausschlagend«.⁶ Hier ist der Begriff Luxus verknüpft mit einer kulturkritischen Konnotation, der Kritik an der Übertreibung, am Unnötigen, an der Verschwendung. Luxus erscheint als ein den normalen Lebensstandard überschreitender Aufwand und Prunk, der nicht nur nicht notwendig ist, sondern auch auf Kosten anderer geht, die das Notwendige entbehren müssen.

Mangel und Luxus fungieren hier als aufeinander bezogene Begriffe. Beide kritisieren sie bestehende Verteilungsverhältnisse und zielen auf ausgleichende, umverteilende Gerechtigkeit. Und genau in diesem Diskursmuster ist der Begriff von Luxus ideologisch verortet. Die Verhältnisse sind hier völlig klar: Niemand sollte sich in der

4 Mary Douglas u. Baron Isherwood, *World of Goods. Towards an Anthropology of Consumption*, New York 1979, Introduction.

5 Karl Marx, *Grundrisse der Kritik der politischen Ökonomie*, MEW 42, Berlin 1973, S. 434.

6 Ebd. S. 347.

sozialistischen Gesellschaft auf Kosten anderer bereichern können. Daß es dennoch Formen der Privilegierung gab (beispielsweise für begehrte Fachleute oder hochrangige Politiker), war nur schwer vermittelbar. Weitaus problematischer als solche »leistungsorientierten« Zugeständnisse stellte sich die wachsende Einflußnahme einer zweiten Währung, der Westmark, auf die Konsumverhältnisse im eigenen Lande dar. Westverwandtschaft ermöglichte eine Form symbolischer Distinktion, die sich eigentlich unter sozialistischen Verhältnissen von selbst verbot. Der Intershop wurde zum exterritorialen Gebiet, zum Ort des Luxuriösen inmitten einer Warenkultur der Notwendigkeiten. Damit dieses Faß nicht überlief, wurden Exquisitläden (für hochmodische Kleidung) und Delikatläden (für Nahrungs- und Genußmittel) eröffnet, in denen es Waren westlicher Provenienz für DDR-Geld, allerdings extrem überteuert, zu kaufen gab.

Sehnsucht nach Verschwendung

Die Sehnsucht nach Luxus hat, das deutet sich im Letztgesagten schon an, mindestens noch eine dritte Dimension: Sie bezeichnet nicht nur das Verlangen nach Distinktion und Verschwendung, sondern bedeutet eine lustvolle oder besser: lustbetonte Form des Konsumierens, – die Sehnsucht nach Gegenständen, die schön und kostbar sind aber auch komfortabel, elegant und bequem. Auch die Muße ist eine Form des Luxus, das Verbringen bzw. Verschwenden von freier Zeit, auf nichts anderes gerichtet als auf das Vergnügen. Luxus, das heißt auch: lustvoll zu leben.

Auf dieser Ebene führt die Frage nach dem Luxus zum Hedonismus, zur Genußfähigkeit als aktivem konsumtiven Verhalten, – und hier stoßen wir auf ein Paradoxon: Aus Mangel folgt nicht automatisch Genußunfähigkeit, und Luxus ist nicht mit Hedonismus gleichzusetzen, sondern unter Umständen funktioniert das Ganze genau andersherum: Betrachtet man beispielsweise die Konsumtionsverhältnisse der Nachkriegszeit, so handelt es sich um eine klar durch Bedarfsdeckung charakterisierte Phase, in der nur die notwendigsten Bedürfnisse – und selbst die nicht immer hinreichend – befriedigt werden konnten. Eine Vielzahl konsumtiver Wünsche wurde in die Zukunft aufgeschoben. Das vorherrschende Prinzip der Verteilung nach Bedürftigkeit, gesichert über die Rationierung, hatte stark egalisierende Effekte. Und dennoch darf man die Bedeutung des frei auf dem Schwarzmarkt Gehandelten, zusätzlich Beschafften nicht unterschätzen. Gerade die Seltenheit mancher Dinge machte sie nicht nur begehrenswert, sondern ihren Genuß auch besonders befriedigend. Der Mangel führte nicht automatisch zu asketischem Verhalten, sondern er wurde u.a. in hedonistischem Schwelgen ausgelebt. Die knappen Ressourcen provozierten überdies Kreativitäts- und Innovationsschübe.

Diese Verführbarkeit, alles zur unmittelbaren Bedürfnisbefriedigung sofort auszugeben statt es aufzuheben und »vernünftig« damit umzugehen, wird in der Literatur als ein Grundmuster proletarischen Konsumverhaltens gezeichnet: »Kargheit und Flüchtigkeit der Genüsse förderten einen elementaren Hedonismus«, schreibt Dietrich

Mühlberg. Das aber »machte den Proletarier zum Verwandten des Feudalen«. ⁷ Proletarisches Konsumverhalten kennt beide Seiten: die auf Bedarfsdeckung orientierte Haushaltung, die Langlebigkeit und restlose Verwertung der Waren aber eben auch den schnellen, spontanen Genuß zur Kompensation eines nicht aufhebbaren Elends. Nahrung, Kleidung, Wohnung und anderes mußten billig und »praktisch« sein, um so größer war das Bedürfnis, aus diesen Restriktionen quartalsweise auszubrechen.

Als luxuriös erscheint aus dieser Situation heraus ein Konsumverhalten, das vom modischen Wechsel, vom vorzeitigen Wegwerfen, von nicht restloser Verwertung gekennzeichnet ist. Gipfel des ‚Luxus‘ ist der Erwerb »sinnloser« Gegenstände, die nicht einmal der Demonstration ökonomischer und kultureller Potenz dienen können, sondern einfach nur die Verschwendung von Geld und Zeit symbolisieren: aus bildungsbürgerlicher Perspektive handelt es sich um Kitsch. Der Salzstreuer als Schweinchen, die Porzellantänzerin, der bemalte Teller, der Zimmerspringbrunnen und das billige, flüchtige Vergnügen: Zirkus, Tanzboden, Kino, Rummelplatz usw. usf. Wenn sich Proletarier solcherart Luxus gönnen, dann vielleicht auch oder gerade deshalb, weil er im Widerspruch zur restlosen Verwertung der Arbeitskraft im Kapitalinteresse steht.

