



Mitteilungen aus der kulturwissenschaftlichen Forschung
 Jahrgang 19 / Heft 37 / Februar 1996

Herausgegeben von der KulturInitiative '89 e.V.
 und dem Kulturwissenschaftlichen Institut, Berlin

Redaktion: Herbert Pietsch (verantw. Redakteur), Hefredaktion: Isolde Dietrich,
 Irene Dölling, Horst Groschopp, Gerlinde Irmscher, Anneliese Neef, Bert Thinius

Umschlag: Kantine der Berliner Werkzeugmaschinenfabrik – vorm. G. Kärger, Fabrik
 für Werkzeugmaschinen AG in der Krautstr. 52, 5. Etage, Berlin-Friedrichshain,
 fotografiert 1951. Der Betrieb gehörte seit dem 1. Juli 1948 zur Vereinigung
 volkseigener Betriebe Werkzeugmaschinen und Werkzeuge (VVB WMW). Fotograf
 unbekannt. Zur Verfügung gestellt von: Stiftung Stadtmuseum Berlin, Sammlung
 BWF, Tobias Böhm. Das Foto ist hier seitenverkehrt verwendet.

Die MKF erscheinen mit zwei Heften pro Jahr. Einsendungen sind willkommen
 (möglichst als Datei auf Diskette mit Ausdruck; Typoskripte mit 40 Zeilen,
 60 Anschlägen).

Abonnementwunsch und Bestellungen bitte an: AnsichtSache, Buchhandlung &
 Verkaufsgalerie, Rykestraße 13, 10405 Berlin, Telefon und Telefax (030) 4 42 71 11.
 Studenten, Arbeitslose und Rentner erhalten 50% Rabatt.

Redaktionelles an: Mitteilungen aus der kulturwissenschaftlichen Forschung,
 c/o Herbert Pietsch, Marchlewskistraße 16, 10243 Berlin, Telefon und Fax
 (030) 5 89 03 03.

ISSN 0863-100X

Kostenbeitrag 36,- DM

Vorwärts und nicht vergessen nach dem Ende der Gewißheit

56 Texte für Dietrich Mühlberg zum Sechzigsten

INHALTSVERZEICHNIS

H 36 861  Z-D 289

Über dieses Heft	8
Kurzbiographie von Dietrich Mühlberg	10
Schriftenverzeichnis Dietrich Mühlberg	13
Akademie für Kultur & Bildung in Berlin	18

KULTURTHEORIE

Glasperlenspiele in einer chaotischen Welt Hermann Glaser	19
Hedonismus als Symptom? Peter Albeit	30
Zwei Kulturalisierungen der Politik Völker Gransow	47
Wandel generativer Verhaltensmuster im 20. Jahrhundert Jochen Fleischhacker	54
Kultureller Transfer am Rande des Abgrunds Günter Mayer	69
Politische Kultur als Gemeinschaftskultur Gert-Joachim Glaesfner	82
Das Recht der Gewöhnlichkeit Kaspar Maase	102
Motivationskrise der ethnographischen Arbeiterforschung Bernd Jürgen Warneken	121
Zur Aufwertung der Regionalkultur in der Krise der Moderne Dieter Kramer	130
Dorfgemeinschaft gestern, heute und morgen Lothar Parade	141
Mein Kulturbegriff Helmuth Hanke	148

Der Ritter der Tafelrunde <i>Cornelia Böhnstedt, Claudia Petzold</i>	160
---	-----

KULTURGESCHICHTE

Häretiker, Medien und kultureller Wandel <i>Carsten Winter</i>	163
Des sterblichen Dichters unsterbliche Utopie <i>Helmut Bock</i>	176
Vorzeichen <i>Herbert Pietsch</i>	184
„... sitzen völlig nüchtern auf den Bänken der Staatsschule.“ <i>Harald Dehne</i>	192
Aus der Geschichte einer Arbeiter-Kulturorganisation <i>Wolfgang Bagger</i>	216
Freidenker-Hochschule <i>Horst Groschopp</i>	242
Wohlfahrtspflege in der Weimarer Republik <i>Anneliese Neef</i>	256
Zur Arbeiterfreizeit um 1930 <i>Gerlinde Irmscher</i>	263
Neue Bedürfnisse veränderter Menschen <i>Adelheid von Saldern</i>	269
Eden auf dem Weg in die Forschung <i>Stephanie Stender</i>	287
Geschichte gegen den Strich bürsten <i>Frank Bugenhagen, Karla Loose</i>	294

OSTDEUTSCHE KULTURGESCHICHTE

„Die Heimat grüßt Euch“ <i>Evemarie Badstübner</i>	296
Konsumkultur in der DDR <i>Ina Merkel</i>	314
Konformismus oder Eigensinn? <i>Felix Mühlberg</i>	331
Abschied von der Laubenkolonie? <i>Isolde Dietrich</i>	346
1989 und 1968 <i>Hartmut Zwahr</i>	362
Biografie und Biokratie <i>Lutz Niethammer</i>	370

Wie'n ganz normaler Deutscher <i>Wolfgang Herzberg</i>	388
Schottianer erzählen <i>Dietmar Ebert</i>	406
Der Herbst '89 <i>Bernd Lindner</i>	414
Zwischen Distanz und Nähe <i>Irene Zierke</i>	422
Zur nationalen Ausprägung antifaschistischen Gedenkens in der DDR <i>Ulrike Köpp</i>	435
Das „Mittelstandswunder“ in Ostdeutschland <i>Thomas Koch</i>	450
Volkskunde in der DDR <i>Sigrid und Wolfgang Jacobeit</i>	463
Volkskunde neben und mit der Kulturwissenschaft <i>Ute Mohrmann</i>	481
Oktoberstage oder: Es war einmal ... <i>Wolfgang Kaschuba</i>	493
10 Jahre Arbeiter-Museum <i>Tobias Böhm</i>	498
Schwer ist der Weg zur Tat <i>Werner Stockfisch</i>	514
<i>Heinz Marohn</i>	520

KUNST UND KULTURPOLITIK

Gemeinsinn, Kunst und Pluralität <i>Albrecht Göschel</i>	523
Kunst und Populärkultur zwischen Affirmation und Emanzipation <i>Max Fuchs</i>	538
Rituale als diskursive Schauspiele des Ambivalenten <i>Joachim Fiebach</i>	554
Wiedervereint ist das deutsche Theater schwächer geworden <i>Ernst Schumacher</i>	563
Wandel im Beziehungsgefüge ästhetischer Aneignung? <i>Erwin Pracht</i>	569
Stiefkind der Musen? <i>Gerd Rienäcker</i>	579

Über den ewigen Wettlauf zwischen Jugendmusikkulturen und Musikpädagogik	
<i>Birgit Jank</i>	58
Das Spiel ist aus	
<i>Peter Pachnicke</i>	59
Muß Beethoven leben?	
<i>Siegfried Häbmel</i>	60

FRAUEN- UND GESCHLECHTERFORSCHUNG

Das Veralten der Frauenforschung	
<i>Irene Dölling</i>	601
Frauenarbeit im Arbeiter-Milieu und ihre Bewertung	
<i>Heidi Rosenbaum</i>	620
Geschlechterverhältnis im Umbruch	
<i>Hildegard Maria Nickel, Hasko Hüning</i>	628
Aus dem Liebesleben der Schwäne	
<i>Andreas Pöschl</i>	643
Der sterbende Schwan	
<i>Andreas Pretzel</i>	645
Nun seid bedankt ihr lieben Schwäne	
<i>Birgitt Wäblisch</i>	661

Konsumkultur in der DDR

Über das Scheitern der Gegenmoderne
auf dem Schlachtfeld des Konsums

Ina Merkel

„Wer mich kennt, der weiß, daß ich sehr viel Wasser getrunken habe und kaum Wein, geschweige denn Wodka oder Kognak. Von einem feudalen Leben kann ich gar nicht sprechen, obwohl mein Gehalt mir das erlaubt hätte. Ich habe jeden Morgen ein oder zwei Brötchen gegessen mit Butter und Honig; mittags waren wir im Zentralkomitee, da habe ich entweder gegrillte Wurst mit Kartoffelpüree, Makkaroni mit Speck oder Gulasch gegessen, und abends habe ich zu Hause gegessen, etwas ferngesehen und bin schlafen gegangen ... Ich muß sagen, es war mein Leben, bescheiden zu leben und damit auch die Leistungsfähigkeit zu erhalten. Die Verbindung mit dem Volk ist mir dabei nie verloren gegangen, obwohl der Personenschutz, mit Hilfe von anderen, sehr oft die Situation schuf, mich von den Massen zu trennen. Ich hatte trotzdem stets unmittelbaren Kontakt mit den Massen.“¹

In der Tat, dieser Mann hat nicht viel zum Leben gebraucht. Er war nicht genußsüchtig. Er war ein Asket. Aber seit wann liebt das Volk die Asketen?

