I. Das heiße Verlangen nach einem Luxusprodukt: Kaffee im Schatten der Nachkriegsjahre 1948–1959

1. Mangel und Wohlstandssehnsucht: Der Kaffeekonsument zwischen westdeutscher Nachkriegswirklichkeit und „Wirtschaftswunder"

Die Konsumentwicklung in Westdeutschland 1948/49

Das gemeinsame Plakat von CDU und FDP zur Bundestagswahl 1949 war außergewöhnlich: Es nahm die spätere Koalition der beiden bürgerlichen Parteien vorweg, indem es die Erfolge der Währungsreform als deren direktes und ausschließliches Verdienst darstellte. Eine dynamische Kurve teilte das Plakat in eine dunkle und eine helle Seite. Die dunkle Seite – überschrieben mit „1948" – symbolisierte die Not der unmittelbaren Nachkriegszeit vor der Währungsreform. Düster, deprimierend und trostlos war die Stimmung gezeichnet, mit einigen Aussagen, die typisch für diese Krisenzeit standen: „Keine Kohlen", „Monat Januar 50 gr. Fett", „Tausche Anzug gegen Essbares!", „5 kg Kartoffeln", „Nachfrage zwecklos!", „Rauchwaren ausverkauft!" und „Kaffee-Ersatz". Ganz anders die helle Seite „1949": Wenn auch nicht im maßlosen Überfluss, so waren die Warenkörbe doch alle gut gefüllt mit Brot, Kartoffeln, heimischem Gemüse und mit Obst (darunter auch Südfrüchte wie Zitronen oder Bananen). Es gab Tabakerzeugnisse in einiger Auswahl, Würste und Schinken, Alkoholika und sogar glänzende Schuhe, ebenso schick wie die darüber abgebildete Anzugjacke. Das Plakat verhieß eine wunderbare Warenwelt des geordneten Konsums. Doch Kaffee suchte der Betrachter vergebens. Hätten die Plakatgestalter die Lebensumstände der Bevölkerung 1949 tatsächlich widerspiegeln wollen, sie hätten den „Kaffee-Ersatz" auf der hellen Seite wiederholen müssen, denn 1949 befand man sich weiterhin im „Lande des Muckefucks"[1]. Mit echtem Bohnenkaffee konnten CDU und FDP noch nicht werben, wenn sie glaubwürdig bleiben wollten. In Westdeutschland wurde 1949 noch dreimal so viel Ersatzkaffee wie Bohnenkaffee getrunken. Pro Kopf tranken die Westdeutschen in diesem Jahr: 168,4 Liter „Muckefuck", 57,8 Liter Bohnenkaffee, 28,3 Liter Bier, 18,5 Liter Tee, 2,4 Liter Wein, 0,4 Liter Schnaps und 0,35 Liter Süßmost.[2] Trotz des offensichtlichen Problems der fehlenden positiven Entsprechung hatten sich die Plakatmacher für die Nennung des Ersatzkaffees als Schreckensbild der Nachkriegszeit entschieden. Diese Darstellung sprach für eine tief verwurzelte direkte Assoziation von Kaffeesurrogaten mit der Notzeit bei der Bevölkerung und trug gleichzeitig die Hoffnung auf eine Besserung der Situation in sich, die zwar noch nicht darstellbar, aber schon vorstellbar war.

[1] Vgl.: Im Lande des Muckefucks, in: Der Spiegel vom 20. 7. 1950, S. 22.
[2] Ebd.

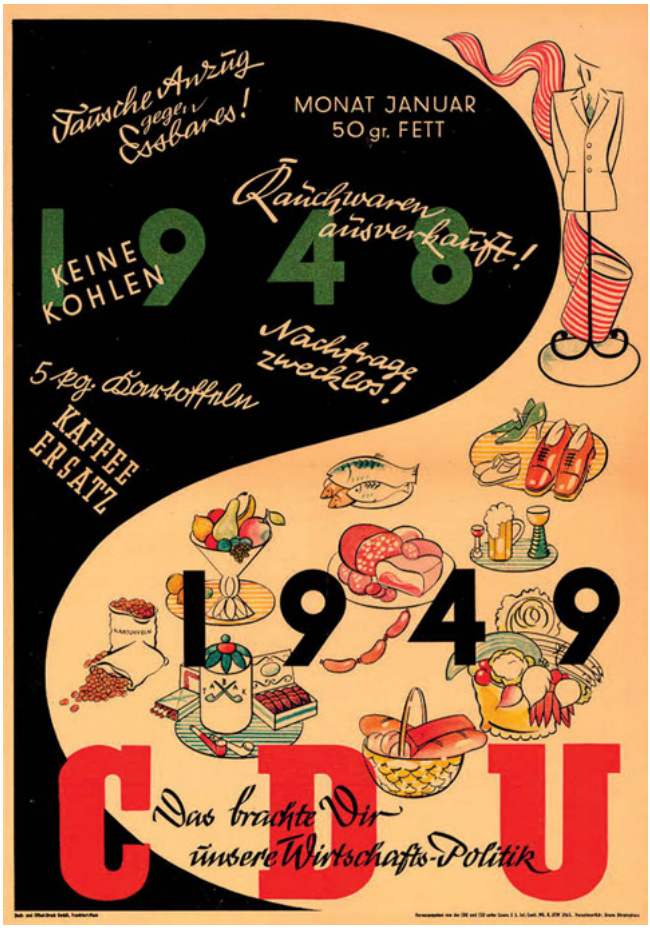


Abb. 1: Plakat zur Bundestagswahl 1949

Ersatzkaffee

Im Alltag trank die Bevölkerung hauptsächlich Ersatzkaffee. Das im Volksmund „Muckefuck“[3] und in Fachkreisen „Kaffee-Mittel“ genannte Produkt wurde durch die Röstung von Pflanzenteilen hergestellt und ebenso wie Bohnenkaffee mit heißem Wasser aufgebrüht. Als Rohstoff eignete sich ein breites Spektrum an Substanzen, wie eine warenkundliche Abhandlung aus dem Jahr 1950 angibt: „stärke-

[3] Für die Herkunft der Bezeichnung „Muckefuck“ gibt es mehrere Erklärungen. Am plausibelsten scheint die Herleitung vom französischem „Mocca faux“ – also „falscher Kaffee“. Das etymologische Wörterbuch des Duden erklärt diese Wortschöpfung allerdings mit der Zusammensetzung der rheinländischen Bezeichnung „Mucke“ für braune Stauberde oder verwestes Holz und „fuck“ für faul. „Muckefuck“ wird außerdem als Bezeichnung für „dünner Kaffee“ seit Ende des 19. Jahrhunderts verwendet. Brigitte Alsleben: Duden. Das Herkunftswörterbuch. Etymologie der deutschen Sprache, Mannheim u. a. 2007, S. 541.

