

Wunderwirtschaft DDR-Konsumkultur in den 60er Jahren

Herausgegeben von
Neue Gesellschaft für Bildende Kunst



Böhlau Verlag Köln • Weimar • Wien

Herausgeber:
Neue Gesellschaft für Bildende Kunst e.V., Oranienstraße 25, 10999 Berlin,
Tel: 030/615 30 31

Präsidium: Rainer Höynck, Bianca Bon, Karin Nottmeyer
Geschäftsführung: Leonie Baumann

Geschäftsstelle: Gisela Gnoss-Yavuz, Jürgen Guderian, Margrit Hohlwein, Matthias Reichelt, Hartmut Reith,
Berhard Veitenheimer, Maria Wegner

Das Buch erscheint anlässlich der Ausstellung „Wunderwirtschaft. DDR-Konsumkultur und Produktdesign in den 60er Jahren“ der Neuen Gesellschaft für Bildende Kunst in Zusammenarbeit mit dem Institut für Europäische Ethnologie, Humboldt-Universität zu Berlin und der Sammlung industrielle Gestaltung, Stadtmuseum Berlin, vom 17.8.1996 bis 12.1.1997 im Museum im Nordflügel auf der Kulturbrauerei, Knaackstr. 97, 10435 Berlin-Prenzlauer Berg

Wir danken der Senatsverwaltung für Wissenschaft, Forschung und Kultur für die Förderung und der Stiftung Deutsche Klassenlotterie Berlin für die Finanzierung des Projekts. Wir danken weiterhin allen Personen, die uns geholfen haben, sowie den Leihgebern für die freundliche Unterstützung.

Idee:
Ina Merkel & Felix Mühlberg

Mitglieder der Arbeitsgruppe:

Katrin Böske, Annette Kaminsky, Jakob Kirchheim, Dominique Krössin, Ina Merkel, Felix Mühlberg, Franka Schneider, Falk Schöttler, Simone Tippach-Schneider

Unter Mitarbeit von:

Iris Czak, Anja Dähmlow, Viola Härtel, Andreas Hergeth, Sabine Hödt, Leonhard Maier, Stefan Pahlke, Jeannette Padux, Frank Schirrmeister, Katrin Wolny

Organisation:

Katrin Böske, Dominique Krössin, Ina Merkel, Felix Mühlberg, Simone Tippach-Schneider

Ausstellungsdesign:

Leonhard Maier

Redaktion:

Annette Kaminsky, Dominique Krössin, Ina Merkel, Stefan Pahlke, Franka Schneider

Bildredaktion:

Ina Merkel

Umschlag, Gestaltung, Satz und Repro:

Felix Mühlberg

Belichtung und Beratung:

Michael Pickardt

Druck und Verarbeitung:

Clausen & Bosse, Leck

Die Deutsche Bibliothek - CIP-Einheitsaufnahme

Wunderwirtschaft. DDR-Konsumkultur in den 60er Jahren (Buch zur Ausstellung der NGBK im Stadtmuseum Berlin, Sammlung industrielle Gestaltung vom 17.8.1996 bis 12.1.1997) / hrsg. von der Neuen Gesellschaft für Bildende Kunst e.V. -

Köln; Weimar; Wien: Böhlau, 1996

ISBN 3-412-08396-8

NE: NGBK (Hrsg.); Wunderwirtschaft, Konsumkultur, DDR, 60er Jahre

© 1996 by Böhlau Verlag GmbH & Cie, Köln, Weimar, Wien. Alle Rechte vorbehalten.

Printed in Germany

ISBN 3-412-08396-8

Inhalt

Vorbemerkungen	6
INA MERKEL: Der aufhaltsame Aufbruch in die Konsumgesellschaft	8
ANDRÉ STEINER: Zwischen Frustration und Verschwendung. Zu den wirtschaftlichen Determinanten der DDR Konsumkultur	21
GERLINDE IRMSCHER: „Arbeitsfrei mit Küßchen drauf“. Zeit und Leben in den Sechzigern	37
HEINZ HIRDINA: Gegenstand und Utopie	48
SIMONE TIPPACH-SCHNEIDER: Moderner Einkauf, moderner Verbraucher und das Verschwinden der Waren. Das Werbefernsehen in der DDR von 1959 bis 1976	62
ANDREAS HERGETH: „Wenn die Leute lachen, sind sie bereit zu kaufen“	77
MARC SCHWESKA/MARKUS WITTE: Revolution aus Tradition? Das Montagemöbelprogramm Deutsche Werkstätten	80
PETRA GRUNER: „neues leben - neues wohnen“. Das Wohnungsbauprogramm des Siebenjahrplans	90
HEIN KÖSTER: Schmerzliche Ankunft in der Moderne. Industriedesign auf der V. Deutschen Kunstausstellung	96
JOCHEN FETZER: Gut verpackt	104
SILKE ROTHKIRCH: „Moderne Menschen kaufen modern“	112
SABINE HÖDT: Konsummarken kleben	120
ANNETTE KAMINSKY: „Keine Zeit verlaufen – beim Versandhaus kaufen“	124
PATRICE POUTRUS: Kurzer Abriss der Geschichte des Goldbroilers	138
CORDULA GÜNTHER: „Präsent 20“ – Der Stoff, aus dem die Träume sind	144
ANJA DÄHMLow/VIOla HÄRTEL: „Verreisen kann jeder, Zelten ist Charaktersache“	152
KATRIN WOLNY: Dinge, die den Alltag schöner machten: Geschenke	156
DOMINIQUE KRÖSSIN: Wie mache ich's mir selbst? Die Zeitschrift <i>practic</i> und das Heimwerken	160
STEFAN PAHLKE: Warten auf ein Telefon, mit Permanenz und Penetranz	166
FELIX MÜHLBERG: Wenn die Faust auf den Tisch schlägt. Eingaben als Strategie zur Bewältigung des Alltags	175
GERLINDE IRMSCHER: Der Westen im Ost-Alltag. DDR-Jugendkultur in den sechziger Jahren	185
IRIS CZAK: Spitzname: Elvis	194
JEANNETTE PADUX: The Rattle Snakes und Brecht	198
FRANK SCHIRRMEISTER: Ein Mauerkind	202
INA DIETZSCH: Deutsch-deutscher Gabentausch	204
KATRIN BÖSKE: Abwesend anwesend. Eine kleine Geschichte des Intershops	214
FRANKA SCHNEIDER: „Jedem nach dem Wohnsitz seiner Tante“. Die GENEX Geschenkdienst GmbH	223
Die Autorinnen und Autoren	233
Glossar, Literatur zum Thema	234
Was sonst noch passierte ... (Zeitleiste)	237
Bildnachweis, Leihgeber, Dank für Rat und Tat	240

L 37154 Vg 1317

Der aufhaltsame Aufbruch in die Konsumgesellschaft

Als am 29. Mai 1958 nach fast 20 Jahren die letzten Reste der Lebensmittelrationierung in der DDR abgeschafft wurden, war damit symbolisch das Ende der Nachkriegszeit vollzogen. Unter der Bevölkerung löste dies jedoch keinen begeisterten Jubel aus. Ende der 50er Jahre funktionierte die Rationierung schon nicht mehr vordergründig als ein System der gerechten Verteilung von Mangelwaren an alle gleichermaßen Bedürftigen, sondern als Preisregulierungssystem. Zugleich sicherte sie der Bevölkerung ein Mindestmaß an Zuteilung bestimmter Waren. Fast 20 Jahre Rationierungserfahrung hatten im Konsumverhalten tiefe Spuren hinterlassen. Stärker noch als der Mangel selbst wirkten hier vor allem die der Rationierung innewohnende Gerechtigkeit, Durchschaubarkeit und Kontrollierbarkeit der Verteilung und der Anspruch auf eine gewisse Zuteilung prägend. Mit dieser Mentalität mußte die DDR-Regierung bei allen ihren konsumpolitischen Entscheidungen rechnen.