Wenn sich Erich Honecker in dem Gespräch mit Reinhold Andert und Wolfgang Herzberg genötigt sieht, sich als bescheidener und anspruchsloser Landesherr darzustellen, so reagiert er damit zunächst einmal auf einen in der Wende laut gewordenen Ruf nach Abschaffung der Privilegien für Parteifunktionäre. Michael Bodemann ist in seiner jüngsten Untersuchung über die ehemaligen Eliten in der DDR auf das Phänomen gestoßen, daß sie alle für sich in Anspruch nehmen, keine besonderen Privilegien genossen zu haben. Ihr Bestehen darauf, genau so gelebt zu haben, wie die „normale“ DDR-Bevölkerung, ist allerdings tiefer verwurzelt und nicht nur eine aktuelle Rechtfertigungsstrategie. Asketische Lebensstile haben sich als mentale Traditionsbestände einer aufstiegsorientierten Schicht innerhalb der Arbeiterklasse (Arbeiteraristokratie) auch in sozialdemokratischen und kommunistischen Kultur- und Wertvorstellungen niedergeschlagen. Inwiefern sich dennoch fast unmerklich eine privilegierte Verfügung über Konsumgüter in den Alltag eingeschlichen hat, davon zeugt u.a. der erste, groß angekündigte Fernsehbericht über das Leben des Politbüros in der abgeriegelten und abgeschotteten Waldsiedlung Wandlitz – Ende 1989 vom DDR-Fernsehen ausgestrahlt. Eigentlich war es eher armselig, was da an kleinbürgerlichem Ambiente vorgeführt wurde: die verchromte Badarmatur und der Farbfernseher aus dem Westen. Gemessen am Lebensstil westdeutscher Funktionseliten erscheinen sie allerdings lächerlich und die Entrüstung der Ostdeutschen angesichts dieses ersten Films über die Woh-

nungseinrichtung der Politbüromitglieder unverständlich. Der Volkszorn entzündete sich an trivialen Kleinigkeiten, an der Bierbüchse und dem Videorecorder, an Gegenständen – und das war das auslösende Moment – die aus dem Westen stammten. „Sie predigten Wasser und tranken den Wein.“ Das vertrug sich nicht mit dem egalitären Anspruch der Parteiführung. In einer Gesellschaft, in der die vorhandenen Konsumgüter oftmals nicht universell verfügbar waren, sondern kontingiert und nach strengen Regeln verteilt wurden, hatte sich ein Sinn für soziale Gerechtigkeit mental tief verankert, der sich hier herausgefordert sah. Doch diese Szenen offenbaren noch etwas anderes: DDR-Bevölkerung und Staatsführung sehnten sich offenbar nach denselben Gegenständen. Sie waren – zumindest was ihren Geschmack betrifft – wohl doch nicht so weit voneinander entfernt.

Die DDR-Konsumkultur läßt sich nicht als Ansammlung von DDR-Produkten, als autarkes System, abgeschottet vom Weltmarkt betrachten. Es macht ja gerade ihre Besonderheit aus, daß ein ständiger Ost-West-Diskurs stattfindet. Der Vergleich ist von Anbeginn ein gleichsam konstituierendes Moment. Die Systemauseinandersetzung findet nicht als kriegerische statt, sondern wird in die Sphäre der Konsumtion verschoben und letzten Endes auch dort, auf dem Marktplatz, gewonnen. Hier stoßen zwei kulturelle Wertvorstellungen aufeinander, die auf verschiedenen sozialen Ebenen spielen und deshalb eigentlich auch nicht vergleichbar sind. Das sind auf der einen Seite sozialistische Gleichheitsvorstellungen in der heiligen Dreifaltigkeit von Arbeit, Brot und Wohnen, die auf das Sicherheitsbedürfnis der von Arbeitslosigkeit, Inflation und Krieg gebeutelten Generationen rekurrieren. Die Proletarisierung breiter Mittelschichten ist der im Hintergrund ablaufende historische Vorgang. Auf der anderen Seite geht es um soziale und kulturelle Distinktion. Dahinter stehen die Aufstiegserfahrungen der westdeutschen Nachkriegsgenerationen. Egalisierung versus Individualisierung? Traditionale anstelle moderner Gesellschaft? Die Begrifflichkeit ist noch in den alten Formen der konfrontativen Auseinandersetzung befangen.

Worum soll es gehen, wenn, wie in diesem Aufsatz, Ansätze für die Untersuchung der Konsumkultur eines untergegangenen Staatswesens thesenartig entwickelt werden? Warum Konsumkultur? Was läßt sich daran darstellen oder zeigen?

Konsumkultur wird hier verstanden als das Verhältnis, das die Individuen einer Gesellschaft zu der historisch und regional je spezifischen Ansammlung von Gegenständen eingehen, die als Waren/Konsumgüter auf dem Markt erscheinen und ihnen zum Erwerb, Gebrauch und Verbrauch zur Verfügung stehen. Konsumkultur umfaßt die Formen des Erwerbs von Gegenständen ebenso wie ihren praktisch-aneignenden und symbolisch-kommunikativen Gebrauch. Das mentale Verhältnis, das die Individuen zu diesen sie umgebenden Gegenständen und Räumen ausprägen, die Veränderungen, die dieses Verhältnis im Verlaufe der Besitz- und Gebrauchsbiographie erfährt, werden hier zum Ausgangspunkt der historischen Untersuchung genommen. Konsumkultur in der DDR konstituiert eine bestimmte Art von Öffentlichkeit, denn Verkaufshandlungen finden, von Schwarzmarktpraktiken abgesehen, im wesentlichen im öffentlichen Raum vor aller Augen statt. Und: Sie ist von außerordentlichem öffentlichen Interesse.² Auf

jedem Parteitag wird darüber nachgedacht, wie man die Bedürfnisse der Bevölkerung wohl besser befriedigen könne. Das macht ihre Besonderheit in der DDR aus.

Konsumkultur der DDR ist wahrlich ein weites und unbeackertes Feld. In der Nachwendezeit gab es von westlicher Seite erste Versuche, sich damit auseinanderzusetzen, beispielsweise in dem Dokumentarfilm „Flotter Osten“, einem Zusammenschnitt von Werbefilmen oder in der Ausstellung „SED – Schönes Einheits Design“. Abgesehen davon, daß die Westdeutschen in solchen Zusammenstellungen das für sie Kuriose an der DDR-Gesellschaft hervorgehoben haben, stehen dahinter tief verwurzelte Auffassungen von der DDR als einer „Mangelgesellschaft“. Mangelerfahrungen gelten als Ursache für angeblich DDR-typische mentale Prägungen wie Gier, Genußsucht und Anspruchsdenken. Solche Klischees haben sich im Verlaufe des Einigungsprozesses noch verfestigt und sind im Bild von der Banane symbolisch geronnen.³

Der Begriff des Mangels ist aus der Perspektive einer Konsum- oder Überflußgesellschaft gebildet. Volle Schaufenster hie – lange Schlangen da. Was aber folgt daraus für die Erfahrungen seiner Bewohner? Was wird wann als Mangel wahrgenommen und in welchen Handlungsalternativen verarbeitet? In welchen Alltagsroutinen und mentalen Grundmustern schlägt sich dies nieder? In der Tat hat es die DDR nicht vermocht, die Bedürfnisse ihrer Bürger/innen in jedem Falle angemessen zu befriedigen. Nicht, daß man sich bestimmte Dinge nicht leisten konnte, sondern daß es immer an irgend etwas fehlte, gehört seit den 60er Jahren zu ihren Grunderfahrungen. Doch daraus zu folgern, daß es aufgrund des beschränkten Angebots an Konsumgütern zu einer weitgehenden Entdifferenzierung, d.h. zur Homogenisierung und Egalisierung von Lebensstilen und Lebenslagen in der DDR gekommen sei, ist zu kurz gegriffen. Von dieser These bis zur Stigmatisierung der DDR-Bürger/innen als Unterklassen ist es nur ein kleiner Schritt. Die im Vergleich zur Bundesrepublik offensichtliche Armllichkeit, Einseitigkeit, Billigkeit der DDR-Konsumkultur bietet dafür zwar genügend Stoff. Doch damit sind nur Oberflächenphänomene beschrieben. In der mentalen Verarbeitung des Mangels haben DDR-Bürger/innen auch Erfindungsreichtum und Improvisationsvermögen, solidarisches Verhalten, Geduld und Genügsamkeit ausgebildet. Zu den Grundwerten der DDR-Gesellschaft, die heute rückwirkend nostalgisch verklärt erinnert werden, gehört auch die Subventionierung des sogenannten Grundbedarfs, d.h. von Grundnahrungsmitteln, Wohnung, Energie und Kinderbekleidung.