In diesem Verhalten wird jedoch ein Gegensatz von Idealen und Wunschträumen deutlich: In den populären Phantasien á la Schlaraffenland ⁸ geht es im Unterschied zu den großen Sozial- und Staatsutopien (Rousseau, Owen, Fourier, Marx) nicht um die Abschaffung des Luxus, sondern um dessen Egalisierung, – nicht um die Verteilung der Arbeit auf alle, sondern um Gewinnmachen durch Faulheit, – nicht um die gleiche Verteilung des Geldes, sondern um seine Abschaffung. Auch die kommunistische Sozialutopie hatte letztlich das Idealbild eines produktiv arbeitenden, kreativen Bürgers (den Citoyen) als Hintergrund, während populäre Utopien sich am Habitus – jeder ein Graf – des Feudalen orientierten. Warum ist es wichtig, in diesem Zusammenhang darauf einzugehen? Die DDR war eine von unterbürgerlichen Schichten und Klassen sozialstrukturell geprägte Gesellschaft. In ihr wurden auf ideologischer Ebene ideale Vorstellungen vom klassenkämpferischen Proletariat propagiert. Dagegen standen jedoch die realen, lautstark artikulierten Bedürfnisse der Arbeiterschaft. Die Ideale der Konsumpolitik richteten sich am Habitus des ängstlich-sparsamen Kleinbürgers aus, doch die Bedürfnisse der unterbürgerlichen Schichten und der Jugend, als in der Nachkriegszeit neu entstehender Konsumentengruppe, waren hedonistisch orientiert.

7 Dietrich Mühlberg u.a., Zeit im Kapitalismus und proletarische Freizeitkultur. Zur historischen Ausbildung sozialistischer Freizeitkultur. Thesen 1986, in: Freizeit als Lebensraum arbeitender Menschen im Sozialismus – ihr Platz in der Freizeitkultur des 20. Jahrhunderts, Berlin 1987, S. 12.

8 Vgl. Dieter Richter, Schlaraffenland. Geschichte einer populären Phantasie, Frankfurt/M. 1989.

Widersprüche der Konsumpolitik

Auf allen drei Ebenen, auf denen Luxus hier betrachtet wurde, – als ein relationaler Begriff, in dem sich die jeweiligen Maßverhältnisse des Konsumierens spiegeln, – als ein ideologisches Konzept, mit dem ungleiche Verteilungsverhältnisse kritisiert werden, – und als eine populäre hedonistische Praxis, zeigen sich DDR-spezifische Besonderheiten. Das ist zum einen die Konkurrenz der westlichen Warenwelt, die als medial vermittelte Imagination und auch ganz handgreiflich die sozialistische Konsumkultur prägt. Da sind zum zweiten utopische Ideale von Gerechtigkeit, die auf einen breiten Konsens in der »arbeiterlichen Gesellschaft« (Wolfgang Engler) hoffen durften. Schließlich haben wir es mit den tradierten konsumtiven Praxen überwiegend unterbürgerlicher Schichten zu tun. Aus diesem Gemenge – verschärft noch durch eine angespannte wirtschaftliche und politische Lage – ergeben sich immer wieder neue Spannungen zwischen Utopie und Bedürfnis, zwischen Gesellschaftsvorstellungen und individueller Subjektivität, die sich an den Widersprüchen der Konsumpolitik der DDR ablesen lassen. Auf eines dieser widersprüchlichen Konzepte und Erscheinungen möchte ich im Folgenden exemplarisch eingehen: Die Preispolitik, mit der einerseits die Egalisierung der Lebensweisen beabsichtigt war (Festpreise), andererseits aber Distinktion befördert wurde (Politik der zwei Preisklassen). Die Politik begab sich hierbei in einen systematischen Widerspruch mit den ihr vorausgesetzten eigenen Idealen. Und sie tat dies auf Druck von Seiten der Bevölkerung. Der ausgehandelte Kompromiß war am Ende nicht nur ökonomisch widersinnig, er hatte sich überdies seiner eigenen Argumentationskraft beraubt.

Umverteilung des Reichtums

Um ein gewisses Verständnis für die Konfliktlage zu gewinnen, mit der die Konsumpolitik in der DDR umgehen mußte, sei in aller gebotenen Kürze die kommunistische Utopie in Bezug auf Reichtum und Konsum vergegenwärtigt, vor deren Hintergrund System und Politik konstruiert wurden. Ausgangs- und Orientierungspunkt sozialistischer Konsumpolitik war ein Ideal der Bedürfnisbefriedigung, das sich unter den Bedingungen des real existierenden Sozialismus allerdings nur partiell und fragmentarisch entfalten konnte. Der utopische Gehalt des sozialistischen Gesellschaftsideals bestimmte sich wesentlich in Auseinandersetzung mit dem und Abgrenzung zum kapitalistischen Staats- und Wirtschaftsmodell. Es sollte eine Alternative zum westlichen Wohlstandsmodell darstellen, eine »Gegenmoderne« initiieren.⁹ Das blieb auch so, als sich im Zuge der Nachkriegsentwicklung enorme Veränderungen im Lebensstandard breiter werktätiger Schichten vollzogen.

9 Rainer Land, Unvereinbar: Avantgardismus und Modernismus, Diskussion: Waren die Reformsozialisten verhinderte Sozialdemokraten? Teil 1, in: Neues Deutschland vom 23./24.4.1994, S. 10.