Abb. 2: Ausschnitte aus dem Werbefilm für Jota „In Erwartung", 1954

reiche Früchte (Roggen, Gerste, Malz, Eicheln, Lupinen), zuckerhaltige Rohstoffe, (Zichorien, Zuckerrüben, Feigen, Datteln, Johannisbrot), fettreiche Rohstoffe (Erdnüsse, Dattelkerne, Sojabohnen), Zuckerstoffe (Stärkesirup, Stärke-, Trauben-, Fruchtzucker, Anis, Farin)".[4] Die am häufigsten verwendeten Kaffeesurrogate waren Roggen oder Gerste (Kornkaffee), auch in gemälzter Form (Malzkaffee), Zichorien-, Feigen- und Eichelkaffee. Darüber hinaus wurden Kaffee-Zusatzstoffe angeboten – auch Kaffeegewürze genannt –, die ebenfalls durch die Röstung von Pflanzenteilen gewonnen wurden und die dem Kaffee oder Kaffee-Ersatz-Getränk Farbe, volleres Aroma und eine größere Ergiebigkeit verliehen. Kaffee-Ersatzmischungen hingegen bestanden aus einer Mischung dieser Kaffee-Zusatzstoffe und Kaffee-Ersatzstoffe, oft auch mit einem Anteil Bohnenkaffee.[5] Beliebte Marken für Ersatzkaffees waren beispielsweise Kathreiners Malzkaffee, Linde's, Kornfranck oder Caro.

Ersatzkaffee spielte während der gesamten 1950er Jahre eine große Rolle im Konsum der Bevölkerung wie auch im fachlichen Diskurs der Hersteller und in der Werbung. Die Werbung für den von Jacobs hergestellten Ersatzkaffee Jota verweist deutlich auf den Mangel und die Wünsche der Nachkriegszeit: Der Werbefilm „In Erwartung", der ab 1954 bundesweit in zahlreichen Kinos vorgeführt wurde, zeigt eine traurige und verzweifelte „Kaffee-Kannen-Mutter", die ihren durstenden „Tassenkindern" hilflos gegenübersteht. Glücklicherweise erscheint schließlich die „Jota-Fee", die der Mutter helfen kann – der Durst ist gestillt, alle sind froh und können wieder singen und tanzen.[6]

Die Darstellung der vaterlosen, notleidenden Familie spiegelte die bundesdeutsche Nachkriegswirklichkeit wider. Die gute Fee verkörperte treffend die Sehnsucht nach Wundern und besseren Zeiten. Und auch wenn im Film nur Surrogat ausgeschenkt wurde, so rückte die Erreichbarkeit des echten Kaffees über den Markennamen Jacobs doch in vorstellbare Nähe. Dass die Diskrepanz zwischen der Wirklichkeit des Konsums von Surrogaten und dem Wunsch nach dem Genuss von Bohnenkaffee fortbestand, blieb den Konsumenten im Bewusstsein. Der Verbraucher trank Ersatzkaffee, aber er tat es mitunter zähneknirschend. „Am

[4] August Oetker: Warenkunde, Bielefeld 1950, S. 224.
[5] Vgl. ebd., S. 224 ff.
[6] Die Geschichte der Jota-Fee ist ausführlich dargestellt in Stephanie Abke: Die Werbung der Firma Jacobs in den 50er und 60er Jahren als Spiegel gesellschaftlichen Wandels in der Bundesrepublik Deutschland, unveröffentlichte Diplomarbeit, Bremen 1997.

Abend trank er Jota – am Morgen lag er tot da“[7], kommentierte der Volksmund abfällig. Die Surrogate waren in der gesellschaftlichen Vorstellungswelt noch zu eng mit der Zeit von Not und Mangel verbunden.

Auch wenn der zunehmende Wohlstand zu einer Steigerung im Verbrauch von „echtem Bohnenkaffee“ führte, wurden bis zum Ende des Jahrzehnts immer noch erhebliche Mengen an Ersatzkaffee getrunken. Vor allem die weniger begüterten Bevölkerungsschichten mussten sich weiterhin mit „Muckefuck“ bescheiden, wie eine Untersuchung des Kaffeekonsums durch das Emnid-Institut für Verbrauchsforschung 1957 zeigt. Insgesamt 1957[8] Personen ab 16 Jahren, die durch ein Quotenverfahren ausgewählt worden waren, wurden nach ihren Konsumgewohnheiten in Bezug auf reinen Bohnenkaffee gefragt. 56 Prozent davon gaben an, weder morgens noch nachmittags noch abends reinen Bohnenkaffee zu trinken.[9]

Die Verbraucher unterschieden streng zwischen „echtem Bohnenkaffee“ und Kaffee-Ersatz. Ein Versuch der Imitation von Kaffeebohnen scheiterte: 1959 meldete die Zeitschrift „Kaffee- und Tee-Markt“ die Erfindung einer synthetischen Kaffeebohne, die zwar genau wie eine Kaffeebohne aussah, so schmeckte und auch sonst die gleichen Eigenschaften aufwies, die jedoch keine Spur dieser Bohnen enthielt.[10] Diese „Syn-Bohne“ jagte zwar den Importeuren und der Kaffee verarbeitenden Industrie einen großen Schreck ein, aber ihre Befürchtungen erfüllten sich nicht: Die Konsumenten zeigten für derartige Kunstprodukte kein Interesse.

Kaffee als Gradmesser für Normalität

Ein zentraler Aspekt für das Verständnis der Geschichte des Kaffeekonsums ist die Gleichsetzung von Kaffee-Ersatz mit der Krisenzeit im Bewusstsein der Bevölkerung. Die Verknüpfung von Kaffeesurrogaten mit Notlage beschränkte sich nicht nur auf die Nachkriegszeit, sondern umfasste ebenso die Kriegszeit. Mit Kriegsbeginn 1939 hatten die Nationalsozialisten alle Kaffeevorräte beschlagnahmen lassen. „Echten Bohnenkaffee“ teilten die Behörden der Bevölkerung in den folgenden fünfeinhalb Jahren insgesamt nur sechsmal – meist zu besonderen Anlässen – in einer Größenordnung von 50 oder 60 Gramm zu.[11] Einzig nach schweren Bombenangriffen wurde zusätzlich Bohnenkaffee verteilt, der im Volksmund des-

[7] René Lüchinger/Birgitta Willmann: Der Jacobs-Weg. Die autorisierte Biografie des Unternehmers Klaus J. Jacobs, Zürich 2007, S. 61.

[8] Diese Zahl ist kein Schreibfehler! Tatsächlich wählte das Emnid-Institut 1957 genau 1957 Personen für seine Befragung aus.

[9] Unter reinem Bohnenkaffee wurden auch Nescafé oder ein anderer Bohnenkaffee-Extrakt in Pulverform sowie coffeinfreier Bohnenkaffee verstanden. Institut für Verbrauchsforschung Emnid K. G.: Kaffeekonsum und Konsumentengewohnheiten. 16. Erhebung, Juni/Juli 1957, Historisches Archiv Mondelez International, Archiv HAG.

[10] Vgl. 1959 – Schritt auf dem Weg, in: Kaffee- und Tee-Markt. Europas Fachzeitschrift der Kaffee- und Teewirtschaft mit den regelmäßigen Mitteilungen der Fachverbände, Heft 24 vom Dezember 1959, S. 3 f.