In der damaligen Losung „Handeln statt Verteilen“ wurde der Unterschied von Rationierungswirtschaft und Konsumgesellschaft sinnfällig auf den Punkt gebracht. Dennoch funktionierten bestimmte, dem Rationierungssystem entsprechende Grundprinzipien bis in die 80er Jahre. Dabei handelte es sich zum einen um die Übertragung des Festpreissystems auf alle Waren und Konsumgüter, zum zweiten um die Subventionierung bestimmter Warengruppen, von Mieten, Dienstleistungen und öffentlichem Verkehr, und zum dritten um Formen der Kontingentierung und Zuteilung von Waren, die es nicht der Kaufkraft entsprechend im Angebot gab. Doch auch die ungewollten Nebeneffekte der Rationierungswirtschaft, die Existenz eines Zwei-Klassensystems von Waren und eine vor allem im Dienstleistungsbereich ausufernde Schwarzmarkt- und Schattenwirtschaft blieben in veränderter Form bis zum Ende der DDR bestehen. Seit der Einführung der HO (staatliche Handelsorganisation) im Jahre 1948, d.h. von Läden, in denen rationierte Waren frei verkauft wurden, anfangs völlig übersteuert, existierte neben der Rationierungswirtschaft ein zweites Verkaufssystem. Hier kauften vor allem der Mittelstand, private Unternehmer, freischaffende Intelligenz und andere besserverdienende Schichten. Damit befand sich die DDR-Konsumpolitik von Anbeginn im Widerspruch mit den eigenen Idealen, die ja auf gleichmäßige Verteilung des Wohlstandes unter alle Mitglieder der Gesellschaft zielten. Mit der Eröffnung von Exquisitläden 1962 und Delikatläden Ende der 60er Jahre wurde diese Politik fortgesetzt. Egalisierende und differenzierende Verteilungsprinzipien standen sich konträr gegenüber und zugleich ergänzten sie sich auf seltsame Weise.

Der Gesellschaftscharakter der sechziger Jahre war von dem Versuch bestimmt, eine eigenständige Gesellschaftsform zu gestalten und alternative Lebensweisen im Vergleich zum Westen zu propagieren. Der Mauerbau 1961 eröffnete dafür zunächst einmal die notwendigen Handlungsspielräume. Mit dem Schließen der Grenzen in Richtung Westen wurde dem dauernden Systemvergleich zunächst die Spitze abgebrochen. Doch zugleich wurde damit die Gesellschaft nach innen abgeschlossen. Die Masse der Bevölkerung fand sich



„Sie müssen sich etwas gedulden, mein Herr, bei uns herrscht nämlich Personalmangel.“

Eulenspiegel 3/1962, S. 2.

mit der Teilung Deutschlands ab und begann, sich in der DDR einzurichten. Sie tat dies nicht widerspruchslos und resigniert, sondern versuchte immer wieder, sich in die Gestaltung der Gesellschaft einzumischen. Das 11. Plenum 1965 und der „Prager Frühling“ 1968 zeigten hingegen deutlich die engen, ideologisch gesetzten Grenzen, die jedem Reformierungsversuch von innen entgegenstanden. Die Systemauseinandersetzung verlagerte sich dessenungeachtet auf das Schlachtfeld des Konsums. Hier sahen sich die Kämpfer gegen die Wegwerfgesellschaft und Konsumideologie nicht nur mit dem westlichen Wohlstand konfrontiert, sondern vor allem mit den wachsenden Ansprüchen der eigenen Bevölkerung. Und hier jedenfalls kämpften die führenden Politiker und Wirtschaftsfachleute immer mit dem Rücken an der Wand.

Ihren Anspruch, kulturellen Einfluß auf die Lebensweise zu gewinnen, gaben sie dennoch nicht auf, sondern verstärkten ihr paternalistisches Gebaren. In dem von der SED-Führung immer wieder formulierten Anspruch und Willen, die Bedürfnisse der Bevölkerung zu befriedigen, steckte zugleich auch die Idee, man könne diese Bedürfnisse formen und erziehen. Es wäre jedoch ein Mißverständnis zu meinen, daß es letztlich nur darum ging, die Kontrolle und das Diktat über die Bedürfnisse der Menschen zu gewinnen.

Konsumkultur in der DDR war von der Vorstellung geprägt, 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 geregelt werden könne.

Die Vorstellung von der Planbarkeit gesellschaftlicher Prozesse ist eines der wichtigsten Bestandteile der kommunistischen Utopie. Wäre die Gesellschaft planbar, und mit ihr die Bedürftigkeit der Menschen, würden Ressourcen nicht unnötig verschwendet, Arbeitszeit auf ein notwendiges Maß reduziert und die Menschen nur das haben wollen, was sie zu ihrer Existenzsicherung oder freien Entwicklung wirklich brauchen. Mit der Orientierung auf den Gewinn von frei verfügbarer Zeit anstelle von gegenständlichem Reichtum und auf Gebrauchswerte anstelle von kulturell-symbolischer Distinktion ist die Utopie auf eine einfache Formel gebracht. Sie gilt allerdings nur unter den Bedingungen einer entwickelten Bedürftigkeit, in der nicht der „Sinn des Habens“ (Lothar Kühne), sondern die Notwendigkeiten des Gebrauchs das Erwerben von Gegenständen bestimmen. Unter den Bedingungen der Nachkriegszeit erfuhr das kommunistische Ideal indessen so manche Veränderung. Der Kommunismus rückte als Daseinsziel in weite Ferne. Der Dichter Bert Brecht sprach von den „Mühen der Ebenen“. Die in den 50er Jahren ausgegebene Losung „So wie wir heute arbeiten werden wir morgen leben“ verlangte 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 praktizierte. Daraus resultierte ein Interessenkonflikt, der so stark und präsent war, daß er nicht nur den sozialen Frieden gefährdete, sondern die Parteiführung dazu zwang, ökonomische Reformkonzepte immer wieder zu revidieren. Das NÖS (Neues ökonomisches System der Planung und Leitung – Reformversuch von 1963–1970) scheiterte weder an den ökonomischen und politischen Forderungen der Sowjetunion noch an dem Widerstand der Werktätigen, die stabile Preise und höhere



Verkäuferin beim Abschneiden von Abschnitten der Lebensmittelkarten. Erst 1958 wurden in der DDR die Lebensmittelkarten abgeschafft.

Konsumverkaufsstelle, 1957.

Löhne unabhängig von der Leistung mehr oder weniger erfolgreich einklagen. Die Parteiführung tappte vielmehr in die Falle der eigenen Ideologie, der Wohlstands- und Stabilitätsversprechen.

Konsumpolitik in der DDR – so man unter den Bedingungen ständig wechselnder Engpässe und Versorgungslücken überhaupt davon sprechen kann – wurde in den sechziger Jahren in drei Richtungen versucht. Da wäre erstens eine auf allmählich wachsenden Wohlstand gerichtete Lohn- und Preispolitik, die die Angleichung der Einkommensverhältnisse aller Bevölkerungsschichten zum Ziel hatte. In deren Folge wurden Lohnerhöhungen stets schneller vollzogen, als es die Steigerung der Arbeitsproduktivität zuließ. Die zugleich verfolgte Steuerpolitik zielte außerdem darauf, besserverdienende Schichten zu beschneiden.¹ Zum zweiten war die Parteiführung darauf bedacht, die Bedürfnisse der Bevölkerung „immer besser“ zu befriedigen, und zugleich wurden Auseinandersetzungen darüber geführt, welche ihrer Ansprüche und Wünsche überhaupt berechtigt seien. Drittens schließlich bemühte sich die Partei- und Staatsführung, Anschluß an das „Weltniveau“ zu finden, und so vollzog sich in den sechziger Jahren eine umfassende Modernisierung der Konsumkultur, der Formen des Einkaufs, des Verhältnisses von Kunden und Verkäufern, von Verbrauch und Genuß. Doch diesen Modernisierungsversuchen war durch die in den 50er Jahren geführten ideologischen Debatten über Formalismus und Dekadenz ästhetisch von vornherein die Spitze abgebrochen. Das, was hier beschrieben werden kann, ist eine Moderne der kleinen Leute, stark durchsetzt von kleinbürgerlichen Zügen. Den Modernisierungsversuchen fehlte der große historische Atem, die provozierende Idee, die überzeugende ästhetische Alternative. Nicht zuletzt darin wird der Ausschluß von der Welt offenbar.