Eingebunden in dieses Gesellschaftsmodell war eine bestimmte Vorstellung davon, was die Menschen für ihr Wohlbefinden brauchen, wie sie leben, wie sie konsumieren und wie sie ihre Zeit verbringen sollten. Die kommunistische Idealvorstellung, »Jedem nach seinen Bedürfnissen« zu geben, wessen er bedarf, zielt auf die Abschaffung der gravierenden Unterschiede zwischen reichen und armen Bevölkerungsschichten und beruht auf der Annahme, daß, wenn diese Unterschiede beseitigt wären, das private Eigentum (nicht der individuelle Besitz!) an Gegenständen bedeutungslos würde. Solche Vorstellungen sind in der abendländisch-christlichen Denktradition tief verwurzelt und haben auch in der politischen Arbeiterbewegung stets eine große Rolle gespielt.

Unter den Bedingungen der Klassen- und Ständelosigkeit – so die Idee – würde Konsum als symbolisches Kapital, als Repräsentations- oder Geltungskonsum keinen Sinn mehr machen. Die Gegenstände reduzierten sich, auch in ihrer ästhetischen Gestalt, auf ihren Gebrauchswert. Kulturelle Unterschiede drückten sich nicht über die erworbenen Gegenstände, sondern als Gestaltungsvielfalt und reiche Individualität aus. Seltsamerweise sind diese Utopien auch der westlichen Welt vertraut: Sie finden sich in fast jedem Science-Fiction-Film.¹⁰ Problematisch erscheint nun, daß der real existierende Sozialismus vorwiegend mit der Nivellierung sozialer Unterschiede beschäftigt war und der Ausprägung von Individualitäten höchst skeptisch und abweisend, ja ängstlich gegenüberstand. Das verwirrt das Bild, dennoch waren sie der ursprüngliche utopische Inhalt.

Mit der Orientierung auf den Gewinn von frei verfügbarer Zeit für die Entwicklung des Individuums und Beziehungsreichtum anstelle von gegenständlichem Reichtum bzw. auf Gebrauchswerte anstelle von kulturell-symbolischer Distinktion ist die Utopie auf eine einfache Formel gebracht. Diese gilt allerdings nur unter den Bedin-

10 Die Konsumutopien finden sich in zwei Richtungen. Auf der einen Seite haben wir schlichte Vorstellungen vom Überfluß, wie sie im Bild vom Schlaraffenland geronnen sind. Die permanente Verfügbarkeit aller gewünschten Dinge führt allerdings binnen kurzem zu großer Langeweile. Auf der anderen Seite haben wir Bilder von Uniformität und Askese, die mit Produktivität und Kreativität gepaart sind. Im Science-Fiction-Film des 20. Jahrhunderts wiederholen sich Szenen von unglaublicher Monotonie. Alle Räume sehen gleich möbliert aus. Sie sind sehr funktional eingerichtet. Es fehlen jegliche Accessoires, die den Status der darin lebenden Person offenbaren würden. Die Menschen sind alle gleich gekleidet, und zwar in uniformähnliche, rein praktischen Zwecken dienende Anzüge. Vor dieser Matrix drückt sich die Individualität, über die sie zweifelsohne verfügen, zwar nur durch Gestik, Mimik, Gesichtsausdruck, Haltung, Stimme und das, was sie sagen und tun, aus. Dafür erscheint sie um so einprägsamer. Diese Zukunftsmenschen bedürfen nicht mehr der Unterscheidung durch Kleidung und Ornament. Die Grundsätze des neuen Lebensstils: Es gibt kein Geld mehr und niemand will mehr haben, als er unbedingt zum Leben benötigt. Es ist geradezu phantastisch, daß ein solches Anti-Konsum-Konzept heutige Massen begeistert. Vielleicht deshalb, weil nicht eigentlich Konsumverzicht im Mittelpunkt steht, sondern heftig ausgelebter konkreter Genuß an sozialen Beziehungen. Und, weil den neuen Menschen etwas gegeben wird: unendlich viel Zeit, ohne äußere Existenzzwänge sich ganz der Entwicklung der Persönlichkeit hingeben zu können.

gungen einer entwickelten Bedürftigkeit, in der nicht der »Sinn des Habens«, sondern die Notwendigkeiten des Gebrauchs das Erwerben von Gegenständen bestimmen.

Im Unterschied zu christlichen Gleichheitsvorstellungen beruht das kommunistische Ideal zugleich auf einem Bedürfniskonzept, in dem nicht nur einfach zwischen notwendigen und überflüssigen (Luxus-) Bedürfnissen unterschieden wird, sondern zwischen konsumtiven und produktiven Bedürfnissen. Arbeit sollte zur eigentlichen Sphäre menschlicher Selbstverwirklichung und sogar zum ersten Lebensbedürfnis werden. Das setzte die Aufhebung entfremdender Arbeitsbedingungen, die Angleichung körperlicher und geistiger Arbeit und von Stadt und Land voraus. Die Neuordnung der Eigentumsverhältnisse wurde dafür als notwendige Voraussetzung verstanden, doch sie allein war nicht hinreichend.