Diese kurzen Vorbemerkungen sollen andeuten, daß es sich bei der Untersuchung von Konsumkultur in der DDR um ein höchst problematisches und heterogenes Untersuchungsfeld handelt, das bisher noch kaum, und wenn, dann in den angedeuteten Polarisierungen, bearbeitet worden ist. In einer umfassenden Untersuchung müßte es vor allem darum gehen, den Blick zu schärfen und auf historische, soziale und generationsspezifische Unterschiede in den Lebenslagen und Lebensstilen von DDR-Bürger/innen aufmerksam zu machen.

1. geht es dabei um die Ausdifferenzierung einer homogen erscheinenden Konsumkultur. In den Lebensstilen erscheinen die sozialen Unterschiede von Klassen, Schichten, Geschlecht und Generation in ihrer kulturellen Dimension. Abgesehen

davon, daß sich in der DDR durchaus schichtspezifische soziale Unterschiede in verschiedenartigen Lebensstilen niederschlagen, ist es interessant, danach zu fragen, wie kulturelle Distinktion unter den Bedingungen einer scheinbar klassen- und ständellosen Gesellschaft funktioniert haben könnte. Zweifellos gewinnen Unterscheidungsmerkmale wie Geschlecht und Generation, Stadt und Land an Distinktionswert, aber das trifft auf moderne Industriegesellschaften überhaupt zu. Zu vermuten ist, daß sich in den unterschiedlichen Praxen des Konsumierens auch politische Einstellungen, gesellschaftliche Funktionen und Bildungsunterschiede verstärkt ausdrücken. Hierbei ist es notwendig zu erklären, welche Bedeutung die westliche Warenwelt hatte. Wurden die Gegenstände einfach in den Gebrauch genommen oder auf eigensinnige Weise so benutzt, daß sie – ihres ursprünglichen gesellschaftlichen Zusammenhangs beraubt – ganz andere kulturelle Funktionen bedienten? Unter DDR-Bedingungen hatte ein westdeutsches Haarshampoo, gleich welcher Marke, für bestimmte Leute noch so hohen distinktiven Wert, daß man die leeren Shampooflaschen wie Ikonen aufgereiht im Bad seinen Besuchern präsentierte. Das Tragen hochmodischer Kleidungsstücke aus westlicher Produktion – erinnert sei hier an die italienischen Regenmäntel („NATO-Pellen“), die Anfang der 60er Jahre in großen Mengen in die DDR geschmuggelt wurden – war bestens geeignet, um politisch zu provozieren. Über Bluejeans konnten sich noch in den 70er Jahren ganze Lehrerscharen aufregen. Der Besitz von Westwaren zeichnete seine Besitzer aus. Er hob sie aus der Masse heraus. Aber auch das Gegenteil ist möglich; bewußter und zur Schau getragener Nichtbesitz von Westkonsumgütern konnte ebenso distinguierend wirken.

2. kann die Untersuchung der kulturellen Praxen des Erwerbs, Gebrauchs und Verbrauchs von Konsumgütern Aufschluß über den historischen Wandel bestimmter mentaler Grundmuster und Besonderheiten geben. Dabei sollte nicht in verbraucherpositivistischer Perspektive nur nach den Indikatoren verbesserten Lebensstandards, dem Pro-Kopf-Verbrauch oder Ausstattungsgrad mit neu entwickelten Konsumgütern gefragt werden, sondern nach dem Wandel von prinzipiellen Einstellungen. Hinsichtlich der Analyse der DDR-Konsumkultur wird es besonders um die spezifische Mischung von mentalen Traditionsbeständen und neuen Einstellungen zum Konsumieren gehen. Sie ist nur als Collage von Elementen unterschiedlichen historischen Ursprungs, verschiedenartiger ästhetischer Gestaltungskonzepte und konträr zueinander stehender politischer Programme der Bedürfnisbefriedigung rekonstruierbar.

Beide hier knapp angedeuteten Untersuchungsrichtungen zielen letztlich auf die Rekonstruktion sozialer Praxen des Konsums ab, spielen also auf einer erfahrungsgeschichtlichen oder lebensweltlichen Ebene. Aus welchen Quellen und mit welchen Methoden lassen sich nun historisch konkrete Bestimmungen von DDR-Konsumkultur gewinnen? Die Quellen für einen erfahrungsgeschichtlichen Zugang zum DDR-Alltag sind vielfältig. Abgesehen von der, nunmehr auch in Deutschland einigermaßen etablierten, lebensgeschichtlichen Befragung von Zeitzeugen⁴, stellen insbesondere Eingaben, Briefe aus der Bevölkerung an staatliche und kommunale Institutionen und Parteiorgane, eine bisher noch wenig

beachtete authentische Quelle dar, die insbesondere für die hier angestrebte Forschung von außerordentlichem Aussagewert ist.⁵ Drittens schließlich werden von mir Dokumentar- und Spielfilme und auch literarische Werke als Quellen⁶ herangezogen. In ihnen sind zeitgenössische dichte Beschreibungen des Alltagslebens enthalten, die Aufschluß über Zeitgeist und Mentalität geben können.

Bevor versucht werden soll, anhand der Analyse spezifischer Quellen Erkenntnisse über mentale Strukturen zu gewinnen, soll zunächst der idealtheoretische Hintergrund beleuchtet werden, auf dessen Grundlage sich politische Strategien und Orientierungen herausbildeten, die, ideologisch vermittelt, schließlich auch auf dem Felde der Konsumkultur ausgetragen wurden.

Idealvorstellungen vom Sinn des Konsumierens unter den Bedingungen der Klassen- und Ständelosigkeit

„... 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.

Wir wollen, daß alle Werktätigen in Wohlstand leben und besonders die werktätigen Frauen von der zeitraubenden Arbeit im Haushalt weitgehend befreit werden. Deshalb sind wir auch dafür, noch viel mehr Waschalons einzurichten.

Wir haben es manchmal auch mit Kunden zu tun, die jetzt schon so leben wollen, wie das erst nach der Bändigung des westdeutschen Militarismus, nach der Erfüllung des Siebenjahrplanes, nach dem Sieg des Sozialismus möglich ist.

Ihnen sagen wir: Wenn ihr mehr kaufen wollt, müßt ihr vorher mehr produzieren. Wenn ihr Qualitätswaren wünscht, dann leistet selbst Qualitätsarbeit.“⁷

In diesem kurzen Text sind die wichtigsten Elemente öffentlichen Verhandels über die Bedürfnisse der Bevölkerung enthalten: Das Ideal einer besseren Gesellschaft wird in der Auseinandersetzung mit der westlichen Konsumgesellschaft gebildet, deren entscheidender Nachteil darin besteht, daß sie bestimmte soziale Gruppen vom Konsum ausschließt. Dahinter stehen Gleichheitsvorstellungen in Bezug auf die Verteilung des gesellschaftlich produzierten Reichtums unabhängig von Klasse, Stand, Bildung und Leistung. „Jedem nach seinen Bedürfnissen“ lautet das Kommunismusversprechen. Unter den Bedingungen der Klassen- und Ständelosigkeit würde Konsum als symbolisches Kapital keinen Sinn mehr machen. Konsumiert werden würde dann nur noch, was auch wirklich gebraucht wird. Die Gegenstände reduzieren sich, auch in ihrer ästhetischen Gestalt, auf ihren Gebrauchswert. Luxus erscheint in dieser idealischen Betrachtungsweise doppelt negativ: einmal weil er die arbeitenden Massen vom Gebrauch und Genuß ausschließt und zum zweiten, weil zur Produktion von Luxusgütern Kreativität, Arbeitskraft und Material vergeudet werden.

Unter den Bedingungen der Nachkriegszeit erfährt das kommunistische Ideal

allerdings so manche Veränderung. Der Kommunismus rückt als Daseinsziel in weite Ferne. Der Dichter Bert Brecht spricht von den „Mühen der Ebenen“. Die in den 50er Jahren ausgegebene Losung „So wie wir heute arbeiten werden wir morgen leben“ verlangt der arbeitenden Klasse auf längere Zeit Konsumverzicht ab und das zu einer Zeit, in der der deutsche Nachbarstaat, auch für die Ostdeutschen sichtbar, sein Wirtschaftswunder praktiziert. Daraus resultiert ein Interessenkonflikt, der so stark und präsent ist, daß er nicht nur den sozialen Frieden gefährdet, sondern die Parteiführung dazu zwingt, ökonomische Reformkonzepte immer wieder zu revidieren. Die NÖSPL scheidet nicht nur an den ökonomischen und politischen Forderungen der Sowjetunion, sondern vor allem an dem Widerstand der Werktätigen, die stabile Preise und höhere Löhne unabhängig von der Leistung mehr oder weniger erfolgreich einklagen. Die Partei tappt in die Falle der eigenen Ideologie, der Wohlstands- und Stabilitätsversprechen.