Im folgenden soll es darum gehen, anhand einiger ausgewählter historischer Beispiele, auf die Widersprüchlichkeit konsumpolitischer Strategien und Orientierungen aufmerksam zu machen. Aufgrund der hier gebotenen Kürze können nur einige Grundlinien skizziert werden. Die angeführten Beispiele stammen vom Beginn der 60er Jahre, weil hier die Weichen für die Konsumpolitik der folgenden Jahre gestellt wurden. Im Zentrum des Interesses steht die Frage, in welchem Verhältnis idealisch formulierte Gesellschaftskonzepte und pragmatisch an den Notwendigkeiten orientierte Politik zueinander standen.

Der Kampf gegen die Verbraucherideologie

„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 Waschsalons 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.“²

In diesem kurzen Text von 1961 sind die wichtigsten Elemente öffentlichen Verhandels über die Bedürfnisse der Bevölkerung enthalten: Das Ide-

Die Abteilung Rundfunktechnik, Warenhaus in Gera 1963.



„Das hatse nun von ihrer Freundlichkeit.“
Eulenspiegel 3/1962, S. 2.

al einer besseren Gesellschaft wird in der Auseinandersetzung mit der westlichen Konsumgesellschaft gebildet, deren entscheidender Nachteil darin bestünde, daß sie bestimmte soziale Gruppen vom Konsum ausschließe. 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 anderen, weil zur Produktion von Luxusgütern Kreativität, Arbeitskraft und Material vergeudet werden. Zum zweiten wird in diesem kurzen Zitat die Bevölkerung angehalten, ihre Bedürfnisse aufzuschieben. Zugleich werden die Probleme der Versorgung gleich zweimal an die Bevölkerung zurückverwiesen, und darin wird ein weiteres Grundmuster der Konsumpolitik deutlich: Die Konsumenten seien zugleich auch die Produzenten, und als solche werden sie angesprochen, wenn sie sich über die mangelnde Versorgung beklagen. Darin schwingt der Vorwurf mit, daß die Werktätigen weder ausreichend, noch planmäßig, noch qualitätsgerecht produzieren. Zudem wird ihnen vorgehalten, daß sie in den vergangenen Jahren ihre Bedürfnisse in übertriebener Weise entwickelt hätten. Aber auch als Konsumenten hätten sie eine Verantwortung gegenüber der Gesellschaft und könnten sich nicht so einfach ihren Wünschen hingeben. Die Anerkennung von Bedürfnissen wurde davon abhängig gemacht, ob sie in einem Zusammenhang mit der Reproduktion der Arbeitskraft stehen. „Verbraucherideologie“ war in jenen Jahren ein beliebtes Schlagwort. Die Diskussion darum, welche Bedürfnisse legitim und welche übertrieben seien, entzündete sich immer wieder neu.

Standardisierung und Sortimentsbereinigung sind in den 60er Jahren dafür die Schlüsselbegriffe. Um diesen Diskurs näher zu charakterisieren, sei hier der Kommentar eines Ministeriumsmitarbeiters anlässlich der Eröffnung einer Tagung über Standardisierung 1959 zitiert: „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.“³

Der damalige Diskurs operiert mit Schlagworten: Uniformisierung/Standardisierung versus Individualität. Aus verschiedenen Gründen sind sich Parteiführung und Intellektuelle darin einig, die Bedürfnisse der Bevölkerung –

Paul Fröhlich, Erster Sekretär der SED-Bezirksleitung Leipzig, argumentierte auf der Handelskonferenz 1962:

„Ich war vor kurzem einmal in Greiz. Da fingen einige an zu schimpfen über bestimmte Qualitätsmerkmale in der Produktion und daß es zu teuer sei. Ich habe gesagt: ‘Wo arbeiten Sie? Was erzeugen Sie?’ Zum Glück nannte er einen Betrieb, der eine außerordentlich schlechte Qualität liefert.

(Heiterkeit)

Ich habe das Ding an dieser Seite angepackt und habe gesagt: ‘Sie schimpfen darüber, daß einige Produkte zu teuer sind. Wo arbeiten Sie denn?’ Er nannte mir den Betrieb. ‘Was arbeiten Sie dort? Welche Norm haben Sie?’ ‘Ich hatte erste 280%, jetzt habe ich nur noch 210%.’

(Heiterkeit)

Ich sage: ‘Wie ist denn die Qualität?’ Es handelte sich um einen Werkzeugmaschinen-baubetrieb. ‘Und wie erfüllt Ihr Euren Plan?’ Da hat er mich angesehen und gefragt: ‘Arbeiten Sie auch bei uns im Betrieb?’

(Heiterkeit)

Ich antworte: ‘Nein. Ich stelle nur die Frage. Sie sind doch Käufer. Aber Sie sind doch nicht schlechthin Käufer, Sie sind doch auch ein Produzent. Sie produzieren doch. Es besteht nur der Unterschied, daß Ihre Maschinen nicht hier auf den Ladentisch kommen. Das ist der Unterschied.’ Und er schimpft darüber, daß verschiedene Produkte zu teuer sind. Ich sagte: ‘Wenn aber Ihre Maschinen mit 40% Nacharbeitsstunden fit gemacht werden müssen, sich das aber im Lohn nicht auswirkt, dann kann man nicht davon sprechen, daß Sie eine Berechtigung haben zu kritisieren, daß einige Produkte zu teuer sind, und daß die Qualität nichts taugt.’ Ich bin für das Kritisieren, aber ich muß auch kritisch überprüfen, ob ich meine Arbeit auch richtig mache. ... Das heißt, wir müssen uns alle verantwortlich fühlen. Der eine baut Drehmaschinen und der andere macht Filzpantoffeln, der eine baut Radiogeräte, und der andere arbeitet in der Bekleidungsindustrie und näht die Ärmel verkehrt ein und er schimpft, wenn er etwas kauft, daß es nicht in Ordnung oder zu teuer ist. Aber er ist der Meinung, daß er einwandfreie Qualität geliefert hat.“

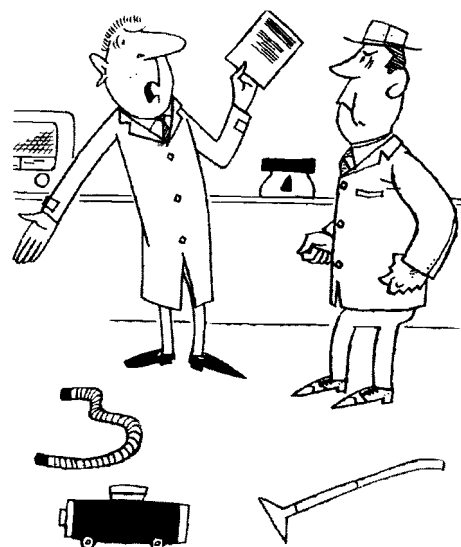
Stadtarchiv Leipzig, StVuR 7680, Bl.82/83, Stenografisches Protokoll der Handelskonferenz des Rates der Stadt Leipzig am 12.7.1962.

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 Werk-tätigen? 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 Benutzer-größen – produziert werden. Von der Standardisierung erhoffte sich die DDR-Führung berechtigterweise eine Verbilligung durch Einsparung von Entwick-lungskosten und Material. In einer Planwirtschaft machen solche Überlegun-gen Sinn. Aber in der Argumentation wird auch deutlich, worin die Vorbe-halte 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 Unifor-mierung der Lebensweise, wird hier ironisch vorweggenommen und banali-siert.

Hintergrund dieser Debatte ist die Tatsache, daß sich die Bedürfnisse der Bevölkerung grundlegend gewandelt hatten: Es gab mehr und bessere Wa-ren auf dem Markt, hochwertige Industriewaren waren billiger geworden, und die Bürger hatten genug Geld, um sie sich leisten zu können. Doch da-durch – und mit diesem Phänomen kämpfte die DDR bis zu ihrem Untergang – gab es auch mehr Kaufwünsche als Waren. Eine solche Konstellation mit dem Label „Mangelgesellschaft“ zu versehen, bliebe an der Oberfläche des Phänomens, seiner Erscheinungsweise auf dem Markt verhaftet. Denn der Mangel der einen Waren hatte den Überfluß, das Überquellen der Lager mit nicht gekauften Waren zum Gegenstück. In Versorgungslücken oder Eng-pässen der einen Waren und in der Überproduktion anderer, die dann als La-denhüter die Geschäfte füllten, spiegelt sich der Widerspruch zwischen der Orientierung der Planung auf notwendige Gebrauchsgüter und den sich in eine nicht vorhergesehene Richtung entwickelnden Bedürfnissen, die über dieses zum unmittelbaren Leben Notwendige hinausreichten.

