

## Vierzig Jahre Konsum im Osten

### „Der Sozialismus siegt – aber Neckermann macht’s möglich ...!“ Von der Wunderwirtschaft und ihren Produktionen

Wie noch nie in der Geschichte sollten sich Konsummöglichkeiten und -niveau für das Verhältnis zweier Gesellschaftssysteme als so schicksalhaft erweisen wie im Fall der beiden Teile Deutschlands nach 1948/49. So sehr ansteigendes Warenangebot und bald auch anziehender Lebensstandard in der Bundesrepublik spätestens ab Mitte der fünfziger Jahre dazu führten, die Verhältnisse auch politisch zu stabilisieren, so prekär und problematisch blieben Versorgung und Konsum im Osten. Ja, sehr viel mehr als es ihr lieb war, sollten die Lebensverhältnisse der Menschen im angrenzenden Teil Westdeutschlands den politischen Handlungsspielraum der SED-Führung beeinflussen und letztendlich, 1989, sogar das Schicksal der DDR als Staat (mit-)besiegeln.

Dem sich im Westen durch die marktwirtschaftliche Dynamik von Angebot und Nachfrage entfaltenden Massenkonsum versuchte die SED mit den genuinen Mitteln einer Zentralverwaltungswirtschaft zu begegnen. Schließlich führte der höhere Lebensstandard in der Bundesrepublik Jahr für Jahr zur Abwanderung von deutlich mehr als 200 000 – zumeist jungen – Menschen aus der DDR. Unter diesem Druck traf die SED eine ganze Kette konsumpolitischer Entscheidungen, die, solange es bis 1961 noch eine offene Grenze gab, im Zeichen erbitterter Konkurrenz den Wettlauf mit der Bundesrepublik zu gewinnen suchten, nach dem Mauerbau zwar schnell konsolidierenden, in der Spätphase des Systems aber nur noch kompensierenden Charakter hatten.

Schon mit der Einführung der Währungsreform in den Westzonen und Westberlin am 20. Juni 1948 teilten sich die Wege: Von diesem Zeitpunkt an sollte „der Osten“ in der Rolle des Reagierenden bleiben. Denn von diesem Tage an wurde der Unterschied schon in der Alltagswahrnehmung festgeschrieben. Von nun an reichte ein einziger Blick in ein Schau-

fenster aus, um sich zu vergewissern, in welcher Besatzungszone man sich befand. Wie sehr Währungsreform und volle Schaufenster als Provokation begriffen wurden, zeigte sich schon vier Tage später, am 24. Juni. Die exponierte Insellage der Stadt ließ die „Strafaktion“ ebenso risikolos wie erfolgversprechend erscheinen: Sowjetische Militärkräfte blockierten die durch die Ostzone führenden Landwege in die Stadt – Westberlin war von seinem „Hinterland“ abgeschnitten, die Versorgung von fast zwei Millionen Menschen nicht mehr gewährleistet. Das schöne neue Westgeld sollte für sie also nicht Konsum, sondern Überlebensangst bedeuten. Aber West-Berlin 1948 war nicht Leningrad 1941, das seinerzeit von Hitlers Wehrmacht belagert und zu Tode gehungert worden war. Fortan schwebten im Minutentakt die US-„Rosinenbomber“ in die Flughäfen Tempelhof und Tegel ein, und sie lieferten (fast) alles: vom Brennmaterial bis hin zu Süßigkeiten. Erst im Mai 1949, nach zehn langen Monaten und durchgestandenem Winter, sah die sowjetische Besatzungsmacht ein, dass sie Willen und Möglichkeiten des Westens gegenzuhalten unterschätzt hatte, und hob die Blockade auf. Die Luftbrücke hatte erreicht, dass die vollen Schaufenster der „Frontstadt Westberlin“ zum Pfahl im Fleische des anderen Systems wurden, es bis zum 13. August 1961 blieben – und letztlich auch darüber hinaus.