[11] Dreimal davon als Sonderzuteilung zu Weihnachten. Vgl. Historisches Archiv Mondelez International, Archiv Jacobs, Jacobs Chronik, Bd. 1, 1927–1971, S. 30 f.

halb den Beinamen „Zittermokka“ erhielt.[12] So erlangte das absente Genussmittel den Nimbus des Besonderen und schwer Erreichbaren. Wie sehr diese Vorstellung im Gedächtnis bis in die heutige Zeit präsent blieb, zeigt das Gespräch bei einem Erzählcafé zum Thema Kaffee im Jahr 2007 in Hamburg:[13]

Zeitzeuge 1: „Die Nazis haben sich sehr wohl des Kaffees bewusst gemacht. Ja, ganz, ganz bewusst. Und zwar: Wenn damals irgendwelche Leute Kaffee hatten, da war ausgebombt oder so, ja, da haben sie den Leuten Kaffee gegeben, damit sie ruhig sind. Das hat man ganz bewusst genutzt.“
Vier andere stimmen zu.
Zeitzeuge 6: „Es gab keinen Kaffee mehr in der Zeit, nach dem Krieg, da gab's keinen Kaffee mehr.“

„Echter Bohnenkaffee“ war in der Kriegs- und Krisenzeit ein Ausnahmegetränk für besondere Anlässe. Die Bevölkerung setzte das Genussmittel mit einer Konsumerfahrung gleich, die für ein gutes und normales Leben stand. Die Verknüpfung der Exklusivität von Kaffeegenuss in der Krisenzeit und der Substitution des Bohnenkaffees durch Getreide und andere Ersatzstoffe machte die Verfügbarkeit von Kaffee im gesellschaftlichen Bewusstsein zu einem Gradmesser für Normalität. So ist es auch kein Zufall, dass im oben erwähnten Gruppengespräch die Erinnerung an Kaffee nach dem Krieg mit einem Ereignis eng verbunden ist, das wie kein anderes im kollektiven Gedächtnis den Übergang zu einer Zeit, die das Ende des Mangels verhieß, markiert: mit der Währungsreform.[14] Daher erinnert sich eine Zeitzeugin:

„Also, ich glaube, wir haben fast alle vorm Krieg gar keinen Kontakt persönlich als Kinder […] mit Kaffee gehabt. Ich hab zum ersten Mal nach'm Krieg, in der Währungs[reform] […] zum ersten Mal Kaffee […] getrunken.“[15]

Sicherlich trank die Hamburgerin ihren ersten Kaffee nicht im Juni 1948. Für die meisten Menschen war Kaffee zu diesem Zeitpunkt kaum erschwinglich. Trotzdem ist der erstmalige oder erneute Konsum von Kaffee nach dem Krieg in der Erinnerung vieler Menschen der älteren Generation an dieses Datum gebunden. Im ersten halben Jahr nach der Währungsreform war die Besteuerung, die bei 54 DM für ein Kilo Röstkaffee lag, außerordentlich hoch. Deshalb kann angenommen werden, dass sich die meisten Menschen in dieser Zeit noch keinen Kaffee leisten konnten und der tatsächliche Konsum erst nach der ersten Steuerermäßigung auf 13 DM

[12] Vgl. Fritz Karl Michael Hillenbrand: Underground Humour in Nazi Germany, 1933–1945, London 1995, S. 59 u. 185; Stephen Lowry: Pathos und Politik. Ideologie in Spielfilmen des Nationalsozialismus, Tübingen 1991, S. 167; Bernt Engelmann: Berlin. Eine Stadt wie keine andere, München 1986, S. 261.

[13] Interview, Klöntreff zum Thema Kaffee, Galerie Morgenland Hamburg, 19. 4. 2007, Christiane Berth/Sielke Salomon (Interviewerinnen), Transkript S. 13.

[14] Vgl. Michael Wildt: Am Beginn der „Konsumgesellschaft“. Mangelerfahrungen, Lebenshaltung, Wohlstandshoffnung in Westdeutschland in den fünfziger Jahren, Hamburg 1994; ders.: Der Traum vom Sattwerden. Hunger und Protest, Schwarzmarkt und Selbsthilfe in Hamburg 1945–1948, Hamburg 1986; Lutz Niethammer (Hg.): Hinterher merkt man, daß es richtig war, daß es schiefgegangen ist. Nachkriegserfahrungen im Ruhrgebiet, Berlin 1983.

[15] Interview, Klöntreff zum Thema Kaffee, Berth/Salomon (Interviewerinnen), Transkript S. 11.

für ein Kilo Röstkaffee im November 1948 einsetzte. Auch in volkswirtschaftlicher Hinsicht gab es indes eine Verbindung von Kaffee und Währungsreform.

Entwicklung des Kaffeemarktes

Nach der Währungsumstellung wurde erstmals wieder Kaffee eingeführt – anfangs unter strenger Kontingentierung und wegen der geringen Devisenvorräte der Westzonen bzw. der jungen Bundesrepublik meist in geringen Mengen. Neben den zentral gelenkten Einfuhren, die nach einem festgelegten Schlüssel auf die Röstereien verteilt wurden, kam Kaffee über die Hilfen des Marshall-Plans ins Land. Diese zusätzliche Einfuhr begann entgegen vorheriger Hoffnungen der Kaffeehändler erst ab 1949.[16] Ab dem Frühjahr 1950, als aufgrund von liberalisierten Handelsabkommen mit einigen Ländern (Niederlande und Großbritannien) Kaffee in beliebigen Mengen eingeführt werden konnte, entspannte sich die Importsituation.[17] Zusätzlich wurden Geschäfte auf Gegenseitigkeit vereinbart, etwa mit Kolumbien und Brasilien.[18] Insgesamt wurde die Kaffee-Einfuhr jedoch noch bis 1955 bewirtschaftet – erst danach konnten die Kaffeefirmen Rohkaffee wieder auf dem (Welt-)Markt in beliebiger Menge, nach gewünschter Herkunft und Qualität einkaufen.[19]

Die erste Zuteilung von Rohkaffee an weiterverarbeitende Betriebe erfolgte im Juli 1948, die zweite im Oktober 1948 und dann erst wieder im Mai 1949.[20] Wie gering diese ersten Zuteilungsmengen waren, bezeugt ein Brief der Firma Jacobs an die Fachstelle Kaffee, in dem der Röstbetrieb die Zuteilung von 712 Sack Kaffee im Jahr 1948 mit den 42 482 Sack Kaffee verglich, die 1938 verarbeitet worden waren.[21] Neben der geringen Quantität hatten die Röster anfangs noch mit der Qualität der Einfuhren zu kämpfen, wie die interne Firmenchronik von Jacobs beschrieb:

„Was also auf den Lägern der Erzeugerländer hängengeblieben war, waren abfallende Qualitäten und, wie man später feststellen musste, ungereinigter, zusammengefegter Rohkaffee. Dieses minderwertige Zeug wurde nach dem Kriege nach Europa verschickt. Mit einigem Entsetzen wurde festgestellt, dass der Kaffee stark karbolartig roch und schmeckte; er erinnerte stark an Krankenhaus und Lazarett."[22]

[16] Feste Weltkaffeemärkte, in: Gordian. Internationale Zeitschrift für Lebensmittel und Lebensmitteltechnologie 1943–1949, Nr. 1154 vom 25. 12. 1948, S. 25.
[17] Kaffeeschmuggel und Kaffeesteuer. Jede zweite Tasse Kaffee ist „schwarz", in: Deutsche Zeitung vom 22. 2. 1950.
[18] Ebd.
[19] Zur Frage der Bewirtschaftung und Liberalisierung des Kaffeemarktes vgl. Ursula Becker: Kaffee-Konzentration. Zur Entwicklung und Organisation des hanseatischen Kaffeehandels, Stuttgart 2002, S. 315–324.
[20] Vgl. Historisches Archiv Mondelez International, Archiv Jacobs, Jacobs Chronik, Bd. 1, 1927–1971, S. 50.
[21] Brief von Johann Jacobs & Co an die Fachstelle Kaffee, 11. 2. 1949, ebd., Anlage zu B. 3001. Insgesamt verkonsumierte Deutschland vor dem Krieg rund 250 000 Sack monatlich. Vgl. Bleibt der Kaffee knapp?, in: Hamburger Abendblatt vom 3. 11. 1948.
[22] Historisches Archiv Mondelez International, Archiv Jacobs, Jacobs Chronik, Bd. 1, 1927–1971, S. 41.

In den Kaffeesäcken befanden sich neben den Bohnen auch Holz und Metallstücke, Erdklumpen, Papier und weiterer Unrat in erheblichen Mengen.[23]

Die Konsumenten blieben anfangs in ihrer Nachfrage noch sehr verhalten – die hohe Steuer, die im Juni 1948 eingeführt worden war, machte den Kaffee zu einem unbezahlbaren Luxusgut. Auf die Steuersenkung zum November 1948 reagierten die Käufer mit einer relativ großen Nachfrage, obwohl das Genussmittel finanziell für die meisten Menschen immer noch fast unerreichbar war. Das „Hamburger Abendblatt" bemerkte dazu:

„Es gibt (besser gesagt: es gab) seit einigen Tagen billigeren Kaffee. Der sofort einsetzende Run hat die Röstereien, die den Kaffee bisher nicht loswerden konnten, ihrer Sorge enthoben. Die Lager sind leer […]. Die bisherigen Einkäufe sind jedoch nicht groß genug, um den gesteigerten Kaffeedurst zu löschen […]. Die Hausfrauen müssen also nach wie vor sparsam mit den ‚Böhnchen' umgehen."[24]

Die nächsten Jahre erwiesen sich für Röster und Konsumenten als eine Zeit, in der die Versorgungsmengen wie auch die Qualität der importierten Kaffees extrem schwankten, während gleichzeitig die hohe steuerliche Belastung das Genussmittel zum seltenen Luxus machte.

Als der durchschnittliche Pro-Kopf-Verbrauch eines Westdeutschen bei etwas unter einem Pfund Röstkaffee im Jahr lag[25] – das Luxusgetränk also nach Meinung der Kaffeehändler in „homöopathischen Dosen" genossen wurde –, fragte das Institut für Demoskopie Allensbach im März 1949 eine repräsentative Auswahl von Bundesbürgern nach ihrem liebsten Getränk. 32 Prozent der Befragten nannten an erster Stelle Kaffee; die Meinungsforscher konstatierten zugleich einen signifikanten Unterschied zwischen den Geschlechtern: 17 Prozent aller Männer und 47 Prozent aller Frauen erklärten das anregende Getränk zu ihrer ersten Wahl.[26] Getrunken wurde allerdings in erster Linie Ersatzkaffee. Der Begriff „liebstes Getränk" bezog sich für die Befragten also nicht auf ihre Praxis, sondern auf eine gewünschte Konsumwelt. Diese Beobachtung wird durch eine andere Studie aus dem Jahr 1950 bestätigt, in der 60 Prozent[27] der Befragten angaben, dass sie mehr Kaffee trinken würden, wenn sie es sich leisten könnten.[28]

[23] So hielt das Protokoll des Zollamtes Hohentor am 19. 10. 1948 fest: „1 Sack Brasil-Rohkaffee abgefertigt, der brutto 61 kg wog […]. Der Kaffee wurde unter ständiger amtlicher Aufsicht gereinigt. Nach der Veredelung wurde festgestellt: 15,6 kg gereinigter Kaffee, 45,4 kg Abfälle (Papier, Steine, Eisen u. dergl.)". Ebd.

[24] Bleibt der Kaffee knapp?, in: Hamburger Abendblatt vom 3. 11. 1948.

[25] Zu beachten ist allerdings, dass der Genuss von Schwarzmarktkaffee nicht in die offizielle Statistik einging.

[26] Den zweiten Platz belegte Wein mit 24% (32% Männer und 17% Frauen), dann Likör und Schnaps mit 13% (17% Männer und 9% Frauen). Es folgten Bier: 11% (21% Männer, 3% Frauen) und Tee: 8%. Vgl. Elisabeth Noelle/Erich Peter Neumann: Jahrbuch der öffentlichen Meinung 1947–1955, Allensbach 1956, S. 35.

[27] 32,2% antworteten mit „ja, sehr gern" und 28% mit „ja, gern".

[28] Zit. n. Am Caffeehandel betheiligt. Deutschlands Schmuggler, Serie, in: Der Spiegel vom 3. 8. 1950, S. 40.

Klein- und Kleinstpackungen

Während die Kaffeepreise in kaum erschwinglichen Höhen schwebten, wurde Kaffee in erster Linie lose in kleinen Mengen verkauft. Daneben entwickelten die Kaffeehändler eine unübersehbare Flut von Klein- und Kleinstpackungen. Vor den Gerichten waren die Kleinstpackungen oft Anlass für Streitigkeiten, auch wenn die Kaffeehändler den sozialen Charakter solcher Abpackungen betonten:

„Die Kleinstpackung verdankt ihre Entstehung neben Erwägungen der Zweckmäßigkeit einer s o z i a l e n Idee, der Idee nämlich, mit wenig Geld auch die minderbemittelten Bevölkerungsschichten in den Kaffeegenuß kommen zu lassen."[29]

Die Kleinstpackungen gaben den Behörden wiederholt Anlass zur Beanstandung. Manchmal wurden die Kennzeichnungsvorschriften für Lebensmittel nicht beachtet, es gab zudem Differenzen zwischen deklariertem und tatsächlichem Gewicht oder unzweckmäßige Packungen, die zu Einbußen im Aroma führten. In einigen Fällen wurden Packungen mit minderwertigem oder verdorbenem Inhalt gefunden. Vor allem aber ging es bei den Streitigkeiten um die Frage, wie viel Gramm pro Tasse eine angemessene Stärke ergäben, bzw. ob die deklarierte Ergiebigkeit der Klein- und Kleinstpackungen den Tatsachen entsprächen, und um die vergleichsweise hohen Preise für diese Spezialabpackungen.[30]

Die Behörden versuchten für die Kleinstpackungen verbindliche Richtlinien zu erlassen. So ordnete der Sozialminister des Landes Nordrhein-Westfalen am 18. März 1950 an, den Verkauf von Kleinstpackungen zu beanstanden, die weniger als fünf Gramm Kaffee für eine Tasse für ausreichend hielten.[31] Die Behörden scheiterten jedoch mit den von ihnen angeordneten Maßnahmen, und so wurde eine eindeutige bundesweite Gesetzesregelung in dieser Frage nicht geschaffen.