Mangel und Verschwendung

In den Debatten, die die Parteiführung immer wieder über die Verbraucher-ideologie führte, wird ihre Hilflosigkeit deutlich. Da es ihr nicht gelang, mit den Versorgungsproblemen fertig zu werden, diskutierte sie mit dem Rück-en an der Wand: „Die Versorgung mit den tausend kleinen Dingen, mit Repara-turen und Dienstleistungen ist ... zu einem Grundproblem im Rahmen der öko-nomischen Hauptaufgabe geworden“, mußte das Politbüro Anfang der 60er Jahre konstatieren. Örtlich verschieden wurde immer wieder das Fehlen von Glühbirnen, Streichhölzern, Waschmitteln, Windeln, Toilettenpapier, Scheu-ertüchern, Kernseife, Tapetenkleister usw. beklagt. Mal gab es keine Zahnbür-sten, dann wieder keine Zahnpasta. Am 1. Februar 1960 führte die staatliche Zentralverwaltung für Statistik eine repräsentative statistische Erhebung über die Bedarfsdeckung im Einzelhandel durch. Von den Mitarbeitern wurden an diesem Tag insgesamt 195 Verkaufsstellen des sozialistischen Einzelhan-dels – HO und Konsum – der Branchen Haushaltswaren, Küchengeräte (Wirt-schaftswaren) und Eisenwaren persönlich aufgesucht und befragt. Das Ergeb-nis war erschreckend: „Von den insgesamt 1678 Positionen im Durchschnitt pro Verkaufsstelle waren am 1. Februar 1960 541 Positionen nicht vorrätig. 32% des lt. Sortimentsliste festgelegten Angebots – jede 3. Position – waren also nicht vorhanden. ... Von den im Durchschnitt pro Verkaufsstelle in der Sortimentsliste enthaltenen 296 Positionen des Teilsortiments Metallwaren fehlten am Stichtag 137 Positionen, das sind 46,4% – also fast jede 2. Positi-



„Vorführen? Na hörnse mal, Sie kriegen doch ne Gebrauchsanweisung! Oder könnense nich lesen?“

Eulenspiegel 3/1962, S. 2.

on. ... Beim Teilsortiment Wirtschaftswerkzeuge konnten am 1.2.1960 von durchschnittlich 134 Positionen 40 Positionen, das sind 30%, nicht angebo-ten werden.“⁴ Die Bevölkerung reagierte auf diese unberechenbaren Engpässe mit Vorratswirtschaft und entzog damit dem Handel weitere Waren – ein Teu-felskreis. Die Versorgungslage auf dem Gebiet der 1000 kleinen Dinge war von Anfang an problematisch. In der unmittelbaren Nachkriegszeit konzen-trierte sich die Wirtschaftspolitik auf den Wiederaufbau der Schwerindustrie und den Ausgleich von Disproportionen im Osten Deutschlands. Leicht- und Lebensmittelindustrie wurden kaum gefördert. Als Hauptproblem aber wur-den immer wieder die knappe Materiallage und der Rohstoffmangel ange-führt. Durch den starken Zustrom von Umgesiedelten, die oftmals ohne jeden Hausrat eintrafen und ganz von vorn anfangen mußten, entstand aber gera-de in bezug auf Konsumgüter ein großer Bedarf.

Die schlechte Versorgungslage auf dem Gebiet der Konsumgüter verschärfte sich noch durch die seit dem Ende der 50er Jahre intensivierte Mittelstands-politik. Bereits 1956 hatte man mit einer „friedlichen Umwandlung“ der Reste des Privateigentums in der Industrie begonnen. Privatbetriebe bekamen staatliche Beteiligungen angeboten und wurden in halbstaatliche Betriebe umge-wandelt. Dies lief nicht ohne politischen und ökonomischen Druck auf die Besitzer ab. Auch im Handwerk strebte man eine Veränderung der Eigentums-formen an. Ähnlich der LPG-Gründung wurde hier die Bildung von Produk-tionsgenossenschaften des Handwerks forciert. Viele kleine Firmen, Hand-werker, Gewerbetreibende und Einzelhändler gaben daraufhin ihre Gewerbe auf und gingen in die Industrie, in den Ruhestand oder gleich in den Westen. Dies hatte einen großen Leistungsrückgang insbesondere im Dienstleistungs-bereich, aber eben auch bei der Produktion der 1000 kleinen Dinge zur Fol-gel. Die volkseigenen Betriebe waren von diesen Veränderungen insoweit betref-fen, als sie auf Zulieferungen aus dem privaten Sektor der Industrie angewie-sen waren. Aber auch innerhalb der volkseigenen Industrie funktionierte die Materialbereitstellung oftmals nur sehr unkontinuierlich. Hinzu kam ein gravie-render Arbeitskräftemangel. Lieferrückstände gehörten zur Tagesordnung. So wurden Einweckgläser erst im dritten Quartal geliefert, wenn die Ernte be-reits vorbei war, und Koffer standen nicht rechtzeitig zur Urlaubssaison bereit, son-dern erst Monate später. Solche Erfahrun-gen machten die Kunden gewitzt. Man kauf-te, wenn es etwas gab und nicht, wenn man etwas brauchte. „Z.B. im Bericht der Stadt-leitung Karl-Marx-Stadt wird zum Aus-druck gebracht, daß die Bevölkerung jetzt praktisch so diskutiert, sie gehen nicht mehr einkaufen, sondern wollen sehen, ob sie und was sie ‘erwischen’.“⁵

Eine weitere Ursache für die Verschlech-terung der Versorgungslage Anfang der 60er Jahre lag in der Preispolitik. Einerseits soll-ten die 1000 kleinen Dinge erschwinglich sein, und deshalb wurden 1959 Preisfest-setzungen vorgenommen und einheitliche Verkaufspreise durchgesetzt. Andererseits waren diese Preise oftmals nur knapp kostendeckend oder lagen sogar unter dem Selbstkostenpreis, so daß staatlicher-seits Stützungen gezahlt werden mußten. Dies aber machte die Produktion der 1000 kleinen Dinge unattraktiv, und die Betriebe versuchten, sich dem zu entziehen. Schon Mitte der 50er Jahre forderte die Parteiführung von den Betrieben daher die zusätzliche Produktion von Massenbedarfsartikeln. Sie



Ausstellung über zusätzliche Konsumgüterproduktion im Rahmen der Kampagne „1000 kleine Dinge“

(o.O.), 1959.



Das Warensortiment „1000 kleine Dinge“ im konsument-Warenhaus Leipzig, um 1960.

„Aushang Nr. 3/1958

Betr.: Zusätzliche Herstellung von Massengebrauchsgütern

Bekanntlich soll in allen Betrieben über den eigenen VEB-Plan hinaus die Herstellung von Gebrauchsartikeln aus Reserven, Resten oder Abfällen erfolgen. Dort, wo irgendwelche bis jetzt nicht verwertbaren Reste aus unserer Fabrikation in den Abfall gelangen, wird die Belegschaft unserer 4 Betriebe aufgefordert, sich darüber Gedanken zu machen, ob eine Herstellung von Gebrauchsartikeln möglich ist. Um ein Beispiel zu nennen, erfolgt jetzt die Herstellung von Schutzhüllen für Thermosflaschen aus Restabschnitten der Schwammgummi-Fabrikation: Dadurch bringen wir einen preisgünstigen Artikel auf den Markt und helfen auch neue Artikel für den Bedarf der Bevölkerung zu schaffen. Ein zweites Beispiel sind unsere Schaumgummi-Flocken; Schaumabfälle werden auf Walzen zerstückelt und in Postermöbel eingearbeitet, eine beispielhaft gute Verwertung von Abfällen. Wir bitten unsere Belegschaft, Vorschläge an unser Büro für Erfindungswesen einzusenden, verwertbare Vorschläge werden je nach Fabrikationsmöglichkeit prämiert.

Kolleginnen und Kollegen, beteiligt Euch an dieser Sache, die im Interesse unseres sozialistischen Aufbaues von Bedeutung ist, denn wenn viele Betriebe aus Restmaterialien neue Produkte bringen, so hilft dies uns wieder ein Stück vorwärts!

BGL Kaufm. Leiter“

STAL Elguwa, o. Sig., o. Pag., Aushang vom 11.1.1958.