Die sozialistische Utopie verfolgte das Ziel, „jedem nach seinen Bedürfnissen“ zu geben, was er braucht. Das allerdings unter den Bedingungen einer entwickelten Bedürftigkeit, in der nicht der „Sinn des Habens“, sondern die Notwendigkeiten des Gebrauchs das Erwerben von Gegenständen bestimmen. Der eigentliche Reichtum – und hierin liegt der entscheidende Unterschied – würde nicht in universell verfügbarer Gegenständlichkeit, sondern in „disposable time“, in für die Selbstentwicklung der Individuen frei verfügbarer Zeit bestehen.

Unter den Bedingungen des erschwerten Aufbaus einer neuen Gesellschaft auf der Grundlage einer zerstörten und demontierten Industrie, von Reparationszahlungen und der disproportionalen Vorkriegsentwicklung ohne Bergbau und Schwerindustrie, konzentrierte sich der Wiederaufbau vor allem auf die letztgenannten Bereiche. Textil- und Konsumgüterindustrie wurden lange Zeit vernachlässigt. Mängel in der Versorgung mit Haushaltswaren – von der Waschmaschine bis zum Kühlschrank – waren so vorprogrammiert. Eine schwankende, in der Tendenz aber restriktive Mittelstandspolitik tat das Übrige. Im Unterschied dazu wurde die Bundesrepublik durch die USA stark gefördert und finanziell unterstützt. Der Effekt war das Wirtschaftswunder Ende der 40er Jahre, als sich über Nacht die Schaufenster mit Waren füllten. Zur selben Zeit gab es die ersten Arbeitskämpfe. Arbeitslosigkeit war im Westteil an der Tagesordnung. Abhängig vom Standpunkt konnte sich so jede Seite überlegen fühlen. Der Westen hinsichtlich des Konsumangebots, der Osten in Bezug auf Arbeit und soziale Programme.

In der Orientierung auf soziale Sicherheit und einen gewissen, stetig wachsenden Wohlstand konnte sich die Parteiführung der Zustimmung der Bevölkerung gewiß sein. Sie teilten dieselben Vorstellungen von Wohlstand als Anhäufung von Lebensstandardindikatoren wie dem Butter- und Fleischverbrauch und von Modernisierung als steigender Pro-Kopf-Ausstattung mit Kühlschrank, Fernseher und Auto. Genügsamkeit, Geduld und Ordnungssinn gehören zu den von beiden Seiten gleichermaßen propagierten traditionellen Tugenden. Getragen wird dieser Konsens von einer Generation, die zwar durch ihre unterschiedlichen Nachkriegskarrieren – sozialer Auf- oder Abstieg – gespalten ist, sich aber aufgrund gleichartiger Not- und Mangelerfahrungen in dem Bedürfnis nach sozialer Sicherheit und

bescheidenem Wohlstand wieder trifft. Insofern sind sie sich auch einig in der Ablehnung von Genußsüchtigkeit und Laissez-faire der nachfolgenden Generationen, die sich als antiamerikanische Grundstimmung immer wieder Ausdruck verschafft. Dieser Grundkonsens wirkt äußerst stabilisierend, selbst wenn in Krisensituationen – und Versorgungskrisen jeder Art sind der ständige Begleiter des real existierenden Sozialismus – die Bevölkerung mit Arbeitsniederlegungen und Wahlverweigerung droht.

Im Verhältnis zum Westen und im Verhältnis zu den wachsenden Ansprüchen und Bedürfnissen der eigenen Bevölkerung muß man historisch verschiedene Phasen unterscheiden. Das ursprüngliche Ideal, in dem Bedarfsdeckung nicht nur für hinreichend, sondern auch für die vernünftiger und fortschrittlichere Variante gehalten wird, weicht allmählich auf. Wenn Ende der 50er Jahre die ersten Boutiquen und Exquisitläden⁸ eröffnet werden, spiegelt sich darin ein verändertes Verhältnis zum Konsum. Als mit Honeckers Machtantritt die Intershops⁹ auch für die DDR-Bevölkerung allgemein zugänglich werden und in den neu eröffneten Delikat-Läden Westschokolade gegen DDR-Geld verkauft wird, ist dies nicht nur ein Zugeständnis an die drängender werdende Unzufriedenheit der Bevölkerung. Damit wird zugleich auch der Entwurf einer Gegenmoderne aufgegeben.

Denjenigen, die den kommunistischen Idealen anhängen, ging es nicht allein darum, mehr und bessere Kühlschränke und Fernsehapparate zu produzieren, wengleich genau das natürlich zum Kriterium wird, mit dem die Bevölkerung den Erfolg oder Mißerfolg der Politik mißt, sondern es ging um Alternativen zum maßlosen Verbrauch, zur Wegwerfgesellschaft und zum Konsumieren als Kompensation für Langeweile. Der Entwurf einer Gegenmoderne ist, trotz gegensätzlicher ästhetischer Konzepte¹⁰ – aus verschiedenen Gründen und mit unterschiedlichen Motiven – gemeinsamer Ausgangspunkt von Parteiführung und einer avantgardistischen und provokanten intellektuellen Elite. Sie wollen „das Beste für den Werktätigen“. Standardisierung und Sortimentsbereinigung sind in den 60er Jahren dafür die Schlüsselbegriffe. Um diesen Ende der 50er Jahre begonnenen Diskurs näher zu charakterisieren, seien hier die Kommentare eines Ministeriumsmitarbeiters anlässlich der Eröffnung einer Tagung über Standardisierung zitiert:

„Kollege Beier: ... Ich habe noch keinen gefunden, der sich darüber aufgeregt hätte, daß der Volkswagen uniformiert ist, obwohl zweieinhalb Millionen Wagen laufen. Warum nicht? Weil das ein ausgereiftes Erzeugnis ist. Ich bin auch nicht der Meinung, daß sich bei uns jemand über einen uniformierten Kühlschrank beschweren würde, wenn er billig und gut ist und seinen Zweck erfüllt, oder einen Staubsauger oder was Sie sonst noch wollen. Voraussetzung ist, daß dieses Erzeugnis wirklich technisch ausgereift ist und daß man dafür den Vorteil hat, es billig kaufen zu können. Wer eine Extrawurst gebraten haben will und es sich leisten kann, – bitte sehr, der soll sich irgendwo bei der Handwerker-Produktions-Genossenschaft sie anfertigen lassen. Ich glaube nicht, daß es solche Narren bei uns gibt, denen es einfallen würde, allen Frauen standardisierte Hüte anzubieten, (Zustimmende Heiterkeit) oder den Männern standardisierte Schlipse oder irgend etwas ähnliches. Das wird keinem Menschen einfallen. ... Viele wünschen sich einen „Wartburg“ und finden gar nichts daran, daß praktisch nur zwei verschiedene Automobile produziert werden. Man

kann sich den „Wartburg“ verschieden anstreichen lassen, man kann ihn mit Chromleiste bestellen oder ohne Chromleiste. Ich habe noch keinen gefunden, der sich darüber beschwert hat, daß wir eben nur die zwei Autos herstellen. Es geht nur darum, recht viel davon herauszubringen.“¹¹

In diesem kurzen Text sind alle Elemente des damaligen Diskurses angesprochen: Uniformisierung/Standardisierung versus Individualität. Aus verschiedenen Gründen sind sich Parteiführung und Intellektuelle darin einig, die Bedürfnisse der Bevölkerung – die immer die der anderen sind und nie ihre eigenen – in bestimmte Richtungen lenken und entwickeln zu können. Was aber ist das Beste für den Werktätigen? Alles was billig und zweckvoll ist. In der hier zitierten Tagung über Standardisierung wird vor allem über Sortimentsbereinigung diskutiert. Statt fünf verschiedener Modelle von Kühlschränken soll zukünftig nur noch von einem Produzenten ein Modell – dies allerdings in verschiedenen Benutzergößen – produziert werden. Von der Standardisierung erhofft sich die DDR-Führung berechtigterweise eine Verbilligung durch Einsparung von Entwicklungskosten und Material. In einer Planwirtschaft machen solche Überlegungen Sinn. Aber in der Argumentation wird auch deutlich, worin die Vorbehalte der Bevölkerung, der zukünftigen Konsumenten, bestehen könnten, nämlich darin, daß sie in ihren individuellen Wahlmöglichkeiten zu stark eingeschränkt werden. Der mögliche Vorbehalt gegen eine zu starke Uniformierung der Lebensweise wird hier ironisch vorweggenommen und banalisiert. Dahinter verbirgt sich ein ganzes Erziehungsprogramm für die Werktätigen, bei dem Partei und Intellektuelle allerdings verschiedene Orientierungen verfolgen.