Viele Gerichtsverfahren gegen Hersteller von Kleinstpackungen endeten mit einem Freispruch, wie etwa der Prozess gegen eine Firma, die 1951 kleine Beutel mit der Deklarierung „2 Tassen, 6 g" vertrieben hatte. Eben diese Angabe der Ergiebigkeit war von der Staatsanwaltschaft als Verstoß gegen das Lebensmittelgesetz gesehen worden. Während der Hauptverhandlung, in der eine Mitarbeiterin mehrere Tassen Kaffee aus den beanstandeten Tüten hergestellt hatte,[32] wurde der

[29] Das „enfant terrible" oder die Kleinstpackung, in: Gordian: Kaffee und Tee. Ernte – Handel – Verbrauch, Nr. 1190 vom 25. 6. 1950, S. 107. Hervorhebung im Original.

[30] Der Lebensmittelchemiker Paul Ciupka, der in den 1950er Jahren als der ausgewiesene Kaffeeexperte galt, stellte in einem Artikel die unterschiedlichen Expertenmeinungen gegenüber, die erheblich differierten: So halte die Chemische Landesuntersuchungsanstalt Stuttgart 5 bis 7 g pro Tasse für eine normale Menge, die staatliche Lebensmitteluntersuchungsanstalt Karlsruhe bezeichne 5 bis 8 g als erforderlich, die Fachgruppe Röstkaffee Hamburg sehe 5 bis 6 g als Mindestmenge an und für die Wirtschaftsgruppe Lebensmittelindustrie gelten 5 g als üblich. Vgl. Paul Ciupka: Könnte das nicht anders sein?, in: Gordian: Kaffee und Tee. Ernte – Handel – Verbrauch, Nr. 1190 vom 25. 6. 1950, S. 107.

[31] Ein weiterer Freispruch, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft II/3 vom Februar 1952, S. 10 f.

[32] Die Zubereitung von Kaffee in der gerichtlichen Beweisaufnahme ist mehrfach in Prozessen, die sich mit den Kleinstpackungen beschäftigten, dokumentiert. So z. B. in dem Artikel: Aus dem Gericht. Kaffeeprobe für Justitia, in: Hamburger Morgenpost vom 11. 11. 1950, der den humoristischen Charakter dieser Gerechtigkeitsfindung in den Mit-

Kaffee nach einer Verkostung vom Gericht als ausreichendes Haushaltsgetränk anerkannt und die Firma von den Vorwürfen freigesprochen.[33]

Auch ein Unternehmen, das Presskaffee in Würfelform erst auf dem Berliner Markt und später bundesweit angeboten hatte, konnte vor Gericht einen Freispruch erzielen. Der Presskaffee, der ab März 1950 in Form von Portionsröllchen „für etwa 2 bis drei Tassen, Inhalt etwa 7,2 g"[34] verkauft worden war, erreichte vor allem in Berlin einen starken Absatz, wo die wirtschaftlichen Verhältnisse noch angespannter waren und der Kaffee außerdem teurer als im übrigen Bundesgebiet war. In seiner Urteilsbegründung argumentierte das Gericht, dass die Anforderungen der Verbraucher an eine Tasse Kaffee recht unterschiedlich seien und weite Volkskreise

„infolge ihrer wirtschaftlichen ungünstigen Lage und ihres minimalen Einkommens […] nicht in der Lage seien, auch nur ein Achtel Bohnenkaffee zu kaufen, da dies ihre finanziellen Möglichkeiten übersteigen würde, wie z. B. Sozialrentner, Schwerkriegsbeschädigte, die nur auf ihre Rente angewiesen sind, und Arbeitslose mit großer Familie. Über ihr alltägliches Kaffeegetränk aus Ersatzkaffee hinaus wollen auch diese Kreise sich gelegentlich den Genuß von Bohnenkaffee verschaffen, ohne dann allerdings an die Stärke des Kaffees hohe Anforderungen zu stellen."[35]

Der hohe Umsatz und die Nachbestellungen zeigten überdies, dass sich die Käufer von den Herstellern der Kleinstpackungen nicht irregeführt fühlten. Allerdings empfahlen die Organisationen der Kaffeehändler, keine Kleinstpackungen herzustellen, die weniger als vier Gramm Kaffee enthielten.[36]

Auf der Internationalen Frankfurter Messe 1952 erregte der Kaffee-Automat der Firma Schulte & Co große Aufmerksamkeit. Nach dem Einwurf von zweimal fünfzig Pfennig und der Betätigung einer Kurbel konnten die Verbraucher „guten gemahlenen Bohnenkaffee in der Dauerpackung" in Form von einer 24 Gramm fassenden Glasröhre mit Bakelitverschluss erwerben. Die leeren Gefäße gaben die Konsumenten nach dem Gebrauch gegen Erstattung von zehn Pfennig Pfand bei dem Ladeninhaber ab, vor dessen Tür der Automat hing. Durch diesen Kunstgriff sollte der „Automatenkunde [von] heute" zum „Ladenkunden von morgen" werden.[37]

Auch die großen etablierten Kaffeefirmen passten ihre Angebotspalette den finanziellen Möglichkeiten ihrer Kundschaft an. Im November 1951 schickte die Kaffee-Großrösterei Jacobs den Einzelhändlern ein Rundschreiben mit aktualisierter Preisliste, in dem sie die neue Spitzenkaffeesorte Grün neben den etablier-

telpunkt stellte: „Lieblicher Kaffeeduft zieht durch den Saal des Amtsgerichts, nachdem besagter Kaffee seit rund einem Jahre durch Institute und Nahrungsmittelämter gewandert ist und seinen Niederschlag in einem Bündel Akten gefunden hat."

[33] Vgl. Kleinstpackungen, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft II/1 vom Januar 1952, S. 17.

[34] Ein weiterer Freispruch, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft II/3 vom Februar 1952, S. 10.

[35] Ebd., S. 11.

[36] Bericht über die Ordentliche Mitgliederversammlung des Vereins Deutscher Kaffee-Großhändler und -Röster e. V., Sitz Köln, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 15 vom August 1952, S. 16–19, hier S. 19.