Ausstellung über Konsumgüterproduktion im Rahmen der Kampagne „1000 kleine Dinge, o.O. und J.



sollten versuchen, aus Materialresten etwas für den Bevölkerungsbedarf herzustellen. Die Betriebe reagierten auf diesen Aufruf nicht besonders begeistert. Aus heutiger Sicht mutet es manchmal absurd an, daß ein Papierverarbeitungsmaschinenwerk Tragegriffe für Fahrräder und eine Maschinenfabrik Gartenmöbel produzierte. Dennoch darf der Effekt nicht unterschätzt werden. So wurden allein im Bezirk Karl-Marx-Stadt Betriebe beauftragt, zusätzlich zum Plan 1960 17.200 Bestecksets, 10.000 Kartoffelschäler, 4.500 Bade- und Sanitätsschränke, 14.000 Fleischklopfer, 100.000 Schöpflöffel, 3.000 Kinderstühlchen, 125.000 Reibeisen und vieles andere mehr herzustellen. Doch der Drang, mit Hilfe politischer Kampagnen Engpässe zu bewältigen, schlug auch hier oft genug in den gegenteiligen Effekt um. Die zusätzliche Produktion von Konsumgütern war wegen der kleinen Serien nicht effektiv. Die dazu notwendige Umverteilung von Arbeitskraft, Werkzeug und Energie entzog den Betrieben die Kapazitäten für die eigentliche Produktion. Die vom Politbüro immer wieder neu beschlossenen „Programme zur Verbesserung der Versorgung der Bevölkerung mit den tausend kleinen Dingen des täglichen Bedarfs, Reparaturen und Dienstleistungen“ liefen im wesentlichen darauf hinaus, Material- und Arbeitskräfte-reserven aufzuspüren. „Die Nationale Front sollte einen Aufruf erlassen, um fachlich gebildete Rentner und Werktätige zu gewinnen, die dazu bereit sind, nach ihrer Arbeitszeit zusätzliche Reparaturen und Dienstleistungen ... auszuführen.“⁶ Darüber hinaus sollten die „Selbsthilfe-Bewegung zur Ausführung von Reparaturen unter der Bevölkerung“ gefördert⁷ und Handbücher herausgegeben werden, in denen „1000 kleine Ratschläge für den Haushalt“ erläutert werden. Die Wochenzeitungen wurden aufgefordert, in regelmäßigen Abständen Beilagen zu bringen, in denen bestimmte Reparatur- und Bastlerarbeiten beschrieben werden.

Fast noch problematischer als die Versorgungsengpässe stellt sich der Kampf gegen ihr Gegenstück, die Überplanbestände dar. Die Produktion, so mußte immer wieder festgestellt werden, produzierte oftmals an den Wünschen der Bevölkerung vorbei. Dadurch wurden in großen Massen Lagerbestände erzeugt. Die Läden waren voll, aber man fand oftmals trotzdem nicht, wonach man gerade suchte. Bei Textilien und anderen dem modischen Wechsel stärker ausgesetzten Erzeugnissen, wie Polstermöbeln, engte der einmal beschlossene und damit verbindliche Plan die Handlungsspielräume für die Industrie sehr stark ein und erschwerte ein flexibles Reagieren auf die sich verändernde Nachfrage. Doch auch langlebige Konsumgüter wie Staubsauger, Mopeds, Fahrräder, Bügeleisen und Küchenmaschinen sammelten sich in den Lagern, weil sie im technischen Niveau zurückgeblieben waren, trotzdem aber zum gleichen Preis weiter gehandelt wurden. Nachdem 1961 eine ganze Reihe von Industriewaren, die bis dahin auf Teilzahlung erworben werden konnten, von der Liste gestrichen wurden, nahmen die Lagerbestände (insbesondere bei Textilien und Möbeln) ein beängstigendes Ausmaß an.

Während dies bei Möbeln noch positiv insofern gedeutet wurde, daß der Käufer nun endlich einmal aus der Fülle auswählen könne, wurden für Textilien Preisherabsetzungen bis unter den Selbstkostenpreis und sogar das Verschicken an die Volkssolidarität, LPGen und den Altstoffhandel vorgeschlagen. Doch als Walter Ulbricht davon Wind bekam, wurden die Verantwortlichen für die „Verschleuderung von Volkseigentum“ massiv kritisiert. Dennoch entstanden immer wieder neue Warenansammlungen, die vom Handel zunächst noch sehr effektiv in den Sommer- und Winter-Schlussverkäufen abgesetzt werden konnten, zumindest was Textilien betrifft. 1957 wurde sogar eine Ladenkette in Berlin unter dem Namen Biwa (Läden für billige Waren) erfolgreich eingeführt. Doch die Abneigung gegen derartige Veranstaltungen ist trotz ihres Erfolges den Kommentaren deutlich anzumerken. Das Vorhandensein von Überplanbeständen rührte an den Wertvorstellungen einer in Armut und

unter Entbehrungen großgewordenen Politikergeneration, die nicht mit ansehen konnte, wie brauchbare Gegenstände einfach weggeworfen wurden. Das Unbehagen mündete in die Forderung: „Es sind solche Muster und Standards in die Produktion zu nehmen, die sich auch in den nächsten Jahren noch ohne Preisnachlass verkaufen lassen. ... Die Ideologie, es hat immer Schlussverkäufe gegeben, darf nicht länger geduldet werden. ... Die Abteilung Handel, Versorgung und Aussenhandel veranlasst eine grundsätzliche Stellungnahme zu dem Problem der Schlussverkäufe in der Handelspresse, verbunden mit einer prinzipiellen Diskussion, mit dem Ziel, in Zukunft von der Durchführung von Schlussverkäufen abzukommen.“⁸

Solche Forderungen zielten an den Grundprinzipien jeder Handelstätigkeit vorbei. Wollte der Handel seinen Umsatzplan erfüllen und nicht den vollständigen Verlust hinnehmen, mußte ihm ein gewisses Handelsrisiko gestattet bleiben. Dennoch beschloß das Politbüro am 21.9.1961, daß künftig keine Schlussverkäufe mehr stattfinden dürfen. Dessenungeachtet startete das Ministerium für Handel und Versorgung im Juni 1962 eine großangelegte Verkaufsaktion unter der Losung „Kleide Dich neu“. Als jedoch Paul Fröhlich, Erster Sekretär der SED-Bezirksleitung Leipzig, über die Werbung für den Verkauf stolperte und sich mörderlich im Politbüro darüber aufregte, wurde die Aktion abgebrochen und alle Handelsfunktionäre dem Vorwurf der Konsumentenideologie ausgesetzt. Hinter diesem Schlagwort stand nicht nur eine Idealvorstellung von Bedürfnisbefriedigung unter sozialistischen Verhältnissen, die von der Planbarkeit der Produktion bis in das letzte Detail und von der Lenkbarkeit der Bedürfnisse ausging. Außerdem waren Aversionen gegen schnelle Vermodung so fest in die biographischen Erfahrungen dieser Generation eingeschrieben, daß sie die Lockungen der Konsumgesellschaft nur als teuflisches Blendwerk verdammten konnten. Daß dieses asketische Ideal in der Wirklichkeit nur höchst fragmentarisch umgesetzt wurde, hat auch damit zu tun, daß ästhetische Konzepte, in denen sich die Forderungen nach Funktionalität, Langlebigkeit und Billigkeit vereinten, nicht geeignet waren, die Überlegenheit des Sozialismus zu symbolisieren.

Warten auf den Wohlstand

Soziale Unterschiede in der DDR ließen sich, wie überall, leicht an den Statussymbolen der Moderne festmachen: Wer hatte zuerst einen Fernseher, eine Waschmaschine, einen Kühlschrank oder ein Auto. Anfang der 60er Jahre ließen sich schon enorme Unterschiede zwischen dem knappen Haushaltsbudget einer vierköpfigen Arbeiterfamilie, in der jahrelang mühsam auf eine Waschmaschine, den Fernseher und das Auto gespart wurde, und dem Einkommen eines Handwerkers, Arztes oder Erfinders, die ihre Frauen zum Einkauf in den Exquisitläden schicken konnten, feststellen. Da diese Statussymbole der Moderne zugleich nie ausreichend für den Verkauf zur Verfügung standen, mußte, wollte man seinem Grundsatz von der Gleichheit aller Bürger nicht untreu werden, regulierend eingegriffen werden. Die Partei- und Staatsführung bediente sich hier zweier Strategien: Sie verteuerte diese Waren und beschränkte somit die Nachfrage, und sie verteilte sie andererseits bevorzugt an Industriearbeiter, verkürzte also deren Wartezeit.