So, wie auf kulturellem Gebiet die Massen die Höhen der Kultur erstürmen sollen, d.h. systematisch an die (bürgerliche) Hochkultur (des 18. und 19. Jahrhunderts) herangeführt werden, so sollen sie auch zum guten Geschmack erzogen werden. Guter Geschmack drückt sich zunächst einmal in der Ablehnung kleinbürgerlicher Prunksucht aus. Ablehnung alles Ornamentalen, Einfachheit und Klarheit der Formen, Funktionalität und Langlebigkeit sind die gemeinsamen ästhetischen Kriterien, die in ihren gestalterischen Konsequenzen allerdings nicht mehr von beiden Seiten geteilt werden. Solange es darum geht, das Schnitzwerk von den Schränken abzuschlagen, Plüsch und Plunder aus den Wohnungen zu verbannen, das Familienkristall auf den Müll zu werfen und den röhrenden Hirsch von der Wand abzunehmen, sind sich beide Seiten noch einig. Den Kampf gegen den Kitsch führen sie noch gemeinsam. Aber als es darum geht, eine moderne, am Bauhaus orientierte Architektur und Gegenständlichkeit auch praktisch zu durchzusetzen, sehen sie sich auf einmal auf verschiedenen Seiten der Barrikade. Der Chefarchitekt Henselmann berichtet z.B., wie er auf Ulbrichts Verlangen seinem modernen Glas-Stahl-Beton-Entwurf für die legendäre Stalinallee in Berlin über Nacht eine Fassade im stalinistischen Zuckerbäckerstil anhängen mußte.

Konsequent funktional durchgestaltete Gegenstände erscheinen der Parteiführung suspekt. Sie wirken asketisch, frugal und billig, und sie können deshalb eine entscheidende Funktion nicht erfüllen: Sie sind ungeeignet, um den erreichten Wohlstand zu repräsentieren und damit die Überlegenheit des Sozialismus symbo-

lich zu dokumentieren. Dennoch können sie aus ökonomischen Gründen nicht anders, wenn sie ihrer Bevölkerung zu raschem Wohlstand verhelfen wollen: zu billigen Wohnungen und bezahlbaren Möbeln, zu moderner Haushaltstechnik und dem Kleinwagen für jedermann. Daß man den Gegenständen und vor allem der Architektur genau diese Billigkeit ansehen kann, daran scheitert letztlich der Versuch einer ästhetischen Alternative. Seit den siebziger Jahren, mit Honeckers Machtantritt, wird dies auch offen zugegeben und die Orientierung der sozialistischen Staatsästhetik an der westlichen Bürgerlichkeit für alle sichtbar verfolgt. Am Ende scheint es sogar, als hätte die antibürgerliche DDR traditionelle bürgerliche Tugenden besser konserviert als ihr westlicher Nachbar.

Einige Überlegungen zum Verhältnis der Individuen zu den Gegenständen ihres Konsums

Im folgenden soll danach gefragt werden, welche mentalen Besonderheiten sich unter den oben skizzierten Bedingungen herausbilden. An zwei Beispielen soll deutlich gemacht werden, in welche Richtung sich das vorfindliche Quellenmaterial auswerten läßt.

Am 28. Dezember 1981 schreibt der Bürger Franz G. aus Frankfurt/Oder an das Fernsehen der DDR¹²:

„Werte Genossen!

Ich habe beim Einkauf zu Weihnachten im HO-Freizeit und Sportartikel in Frankfurt/Oder einen Vorfall erlebt, der die Einkaufsstimmung nur negativ beeinflusste. Mir geht es nicht darum nur etwas zu kritisieren. Vielleicht bietet sich einmal bei der Programmgestaltung an, die von mir geschilderten Einkaufserlebnisse satirisch zu verarbeiten.

Mit sozialistischem Gruß

Franz S.

Niederschrift über einen persönlich erlebten Vorfall beim Kauf von Gleitschuhen am 21.12.81 im HO-Freizeit Frankfurt/Oder

Mir geht es darum, an Hand dieses Vorfalls darzustellen, wie durch interessenslose Handelstätigkeit negative Bewußtseinsbeeinflussung stattfindet.

Nun konkret:

Seit 14 Tagen wurden die Bürger durch Beschäftigte der Verkaufsstelle HO-Freizeit darüber informiert, daß am 21.12.81 Gleitschuhe verkauft werden. Am 21.12. standen um 14.00Uhr 100-120 Bürger und warteten auf die Öffnung des Geschäftes.

(Meine Meinung dazu: – Ist es notwendig, daß für ein solches Handelsobjekt (Preis 12,50) ein solcher konzentrierter Verkauf organisiert wird?)

Nach Öffnen stürmten die Bürger in das Geschäft. 70 Bürger gingen bis hinten durch und es bildete sich abermals eine erhebliche Konzentration.

Nach geraumer Zeit wurde ein Container herausgeschoben auf den sich nun die 70 Bürger stürzten. Es gab Gedränge und ein wühlen, denn die Gleitschuhe gibt es in unterschiedlichen Größen.

Reaktion der Verkäuferin: Platz da – Tür freimachen – jeder nur 1 Paar kaufen

Günstiger wäre es gewesen, wenn die Verkaufskräfte eine Vorsortierung vorgenommen hätten anstatt unqualifizierte und unhöfliche Äußerungen gegenüber den Bürgern zu äußern.

Die Organisation welche hier vorherrschte war ein organisiertes Chaos!

Noch ein weitere Vorfall: Es wurden Holzschlitten angeboten. Bürger erkundigten sich ob es nicht auch Glasfiberschlitten gäbe und ob vielleicht welche nach vorn gebracht werden?

Antwort der Verkäuferinnen: Ja wir haben welche, ab erst müssen diese Holzschlitten verkauft werden, dann bringen wir die anderen nach vorne.

Der Schluß! Am Ausgang gab es eine Rolle Verpackungspapier wo jeder Bürger sich sein Teil abreisen mußte. Auf dem Papier stand: „Frohes Weihnachtsfest und guten Einkauf“

In dieser Schilderung, die ich im besten Sinne als eine ethnographische Beschreibung verstehe, werden verschiedene Grundmuster DDR-typischer Formen des Erwerbens von Gegenständen vorgeführt. Es sind dies: Warten und Jagen – ich füge an dieser Stelle noch das Sammeln hinzu – alles drei Topoi, die auf aufgeschobene Bedürfnisbefriedigung verweisen.

Warten wird im Text auf drei verschiedene Arten praktiziert: 1. muß auf die Lieferung der Gleitschuhe gewartet werden, 2. auf die Eröffnung des Verkaufs nach der Mittagspause und 3. auf den vollständigen Verkauf von Holzschlitten, damit Glasfiberschlitten erworben werden können.

Warten auf die Lieferung verweist auf in der Menge ungenügende Produktionskapazitäten, ein Faktum, mit dem DDR-Bürger/innen in Bezug auf alle möglichen Konsumgüter konfrontiert waren. Angefangen mit dem Auto, auf das im Schnitt 8-15 Jahre gewartet wurde, läßt sich die Liste beliebig fortsetzen: Kühlschrank, Waschautomat, Moped, Apfelsinen, Telefon usw. Damit einher gehen Verteilungsstrategien, die je nach Konsumgut unterschiedlich gehandhabt wurden, grundsätzlich aber nach dem Muster: Wer zuerst kommt, mahlt zuerst, funktionierten. Bestellisten und Schlangenbildung sind dafür die prototypischen kulturhistorischen Formen. Beide hatten für die Konsumenten egalisierende Effekte: unabhängig von Geschlecht, Einkommen oder Funktion kam man an die Reihe, wenn man eben dran war. Daß dieses – insbesondere den Bestellisten innewohnende – demokratische Grundprinzip im Verlauf der DDR-Geschichte immer umstandsloser durchbrochen wurde, verweist auf einen enormen sozialen Sprengstoff, der dem Warten innewohnte. Zur kulturhistorischen Figur des Wartens gehört die persönliche Beziehung zu den Verteilern, die man sich mit Hilfe von Blutsverwandschaft, Bekanntschaft, Korruption oder Eingaben erwerben konnte. Gebräuchliche Metaphern dafür waren z.B. Begriffe wie „Bückware“ oder „Vitamin B“.