[37] Internationale Frankfurter Messe 1952, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft II/6 vom März 1952, S. 8.

ten Marken Rot, Braun und Blau vorstellte.[38] Die Firma bot alle vier Sorten in Originalverpackungen zu 125 Gramm an. Als zusätzliche Neuerung konnten die Händler auf Wunsch auch 50-Gramm-Einheiten – ausgenommen die Sorte Rot – bestellen. 1953 gestaltete Jacobs eine neue Angebotspalette: Ihre Produkte waren in Packungen von 50, 62,5, 125 und 500 Gramm bundesweit erhältlich.[39] In Berlin verkaufte die Firma außerdem extra kleine Einheiten à 25 Gramm.[40]

Ab 1953 bot Jacobs zusätzlich Kleinstpackungen für 50 Pfennig und etwas später auch für eine Mark an. Die Großrösterei offerierte Kaffee in kleinen Mengen bis zum Ende des Jahrzehnts: 1959 konnten die Einzelhändler dort zum letzten Mal Flachbeutel mit ganzen Bohnen bzw. kleine Becher mit gemahlenem Kaffee für einen Einkaufspreis von 40 Pfennig beziehen.[41]

Mit Beginn der 1960er Jahre endete die Ära der Kleinstpackungen. Die an Geldknappheit und Mangelwirtschaft erinnernden Abpackungen gehörten der Vergangenheit an. Da es trotzdem noch einen Bedarf an kleinen Packungen gab, behalf man sich in der modernen Welt bisweilen mit einer an den Vertriebsweg angekoppelten Sprachregelung: Ab 1961 bot die Firma Jacobs Packungen mit 45 Gramm gemahlenem Röstkaffee für eine Mark als Automatenpackung an.

Kaffee und Wohlstandsentwicklung

In den 1950er Jahren verbanden die meisten Menschen den Genuss von Kaffee mit einem außergewöhnlichen Luxus oder einem festlichen Anlass, wie dem Sonntag oder einer Familienfeier. Entsprechend markiert Kaffeegenuss auch in den Erinnerungen an die 1950er Jahre besondere Konsummomente. Festlichkeit und Kaffeetrinken gehörten derart eng zusammen, dass es einer Zeitzeugin unmöglich war, sich diesem Zusammenhang zu entziehen:

„Also, ich würde sagen so Anfang, vielleicht so Anfang der 50er Jahre aber dann auch nur, wenn ich irgendwo, zu Hause, ich selber hab noch gar keinen Kaffee gekauft, oder irgendwie, sondern, wenn ich wo zu Besuch war, bei Oma oder war auf'm Geburtstag. Ach Gott, und ich musste immer 'n Haufen Zucker rein machen – heute schüttele ich mich davor. Ich hab Kaffee so nicht gemocht. Der schmeckte doch furchtbar, ich mochte doch gar keinen Kaffee. Da musste viel Zucker rein. Nee, nee, nur mit Zucker. Also das war eben nur so auf Besuch. Tasse Kaffee, 'ne."[42]

Durch die Verbindung von Getränk und Feierlichkeit stimulierte der Kaffeegenuss die Erinnerung an den besonderen Anlass, wie im Bericht einer weiteren Zeitzeu-

[38] Vgl. Historisches Archiv Mondelez International, Archiv Jacobs, 00873915 R2 12/13, Preislisten 1930, 1948–1970.

[39] Preislich lagen diese Packungen bei der Spitzensorte Grün bei 15,60 DM für 500 g und 1,95 DM für 50 g. Die günstigere Sorte Braun lag bei 14 DM für 500 g und 1,75 DM für 50 g. Vgl. ebd.

[40] Kaffee durfte in Berlin nur abgepackt verkauft werden und unterlag einer zusätzlichen Banderolensteuer. Dadurch war das Genussmittel in Berlin teurer als im übrigen Bundesgebiet.

[41] Und damit einen Verkaufspreis von 50 Pfennig erzielen. Vgl. Preisliste WV 12/59, Historisches Archiv Mondelez International, Archiv Jacobs, 00873915 R2 12/13.

[42] Interview, Klöntreff zum Thema Kaffee, Berth/Salomon (Interviewerinnen), Transkript S. 26.

gin deutlich wird. Die gesellschaftliche Einführung in die Erwachsenenwelt war für sie über die kirchlichen und gesellschaftlichen Riten hinaus begleitet und markiert durch zwei wichtige Ereignisse:

„Zur Konfirmation, glaub ich, hab ich zuerst Kaffee getrunken. Dann war man, dann kriegte man 'ne Dauerwelle und dann durfte man Kaffee trinken. (Lachen). Ich kam mir ungeheuer wichtig vor. (Lachen)".[43]

Der gemeinsame Kaffeegenuss symbolisierte die Aufnahme und Zugehörigkeit zur Erwachsenenwelt. In ihrer Kindheitserinnerung erlebte eine andere Interviewpartnerin das gemeinsame Einkaufen mit ihrer Mutter in der Stadt Anfang der 1950er Jahre durch den zeremoniellen Gebrauch von Kaffee als Inszenierung von privatem Luxus:

„Und dann gab's 'ne Tasse Kaffee bei Café Kaul. Und das kam dann auf so 'nem Tablett: Ein Stück Nusstorte und 'n Kännchen Kaffee. Das war – und ich glaube höchstens zweimal im Jahr, mehr war's bestimmt nicht. Und ich glaub, ich hab 'n Eis gegessen, Kuchen oder irgendwie was. Und das waren so diese dicke, dicke weiße Tassen, so Porzellan war das ja so, schlichte weiße Tassen, und denn wie gesagt, dieses kleine, so'n Schälchen mit zwei Stück Würfelzucker, den kriegte ich denn, Mutti nahm ja kein Zucker in 'n Kaffee und auch so'n ganz kleines Milchtöpfchen. Und die Kaffeekanne so'n bisschen dickbäuchig hab ich sie so in Erinnerung, nich, und dann den Deckel drauf, und Mutti trank ihren Kaffee und ich konnte mein Eis lutschen. Das war herrlich. Das war der Luxus […]."[44]

Der Luxus konnte auch zu Hause zelebriert werden. Eine Zeitzeugin erinnerte sich an das Kaffee-Ritual ihrer Tante. Der Akt der Kaffeezubereitung verwies deutlich auf die Kostbarkeit des Genussmittels:

„In der so genannten ‚schlechten Zeit', als es fast überall nur Ersatzkaffee gab, Muckefuck genannt, hat meine Tante Lene arg gelitten. Sie trank leidenschaftlich gern Kaffee – echten Bohnenkaffee –, doch der war nach dem Krieg nur sehr schwer zu bekommen. Tante Lene tauschte daher so manches gute Stück aus ihrem Wäscheschrank gegen eine kleine Tüte ‚richtigen' Kaffee ein. Wenn sie diesen Kaffee dann aufbrühte, war es wie ein Ritual. Immer wieder roch sie kurz mal in die Tüte. Sie glich in dem Moment einem leidenschaftlichen Raucher beim Inhalieren. Vorsichtig nahm sie dann eine ganze Bohne in den Mund und zerkaute sie […]. Dann holte sie die hölzerne Kaffeemühle aus dem Regal und schüttete so viel Kaffee hinein, dass dieser für zwei Tassen reichte. Noch immer auf der Bohne kauend, klemmte sie die Mühle, auf einem Stuhle sitzend, zwischen ihre Beine und fing langsam an zu mahlen. Während dieser Zeit summte auf dem Herd schon der Wasserkessel. Das Kaffeemehl kam nun in eine kleine Kanne, und aus der Mühle wurde mit einem Pinsel jedes verborgene Stäubchen herausgeholt. Das sprudelnd kochende Wasser goss Tante Lene schließlich über den gemahlenen Kaffee. Der Duft, der daraufhin durch den Raum zog, machte sie fast – heute würde man sagen: high. Wie immer, hatte sie eine schöne Tischdecke aufgelegt. Nun holte sie eine ihrer Sammeltassen aus dem Schrank. Dann endlich wurde der gebrühte Kaffee durch ein Sieb gegossen, und nun hatte sie ‚Genuss pur' – zwei Tassen voll! Am Tag darauf wurde das Kaffeemehl von ihr noch einmal aufgebrüht. Ein drittes und schließlich ein viertes Mal kochte sie den Kaffeesatz in einem kleinen Topf auf. Dann kam keine Decke mehr auf den Tisch, und das nun nur noch leicht gefärbte Wasser wurde aus einer einfachen Tasse getrunken."[45]

[43] Ebd., Transkript S. 27.
[44] Ebd., Transkript S. 18.
[45] Annemarie Lemster: Echter Bohnenkaffee – welch ein Luxus!, in: Claus Günther (Hg.): Erlebt, erkannt, erinnert. Zeitzeugen schreiben Geschichte(n) 1932–1952, Hamburg 2003, S. 196 f.

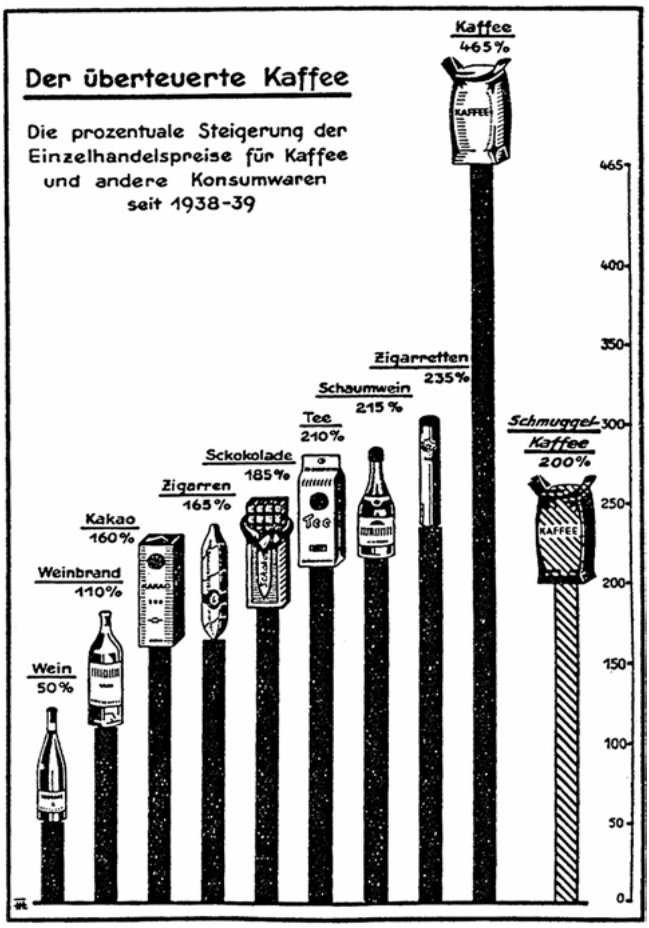


Abb. 3: Grafik über die prozentuale Steigerung der Einzelhandelspreise mehrerer Konsumartikel seit 1938/39

Dass der Kaffeegenuss in der Erinnerung an die Nachkriegszeit mit einem begehrten Luxus assoziiert wurde, lässt sich unter anderem dadurch erklären, dass sich Kaffee von allen Genussmitteln gegenüber dem Vorkriegsstand am stärksten verteuert hatte. Die prozentuale Steigerung der Einzelhandelspreise im Jahr 1949/50 gegenüber 1938/39 betrug bei Kaffee herausragende 465 Prozent, während sie beim nächsten großen Posten, den Zigaretten, „nur" 235 Prozent erreichte. Die Preise für Schaumwein waren um 215 Prozent gestiegen, Tee um 210 und Schokolade um 185 Prozent.[46] Interessanterweise wurde in einem von der Fachzeitschrift des Kaffeehandels „Kaffee und Tee" veröffentlichten Schaubild auch der Schmuggelkaffee berücksichtigt – wenngleich auch deutlich von den anderen Gütern abgesetzt – und dessen prozentuale Preissteigerungsrate mit 200 angegeben.

[46] Außerdem waren noch genannt: Zigarren 165%, Kakao 160%, Weinbrand 110% und Wein 50%. Vgl. Gordian: Kaffee und Tee. Ernte – Handel – Verbrauch, Nr. 1190 vom 25. 6. 1950, S. 106.

Der tägliche Genuss von Bohnenkaffee war für die meisten Menschen nicht nur unerschwinglich, sondern wurde auch als nicht angemessen empfunden. Die Frauenzeitschrift „Constanze" beschäftigte sich am 2. Juni 1951 mit dem Thema Schulden und stellte ihren Leserinnen in der Überschrift rhetorisch die Frage: „Leben Sie auch über Ihre Verhältnisse?",[47] um danach das Thema mit einigen Beispielen zu illustrieren. Eine Großhändler-, eine Arbeiter- und eine Beamtenfamilie wurden vorgestellt. Allesamt gaben sie an, mit ihrem Einkommen nicht auszukommen. Die Autorin der „Constanze" urteilte:

„Es ist bezeichnend, daß in allen Fällen der Beobachtungsreihe die Ausgaben für den ‚aufputschenden' Genuß eine maßgebliche Rolle spielen."[48]

Obwohl die ausgewählten Familien unterschiedlich viel verdienten, war offensichtlich der tägliche Genuss von Bohnenkaffee der Grund dafür, dass alle über ihre Verhältnisse lebten.