Keine Frage: Im Osten wie im Westen war politische Stabilität anfangs der fünfziger Jahre aufs Engste mit dem möglichst glaubwürdigen Versprechen eines „besseren Lebens“ für die Menschen verknüpft. 1950 führte eine DDR-Propaganda-Broschüre aus: „Es kann nicht geschehen, dass wir vom richtigen Weg abkommen, denn der Zweijahrplan und für die nächsten Jahre der Fünfjahrplan sind unser bester Kompass. Das bessere Leben aber spiegelt sich nicht in Schaufensterauslagen wider,

## 1950: An ihren Schuhen sollt ihr sie erkennen – die Systeme

„Es muss für jeden Aktivist eine Ehre sein, nur Qualitätsarbeit zu leisten!“ Doch mit dieser Ehre stand es in der sozialistischen Schuhindustrie nicht zum Besten. Am 18. Januar 1950 berichtet das „Neue Deutschland“ (ND) unter der Überschrift „Bessere Schuhe für Berlin“ von den Bemühungen des Magistrats, „jegliche Produktion von Schundwaren“ auf diesem Sektor abzustellen. Hintergrund: Den Ostberlinern sind beim ersten Regen die Sohlen abgefallen. Aber trotz aller Beteuerungen der SED: „Die Versorgung unserer Bevölkerung mit Schuhen wird in Qualität und Auswahl immer reichhaltiger!“ (Neues Deutschland vom 25. Oktober 1950) kriegen die Genossen ihre Absatz-Schwierigkeiten nicht in den Griff. Ein geflügeltes Wort der 50er Jahre: „Willst du Schuh' aus Igelit, dann wähle Wilhelm Pieck – willst du Schuhe auf Dauer, dann wähle Adenauer!“ /158/

(Quelle: Barbara Möller: *Kalter Krieg und Tortenguss*, aus: *Hamburger Abendpost* vom 11.1.1999)



/158/ Aus der Not geboren: Schuhe aus dem Kunststoff Igelit (1948). Anfang 48, Messe Frankfurt GmbH 1985

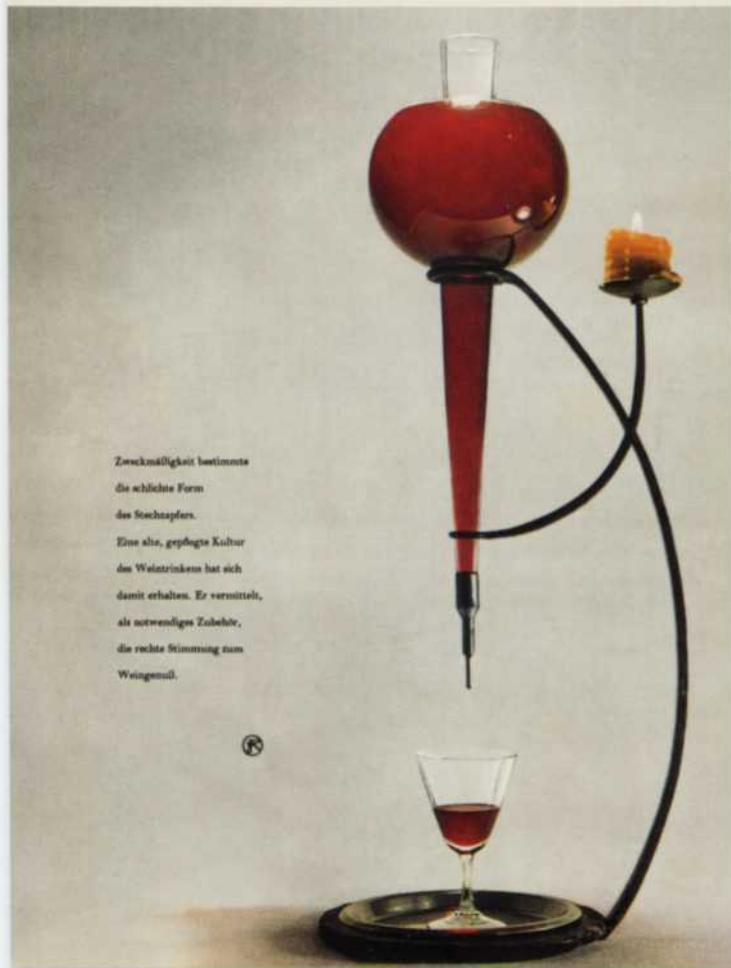
sondern muss auf dem soliden Fundament einer gesicherten Zukunft aufgebaut werden.“

Indessen waren die Voraussetzungen dafür in der DDR denkbar schlecht. Während im Westen die Wiederherstellung industrieller Strukturen – auch durch die Marshallplanhilfe der USA – zügig voranschritt, verhinderten in der DDR Demontagen und Reparationen seitens der Sowjets ja gerade den Aufbau einer leistungsfähigen (Versorgungs-)Wirtschaft! Hinzu kamen Rohstoffabhängigkeiten und die durch die Kriegsfolgen fortgefallenen alten Absatzmärkte. Und trotz all dieser belastenden Vorgaben wollte man in kürzester Frist ein neues Gesellschaftssystem errichten, den ersten sozialistischen Arbeiter-und-Bauern-Staat auf deutschem Boden!