Darin deutet sich an, was in den beiden anderen Beispielen für Formen des Wartens noch verstärkt wird, daß sich auf der Grundlage von Mangelwaren Machtverhältnisse zwischen Verkäufern und Käufern etablieren konnten. Dies ist historisch kein einmaliger Fall, sondern läßt sich für Kriegs- und Notzeiten verallgemeinern. Dennoch, hier wird die Verfügungsmacht genüßlich ausgespielt. Völlig willkürlich läßt das Verkaufspersonal die Kunden warten. Daß dies kein Einzel- oder Extremfall war, darauf verweisen die zahllosen Witze über unfreundliche und langsame Bedienung, die in der DDR umliefen.

Auch für die anderen beiden Topoi – Jagen und Sammeln – sind bewußt archaisch wirkende Begriffe gewählt worden, um den Anachronismus, der in diesen Konsumpraktiken steckt, hervorzuheben. Der Konsument jagt hier im besten Sinne des Wortes einem Gegenstand hinterher. Er wurde da und dort schon gesehen, der eine oder andere Bekannte hat ihn schon erjagt, nun lauert er ihm schon seit Wochen an diesem spezifischen Ort auf. Gemeinsam mit anderen Jägern stürzt er sich schließlich auf den Gegenstand, erwischt ihn, ergreift ihn und hält ihn fest. Oftmals wird der Gegenstand auch erjagt, obwohl man keinen unmittelbaren Gebrauch davon machen kann. Sammeln und Horten für Notzeiten oder als Tauschobjekte gehören zu dieser Figur dazu. Ich kenne jemanden, der lagerte drei vollständige Auspuffanlagen für den Trabant in seinem Keller. Erfahrung hatte ihn klug gemacht, seitdem er einmal wochenlang auf die Reparatur seines Wagens warten mußte. Deshalb hatten die DDR-Bürger/innen immer ein Einkaufsnetz in der Tasche, denn man wußte ja nie, was einem über den Weg laufen wird. An Schlangen stellte man sich erst einmal an, um dann zu fragen, was es denn überhaupt zu kaufen gäbe.

Doch die Assoziationskette Jagen und Sammeln läßt sich noch weiter fortsetzen. Die unmittelbar daran anschließende Figur ist der Tausch. Die vielgepriesenen sozialen Netzwerke waren oftmals nicht viel mehr als private Naturaltauschkärkte, an denen teilhaben konnte, wer etwas zu tauschen hatte oder bereit war, einen übersteigerten Preis für das von anderen Erjagte und Ersammelte zu zahlen. Getauscht wurden Autos gegen Grundstücke, der Urlaubsplatz an der Ostsee gegen Fliesenlegerarbeiten, Westgeld 1:5 usw. usf.

Von der eingetauschten Dienstleistung bis zur kleinen Warenproduktion ist es jetzt nur noch ein kleiner Schritt. Zu allen Zeiten greifen die DDR-Bürger/innen zur Selbsthilfe, insbesondere, wenn es um die Mode geht. Und so wird das im HO gekaufte noch am selben Abend umgearbeitet. In die Hosenbeine wird ein Schlag eingenäht, die Windeln werden eingefärbt und in den subversiven Nischen befindet man sich auf dem Töpfer- und Scherbenweg.

An dem Text läßt sich noch ein anderes Thema verhandeln, das ich hier jedoch nur kurz – als Gegengewicht – andeuten will. Wie berichtet wird, sollen erst alle Holzschlitten verkauft werden, bevor die Glasfiberschlitten angeboten werden. Es gibt also etwas in dieser Verkaufsstelle, wonach man nicht anstehen muß. Vermutlich – aus meiner Erfahrung kann ich das mit ziemlicher Sicherheit behaupten – ist das Geschäft voll mit Waren. Es wird Springseile und Gymnastikkeulen, Klammer-schlittschuhe und Rollschuhe, Stoffturnschuhe und zweiteilige Gymnastikanzüge usw. geben und das in großen Mengen. Der Mangel beschränkt sich auf die bewußten Gleitschuhe und die Glasfiberschlitten. Vielleicht gibt es auch keine Abfahrtski oder es fehlen die Bindungen. Der gewöhnliche Gang in den Laden mit einem standardisierten Einkaufswunsch ist zumeist von ganz normalem Erfolg gekrönt, von dem man allerdings kein Aufheben macht und der deshalb auch nicht aktenkundig ist. Die Alltagsroutinen sind nicht überliefert. Der Mangel an Waren auf der einen Seite hat den Überfluß an anderen Waren zum Pendant. Sie liegen in der Gestalt von standardisierten Sortimenten oder aber als Ladenhüter unbeachtet

in den Regalen. Ladenhüter müssen nicht zwangsläufig häßlich oder unbrauchbar sein. So sind Ladenhüter aus Landwarenhäusern, wie z.B. Schüsseln aus unbemaltem und ungeschliffenem Glas oder rein weißes Eßgeschirr, von Intellektuellen in Massen nach Berlin geschleppt worden und umgekehrt. Dies soll hier als Anmerkung genügen.

Etwas später als in der BRD sind Ende der 50er Jahre auch die DDR-Läden voller Waren. Im Fernsehen läuft allabendlich eine Werbesendung, die Einkaufsnetze sind gefüllt, die Menschen angezogen, die Wohnungen gemächlich eingerichtet und auf den Familienfeiern biegen sich die Tische. Dennoch ist das DDR-Volk unzufrieden, immer auf der Suche nach dem Besonderen, mit der ungestillten Sehnsucht nach etwas anderem. Nicht sprichwörtliche Bescheidenheit und Geduld zeichnet die DDR-Konsumenten aus, sondern die lautstark geäußerte Unzufriedenheit.

„Meckern“ als habituell verfestigte Grundhaltung stellt ein wichtiges mentales Element zur Beschreibung von DDR-Konsumkultur dar. Man meckert jemanden an oder man meckert mit jemandem über etwas. Abendbrotgespräche, Familienfeiern, kollektives Beisammensein, solidarische Spontanzusammenschlüsse in den Schlangen – überall gab es „was zu meckern“. Meckern stellt eine Form psychischer Kompensation dar, es entlastet vom Druck des alltäglichen Ärgers und dient der Bewältigung eines schwierigen Alltags. Zugleich zeugt es von einem gewissen Gemeinschaftssinn, denn es geht oftmals um überindividuelle Belange, die da in der Straßen- und Familienöffentlichkeit artikuliert werden. Das Meckern konstituiert den inneren Konsens der DDR-Bürger – im Ärger sind sie einig. Es ist eine Form der gemeinsamen Verweigerung von Zustimmung zu den von Partei und Regierung oder auch nur von der Ortsobrigkeit oder dem betrieblichen Vorgesetzten verkündeten neuen Phrasen und Anforderungen. Gemeckert wird von unten nach oben, aber auch von oben nach unten. Mit dem Habitus des Meckerns korrespondiert ein spezifischer Humor, den die Fähigkeit, über sich selbst und die Unzulänglichkeiten des eigenen Alltags lachen zu können, auszeichnet.

Dem Meckern wohnt eine systemstabilisierende Komponente inne, weil es anzeigt, daß man es noch aushalten kann und vor allem deshalb, weil es oftmals einen Vorschlag zur Veränderung enthält, was die Reformfähigkeit des Systems unterstellt. Erst wenn die Kritik in Wut, Resignation oder Verzweiflung umschlägt, kann sie systemgefährdend werden. Das Meckern bedeutet kulturell sicher noch viel mehr – es ist konstruktiv, es ist subversiv – diese Gesellschaft lebte und hatte Farbe einzig nur durch das Meckern.

Die DDR als ein Volk von wartenden Jägern und Sammlern, von Händlern, Heimwerkern und Schneiderinnen, von bissigen Verkäuferinnen und schlampigen Kellnern, von Volkserziehern, Meckerern und Nörglern? Die Gefahr liegt nahe, die hier beschriebenen Praktiken und Handlungsstrategien als charakterliche Eigentümlichkeiten, als mental festgeschriebene Eigenarten zu deuten. Aber sind sie mit der Gesellschaft, die sie hervorgebracht hat, auch untergegangen? Oder erweisen sie sich nicht auch in der neuen Gesellschaft als durchaus funktional? Sind nicht auch die Westler beständig auf der Jagd? Was unterscheidet das heutige

Schnäppchen von der früheren günstigen Gelegenheit? War man damals auf der Suche nach einem bedruckten T-Shirt, so sucht man heute vergeblich nach einem unbedruckten. Die Eintönigkeit der Warenwelt ist nur eine andere geworden. Deshalb muß noch einmal anders danach gefragt werden, worin die Unterschiede bestehen, was denn dann das Besondere an der DDR-Konsumkultur ausmacht.