Der allen Bevölkerungsschichten gleichermaßen, den Arbeitern und Bauern aber ganz besonders versprochene Wohlstand stellte sich mit großen zeitlichen Verschiebungen erst allmählich und schrittweise ein. Bestimmte soziale Gruppen, wie Rentner, Witwen, Kriegsinvaliden, Umgesiedelte, alleinstehende Frauen mit Kindern, Arbeiter/innen in Niedriglohngruppen fielen über Jahre aus dem allgemeinen Wohlfahrtstrend heraus. Andere Gruppen,

Billig-Waren-Läden gab es von 1957 bis 1962. Hier wurden überlagerte Waren stark verbilligt angeboten.

1957, o.O.



Die Verkaufsaktion „kleide dich neu“ sollte dem Abbau von Lagerbeständen dienen. Doch die Verantwortlichen im Ministerium für Handel und Versorgung wurden der „Konsumentenideologie“ bezichtigt und streng gerügt.

Bad Saarow, 1962.

wie die technische und medizinische Intelligenz, Handwerker, Bauern und zum Teil auch Künstler konnten sich schon Ende der fünfziger Jahre vieles leisten. Im breiten Mittelfeld aber erschien die Nachkriegsjugend mit neuen Konsumwünschen und Bedürfnissen auf dem Markt. Mit ihr etablierte sich ein neuer Konsumententyp, mit Lust am Kaufen und Sinn für das Vergnügen.

In bezug auf diese drei, hier nur grob unterschiedenen Gruppen lassen sich unterschiedliche Strategien der Konsumpolitik ausmachen. Während in bezug auf die ärmeren sozialen Schichten ein Programm der Sicherung von Grundbedürfnissen mit hohen Subventionierungen gefahren wurde, versuchte man die Kaufkraft der zweiten Gruppe mit allen Mitteln abzuschöpfen. Die dritte Gruppe aber etablierte sich als eigentlicher DDR-Konsument, dessen Bedürfnisse gesellschaftlich unterschiedlich bewertet wurden: Als legitim galten diejenigen Konsumwünsche, die auf die Reproduktion der Arbeitskraft und die Erleichterung der Hausarbeit gerichtet waren wie Waschmaschine und Kühlschrank. Anerkannt wurde auch das Informations- und Unterhaltungsbedürfnis: Radio und Fernseher, Musiktruhen, Schallplatten, Kino, Tanz und Bar, obwohl die Preisgestaltung hier schon erkennen ließ, wo der Staat die Prioritäten setzte. Problematischer war es mit dem Wunsch nach einem Motorrad oder Auto, nach Reisen, Camping und Wochenendhaus, modischer Kleidung und delikaten Speisen. Sie galten als Luxusbedürfnisse, bei denen der Staat noch eins mehr drauflegte, um die Kaufkraft abzuschöpfen. Die hier angedeuteten Strategien sozialistischer Konsumpolitik sollen im folgenden anhand der Praktiken zur Verteilung von hochwertigen Konsumgütern genauer untersucht werden.

„Sie wissen es genau wie ich: Wollten Sie heute ein Fernsehgerät oder gar einen ‘Trabant’ kaufen, gegen bar oder mit Scheck, Sie bekämen beide Waren nicht sofort. Voranmeldelisten und mehr oder minder lange Wartezeiten künden davon, daß der Bedarf an bestimmten hochwertigen Gebrauchsgütern höher ist als das Angebot. ... In vielen Orten führen Geschäfte Voranmeldungslisten ohne Rechtsverbindlichkeit für beide Seiten; an anderen Orten haben sich die örtlichen Organe der Staatsmacht in die Verteilung eingeschaltet. Das führt dazu, daß sich viele Interessenten an verschiedenen Stellen doppelt und dreifach anmelden, daß sich aber auch bei Benachrichtigung der in der Liste vorgemerkte Käufer nicht als zahlungsfähig erweist, weil er noch nicht mit der Lieferung rechnet, und was dergleichen Unzuträglichkeiten mehr sind. Alles in allem fehlt eine klare, auf die Deckung des *s o f o r t* kauffähigen Bedarfs gerichtete Ordnung – zum Nachteil der Werktätigen ebenso wie der Handelsorgane und zur Freude einiger spekulativer Elemente vor und hinter dem Ladentisch.“

Gerhard Kelm, der spätere Leiter des Amtes für industrielle Formgestaltung, beschrieb hier in der *Berliner Zeitung* vom 13.4.1962 den Zustand des Bestellwesens in der DDR, wie es sich 1962 darstellte. Er unterbreitete in dem Artikel den Vorschlag, daß zukünftig die Eintragung in die Bestellliste von der Vorabanzahlung des Kaufbetrages auf ein Sperrkonto (Akkreditiv) abhängig gemacht werden solle. Dies hätte den Vorteil, daß Mehrfachbestellungen und Spekulationen durch die Verkaufskräfte ausgeschaltet werden würden. Zum Abschluß forderte der Autor die Minister der Finanzen und für Handel und Versorgung auf, sich zu dem Vorschlag zu äußern. Dieser in der *Berliner Zeitung* veröffentlichte Artikel war vermutlich ein bestellter Testballon der Regierung. Seit mehreren Jahren schon wurde mit den unterschiedlichsten Bestellsystemen herumexperimentiert. Sie hatten alle den Nachteil, daß das der Bestellliste innewohnende Gerechtigkeitsprinzip – wer zuerst kommt, mahlt zuerst – auf die unterschiedlichste Weise durchbrochen werden konnte. Seit Ende der 50er Jahre sahen sich Regierung und örtliche Organe verstärkt mit



Nach einer Anweisung des Ministers für Handel und Versorgung von 1958 waren alle Verkaufsstellen und Gaststätten verpflichtet, Kundenbücher zu führen in die Lob und Beschwerden eingetragen werden konnten. Jedoch wurden oft zwei Bücher geführt, eins für die „guten Einträge“ und eins für die Kritiken.

Waren-Müritz, 1971.

Beschwerden aus der Bevölkerung konfrontiert, in denen eine gerechtere Verteilung hochwertiger Industriewaren eingeklagt wurde. Manipulationen der Verkaufskräfte an der Reihenfolge der Besteller, private Verkäufe außerhalb der Bestelllisten und Entscheidungen von betrieblichen, gewerkschaftlichen oder staatlichen Organen nach irgendwelchen Dringlichkeiten erregten immer wieder die Gemüter. 1960 wurden Kundenlisten eingeführt. „Die Anzahl der quotierten Waren nimmt ständig zu. Schlechte Diskussionen sind in der ganzen Republik im Zusammenhang mit der Einführung der Kundenlisten für Fernsehapparate, Waschmaschinen, Kühlschränke und Autos entstanden. Weil durch das Verkaufspersonal ganz allgemein jahrelange Lieferfristen angegeben werden, lassen sich erstens viel mehr Menschen eintragen als tatsächlich für die nächsten Monate materiell gesicherte Kaufabsichten haben und zweitens werden die genannten langen Lieferfristen im negativen Sinne zur Frage ‘Lösung der ökonomischen Hauptaufgabe’ bei Diskussionen ins Feld geführt.“⁹