Natürlich war dies nicht ohne die Wiederherstellung der industriellen Basis und die deutliche Erhöhung der Arbeitsproduktivität möglich. Einig war man sich in der Parteiführung darüber, was bzw. wer Garant volkswirtschaftlicher Produktivität sei: Unproduktiv war der auf eigenen Gewinn (aber auch eigenes Risiko!) privatwirtschaftlich vorgehende Unternehmer. Politisch wurde er als ein „Werkzeug des Imperialismus und Militarismus“, sozial als ein Vertreter der Ausbeuterklasse der „Schlotbarone und Junker“, ein Parasit an der Arbeitsleistung des Volkes, diskreditiert. Folglich hieß die Devise, alles Privateigentum an Produktionsmitteln abzuschaffen und in Volkseigentum zu überführen. Ließen sich denn nicht auch – nach der Überzeugung des Politbüros – unternehmerische Entscheidungen besser in einer zentralen Verwaltung und zudem viel gerechter zum Wohle des Volkes treffen? Produktiv war doch auch niemand anders als der Arbeiter selbst – der Bergmann Adolf Henneke zum Beispiel, der in seiner berühmten Schicht im Oktober 1948 sein Plansoll um 384 Prozent übererfüllt hatte. Mit Hilfe solcher „Helden der Arbeit“ ließ sich im „sozialistischen Wettbewerb“ doch auch spielend jener Fortschritt an Produktivität erzielen, der unter kapitalistischen Bedingungen nur aus der Konkurrenz sich befeindender Unternehmen erwuchs! Für die Bevölkerung der DDR freilich bedeutete dies, dass zunächst vor allem gearbeitet und kaum konsumiert werden sollte – getreu der Parole: „So wie wir heute arbeiten, werden wir morgen leben!“

Doch der Umgang mit planwirtschaftlichen Sollvorgaben nach sowjetischem Muster war auch für die DDR-Führung Neuland. So folgten einem Zwei-Jahres-Plan zwei Fünf-Jahres-Pläne, diesen ein Sieben-Jahres-Plan. Doch immer wieder wurden die Pläne geändert, abgebrochen oder durch scheinbar effektivere Modelle wie das „neue ökonomische System der Planung und Leitung (NÖSPL, 1962)“ ersetzt – schon weil sich Rahmenbedingungen, Bedarf oder Ziele ja auch kurzfristig änderten. Stets blieb man auf der Suche nach dem richtigen Rhythmus, dem optimalen Zyklus, den man nie fand. Denn letztendlich dienten alle noch so kühnen Vorgaben der Verwaltung des Mangels. Suchte man in den frühen fünfziger Jahren der Lösung aller Versorgungsprobleme über die Bevorzugung der Grundstoffindustrie

# Trinke nicht wahllos - trinke Rotwein



Zweckmäßigkeit bestimmte die schlechte Form des Stochapfers. Eine alte, gepflegte Kultur des Weintrinkens hat sich damit erhalten. Er vermittelt, als notwendiges Zubehör, die rechte Stimmung zum Weingenuß.



/160/ Zwischen 1956 und 1975: Versandhandel wie in der Marktwirtschaft. Kultur- und werbegeschichtliches Archiv Freiburg KWAF

