

## Kaffee in beiden deutschen Nachkriegsstaaten: Konsum, Diskurs, Deutungen und Beziehungen

von Monika Sigmund

*„Wer auch nur einen Tag in unserer Stadt zugebracht hat, lernt bei uns das Kaffeetrinken. Der Lebensrhythmus der Menschen zwischen ihren alten und neuen Mauern richtet sich nach ihren Kaffeepausen. Sie trinken ihn süß, heiß und in ziemlichen Mengen. Man könnte, wäre man Anarchist, die Menschen allesamt demoralisieren, würde man die Zufuhr des geliebten Kaffees sperren. Die Arbeitermacht bei uns darf sich Fehler erlauben, nur den nie, das Herbeischaffen des Kaffees auch nur einen Moment lang zu vergessen.“*

Der Schriftsteller Paul Gratzik beurteilte - in seinem 1977 erschienenen Roman ‚Transportpaule oder wie man über den Hund kommt‘ - die emotionale Verfasstheit seiner Mitbürger in der DDR treffend und mit einer Hellsichtigkeit, die die Mitglieder des Politbüro offenbar nicht teilten. Ein kurzer Blick in die Ereignisse des Jahres 1977 verdeutlicht den Zusammenhang zwischen dem Genussmittel Kaffee, den Befindlichkeiten der Bürger und den politischen Strukturen:

In den Sitzungen im Juni und Juli 1977 beschloss das Politbüro eine einschneidende Umgestaltung in der Versorgung der Bevölkerung mit den braunen Bohnen: die bis dahin äußerst beliebte kostengünstige Kaffee-Sorte ‚Kosta‘ wurde gestrichen und die Einführung eines Mischkaffees beschlossen. Dieser ‚Kaffee-Mix‘, der zur Hälfte aus Surrogaten bestand, sollte von nun an den Bohnenkaffee ersetzen. Die teuren Marken ‚Mona‘, ‚Rondo‘ und ‚Mokka-Fix-Gold‘ sollten weiterhin angeboten, jedoch in ihrer Qualität herabgesetzt werden. Die Parteiführung verfügte, den neuen Mischkaffee in Kantinen, Gaststätten und bei anderen Großverbrauchern zu verwenden.

Die Ursache für dieses Handeln waren die enorm gestiegenen Preise für Rohkaffee auf dem Weltmarkt, die die ohnehin äußerst angespannte Devisensituation der DDR überforderte. Mit den Maßnahmen hoffte die DDR-Führung einen deutlichen Rückgang des Rohkaffee-Verbrauchs zu erreichen.

In der Bevölkerung brach ein Sturm der Empörung los. Der neue Mischkaffee stieß auf eine breite Front der Ablehnung. Die Menschen äußerten ihren Unmut in Kantinen, Geschäften sowie Lokalen und schrieben Protestbriefe an Handels- und Kaffeebetriebe. „Der Kaffee schmeckte fast so, wie kurz nach dem Krieg ...“ schrieb z.B. Marianne B. aus Mittweida, und ein „starker Kaffeetrinker“ aus Reichenbach äußerte: „... Aber Ihr Bohnenkaffee ‚Kaffee-Mix‘ schmeckt wie Halb und Halb. Nämlich halb Wintergerste, halb Sommergerste.“ Die Bevölkerung wandte sich auch mit Eingaben an die Organisationen der Partei und des Staates. Der ‚Kaffee-Mix‘ – im Volksmund ‚Erchs Krönung‘ genannt – blieb in den Regalen liegen.

Die SED-Führung versuchte gegenzusteuern, indem die Mischung geändert wurde - ohne Erfolg. Schließlich musste sie im Tausch gegen Fertigerzeugnisse Rohkaffee aus diversen

Erzeugerländern eilig "organisieren". Hilfe wurde hier vor allem in den sozialistischen Bruderländern Angola, Äthiopien und Vietnam gesucht. Auch die stets so misstrauisch beäugten Westpakete aus der Bundesrepublik wurden angesichts der krisenhaften Situation ganz bewusst von der Parteiführung für die Kaffeerversorgung der Bevölkerung mit eingeplant. (Aus einer Analyse des Geschenkverkehrs mit Westdeutschland geht hervor, dass in den Jahren von 1975 bis 1977 20 bis 25 Prozent des gesamten Kaffeeverbrauches der DDR aus dem Westen stammte).