Es wurde immer wieder neu überlegt, wie die Einhaltung der Reihenfolge bei Bestelllisten wirksamer kontrolliert werden könne. Obwohl die Verkaufsstellen Listen führten, auf denen alle Ein- und Ausgänge verzeichnet waren und die Bürger bei der Bestellung umfangreiche Angaben zur Person machen mußten (sogar der Betrieb und die Tätigkeit wurden abgefragt) konnten Verkäufe unter dem Ladentisch und Mehrfachbestellungen nicht wirklich nachgeprüft werden. Solche Mehrfachbestellungen aber öffneten dem Weiterverkauf mit Gewinn offenbar Tür und Tor. Die Idee, die Kaufkraft per Akkreditiv zu binden, würde demnach zwei Fliegen mit einer Klappe schlagen. Als der Vorschlag Ende 1961 das erste Mal im Politbüro auf den Tisch kam, gab es seitens der Gewerkschaft starke Vorbehalte: „Wie sollen wir solch eine Regelung begründen, wenn uns die Arbeiter die Frage stellen, ich habe mir das Geld zwar zusammengespart, in der Zwischenzeit brauche ich es aber z.B. für die Einrichtung einer neuen Wohnung oder im Falle einer Krankheit. Nehme ich das Geld in Anspruch, dann geht mir die Bestellzeit verloren, d.h., ich muss wieder von vorn anfangen.“ Auch Edith Baumann, damals in der ZK-Abteilung für Handel, Versorgung und Außenhandel, sprach sich gegen die Kaufkraftbindung per Sperrkonto aus, weil dies zu problematischen Diskussionen in der Bevölkerung führen würde. „Außerdem hätten wir dadurch kein Stück Ware mehr. Das einzige ökonomische Resultat wäre die Bindung großer Geldbe-



Gemüsemarkt in Leipzig um 1963.

träge, und optisch würde eine Verkürzung der Wartezeiten eintreten, aber das geht im wesentlichen auf Kosten ... bestimmter Teile der Arbeiterklasse.“¹⁰ Nach diesen Diskussionen war der Vorschlag erst einmal vom Tisch. Erst 1966 konnte sich die Staatsführung in bezug auf die Bestellung von Pkws zu einer Regelung entschließen, die Anzahlungen von 40% bis 80% des Kaufpreises, je nach Auslieferungsjahr vorsah. Diese Anzahlungen wurden verzinst. Außerdem wurden die Vergabekommissionen bei den örtlichen Organen abgeschafft und das Vorkaufsrecht bei Gebrauchtwagen durch ein staatliches Kontor



Kurz vor der Öffnung eines Schweriner Kaufhauses, um 1963.

„Wenn sich der (Kunde) wohlfühlt, Vertrauen zum Verkäufer hat und gern wiederkommt, das ist Verkaufskultur.“

Schaufenstergestaltung anlässlich der Handelskonferenz 1959.



Konsum-Ausleihdienst für Haushaltsgeräte, 1967.

eingeführt. Insbesondere die letztere Regel war vermutlich ein schwerer Schlag, denn obwohl die Wartezeiten damals noch bei 3 bis 5 Jahren lagen, hatten Gebrauchtwagen auf dem freien Markt einen höheren Preis als sie wert waren.

Neben dem regulären Verteilungssystem über Verkaufsstellen und der Sonderzuteilung über die örtliche Staatsmacht gab es noch eine dritte Möglichkeit, sich um hochwertige Konsumgüter zu bewerben: den sozialistischen Großbetrieb. Zwar hatte das Ministerium für Handel und Versorgung im Mai 1959 schon einmal beschlossen, daß der Verkauf bspw. von Fernsehapparaten nur noch über den Handel, aber nicht mehr durch die Betriebe erfolgen solle. Doch die Praxis, daß Betriebe bestimmte Kontingente an Waren zur eigenständigen Verteilung zugeteilt bekamen, wurde binnen kurzem wieder eingeführt. Auch die örtlichen Organe verfügten über solche Kontingente, die sie nach eigenem Ermessen, meist aufgrund von Eingaben und Beschwerden, aber auch nach Bedürftigkeit verteilen konnten. Die Eingriffe in die Warteliste von Seiten der HO- und Konsum-Betriebsleitungen und der örtlichen Organe in den sogenannten „Verteilerkommissionen“ stellten jedoch ein ernsthaftes Problem dar: „Wir wissen, daß es in der Bevölkerung die verschiedensten Argumente gibt, wie 'die leitenden Mitarbeiter versorgen sich immer zuerst mit hochwertigen Apparaten' oder – 'die Mangelware wird zuerst an die Mitarbeiter des Handels verteilt, dann der Rest an die Bevölkerung.' Dies sind ernst zu nehmende Dinge, über die wir uns auseinandersetzen müssen.“¹¹ Doch geändert wurde an dieser Praxis nichts. Zwar schrieben die am 5.1.1961 formulierten Grundsätze für die Vergabekommissionen die „vorrangige Belieferung von sozialistischen Kollektiven oder Einzelpersonen ... infolge besonderer Dringlichkeit“ vor, doch war dies oftmals eine Ermessensfrage.¹² Im Unterschied zur Vergabe durch die örtlichen Organe war die Verteilung durch den Betrieb öffentlich. Auch hier gab es Wartelisten, nach denen die Zuteilung erfolgte. Dem Betrieb war es jedoch freigestellt, besondere Leistungen entsprechend zu honorieren. Hier lag das Konfliktpotential woanders: „Ein Teil unserer Bevölkerung versteht nicht, daß einige volkseigene Betriebe, die als Schwerpunktbetriebe erklärt worden sind, Zuteilungen von Waren erhalten, die noch nicht in genügendem Umfang im Angebot zum Verkauf stehen, und diese dort beschäftigten Werktätigen ausserdem noch in den Verkaufsstellen ihres Wohngebietes die gleichen Waren einkaufen können.“¹³ Dieses Unverständnis richtete sich nicht nur auf die Verteilung hochwertiger Konsumgüter, sondern auch auf Sonderverkäufe von Südfrüchten, nahtlosen Strümpfen u.a.m. Die bevorzugte Versorgung von Arbeitern war schon 1960 beschlossen und sogar im Gesetzblatt der DDR verankert worden. Es wurde eine Liste der wichtigsten Industriebetriebe erstellt, die von nun an besondere Zuteilungen erhielten. Dazu gehörten die Werften, Stahl- und Walzwerke, Bergbaubetriebe, Chemiekombinate und Spinnereien. Produzenten von Konsumgütern gehörten in der Regel nicht dazu. In den Bezirken wurden über diese republikweite Liste hinaus Schwerpunkte gesetzt. Daran läßt sich zeigen, daß die Bevorzugung der Arbeiterklasse nicht nur ein wichtiges propagandistisches Mittel war, sondern ein durchaus ernstgemeintes Anliegen der Staats- und Parteiführung. Sie stellte aber nicht nur die Arbeiterklasse über den Mittelstand und andere „zweilightige Elemente“, sondern unterschied darüber hinaus innerhalb der Werktätigen zwischen wichtigen und weniger wichtigen Industriezweigen, zwischen Schwerindustrie und Konsumgüterindustrie, zwischen Männer- und Frauenarbeit.

Diese Politik läßt sich auch anhand von Losungen wie „Ich bin Bergmann (später Bauarbeiter) – wer ist mehr!“ und am zum Teil enormen Lohngefälle nachweisen.

Luxus und Moderne

In dem oben geschilderten Bemühen der Parteiführung, den Bedürfnissen des werktätigen Volkes, wie es hieß, Rechnung zu tragen, drückte sich eine gewachsene Akzeptanz gegenüber veränderten konsumtiven Bedürfnissen aus. Waschmaschine und Kühlschrank, die noch in den 30er Jahren als Luxusgüter galten, waren nun zu einer Selbstverständlichkeit auch für die ehemaligen Unterschichten geworden. In dem von der Parteiführung benutzten Begriff von Wohlstand – z.B. in der Losung des V. Parteitages: „Für Wohlstand, Glück und Frieden“ – spiegelte sich eine bürgerliche Vorstellung von materiellem Reichtum. Sie bildete letztlich auch das Maß und das Ziel sozialistischer Politik. Scharf abgegrenzt davon wurden Luxus und Vergeudung. Dennoch schuf sich die DDR eigene Einrichtungen, die Ladenketten „Exquisit“ (Bekleidung) und „Delikat“ (Nahrungs- und Genußmittel), in denen Waren – auch aus dem westlichen Ausland importierte – für den verfeinerten Geschmack zu völlig übersteuerten Preisen angeboten wurden.