/159/ Wunderblüte aus dem Produktionsprogramm „tausend kleine Dinge“: skurriler Rotweinspender von 1962. Sibylle, Nr. 3/1962

beizukommen, so sollte nach dem Juniaufstand 1953 eine Wende zugunsten der verstärkten Herstellung „hochwertiger Konsumgüter“ erfolgen: Auf einmal war „keine Ware des täglichen Bedarfs zu nichtig, um nicht zum Thema auf den Sitzungen von Zentralkomitee und Politbüro zu werden. Mal war es der fehlende Würfelzucker, mal Frauenkleidung in Übergröße, mal Kinderstrümpfe, mal Butter oder Wurst“ (Annette Kaminsky). Ende der fünfziger Jahre wiederum stellte man fest, dass darüber die „tausend kleinen Dinge“ /159/ des Alltags wie Reißverschlüsse oder Wäscheklammern vergessen worden waren. Nunmehr wurden die Betriebe angewiesen, neben ihrem eigentlichen Planauftrag zusätzlich Dosenöffner oder Kaffeemühlen herzustellen. Zwischendrin

wurde immer wieder einmal auch der Handel ins Visier genommen, um die „punktgenaue Verteilung“ des stets zu Wenigen mittels der „richtigen Lenkung des Warenstroms“ in den Griff zu bekommen. So hatte man etwa, um der in einer Mangelwirtschaft stets starken Tendenz zu Hamsterkäufen zu begegnen, 1954 große Hoffnungen auf die Errichtung eines sozialistischen Versandhandels /160/ gesetzt, um ihn Mitte der siebziger Jahre stillschweigend wieder abzuschaffen. Nicht anders erging es dem – noch im Zeichen der Systemkonkurrenz zur Bundesrepublik – Ende der fünfziger Jahre eingeführten staatlichen Werbefernsehen. Auch hier kam Mitte der siebziger Jahre das endgültige Aus, als die „materiell-technische Basis“ dafür nicht mehr vorhanden war.

## 1955: „Pitty, ein Roller neuen Typs“

Nach dem Volksaufstand vom 17. Juni 1953 versprach die Staatsführung der DDR ihrer Bevölkerung eine bessere Versorgung. Sie sollte mobil werden und am Zweiradboom teilhaben. So wurde das Projekt PITY ins Leben gerufen, ein „Roller neuen Typs“, und mit großem Propaganda-Aufwand präsentiert. Schon am 1. Mai 1954 defilierten zwei Aktivisten des volkseigenen Industriewerks Ludwigsfelde, das den Rollerbau übernommen hatte, an Staatspräsident Wilhelm Pieck auf Prototypen vorbei. Doch schon wenige hundert Meter hinter der Ehrentribüne blieben die Parade-Roller wegen Zündschwierigkeiten liegen. Die Serienproduktion von PITY wurde erst recht zum Desaster, da die industrietechnischen Kapazitäten der DDR dafür noch lange nicht ausreichten. 1700 Mal wurde die Konstruktion des Rollers geändert, immer wieder nach Ersatzlösungen gesucht, um Materialengpässe auszugleichen. So wurden mangels Schrauben die Felgen genietet. Die Folge: Sie platzten auseinander und verursachten Blessuren und Knochenbrüche bei etlichen Probefahrern. Am Ende standen alle 75 Prototypen wieder in der Werkstatt. So wurde das Projekt PITY kleinlaut begraben. Erst 1956 kam der erste halbwegs gebrauchstüchtige Roller der DDR unter dem Namen WIESEL in den Handel.

/162/ Zündprobleme hinter der Ehrentribüne: DDR-Motorroller „Pitty“ (1954). *Neue Berliner Illustrierte* Nr. 14/1954



## Auf neuem Kurs zum besseren Leben für alle!

Im 2. Halbjahr 1953 werden die verfügbaren Warenmengen erhöht

1. HALBJAHR 1953		2. HALBJAHR		1. HALBJAHR 1953		2. HALBJAHR		1. HALBJAHR 1953		2. HALBJAHR	
Fisch und Fischwaren	um 75%			Butter	um 17%			Fahrräder	um 40%		
Fleisch und Fleischwaren	um 19%			Zucker und Zuckerwaren	um 30%			Baumwollgewebe	um 170%		
Margarine	um 65%			Untertrikotagen	um 97%			Lederschuhe	um 54%		

/161/ Nach dem Juniaufstand 1953: Planerhöhungen als Konsumversprechen. *Kultur- und werbegeschichtliches Archiv Freiburg KWAF*



/163/ Totalverzicht auf jedes Design: Hygiene-Verbrauchsartikel (1988). Georg C. Bertsch/Ernst Hedler: SED, Schönes Einheits-Design, Köln 1990