Die "Kaffeekrise" entschärfte sich ab 1978 wieder, da die Weltmarktpreise für Rohkaffee sanken. In diesem Jahr importierte die DDR für 470 Millionen Valutamark über 500.000 Tonnen Kaffee aus dem nichtsozialistischen Ausland. Dies war etwas mehr als die Menge des Vorjahres, für die 1977 noch 667 Millionen gezahlt worden war. Als weitere Auswirkung der Ereignisse konnten die DDR-Bürger ab 1978 Westkaffee der Marken Jacobs und Tchibo in den Delikat-Läden und anderen Spezialverkaufsstellen in Ostmark erwerben – natürlich zu sagenhaften Preisen. Die schlechte Qualität des DDR-eigenen Kaffees blieb jedoch bestehen - und auch die Klagen der Bevölkerung.

Warum kam es gerade in der Phase, die als die ‚stillen Jahre‘ in der DDR gelten und in denen die allgemeine Zustimmung zur SED-Herrschaft als am stärksten angenommen wird, zu einer solchen Explosion des Unmutes? Und warum verursachte in der an Mangel gewohnten DDR-Gesellschaft ausgerechnet das Thema Kaffee eine solche emotionale Eruption? Warum hatte ausgerechnet ein kaum lebensnotwendiges Genussmittel so hohe symbolische Wirkung? Kann man davon ausgehen, dass im Bewusstsein der DDR-Gesellschaft die Notzeit des Krieges und der direkten Nachkriegszeit 1977 noch so präsent waren, dass Kaffeessurrogate mit den Erfahrungen von damals verbunden wurden? Ist es möglich, wie Niethammer, Wierling und Plato in der Untersuchung der ‚Volkseigenen Erfahrung‘ vermuten, dass das Meckern über die ökonomischen Schwierigkeiten in der DDR sozusagen ein erlaubtes Ventil darstellte für allgemeine Unzufriedenheit? Kam dem Kaffee dabei möglicherweise eine besondere Rolle zu?

Auch in der BRD kamen in den 1970er Jahren Kaffeemixprodukte auf den Markt. „Was schon seit dem Ende des vorigen Jahres ‚auf Verdacht‘ bereit lag, kommt nun mit Schwung in die Regale“ berichtete die „Kaffee und Tee-Markt“, Europas Fachzeitschrift der Kaffee- und Teewirtschaft im Mai 1977. Im Gegensatz zu den sehr getreidelastigen Mixkaffees in den USA enthielten die Mischungen der deutschen Firmen wesentlich mehr Röstkaffee. Marktführer Jacobs entwickelte in Anlehnung an seine in der direkten Nachkriegszeit sehr erfolgreiche Ersatzkaffeemarke ‚Jota‘ den Mischkaffee ‚Jota Sport‘; andere zogen nach, wie Messmer mit „Aromata“ oder die Ibenco GmbH mit ihrem Eigenmarkenartikel „Rogga halb & halb“.

Genau wie in der DDR floppten die Marken. Eine empörte Bevölkerung sucht man im Westen jedoch vergebens. Eher haderten die Kaffeehändler mit den sinkenden Absatzzahlen, suchten ihr Heil in einer intensivierten Werbung und hielten Ausschau nach neuen Zielgruppen. Die Jugend, Bücherfreunde und ähnliche Personenkreise sollten für den Genuss der braunen Bohnen gewonnen werden – Werber kreierte die ‚Boutique in Braun‘

und ‚Jacobs Junior‘ oder verärgerten die Buchhändler, indem sie - bei Eduscho - Hildegard Kneps Bestseller ‚Der geschenkte Gaul‘ als billiges Lock- und Beiwerk zum Pfund gaben. Kaffee war in jedem Fall ein wichtiges ökonomisches Gut, immerhin das zweitwichtigste Handelsgut der Welt nach Rohöl. Mindestens ebenso zentral war die symbolische Bedeutung des Genussmittels. Zu fragen ist in diesem Zusammenhang, wie präsent in beiden deutschen Staaten die Kriegs- und Nachkriegserfahrung mit Kaffeesurrogaten noch war und welche Teile davon möglicherweise den Erfahrungshorizont bildeten, vor dem die Ereignisse des Jahres 1977 zu verstehen sind. Aber auch jenseits dieser konkreten Ereignisse eröffnet die Betrachtung des Genussmittels Kaffee die Chance, Ähnlichkeiten und Unterschiede im gesellschaftlichen und individuellen Selbstverständnis in beiden Gesellschaften zu erforschen, sowie die Vorstellungen zu untersuchen, die in einem der deutschen Staaten vom jeweils anderen vorherrschten.