Durchsetzbar erschienen die sozialistischen Gleichheitsideale idealiter dadurch, daß das Verhältnis von Produktion und Konsumtion nicht über den Markt, als ein sich selbst vermitteltes des Preises regulierendes Prinzip von Angebot und Nachfrage, sondern über den Plan und einen nach sozialen Kriterien gebildeten festen Preis bzw. durch die Subventionierung des Grundbedarfs geregelt werden sollte. Die Vorstellung von der Planbarkeit gesellschaftlicher Prozesse war einer der wichtigsten Bestandteile der kommunistischen Utopie. Wäre die Gesellschaft berechenbar und mit ihr die Bedürftigkeit der Menschen – so die Hoffnung –, so würden Ressourcen nicht unnötig verschwendet, Arbeitszeit würde auf ein notwendiges Maß reduziert und die Menschen wollten nur das haben, was sie zu ihrer Existenzsicherung oder freien Entwicklung wirklich brauchen. Ein solches Konzept verlangt nicht automatisch Konsumverzicht, bedeutet nicht gleichermaßen Diktatur über die Bedürfnisse, sondern zielt auf die kulturkritische Unterscheidung von wahren, echten und falschen, überflüssigen Bedürfnissen. Konsum über diese echten Bedürfnisse hinaus wird als Kompensation für nicht befriedigend gelebtes Leben interpretiert. Wirklich befriedigend aber sei es, produktiv, kreativ zu sein.

In solchen Konzepten, die sich auch in der bürgerlichen Konsumkritik finden lassen, macht sich ein paternalistischer Gestus gegenüber der Bevölkerung bemerkbar: Es ist die Aufforderung zu vernünftig-rationalem Verbrauch: »Der Klassenfeind will uns auch dadurch schaden, daß er den Bedarf der Bevölkerung in die Richtung der sogenannten amerikanischen Lebensweise zu lenken versucht. Diese amerikanische Lebensweise ist in Wirklichkeit nichts anderes als das Luxusleben einer kleinen Minderheit auf Kosten der Mehrheit, ist die Verschwendung materieller Werte, die die Werktätigen geschaffen haben.«¹¹

Luxus ist hier nicht nur im Kontext ungerechter Verteilungsverhältnisse konnotiert, sondern auch moralischer Appell an alle, sparsam mit den vorhandenen Ressourcen umzugehen. Das Problem ist die Einstellung mancher Konsumenten, bei denen »noch eine Vielzahl von Gewohnheiten und Rudimenten aus der kapitalistischen Gesellschaft vorhanden sind. Es ist deshalb eine ständige aktive Einflußnahme auf die

Entwicklung der Bedürfnisse der Menschen notwendig ... Dies wird nur gelingen im Kampf gegen jegliche Formen des Geltungskonsums, Kampf gegen Erscheinungen des Egoismus bzw. der Überbetonung persönlicher Interessen gegenüber den Interessen der Gesellschaft.«¹²

Die Erziehung der Konsumenten zu vernünftig-rationalem Verbrauch gestaltete sich als eine Jahrhundertaufgabe, nicht nur, weil sie renitent waren und auf ihren Gewohnheiten bestanden, sondern weil sich die sozialistische Gesellschaft die Verbesserung der Lebensbedingungen, den Wohlstand der breiten Massen, auf die Fahnen geschrieben hatte. Ziel und Anspruch sozialistischer Produktion war – wie auf jedem Parteitag betont wurde – die immer bessere Befriedigung der Bedürfnisse der Bevölkerung, – d.h. die Legitimität des sozialistischen Systems hing wesentlich von seinem konsumpolitischen Erfolg ab.

Der aber war nicht so einfach zu erreichen. Damit befand sich die Partei- und Staatsführung, wollte sie ihre ökonomische Strategie nicht prinzipiell zur Diskussion stellen, unter Erfolgsdruck, getrieben vom permanenten Vergleich mit dem Westen. Dennoch war die Debatte von einem unbeeindruckbaren Überlegenheitsdenken geprägt, da die Grundbedürfnisse (Arbeit, Essen, Kleidung, Wohnen) für alle garantiert wurden, und es nicht die Teilung der Gesellschaft in Wohlhabende, die sich jeden Unsinn leisten können und absichtlich verschwenden (Baden im Sekt) und Arme, die elend darben, unter einer Brücke schlafen und hungern müssen, gab.

Dem sozialistischen Ideal der Bedürfnisbefriedigung lagen eine Reihe von konsensfähigen Gedanken zugrunde, wie Verteilungsgerechtigkeit und die Ablehnung unnötiger Verschwendung, doch sie bot auch Konfliktstoff: Arbeit als Bedürfnis, das Ideal rationaler Verbrauchsnormen und gesellschaftlichen Besitzes versus individuelle Bedürfnisse und Konsumvorstellungen. Die Konsumpolitik versuchte zwar in beide Richtungen zu vermitteln, doch letztlich wurden alle Entscheidungen auf der Grundlage wirtschaftspolitischer Notwendigkeiten getroffen. Und die standen oftmals quer zum Ideal und bedienten so unter der Hand etwas, das eigentlich bekämpft werden sollte: das individuelle Streben nach Besitz und Distinktion. Die Preispolitik ist ein exemplarischer Fall, an dem dieses Dilemma der Konsumpolitik deutlich gemacht werden kann.

Preispolitik in der Zwickmühle

Neben der Aufhebung privatkapitalistischer Eigentumsverhältnisse stellt die Politik der festen Preise und der Subventionierung des Grundbedarfs einen weiteren wichtigen Schlüssel zum Verständnis der Konsumpolitik der DDR dar. Nach dem Plan war der Preis das wichtigste Instrument zur Gestaltung der Volkswirtschaft. In der DDR wurde im Zusammenhang mit der schrittweisen Aufhebung der Rationierung ein kompliziertes System administrativ festgelegter Festpreise geschaffen, die für gleiche Waren unabhängig von Ort und Zeit des Verkaufs in der ganzen Republik galten. Da die

11 Stiftung Archiv der Parteien und Massenorganisationen der DDR im Bundesarchiv (SAPMO BA), Dy 30/IV 2/610/14, unpag., Vorlage für das Politbüro vom 16.9.1961.