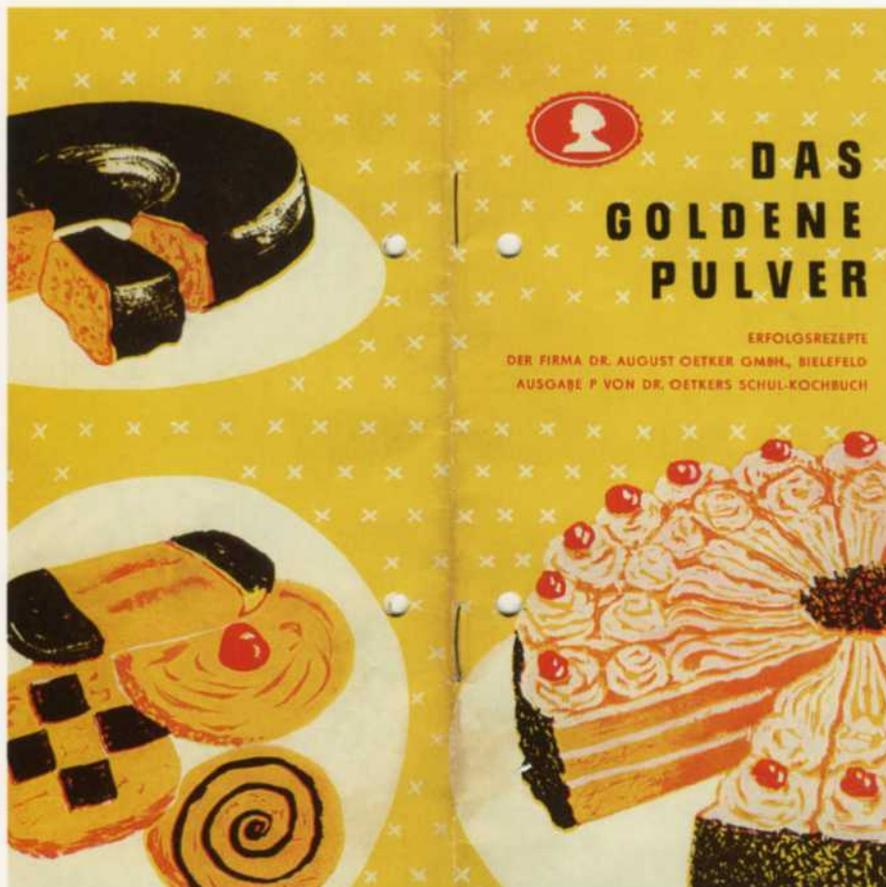
/164/ Kein „Weltniveau“, aber alltagstauglich: Exportartikel MZ-Motorrad 250 ccm mit Beiwagen (1984). Jugend + Technik, Nr. 4/1984

Dass jedoch der Markt auch ein Kommunikationssystem mit selbstregulierenden Qualitäten darstellte, wollte in der SED niemand wahrhaben: Zu sehr blieb man – im Sinne „versorgungswirksamer“ Waren – ausschließlich auf die Erhöhung der Produktion fixiert. Zwangsläufig wurde das Bild der Werbung in der DDR einerseits immer wieder von Produktionspropaganda, andererseits von Verbrauchlenkungen überlagert, wobei man sich hier nicht selten an nationalsozialistischen Vorbildern orientierte. Eine DDR-Werbefigur wie der zum Stromsparen auffordernde „Wattfraß“ schien geradezu nach dem Schnittmuster von „Groschengrab“ (1938) oder „Kohlenklau“ (1942) gemacht. Unter diesen Rahmenbedingungen dienten selbst Schaufenster gewöhnlicher HO- und Konsumläden immer wieder auch der „Sichtagitation“. Eine spezielle DDR-Schaufenstertheorie unterschied das „sortimentsbezogene Schaufenster“ vom „problembezogenen“ und „artikelbezogenen“, vom „Schaufenster mit Hinstimmungsfunktion“ und vom „Schaufenster für besondere politische Anlässe“. Bei letzterem müsse aber „darauf geachtet werden, dass das im Schaufenster gezeigte Waren- und Leistungsangebot die politische Aussage deutlich macht. Nicht Losungen, Embleme und anderes Agitationsmaterial dürfen do-