Die hier verhandelten Figuren jedenfalls – Warten, Jagen, Sammeln, Tauschen und Subsistenzproduktion – verweisen nicht nur auf Mangel, sondern sie zeigen auch, was für spezifische soziale Gruppen den kulturellen Wert mancher Waren ausmacht, was als luxuriös oder exklusiv gilt und sich daher zur Distinktion eignet.

Will man den Besonderheiten der DDR-Konsumkultur auf den Grund gehen, darf man nicht beim Mangel als Erklärung stehenbleiben, sondern muß weiter danach fragen, welche sozialen, kulturellen und generativen Unterschiede sich in den spezifischen Formen des Erwerbs von Konsumgütern ausdrücken und was daraus für ihre Funktion als Distinktionsmittel im gesellschaftlichen Diskurs folgt. Am folgenden Beispiel soll deutlicher werden, warum es mir dabei geht:

„Als man anfang die Schwalbe zu bauen, war ich sieben; mit 14 hatte ich selber eine. Ich bin mit ihr zur Schule gefahren, ins Freibad oder zum Ferienjob. Später brachte sie mich bei Wind und Wetter, sogar bei Schnee und Glatteis pünktlich zur Arbeit. Fast immer jedenfalls.

Wenn sie nicht anspringen wollte, habe ich versucht, sie anzuschieben; gelang auch das nicht, traktierte ich sie kurzerhand mit Schraubenzieher und Maulschlüssel. Mit wenigen Handgriffen waren die wichtigsten Teile auseinandergelöst und meist auch repariert. ...

Manchmal allerdings habe ich meinen Kleinroller geübt. Schwalbefahrer kennen das. Fest in meine Erinnerungen eingegraben sind die Momente, als bei Regen öfters die Zündung ausfiel und ich frierend am Straßenrand herumbasteln mußte.

Ich habe meine Schwalbe heiß geliebt, wenn ich auf ihr im Hochsommer mit weit offenem Hemd durch die Gegend brauste – meine damals langen Haare frei im Wind. Ein Hauch von Easy Rider made in GDR.“¹³

Der Gegenstand, der hier so emotional beschrieben wird, ist ein Allerweltsding. Ein Moped, seit den 60er Jahren fast unverändert gebaut und bis heute im Gebrauch. Es gab Zeiten, da mußte man darauf warten, es kaufen zu können. Fast jeder auf dem Dorf fuhr damit herum. Aber eigentlich war es ein Fahrzeug für ältere Leute, die es an den Knien hatten, denn das Moped hatte ein Trittbrett und Seitenbleche. Und dennoch beschreibt der Besitzer hier sein fast auratisches, inniges Verhältnis, das er als Jugendlicher zu diesem Gegenstand aufgebaut hat, eine Art Haßliebe.

Die Schwalbe gewinnt erst nach der Wende, als sie nicht mehr gebaut wird, einen über seinen eigentlich Gebrauchswert und Tauschwert hinausweisenden kulturell-symbolischen Sinn als Kultobjekt. (Und aus genau dieser Perspektive beschreibt sie der Autor.) Sie vermag – vergleichbar dem „Trabanten“ – den Alltag einer untergegangenen Welt zu repräsentieren. Diesen Wert gewinnt sie vor allem für Jugendliche und Westmenschen, also jene, die nicht zu DDR-Zeiten damit herumfahren mußten. Die nämlich lassen ihre Schwalben unbeachtet in ihren Schuppen langsam verrotten. Sehen wir von diesem, für die Schwalbe historisch

einmaligen Akt der kulturellen Umwertung einmal ab, was bleibt dann noch von der persönlichen Beziehung des Schwalbefahrers zu seinem Mobile übrig?

Bemerkenswert bleibt sein inniges persönliches Verhältnis zu diesem Gebrauchsgegenstand. Es gründet auf der Langfristigkeit des Gebrauchs. Individuelle Biographie und Gegenstandsbiographie verschmelzen miteinander und verweisen aufeinander. Der Gegenstand hat Erinnerungswert für die Lebensphase, die ohnehin am intensivsten erinnert wird, die Jugendzeit. Und ein zweites kommt hinzu: Er befindet sich mit diesen spezifischen, an die Schwächen und Stärken des Gegenstandes gebundenen Erinnerungen in der illustren und umfangreichen Gesellschaft aller Schwalbefahrer. DDR-Konsumgüter haben aufgrund ihres lange Zeit unveränderten Design die seltene Fähigkeit zur Gemeindebildung, die allen bekannten Marken innewohnt, besonders stark ausgebildet.

So lassen sich beispielsweise Gemeinden von Küchenmaschine-Besitzern (Komet) generationsweise unterscheiden. Die erste Generation von KM-Besitzern heirateten in den 50er Jahren. Sie besaßen auch alle denselben Kühlschrank Kristall 1401, benutzten bis in die 80er Jahre eine Wellradwaschmaschine aus Schwarzta, die WM 66, und nannten eine Multimax-Bohrmaschine ihr eigen. Die nächste Gemeinde bildet sich 15 Jahre später an denselben Produkten von denselben Firmen, nur in einem etwas neuerem Design. Über bestimmte, stark standardisierte Konsumgüter können sich DDR-Bürger/innen noch heute gegenseitig identifizieren. Es genügen Stichworte, um sich zu erkennen: „Weißt Du noch, die Multimax ...“, reicht aus als Anregung für eine lustige Abendunterhaltung. In einer Zeit, da die DDR-spezifischen Erfahrungen disqualifiziert werden und in Bezug auf die westliche Konsumgesellschaft sich als disfunktional erweisen – privates Horten von Gebrauchsgegenständen macht unter kapitalistischen Bedingungen keinen Sinn – kann der Diskurs über DDR-Marken wieder Identität stiften. Den Wiedererkennungswert ostdeutscher Produkte haben Werbefirmen wiederholt versucht, für sich profitabel zu machen. Doch nur wenigen ist es gelungen, nicht am Lebensgefühl der Ostdeutschen vorbeizuzielen.

Eine ganze Gegenstandswelt ist aus dem Alltag urplötzlich verschwunden. Die wenigen übriggebliebenen Relikte ziehen damit gesteigerte Aufmerksamkeit auf sich. Selbst ehemalige Ladenhüter gewinnen an kultischem Wert. Man sollte eine Untersuchung initiieren und einmal erfragen, welche Gegenstände aus DDR-Produktion sich noch in DDR-Haushalten befinden, dort gebraucht und benutzt werden und welche als Repräsentationsstücke ihren Platz in westdeutschen Schrankwänden gefunden haben. Eine solche Untersuchung könnte sehr aufschlußreich für die im Ost-West-Diskurs benutzten Symbole und Zeichen und ihre Bedeutungen sein.

Über Kontinuität und Wandel der Mentalität der Konsumenten

Die Geschichte über die Gemeinden von Küchenmaschinen-Benutzern zeigt eine enorme Kontinuität der ostdeutschen Gegenstandswelt auf. Es liegt nahe,

dahinter mentale Traditionsbestände auf Seiten der Konsumenten zu vermuten. Auch die hier beschriebenen kulturhistorischen Figuren wie Warten-Jagen-Sammeln-Tauschen usw. haben, obwohl man sie noch historisch genauer fassen muß, übergreifende Geltung für den gesamten Zeitraum von DDR-Geschichte. Deshalb soll zum Abschluß noch einmal anders nach dem historischen Wandel von prinzipiellen Einstellungen zum Konsumieren gefragt werden. Kontinuität und Wandel der Konsumkultur kann anhand der Einführung neuer Konsumgüter und neuer Verkaufspraktiken – der Einführung von Selbstbedienung bspw. – untersucht werden. Vorgeschlagen werden soll hier ein Ansatz zur Periodisierung auf der Grundlage von Generationswechseln. Das unterschiedliche, ja manchmal fast entgegengesetzte Verhältnis, das aufeinander folgende Generationen zum Konsumieren einnehmen, ist wesentlich von ihren in jungen Jahren gemachten Konsumentenerfahrungen abhängig. Für die in den hier betrachteten Zeitraum fallenden Veränderungen sollen einige Thesen zum generationspezifischen Wandel von prinzipiellen mentalen Einstellungen zur Diskussion aufgeworfen werden. Sie gründen auf Beobachtungen, die im Rahmen eines lebensgeschichtlichen Forschungsprojektes zu einem anderen Thema angestellt werden konnten und die nun noch in einer spezifischen Untersuchung vertieft werden müssen.