12 Ebd.

Preise nicht auf dem Markt nach dem Verhältnis von Angebot und Nachfrage ausgehandelt wurden, sondern im Vorhinein gesetzt waren, konnten sie nicht wie in anderen Gesellschaften zur Regulierung des Marktes eingesetzt werden. Das wurde auch gar nicht als ihre Aufgabe angesehen. Sie hatten im Wesentlichen die Funktion, soziale Gerechtigkeit und Gleichheit herzustellen und zu vermitteln.

Da aber das notwendige gesellschaftliche Reineinkommen ebenfalls nur über den Preis realisiert werden konnte und die sozialistische Gesellschaft hier einen enormen Akkumulations- und Investitionsbedarf hatte, drückte sich im Preis auch das Verhältnis von gesellschaftlichen und individuellen Bedürfnissen aus. Während bestimmte Warengruppen hochsubventioniert waren, wurden andere künstlich verteuert, um die für die Industrie notwendigen Investitionsmittel zu gewinnen. Darin verbarg sich ein enormes soziales Konfliktpotential, wurde doch durch den Preis definiert, was im Sinne des Gleichheitspostulats als legitimes Bedürfnis der Individuen anzusehen sei und was nicht.

Preispolitik in der DDR wurde von verschiedenen, einander zum Teil widersprechenden Strategien getragen. Einerseits orientierte sie sich am Bedarf der einkommensschwächsten Bevölkerungsgruppen. Aus diesen Erwägungen heraus wurden die Preise für die Mittel des Grundbedarfs – Wohnung, Ernährung, Verkehr, Kultur, Bildung – künstlich niedrig gehalten und staatlich subventioniert. Andererseits mußte das notwendige gesellschaftliche Reineinkommen realisiert werden, weshalb alle anderen Waren entweder nach dem Prinzip der zwei Preisklassen (Standard und gehobener Bedarf) differenziert oder aber als Luxusgüter angesehen und zu teilweise extrem hohen Preisen verkauft wurden. Eine solche Preispolitik sicherte zwar den minimalsten Lebensstandard, beförderte andererseits aber gerade das, was sie verhindern wollte, nämlich eine soziale Differenzierung.

Problematisch wurde das im Verlauf der Jahre in zweierlei Hinsicht: Erstens, weil sich die Bedürfnisstrukturen grundlegend veränderten, neue Konsumgüter erstmals auf dem Markt erschienen und Waren des exklusiven Bedarfs systematisch in den Grundbedarf absanken (z.B. Kühlschrank, Waschmaschine und auch das Auto), die festen Preise aber dieser Dynamik entgegenstanden. Zweitens, weil sich immer deutlicher zwei verschiedene Niveaus bzw. Klassen von Waren herausbildeten, wobei die Standardwaren immer weniger wurden und keine echte Alternative zum gehobenen Preisniveau mehr darstellten. Unter der Hand bedeutete diese Entwicklung eine schleichende Preiserhöhung. Obwohl die soziale Entdifferenzierung das ideologisch gesetzte Ziel war, war soziale Ausdifferenzierung letztendlich der Effekt der Preispolitik. Folge der paternalistischen Subventionspolitik war außerdem die Vernutzung und Verschwendung von Ressourcen, – die bei Brot angefangen, über Wasser und Heizung bis zum Wohnraum reichte.

In der Parteiführung wurde die Preispolitik auf diesen beiden, hier grob angerissenen Ebenen, diskutiert. Im Hintergrund der Preisdiskussionen stand implizit der Ost-West-Vergleich. Dieser Vergleich erbrachte jedoch all die Jahre immer wieder dieselben Ergebnisse: Bei Lebensmitteln, Mieten, Verkehr, Kultur usw. waren die DDR-Preise entschieden niedriger, bei Textilien, Schuhen und Industriewaren lagen

die der Bundesrepublik niedriger. Diese Disproportionen waren jedoch wenig geeignet, sich gegenseitig zu kompensieren, vielmehr verschob sich die Wahrnehmung der Preisvorteile mit der sich verändernden Bedürfnisstruktur immer mehr zugunsten Westdeutschlands. Da sich der Wert einer Ware oder Dienstleistung nicht adäquat im Preis ausdrückte, ging auch das Gefühl der Konsumenten für kulturelle und soziale Werte verloren. Mieten und Verkehr wurden als Kostenfaktor gar nicht mehr recht wahrgenommen, was sich seit der Wende allerdings schnell ins Gegenteil verkehrte.

Lohnerhöhungen und Preissenkungen stellten in den 1950er und 1960er Jahren das wichtigste propagandistische Mittel dar, um den Fortschritt, das Gedeihen der Republik und den wachsenden Wohlstand jedes einzelnen sinnfällig zu machen. Die Überlegenheit des sozialistischen Systems sollte sich in Preisstabilität auf niedrigem Niveau beweisen. Insofern hat die Preispolitik auch eine zutiefst symbolische Bedeutung, die von der Bevölkerung sehr wohl verstanden wurde. Dadurch wurde jedoch die Erwartung genährt, daß die existierenden Preise generell Höchstpreise seien, denen – nach der Logik der steigenden Arbeitsproduktivität – die Tendenz innewohne, permanent zu fallen, – und zwar solange, bis eines Tages gar keine Preise und auch kein Geld mehr notwendig sein würden. An dieser utopischen Idee maß sich nicht so sehr die Realität, sondern vor allem die Legitimität der Regierung. Sie begrenzte ihren politischen und ökonomischen Handlungsspielraum enorm und geriet zunehmend in Widerspruch zu den sich verändernden Bedürfnissen der Bevölkerung. Darin spiegelt sich ein Dilemma, in das sich die Parteiführung durch ihre propagandistische Politik selbst hineinmanövriert hatte. Die Politik der Festpreise erwies sich, je länger die DDR bestand, immer deutlicher als Achillesferse der ökonomischen Politik.