Die Untersuchung zu „Konsum, Diskurs, Deutungen und Beziehungen“ von und durch Kaffee möchte die sozialen, ökonomischen und kulturellen Bedeutungen dieser Ware betrachten. Der Ausgangspunkt ist die Situation nach Kriegsende 1945. Die Bevölkerung beider deutscher Staaten war in der direkten Nachkriegszeit in ihren Erwartungen, Erfahrungen und Grundlagen von der Zeit vor 1945 geprägt. Während vor dem Krieg der Kaffee nach Aufschwung und relativem Wohlstand geschmeckt hatte, wurde ab 1939 der Genuss bitter und geprägt von Rationierung und Mangel, von Substituten und Schwarzmarkthandel - Phänomene, die sich bis weit in die Nachkriegszeit hineinzogen.

Kaffee spielte eine wichtige Rolle auf dem Schwarzen Markt und im Schmuggel. Mit diesen zentralen Problemen hatten die Zonenverwaltungen und beide neugegründeten Staaten gleichermaßen zu kämpfen. Während im allgemeinen Bewusstsein in beiden deutschen Staaten der Genuss von "echtem" Bohnenkaffee als (ein) Gradmesser für die Rückkehr zur Normalisierung des täglichen Lebens gesehen wurde, entwickelten sich die Konsummöglichkeiten und die damit verbundenen Konsumgewohnheiten sehr unterschiedlich.

In der BRD wurde der Kaffee nach dem 'Wirtschaftswunder' der 1950er Jahre zunehmend zum Alltagsgetränk für alle Bevölkerungsschichten. In dem Maße, wie sich der Konsum verbreitete, verschwand das Wort 'Bohnenkaffee' aus dem allgemeinen Wortschatz und der Kaffee verlor seine Eigenschaft als Distinktionsmittel. Die braunen Bohnen wurden zum Feld für Absatzmarktstrategen und schließlich zum Hauptgetränk der Westdeutschen. In den 1980er Jahren bekam das Kaffeetrinken einen politischen Beigeschmack: verstärkt meldeten sich Konsumenten zu Wort und problematisierten die ungerechten Herstellungsbedingungen (wenig später auch die ökologischen Auswirkungen der großen Monokulturen) - ein Diskurs, aus dem der ‚faire Handel‘ hervorgehen sollte.

In Ostdeutschland blieb die Versorgung der Bevölkerung mit Kaffee bis zum Ende der DDR ein Problem, das aus der angespannten Devisenlage resultierte. Dieser Mangel wurde von Partei und Regierung sehr genau analysiert und in höchsten Gremien diskutiert – sogar im Ministerium für Staatssicherheit beschäftigte man sich mit diesem Thema. Der Konsum von ‚Westkaffee‘ verlieh in der DDR einen besonderen Status, diente als inoffizielles Zahlungsmittel und unterschied die DDR-Bürger in Menschen mit und ohne Zugang zu

Westwaren. An der Qualität des DDR-eigenen Röstkaffees maßen die Bürger auch die Qualität ihrer Republik. Die symbolische Kraft, die dabei dem Genussmittel innewohnte, läßt sich vielleicht erahnen, wenn man die exorbitanten Verkaufszahlen der Marke ‚Jacobs Krönung‘ nach 1989 auf dem Gebiet der ehemaligen DDR betrachtet.