minieren, sondern die Ware muss das agitatorische Anliegen verdeutlichen.“

Die emotionale Anmutung der DDR-Erzeugnisse erschien hingegen seltsam reduziert. Ja, verglichen mit ihren westlichen Gegenstücken wirkte ihr Design geradezu „arm“ – gleich, ob es sich um Tampons /163/, Eicherbecher oder Motorroller handelte. Andere Artikel wiederum sahen wie schlecht gemachte West-Kopien aus und waren diesem Standard dann um Jahre hinterher. Allein dort, wo internationale Konkurrenz einen Vergleich herausforderte – auf der Leipziger Messe etwa oder bei für den Export bestimmten Produkten /164/ –, war mit dem propagierten „Weltniveau“ auch das Bemühen erkennbar, Präsentation und Bewerbung internationalem Standard anzupassen.

Nachdem der Juni-Aufstand 1953 auch seitens der Parteiführung als ein Versorgungsproblem von systemsprengender Kraft begriffen worden war (Erhöhung der Arbeitsnormen bei gleichzeitigem Aussetzen von Konsumverheißungen), ging man die Umgestaltung der Gesellschaft in der DDR auf die sozialistische Zielstellung hin zunächst behutsamer an. Während dieser Phase eröffneten sich dafür Entstehungsbedingungen für Produkte, die in Qualität und Erscheinungsbild geradezu bürgerlich anmüte-



### 1959: Goldwürfel oder: Wer wird (im Kapitalismus) Millionär?

„Man gründe eine eigene Reederei. Dann nehme man die Gewinne aus der Back- und Puddingpulvertüte und gebe sie der eigenen Reederei als Darlehen. Diese Darlehen kann man als Verlust in die Backpulverbilanz setzen, und das Finanzamt geht leer aus. Mit den unversteuerten Darlehensgewinnen kaufe man Schiffe. Diese Schiffe kann man dann abschreiben, und sie werfen schnell großen Profit ab. Mit der entsprechenden Menge DR. OETKERS BACKPULVER und einem günstigen Bonner Steuergesetz kann man innerhalb von sechs bis acht Jahren zum größten Reeder der Bundesrepublik werden (40 Schiffe mit 375 000 Tonnen Gesamttonnage/Sachwert 400 Millionen DM).“

/165/ Abrechnung mit dem Monopolkapitalismus: DDR-Propagandabroschüre, als Rezeptheft getarnt (1959). Kultur- und werbegeschichtliches Archiv Freiburg KWAF

ten – wie die exquisite Mode-Zeitschrift *SIBYLLE* aus dem Leipziger Verlag für die Frau oder der Stolz der DDR-Automobilindustrie, der Mittelklasse-Pkw *WARTBURG*.

Als das Werk 1952 von den Sowjets „zurückgegeben“ und volkseigener Betrieb geworden war, sollte auf Anweisung der Hauptdirektion der Vereinigung Volkseigener Betriebe (VVB) Automobilbau zunächst der Kleinwagen IFA F9 produziert werden. Doch an die Erfüllung solcher Planvorgaben dachten die Techniker zuallerletz: Schließlich hatten sie einen Ruf zu verlieren, denn ein ‚richtiges Auto‘ aus Eisenach hatte immer schon vier Türen, viel Platz und einen großen Kofferraum gehabt! Und so entwickelten sie erst einmal ‚schwarz‘ das Baumuster 311. Als die Neukonstruktion dann Mitte der fünfziger Jahre das Licht der Öffentlichkeit erblickte,

sahen – mangels Alternativen! – auch die Parteiobere ein, dass es ratsam war, dies Projekt nicht mehr zu stoppen. Schließlich ließ sich doch auf den nationalen und internationalen Messen mit dem auch formal ansehnlichen Pkw gut renommieren. Und aus Eisenach kam ja auch gleich ein komplettes Typenprogramm: von der Limousine über Camping-Limousine und Pick-up bis hin zum Coupé und Cabriolet. Kein anderes DDR-Erzeugnis konnte in der zweiten Hälfte der fünfziger Jahre das propagierte „Weltniveau“ so überzeugend vertreten, kein anderes wurde ein vergleichbarer Verkaufsschlager mit Kunden in 27 Ländern. Nur: Dies war eben gerade nicht das Ergebnis sozialistischer Produktionsweise! Allein das Cabriolet /166/ – von dem am Ende nicht einmal 350 Stück gebaut werden sollten! – war als das wunderschöne DDR-Gegenstück zum westdeut-