Kompromisse: Enklaven des Kapitalismus

Schon sehr früh, nämlich erstmals 1948, hatte man versucht, neben dem Festpreisprinzip marktwirtschaftlichen Grundsätzen Geltung zu verschaffen: Mit der Ladenkette HO (Staatliche Handelsorganisation) wurde zu Rationierungszeiten ein Marktsegment eröffnet, in dem es Mangelwaren zu sehr hohen Preisen zu kaufen gab. Zwar waren auch hier die Preise nicht frei verhandelbar, sie unterlagen aber dennoch in viel stärkerem Maße der Dynamik von Angebot und Nachfrage. Ergänzt wurde diese Einrichtung nur drei Jahre nach Aufhebung der Rationierung 1961 durch die Ladenkette Exquisit und 1966 durch die Einrichtung von Delikatläden. Allen drei Einrichtungen gemeinsam war das Angebot von besonders ausgewählten Waren in einer gehobenen Preisklasse, zum Teil extrem überteuert. Sie stehen für eine weitere wichtige Linie der DDR-Konsumpolitik.

Es gibt natürlich Unterschiede zwischen der HO, wo noch die Mangelwaren dominierten, und Exquisit bzw. Delikat, die – wie die Namen andeuten – explizit auf den gehobenen Bedarf ausgerichtet waren. Im Angebot waren nicht schlechthin Mangelwaren, sondern im Gegenteil ausgewählte Qualitäten, hochmodische Bekleidung, auserlesene Genußmittel zu Wahnsinnspreisen. In diesen Läden gab es etwas Besonderes, Exquisites, eben Luxuswaren. Mit der Einführung dieser Läden verknüpfte sich

die ökonomische Erwartung, die Kaufkraft gehobener Schichten abschöpfen zu können. Aus politischer Sicht wollte man die Loyalität und Arbeitswilligkeit hochqualifizierter und gutbezahlter Fachkräfte in Schwerpunktbereichen fördern: von Ingenieuren, Ärzten, Künstlern usw. Die Privilegierung dieser Gruppen wurde mit dem Argument des Nutzens für das Gemeinwohl legitimiert.

Doch obwohl auf die gehobenen Schichten ausgerichtet, erfreuten sich die teuren Läden eines unerwartet großen Zustroms aus allen Bevölkerungsschichten. Als 1958 in Berlin als Test die erste Modeboutique »Sybille« eröffnet wurde, überschlugen sich die Journalisten vor Begeisterung. Aus den euphorischen Zeitungsartikeln spricht die ungehemmte Freude über das phantastische Angebot: »... das reinseidene Nachmittagskleid aus Polen neben dem seegrünen Leinenkleid vom VEB Kunst und Mode. In den Vitrinen hing der holländische Mohairmantel neben dem geradezu mondänen Nachmittagsmantel mit großem Pelzbesatz vom VEB Elegant Berlin ... Lederne Westen und kirschrote Wäsche, goldene Abendpantoffeln und Petticoats aus Batist und Perlon ...«¹³

Reine Seide, Leinen, Mohair, Leder, – gute Qualität und edle Materialien wurden hier angeboten. Die Journalisten schwelgten in der Beschreibung ausbrechender Kauflust: endlich wieder »wühlen« können im »Krimskrams« und aus großer Fülle auswählen. Geld wurde dabei zur Nebensache, nicht im praktischen, sondern im symbolischen Sinne. Am Rande wurde bedauernd angemerkt: »Bis jetzt ist das meiste in der Boutique leider noch zu teuer, denn Einzelanfertigungen und hochwertige Importe sind nun einmal kostspielig.«¹⁴ Doch wenige Sätze später wurde auf den großen Ansturm, den die Boutique in den ersten Tagen erlebte, aufmerksam gemacht. Obwohl hier sehr teure Modellkleider zum Verkauf gelangten, führte dies weder in der Parteilührung noch in der Bevölkerung zu prinzipiellen Debatten über Preisstrukturen. Die Bevölkerung war – wie auch schon bei der Einführung der HO – durchaus bereit, höhere Preise für besondere Waren zu akzeptieren.

Um deutlich zu machen, daß diese Läden die Ausnahme bleiben sollten und daß das billige Standardangebot bestehen bleiben würde, wurde 1961 verfügt, daß solche besonderen Kleidungsstücke, »Spitzenerzeugnisse, Einzelmodelle«, die »höchsten Ansprüchen genügen«, nur in ausgewählten und als solche gekennzeichneten Geschäften verkauft werden dürften. Es wurden höchstmögliche Preise gesetzt.¹⁵ Diese Geschäfte wurden für die Öffentlichkeit sichtbar mit EXQUISIT gekennzeichnet. Die einzelnen Geschäfte erhielten darüber hinaus Namen wie »Yvonne«, »Jeannette«, »Madeleine«, »Kavalier«, »Pinguin«, »Piccolo« oder »Charmant«, Namen die fast sämtlich der fran-

13 »Berlin hat seine erste Boutique« von Inge Kertzsch, Neues Deutschland vom 16.8.1958.

14 Ebd.

15 So kosteten Kleider zwischen 250,- und 900,- DM, Damenmäntel von 450,- bis 1200,- DM, Schuhe von 110,- bis 185,- DM und Obertrikotagen von 120,- bis 290,- DM. SAPMO BA, Dy 30/IV A2/2021/720, Bl. 27, Information vom 28.9.1962.

zösischen Sprache entlehnt waren und wohl auf die Nähe zur Pariser Haute Couture anspielen sollten.