Die Kleider und Schuhe, Blusen, Stiefel und Krawatten, die in Exquisit-Läden zum Verkauf kamen, waren mit dem Etikett „hochmodisch“ versehen. Mode und Moderne stehen hier in einem Bedeutungszusammenhang. Exklusiver Geschmack war legitimiert, weil er den Anschluß an den Zeitgeist, das vielzitierte Weltniveau symbolisierte. Ladenbezeichnungen wie „Modesaalon“ und „Boutique“ und Geschäftsnamen wie „Yvonne“, „Jeannette“, „Chic“, „Charmant“ oder „Madeleine“ assoziierten die Nähe zur Pariser Modeszene und damit den Anschluß an die Welt. 1957 eröffnete in Berlin die erste Modeboutique „Sybille“. Hier zeigte sich 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 in Berlin. ... Lederne Westen und kirschrote Wäsche, goldene Abendpantoffeln und Petticoats aus Batist und Perlon, sie alle gehören mit Fug und Recht ins Sortiment einer richtigen Boutique. ... Bis jetzt ist das meiste in der Boutique leider noch zu teuer, denn Einzelanfertigungen und hochwertige Importe sind nun einmal kostspielig. Aber nicht alles, was teuer ist, hat Boutique-Charakter. Jeder Geldbeutel soll hier gern einkaufen gehen. Dann würden vielleicht auch die Schaufensterpuppen nicht mehr ganz so vom Schreck erstarrt auf die Linden blicken. Sie müssen die Preise ihrer Modelle gelesen haben.“, so das *Neue Deutschland* am 16.8.1958 Dennoch stürmten die Berlinerinnen begeistert das Geschäft.

Bei Preisen, die weit über dem allgemeinen Preisniveau lagen, kam es darauf an, exakt zu definieren, was unter „hochmodisch“ zu verstehen sei. Die im Exquisit angebotenen Waren stammten zum größten Teil aus der eigenen Produktion und nur zum geringeren Teil aus Importen. Geringe Stückzahlen und ausgewählte oder neuartige Gewebe zeichneten sie aus. Die Parteiführung wollte außerdem, „daß sie die Modelinie der DDR hinsichtlich der Musterung, in der Farbe, im Schnitt sowie in der Form besonders konzentriert ausdrückt, und gut verarbeitet ist.“¹⁴ Später verwischten diese Kriterien, und es wurden auch „Artikel des Massenbedarfs, die von der Bevölkerung sehr gefragt waren, aber nur ungenügend bereitgestellt werden konnten, zu hohen Preisen in das Exquisit-Sortiment aufgenommen (z.B. Silastikhosen, Anoraks, Dederon-Hemden).“¹⁵ Wie voraussehen war, „zählen besonders zahlungsfähige Bevölkerungsschichten zu den Kunden dieser Exquisit-Verkaufsstellen. In relativ hohem Masse kaufen auch Bürger mit durchschnittlichen Einkommen dort ein, die sich 'einmal etwas Besonderes leisten wollen.'“¹⁶ Obwohl die Exquisit-, genauso wie später die Delikat-Läden, von der Bevölkerung angenommen wurden, blieben gewisse Zweifel an der Richtigkeit einer

Ab Mitte der 60er Jahre wurden verstärkt Ausleihdienste für hochwertige Konsumgüter eingerichtet, die teuer und schwer erhältlich waren. Hier zwei Tafeln mit Gebührenlisten.

DER AUSLEIHDienst HILFT RATIONELL WIRTSCHAFTEN	
DIE AUSLEIHBÖHR	
Waschmaschine	ca. 2,00 MON
Reinwaschmaschine	ca. 1,00 MON
Trockner	ca. 1,00 MON
Reinigungsgerät	ca. 0,50-1,00 MON
Staubsauger	ca. 1,00 MON
Staubsauger	ca. 1,00 MON
Staubsauger	ca. 2,50 MON

AUSLEIHDienst FÜR FAMILIENFESTLICHKEITEN	
VIELE KONSUM-GASTSTÄTTE UND AUSLEIHDienstPUNKTE	
100 MON	
20 MON	
10 MON	
5 MON	
2,50 MON	
26,50 MON	

¹ Zur Lohn- und Preispolitik siehe den Aufsatz von André Steiner in diesem Band.

² Vorlage für das Politbüro vom 16.9.1961, SAPMO Dy 30/IV 2/610/14.

³ Pressekonferenz zur Tagung über Standardisierung am 11.2.1959, SAPMO Dy 30/IV 2/607/65.

⁴ SAPMO Dy 30/IV2/608/10, Bericht der Staatlichen Zentralverwaltung für Statistik vom 24.3.1960.

⁵ SAPMO Dy 30/IV2/610/71, Bl. 269, Fernschreiben vom 5.6.1961.

⁶ SAPMO Dy 30/IV2/608/27, Vorlage für das Politbüro vom 13.1.1960.

⁷ SAPMO Dy 30/IV2/608/27, Vorlage für das Politbüro vom 13.1.1960.

⁸ SAPMO Dy 30/IV 2/610/129, Bl. 73 f, Information vom 31.8.1961.

⁹ SAPMO Dy 30/IV2/610/83, Bl. 226, Mitteilung vom 7.11.1960.

¹⁰ SAPMO Dy 30/IV2/610/130, Bl. 119, Brief vom 26.4.1962.

¹¹ SAPMO Dy 30/IV2/610/69, Bl. 217, Protokoll vom 29.3.1962.

¹² SAPMO Dy 30/IV2/610/130, Bl. 211, Brief vom 27.11.1961. Vgl. auch den Aufsatz von Felix Mühlberg in diesem Band.

¹³ Stadtarchiv Chemnitz, 05.1.8.10775, Brief vom 18.12.1964.

¹⁴ SAPMO Dy 30/IV2/610/130, Bl. 114, o.D. (um 1962, Streichungen im Original).

¹⁵ SAPMO vorl. Signatur SED 17018, unpag., o.D. (um 1970), „Wie lange gibt es den Exquisit-Handel und warum wurde der Exquisit-Handel gebildet?“ S.18.

¹⁶ SAPMO Dy 30/IV2/610/130, Bl. 168, Brief vom 28.9.1962.

solchen Einteilung der Waren in verschiedene Klassen bestehen. Zurecht, spiegelten sich doch in ihnen die sozialen Unterschiede innerhalb der DDR-Bevölkerung, um deren Beseitigung es ja gerade ging. Sie waren ein Zugeständnis an das Distinktionsstreben, das dem Gleichheitsanspruch entgegenstand.

Zusammengefaßt läßt sich feststellen, daß die Orientierung auf soziale Sicherheit und einen stetig wachsenden Wohlstand von der Bevölkerung nicht nur angenommen, sondern auch zunehmend eingefordert wurde. Doch das selbstgeschneiderte ideologische Korsett machte es den Regierenden fast unmöglich, auf die sich verändernden Bedürfnisstrukturen angemessen zu reagieren. Für den in den 60er Jahren stattfindenden mentalen Wandel von der Langlebigkeit zum modischen Wechsel, von der Sparsamkeit zum lustvollen Kauf, von der Vorratswirtschaft zum spontanen Einkauf, erwies sich der sozialistische Slogan von Arbeit, Brot und Wohnen für alle als zu eng und zu kurz gegriffen. Dennoch stellen gerade die 60er Jahre im Rückblick oftmals noch eine Periode dar, die von wachsendem Wohlstand und einem enormen Modernisierungsschub geprägt war.

Seit dem Ende der 50er Jahre waren auch die DDR-Läden voller Waren. Im Fernsehen lief allabendlich eine 20minütige Werbesendung, die Einkaufsnetze waren gefüllt, die Menschen modern angezogen, die Wohnungen gemütlich eingerichtet, und auf den Familienfeiern bogen sich die Tische. Dennoch war das DDR-Volk ewig unzufrieden, immer auf der Suche nach dem Besonderen, mit der ungestillten Sehnsucht nach etwas anderem. Nicht sprichwörtliche Bescheidenheit und Geduld zeichnete die DDR-Konsumenten aus, sondern die lautstark geäußerte Unzufriedenheit. Dabei muß bedacht werden, daß die westdeutsche Gesellschaft, die nach dem Mauerbau nicht mehr unmittelbar, sondern nur noch stark verkürzt über private Kontakte und das Fernsehen wahrgenommen werden konnte, in eben dieser Verkürztheit das Maß für die eigene Unzufriedenheit bildete. Der Unmut der DDR-Bürger läßt sich nicht allein aus den Zuständen im eigenen Lande erklären, er resultierte vielmehr zu großen Teilen aus diesem permanent stattfindenden Vergleich. Die DDR-Führung gab dabei selbst dem Affen immer wieder Zucker, wenn sie propagandistisch darauf bestand, das fortschrittlichere und überlegene System zu sein.