Die mit Kaffee verbundenen Vorstellungen eignen sich auch vorzüglich zur Untersuchung und Darstellung der innerdeutschen Beziehungsgeschichte: Kaffee als ein zentraler Inhalt der westdeutschen Geschenksendungen vermittelt deutlich den Eindruck eines asymmetrischen Beziehungsgeflechtes. Diese Geschenksendungen fielen nicht nur mengenmäßig ins Gewicht, vielmehr manifestieren sich in ihnen auch die Motive und Muster für wechselseitige Wahrnehmungen. Pakete wurden aus sehr unterschiedlichen Motiven gepackt: Für nähere und entfernte Verwandte, für Bekannte und auch für Fremde, wie z. B. in Aktionen von Kirchen und Gewerkschaften. Diese damals als ‚Fremdpakete‘ bezeichneten Sendungen waren überwiegend politisch motiviert und wurden sicher häufig mit einem Gefühl verbunden, im überlegenen Teil Deutschlands zu wohnen. Anschaulich zeigten die Geschenksendungen die bunte Warenwelt des Westens und drängten - gemeinsam mit dem Westfernsehen - zur Wertung im Systemvergleich. Auch der Empfang der Pakete verwies die Beschenkten auf ihre Position im Kalten Krieg. Außerdem spiegeln diese Zuwendungen ein kompliziertes Beziehungsgeflecht wider: Missverständnisse im Hinblick auf die Wünsche und die Bedürftigkeit waren an der Tagesordnung. Zusammen mit den Geschenksendungen wurden auch gegenseitige Wahrnehmungen, politische Einschätzungen, Vorurteile und Empfindlichkeiten ein- und ausgepackt. Auch der ungeklärte Status dieser Gaben - irgendwo zwischen Geschenk und Versorgungspaket angesiedelt - führte zu vielerlei Enttäuschungen. Das Gegengeschenk, oft lokale Spezialitäten wie etwa der weihnachtliche Stollen, offenbarte oft ebenso Verständigungsschwierigkeiten und bescherte der DDR-Wirtschaft neue Probleme. Wirtschaftsfunktionär Alexander Schalck-Golodkowski forderte 1978 sogar ein Stollenschenkverbot – da einige Zutaten, wie Mandeln, Korinthen und Orangeat vorher für teure Devisen aus dem Westen importiert worden waren. Angesichts der Empfindlichkeiten, an die ein solches Verbot vermutlich gerührt hätte, wurde der Vorschlag jedoch zu den Akten gelegt.

Das Thema berührt also eine Vielzahl verschiedener Aspekte, vom Wechselverhältnis zwischen Alltag und Herrschaft bis zum Kaffee als Symbol in der Systemkonkurrenz. Das Erscheinungsbild des Kaffees in der öffentlichen Darstellung und Diskussion verweist auf das individuelle und gesellschaftliche Selbstverständnis, wie auch auf Erwartungen und Wünsche im Wandel von Zeit und Gesellschaft.

Das Projekt ‚Kaffee in beiden deutschen Nachkriegsstaaten‘ will die sozialen, ökonomischen und kulturellen Beziehungen untersuchen, die sich über den Konsum von Kaffee nach 1945 in und zwischen Ost- und Westdeutschland ergaben. Die Konzentration auf ein Genussmittel in einer vergleichenden Längsschnittuntersuchung eignet sich hervorragend als Indikator für Wertvorstellungen und Wertewandel in den jeweiligen Staaten und in deren Beziehungsgeschichte. Die Untersuchung soll Aufschluss geben über die sich verändernden Konsumbedingungen, Konsumgewohnheiten und Konsumwünsche sowie die damit

verbundenen Deutungen, Eigen- und Fremdwahrnehmungen, die Möglichkeiten sozialer Distinktion und die sich verändernden Vorstellungen von Normalität und Wohlstand. Diese Untersuchung reiht sich in das übergeordnete Forschungsprojekt „Kaffee-Welten“ an der Forschungsstelle für Zeitgeschichte in Hamburg ein, das aus insgesamt drei Teilprojekten besteht. Das hier vorgestellte Projekt zum deutsch-deutschen Kaffeekonsum verortet sich auf diese Weise in einem globalen Zusammenhang von Produktion, Handel und Konsum.

Christiane Berth untersucht in ihrem Projekt die Welt der Kaffeeproduzenten am Beispiel Zentralamerikas. Dorothee Wierling betrachtet die Welt der deutschen Kaffee-Händler und ihre familiären Netzwerke. Durch die Untersuchung von Produzenten, Händlern und Konsumenten werden die lokalen und globalen Beziehungen, die sich beim Handel mit Kaffee und beim Konsum von Kaffee im 20. Jahrhundert entfaltet und verändert haben, auf verschiedenen Ebenen erforscht. Dadurch leistet das dreigliederte Forschungsvorhaben eine umfassende Analyse zur global ausgerichteten Konsum-, Kultur- und Wirtschaftsgeschichte.

Die vergleichende Untersuchung der Bedeutungsgeschichte der Ware Kaffee lässt darüber hinaus einen wichtigen Beitrag zum Verständnis deutsch-deutscher Beziehungen erwarten.