Die solcherart »markierten« Läden waren sorgfältig ausgewählt und repräsentativ ausgestattet. Das Personal wurde unter den besten Verkäufer/innen ausgesucht und ausgiebig geschult. Entgegen dem Trend zur Selbstbedienung wurde in Exquisitläden weiterhin individuell bedient. Der Verkaufston war gut bürgerlich und gepflegt werdend: »Lassen Sie sich in unserem Salon alles unverbindlich zeigen.«, schrieb der Damen-Modosalon »Honetta« auf seine Visitenkarte.¹⁶ In den Schaufenstern durfte die Dekorationsware nicht ausgepreist werden.¹⁷ 1969 gab sich die Ladenkette ihr eigenes Markenzeichen, ein geschwungenes kleines »e« mit der Unterschrift »Modosalon«, das fortan nicht nur die Läden kennzeichnete, sondern auch die Etiketten, die Rechnungen, das Briefpapier usw. schmückte.¹⁸ Dies alles hob die EXQUISIT-Verkaufsstellen aus dem üblichen Einzelhandel heraus. Auf die ausgewählte Verkaufskultur wurde seitens der Regierung besonderer Wert gelegt. Bereits die Außenansicht und erst recht die Innengestaltung sollten eine gediegene Verkaufsatmosphäre schaffen. Solchermaßen präsentierte Waren, dem Vergleich mit billigen Standardwaren nicht unmittelbar ausgesetzt, erzeugten die gewisse Aura, die dann auch den gepfefferten Preis gerechtfertigt erscheinen ließ. Die Exquisitläden verströmten einen Hauch bürgerlicher Noblesse, der sich vom rüden pragmatischen Umgangston im normalen HO-Geschäft wohltuend oder auch nervend – je nach Generations- und Schicht Erfahrung – abhob.

Das macht auf einen doppelten Anachronismus aufmerksam, der in der Einrichtung der Exquisit-Läden steckte: Der Schritt in die Moderne, der Anschluß an das Weltniveau wurde im bürgerlich-exklusiven Bereich vollzogen. Dort aber, wo die eigentliche Attraktivität der westlichen Konsumgesellschaften lag; dem überbordenden Angebot im Billigbereich, stellte sich die DDR die Aufgabe, »bedarfsgerecht« zu versorgen, d.h. praktisch und solide.

Boutiquen, Exquisit- und Delikat-Läden wurden ein großer Erfolg. Daran kann man deutlich die hohe Akzeptanz, die sie bei der Bevölkerung hatten, ablesen. In den Berichten ist immer wieder von der »großen Beliebtheit« die Rede, welcher sich die Exquisitgeschäfte bei den DDR-Bürgern erfreuten.¹⁹ Im Volksmund wurden die Geschäfte nur kurz »Ex« genannt, und der DELIKAT erhielt dann sogar die Bezeichnung »Freß-Ex«. Dies mag angesichts der hohen Preise verwundern und kann nur mit dem Statuswert von Exquisitwaren erklärt werden. Exquisitgeschäfte funktionierten in einer ansonsten recht durchstandardisierten Konsumkultur als Erkennungszeichen für das

16 SAPMO BA, Dy 30/IV 2/610/130, Bl. 156. Siegfried Spann: Interview mit dem Stellvertreter des Ministerium für Handel und Versorgung der DDR Fritz Recknagel zur Bedeutung der Exquisit-Verkaufsstellen vom 18.4.1962.

17 SAPMO BA, DL 1- 11613, unpag., Entwurf. Anordnung über die Errichtung von Exquisit-Verkaufsstellen (Industriewaren) vom 1.7.1962.

18 Zeichensatzung für das Verbandszeichen »Modosalon«, in: Verfügungen und Mitteilungen des Ministeriums für Handel und Versorgung 8, 1969, S. 89.

19 SAPMO BA, Dy 30/IV 2/610/130, Bl. 156, Siegfried Spann: Interview (wie Anm. 15).

Besondere, Nichtalltägliche. Sie erlangten – wenn man so will – Markenqualität. Die Markenwirkung beruht auf dem Zusammenhang, der zwischen Ware und Marke gestiftet wird. Im Falle von Exquisit verweist der Markennamen auf eine bestimmte Herkunft: Westen und eine spezifische Qualität: auf Luxus.

Trotz der hohen Akzeptanz hatte die Staats- und Parteiführung ein Legitimationsproblem. Das wird auch daran deutlich, daß sie auf jede öffentliche Debatte oder Argumentation verzichtete. Erst 1965 wird ein erster Artikel in die »Junge Welt« lanciert mit der provokanten Überschrift: »Findest du es richtig, daß es bei uns Exquisit-Läden gibt?« Das Problem ist, daß die jungen Leute nicht genug Geld haben, um dort einkaufen zu gehen.

»Fritz: Was gefällt dir nicht daran, wenn erlesene Waren in besonderen Geschäften verkauft werden? Exquisit bedeutet ja auf deutsch: erlesen.

Horst: Die Preise. Es können sich doch nur wenige leisten, dort zu kaufen.«²⁰

Konkret ging es um Nylonhemden, für die im Exquisit rund 80,- Mark bezahlt werden mußten, während sie im Westen zwischen 15,00 bis 20,00 DM kosteten. Es handelte sich demnach um Westimporte, doch diese Frage wurde von der »Jungen Welt« geschickt umgangen.

»Fritz: ... Weil sie das Neueste darstellen, gibt es zuerst davon nicht viel. Meist hat sie nur ein Modegestalter oder ein Kollektiv entworfen und nur ein Betrieb ihre Herstellung aufgenommen. Solange es von ihnen nur eine verhältnismäßig geringe Zahl gibt, gelten sie auch nur als hochmodisch.

Horst: Ich verstehe, du meinst, solange sollen sie auch einen hohen Preis haben.

Fritz: Ja, du vielleicht nicht? Wenn jemand zu den ersten gehören will, die einen hochmodischen Mantel, einen hochmodischen Pullover, einen solchen Schal oder das neue ausgefallene Schuhmodell tragen, warum soll er dafür nicht mehr zahlen? Er tut es ja auch.«²¹

Und dann wird im weiteren Verlauf begründet, warum die DDR es sich ökonomisch noch nicht leisten kann, mehr von diesen Waren herzustellen und dementsprechend die Preise zu senken.