1. Es ist ein Wandel von der Langlebigkeit von Konsumgütern zum schnellen modischen Wechsel zu beobachten. War es bei den Vorkriegsgenerationen noch üblich, in den einmal – meist anlässlich der Familiengründung – angeschafften Möbeln ein ganzes Leben zu verbringen, kann die Nachkriegsgeneration schon heute von zwei bis drei vollständigen Wechseln der Wohnungseinrichtung berichten. Ob es daran liegt, daß die Gegenstände selbst schon nicht mehr auf Langlebigkeit hin gestaltet und produziert werden oder an der wachsenden räumlichen und Beziehungsmobilität, müßte genauer untersucht werden. Tatsache ist, daß sich die Generationen bis zum Extrem in ihrem mentalen Verhältnis zu Gegenständen unterscheiden. Von nachwachsenden Generationen werden sie nicht mehr geschont und gepflegt, geflickt und repariert. Selbst bei Gegenständen, auf die man zu DDR-Zeiten lange warten mußte, die nicht schnell zu erneuern waren, wie dem Auto, die also behutsamen Umgang erforderten, konnte man dieses generationspezifisch unterschiedliche Pflegeverhalten beobachten.

Zu dieser mentalen Einstellung gehört die Unfähigkeit, etwas wegzuerwerfen und ein langanhaltendes Sichwehren gegen haushaltstechnische Neuerungen. Ausgediente und funktionsuntüchtige Gegenstände werden noch jahrelang aufgehoben. Das Aufgeben einer solchen Haltung erfolgt nicht im generativen Sprung, sondern von Generation zu Generation stückchenweise, aber unaufhaltsam.

2. Ist ein mentaler Umschlag vom lang geplanten, lange aufgeschobenen und ersetzten, lange ersparten Kauf zum spontanen Kauf nach Lust, wenn nötig auf Kreditbasis, festzustellen. Dies bedeutet nicht nur eine kulturelle Entwertung von individueller Verschuldung zum Kavaliersdelikt, sondern auch, daß man sich für Dinge verschuldet, die man nicht notwendig zum Leben, wohl aber zur kulturellen Distinktion braucht: den Hi-End-Verstärker, das Auto usw. Konzepte der Genüg-

samkeit und Bescheidenheit sind aufgegeben worden zugunsten eines Anspruchsdenkens, das Unbescheidenheit geradezu zum stilisierten Ausgangspunkt hat.

3. Formen der Vorratswirtschaft, die noch vor 20 Jahren gang und gäbe waren, sind inzwischen fast vollständig aufgegeben worden: Kartoffeln werden nicht mehr eingekellert, Obst und Gemüse werden nicht mehr eingeweckt, selbst Kohlen kauft man sich im Winter von Woche zu Woche nach Bedarf. Das Aufgeben der Bevorratung hat viel mit der Industrialisierung der Nahrungsmittel zu tun, deutet aber darüber hinaus auf ein verfestigtes Sicherheitsgefühl, was die unmittelbare Existenzsicherung betrifft.

Dieses Sicherheitsgefühl wird durch die neue Verkaufsform der Selbstbedienung, die sich erst in den letzten 40 Jahren durchgesetzt hat, stark bestätigt. Die Entpersonalisierung der Verkaufshandlung wird auch als Demokratisierung der Verfügungsgewalt über Waren wahrgenommen, wengleich sie das gar nicht bedeutet. Die Selbstbedienung suggeriert, man könne sich nehmen, was man braucht.

Für diesen, hier nur thesenartig angedeuteten historischen Wandel in dominanten mentalen Einstellungen zum Konsum muß nun noch mit historischem Quellenmaterial genauer gefragt werden, inwiefern er generationspezifisch bestimmt ist und welche schichtspezifischen Determinanten dabei eine Rolle spielen. Auch, um genauer sagen zu können, welche Prägungen die DDR-Konsumkultur hier konkret hinterlassen hat und was dies für das Aufeinanderprallen ost- und westdeutscher Alltagswelten bedeutet.

Kaufen und Verkaufen sind öffentliche Akte, konsumiert wird in privaten Räumen. In der Konsumkultur spiegelt sich auf besondere Weise das Verhältnis von Öffentlichkeit und Privatheit, von Individuum und Gesellschaft. Der Diskurs über das Konsumieren in den hier von mir gefaßten Dimensionen muß auf seine gesellschaftsrelevanten Bedeutungen hin untersucht werden. Die entscheidende Frage ist daher, was der Wandel in der Konsumentenmentalität für die kulturellen Wertvorstellungen einer Gesellschaft bedeutet und was daraus für ihre Verfaßtheit folgt.

Anmerkungen

- 1 Andert, Reinhold; Herzberg, Wolfgang: Der Sturz. Erich Honecker im Kreuzverhör. Berlin und Weimar 1990. 377 f.
- 2 „... der Handel, der als politischer Seismograph wirkt ...“, Paul Fröhlich, Bezirkssekretär der SED in Leipzig am 12.7.1962 auf der Handelskonferenz der Stadt Leipzig, Stadtarchiv Leipzig, StVuR 7680, Bl.72.
- 3 Ein typisches Beispiel: Im Vorspann zu der 1993 gesendeten Fernsehserie „Trotzki“, in der eine Leipziger Arbeitslosenfamilie bis zum Überdruß persifliert wurde, sitzt die Familie gemeinsam vor dem Fernseher. Erst sehen Vater und Sohn Fußball, dann swicht die Mutter unter allgemeinem Protest zu einer Volksmusiksendung. Die Tochter schaltet suchend weiter; fast aus Versehen

erwischt sie eine Nachrichtensendung, in der von der Leipziger Montagsdemonstration berichtet wird. Der Familie klappt der Unterkiefer runter. Schnitt. Alle vier schieben sich eine Banane in den offenen Mund. Damit ist ihnen symbolisch der Mund gestopft.

- 4 Vgl. hierzu den Vorschlag von Selle in Ruppert (Hg.): Chiffren des Alltags. Erkundungen zur Geschichte der industriellen Massenkultur. Marburg 1993, Gesamtinventarisierungen von Wohnungen vorzunehmen und die Besitzer nach ihrem Verhältnis zu dieser Gegenstandswelt zu befragen oder auch die von Andreas Ludwig praktizierte Methode, sich von den Spendern Gegenstandsbiographien erzählen zu lassen.
- 5 Felix Mühlberg schreibt an einer Dissertation zu diesem Thema, meines Wissens bisher der einzige mit alltagsgeschichtlichem und nicht rechtswissenschaftlichem Interesse.
- 6 Siehe zum Thema Spielfilm als kulturhistorische Quelle: Merkel, Ina: Die Nackten und die Roten. Zum Verhältnis von Nacktheit und Öffentlichkeit in der DDR. In: Mitteilungen aus der kulturwissenschaftlichen Forschung. Berlin 18 (1995) H. 36.
- 7 Vorlage für das Politbüro vom 16.9.1961, SAPMO Dy 30/IV 2/610/14.
- 8 In diesen Läden gab es zunächst von Messen übernommene Kleidungsstücke, Unikate. Stets wurden hier Kleider, später auch aus Paris und London, nur in kleiner Stückzahl und völlig überbeuert verkauft.
- 9 In Intershops wurden Waren gegen Devisen verkauft. Ursprünglich nur Transitreisenden und Bürgern aus dem westlichen Ausland vorbehalten, konnten seit 1973 auch DDR Bürger offiziell mit Westgeld hier einkaufen gehen. Damit avancierte das Westgeld endgültig zur zweiten Währung innerhalb der DDR.
- 10 Bauhaus versus kleinbürgerliche Minimalstandards, nachdem die Idee von der bürgerlichen Pracht für Arbeiter aus ökonomischen Gründen zurückgenommen werden mußte.
- 11 Pressekonferenz zur Tagung über Standardisierung am 11.2.1959, SAPMO Dy 30/IV 2/607/65
- 12 Siehe zum Thema Briefe an das Fernsehen der DDR als kulturhistorische Quelle: Merkel, Ina: „... in Hoyerswerda leben jedenfalls keine so kleinen viereckigen Menschen ...“ Briefe an das Fernsehen der DDR. Beitrag zur Konferenz „What is the Text of the Text? Reading the Files of East German Bureaucracies“, German Historical Institute, Washington Oktober 1994, Veröffentlichung in Vorbereitung.
- 13 Engelhardt, Jörg: Schwalbe, Duo, Kultmobil. Vom Acker auf den Boulevard. Berlin-Brandenburg 1995. S. 7 ff.