»Horst: Die Exquisit-Käufer tragen demnach gewissenmaßen einen Teil dazu bei, daß Waren höherer Qualität für alle hergestellt werden. Das gefällt mir.«²²

Das Grundproblem, daß die zwei Preis- bzw. Warenklassen indirekt die Herausbildung von schichtspezifischen Unterschieden befördern, ist zwar mit einer solchen Erklärung nicht ausgeräumt, aber akzeptabel. Die höheren Einkommensschichten bezahlen den allgemeinen Wohlstand. Die Gerechtigkeit ist wieder hergestellt. Während das EXQUISIT- und Delikat-Geschäft unter Ulbricht als eine Art notwendiges, weil gewinnbringendes Übel begriffen wurde, wurde es bei Honecker zum Hauptinstrument

20 »Exquisite Waren – exquisite Preise? Ein Gespräch um die Frage: Findest du es richtig, daß es bei uns Exquisit-Läden gibt?« von Emil Dusiska, in: Junge Welt vom 2.2.1965.

21 Ebd.

22 Ebd.

seiner Konsumpolitik ausgebaut. Er entwickelte es zum regelrechten Ersatz für DDR-Bürger ohne Westgeld, zu einer Art Intershop-Äquivalent.

Von Anfang an kauften alle Schichten der Bevölkerung in HO, EXQUISIT und DELIKAT ein. Für gering Verdienende waren dies seltene Ausflüge in eine faszinierende Warenwelt, für gehobene Einkommensgruppen wurde der Einkauf in diesen Geschäften zur nicht mehr wegzudenkenden Gewohnheit. Mit der Politik der zwei Warenklassen wurde anfangs auf die distinktiven Bedürfnisse gehobener Schichten eingegangen, um hier Kaufkraft systematisch abzuschöpfen. Am Ende führte sie zu einer tiefergehenden sozialen Ungleichheit, die sich nicht nur im Einkommensgefälle ausdrückte, sondern auch kulturell verfestigte. Waren die Exquisit- und Delikatgeschäfte anfangs nur auf gehobene, exklusive Bedürfnisse ausgerichtet, so wurden sie mit den Jahren als Normalität aufgefaßt. Darin drückt sich auch ein verändertes Konsumverhalten, das stärker auf den Genuß und die Lust am Kaufen orientiert war, aus.

Lebenserhaltung versus Lebensgestaltung?

Kulturell gesehen ging es in der Konsumpolitik also um die Struktur, die Art und das Maß der Bedürfnisse, die die Bewohner der sozialistischen Gesellschaft ausprägten. Sie wurden bewertet, beeinflusst, erzogen und in unterschiedlichem Maße auch befriedigt. Zum kulturellen Wertkriterium avancierten einerseits sozialistische Gleichheitsvorstellungen, die auf die Aufhebung des Unterschieds in den Lebenslagen von reicher, vergeudender, profitorientierter, parasitärer Ausbeuterklasse und verelender, ausgebeuteter Arbeiterklasse und die Hebung des Wohlstands der Werktätigen zielten, und andererseits Vorstellungen von sozialer Sicherheit in der zum Dogma erhobenen Dreifaltigkeit von Arbeit, Brot und Wohnen. In bezug auf die Befriedigung der Grundbedürfnisse (Lebenserhaltung) proklamierte der Sozialismus denn auch immer seine Überlegenheit: niedrige Mieten, Lebensmittel, Fahrpreise, Gesundheitsfürsorge, Kindergärten usw. Es gab keine Arbeits- und keine Obdachlosen. Das bedeutete einen Vorgriff auf kommunistische Konsumvorstellungen.

Doch in bezug auf die gehobeneren Bedürfnisse (Lebensgestaltung) war die Staats- und Parteiführung mit einem enormen gesellschaftlichen Wandel konfrontiert. Die europäische Nachkriegsentwicklung hatte unerwarteterweise für breite Massen einen stetig wachsenden Wohlstand gebracht. Trotz oder gerade wegen der sozialen Angleichung von Lebenslagen, der Herausbildung eines breiten Mittelstandes in Ost und West, entwickelten sich Bedürfnisse nach verfeinerter Lebensgestaltung und kultureller Distinktion. Damit gerieten die sozialistischen Wertvorstellungen und Vergleichskriterien in einen Konflikt. Aber nicht, weil diese Bedürfnisse nach verfeinerter Lebensgestaltung (und die sich darin ausdrückenden Wertvorstellungen) den eigentlichen kommunistischen Idealen widersprachen, die nicht auf die Anhäufung materiellen, gegenständlichen Reichtums, sondern auf die Entwicklung produktiver Bedürfnisse gerichtet waren, sondern weil ihre Befriedigung nur partiell geleistet werden konnte. Es waren schließlich die Bedürfnisse der so geschätzten Arbeiterklasse bzw. der Werktätigen, denen eine gewisse Legitimität zugestanden wurde.

Erklärtermaßen lautete das Ziel sozialistischer Konsumpolitik »Wohlstand für alle«. Dabei teilten Staatsmacht und Bevölkerung dieselben Vorstellungen von Wohlstand und Zufriedenheit. Dennoch gerieten immer wieder ideal gesetzte egalisierende Tendenzen auf der einen und Distinktionsbedürfnisse und Individualisierungsdrang auf der anderen Seite aneinander. Das historische Maßverhältnis zwischen legitimen und nicht anerkannten, überflüssigen Bedürfnissen stand nicht ein für allemal fest, sondern mußte jeweils neu ausgehandelt werden. Die Parteiführung tat sich – wohl auch auf Grund ihres Alters und ihrer biographischen Erfahrungen – schwer damit.