„Die Beamtenfamilie M. hat drei Kinder bei einem Nettoeinkommen von rund 400 DM. Im Hause M. wird grundsätzlich nur vollwertiger Bohnenkaffee getrunken; durchschnittlich verbraucht Frau M. jeden zweiten Tag ein Viertelpfund zum Preise von etwa 4 DM. Auf dem Rauchtisch der Familie M. findet man ständig Zigaretten. Das Ehepaar M. führt zwar ein vorbildliches Familienleben, verraucht und vertrinkt aber an jedem Tag für etwa 4 DM."[49]

Bei dem bescheidenen Beamteneinkommen war täglicher Kaffeegenuss ein zu teures Vergnügen. Doch auch das Großhändler-Ehepaar D. mit einem Monatsverdienst von 1200 DM behauptete, von seinen Einnahmen „kaum" leben zu können. Unter den in der Zeitschrift aufgelisteten kostspieligen Passionen der Eheleute fielen neben einer täglichen Massage und einem ebenso täglich frischen Blumenstrauß vor allem Genussmittel als Kostenverursacher auf: Zigaretten (10 Damenzigaretten für die Frau, 1,50 DM, und 25 englische Zigaretten für den Herrn, 4 DM) und Bohnenkaffee – Herr D. trinke täglich vier Tassen starken Mokka, die etwa 1,50 DM kosteten. Das Paar lebte nach der Darstellung des Artikels eindeutig über seine Verhältnisse und hätte sich nach dem Urteil der Artikelschreiberin „mit einem Drittel seiner Ansprüche […] zweifellos noch einiges leisten" können.[50]

Der Verbrauch von Bohnenkaffee folgte der Wohlstandsentwicklung, jedoch verzögert im Vergleich zu anderen Konsumgütern. Zwischen 1951 und 1952 stieg das Bruttosozialprodukt um zehn Prozent.[51] Während das Wirtschaftsbarometer in der Hochzeit der Kaffeekleinstpackungen den Zustand der Vollbeschäftigung anzeigte[52] und bei vielen anderen Gütern erleichtert bemerkt wurde, dass der

[47] Leben Sie auch über Ihre Verhältnisse?, in: Constanze, Heft 13 vom 2. 6. 1951, S. 7 u. 17.
[48] Ebd., S. 7.
[49] Ebd.
[50] Ebd.
[51] Jahresbericht 1952, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 10 vom Mai 1953, S. 13.
[52] „In Westdeutschland ist der Zustand der Vollbeschäftigung erreicht. Die Zahl der Erwerbslosen je 100 Arbeitnehmer betrug Ende Juli 7,1%. Nach den internationalen Richtlinien herrscht Vollbeschäftigung bei 92% der Arbeitnehmer, die in Lohn und Brot stehen." Kaffee- und Tee-Markt, Heft 17 vom September 1952, S. 2.

Vorkriegsstand wieder erreicht worden sei,[53] befand sich der Kaffeekonsum noch weit davon entfernt. Der Erwerb von echtem Bohnenkaffee war wegen der hohen Steuerlast für viele Menschen ein finanzieller Klimmzug. Die SPD-Abgeordnete Gertrud Lockmann brachte dieses Problem auch im Deutschen Bundestag zur Sprache:

„Das Statistische Bundesamt hat errechnet, daß die sogenannte Indexfamilie heute etwa 122 bis 127 Minuten arbeiten muß, um einen als durchschnittlich festgestellten Kaffeekonsum zu erreichen, während 1938 derselbe Arbeitnehmer nur 22 ½ bis 23 ½ Minuten zu arbeiten brauchte, um die gleiche Kaffeemenge konsumieren zu können."[54]

Neben den Konsumenten hofften vor allem die Kaffeeimporteure, -röster, und -händler auf eine Steuersenkung. Das begehrte Genussmittel war für die meisten Menschen zu teuer und darüber hinaus nicht immer verfügbar. Als Folge davon wichen viele Konsumenten auf den schwarzen Markt aus.

„Versorgung durch ‚dunkle' Kanäle aber ausreichend" – Schmuggel und Schwarzmarkt

Der Schwarzmarkt gilt als Phänomen der direkten Nachkriegszeit, in der Zigaretten gleichsam als Leitwährung fungierten. Tatsächlich dauerte der Zeitabschnitt, in dem der Schleichhandel eine wichtige Bedeutung in der (Selbst-)Versorgung der Bevölkerung spielte, sehr viel länger. So reichen die Anfänge des „grauen Marktes" weit in die Kriegszeit zurück, und der Schmuggel und Schwarzhandel von Kaffee wurden vor allem nach der Währungsreform zu einem bedeutenden volkswirtschaftlichen Faktor.

1944 berichtete der für die Erstellung von Lage- und Stimmungsberichten zuständige Sicherheitsdienst des Reichsführers-SS über einen Wandel in der allgemeinen Bewertung des Schwarzhandels:

„Die lange Dauer des Krieges hat zu einer allgemeinen Lockerung der strengen Auffassungen über die Verwerflichkeit der zusätzlichen Versorgung der Volksgenossen geführt. Während in den ersten Kriegsjahren der Tausch- und Schleichhandel in jeder Form bei den meisten Volksgenossen verpönt war und häufig als Sabotage an der Versorgung des deutschen Volkes abgelehnt wurde, ist die Bevölkerung allmählich immer mehr dazu übergegangen, alle nur erdenklichen Mittel und Wege zur Umgehung der Kriegswirtschaftsbe-

[53] So wurde z. B. im August 1952 gemeldet, dass der Fettverbrauch mit 24 kg den Vorkriegshöchststand erreicht hatte. Vgl. Kaffee- und Tee-Markt, Heft 15 vom August 1952, S. 2.

[54] Rede der Abgeordneten Lockmann (SPD) vom 1. 10. 1952, in: Verhandlungen des Deutschen Bundestages. Stenographische Berichte, Bd. 13, S. 10591. In ähnlicher Weise verglich die Frauenzeitschrift „Constanze" die Zeiten, die „man" für ein Brot arbeiten müsse. Zwar bleibt die Umschreibung „man" nebulös, aber dem angenommenen Stundenlohn von 1,45 DM kann entnommen werden, dass es sich dabei um die Arbeitszeit eines Facharbeiters handelte. Für ein Dreipfundbrot musste dieser 45 Minuten arbeiten, für ein Pfund Butter zwei Stunden, für eine Flasche Trinkbranntwein vier Stunden 14 Minuten und für 20 Zigaretten eine Stunde und 22 Minuten. Deutlich höher war die Arbeitszeit für Bohnenkaffee: Für ein Pfund wurden zehn Stunden und 56 Minuten veranschlagt; für die doppelte Zeit gab es bereits ein Paar Damenstraßenschuhe als Äquivalent. Vgl. So lange muß man für ein Brot arbeiten, in: Constanze, Heft 13 vom 2. 6. 1951, S. 20.

stimmungen im Kleinen zu benutzen, ohne sich dabei in den meisten Fällen der Strafwürdigkeit bewußt zu sein […]. Die Volksgenossen sprechen ganz offen vom ‚Schwarzen Markt', wo Dinge zu haben seien, wovon der Außenstehende, insbesondere derjenige, der keine Gegenwerte zu bieten habe, regulär nur selten etwas sehe […]. Tabakwaren gelten als ‚neues Geld', für das auf dem Lande, aber auch in der Stadt viel zu bekommen ist."[55]

In der Kriegszeit hielten drakonische Strafen den illegalen Handel begrenzt. Nach Kriegsende steigerten sich Ausmaß und Bedeutung des schwarzen Marktes derart, dass er von breiten Bevölkerungsschichten fest in die Alltagsversorgung einbezogen wurde. Mit seiner Ausbreitung wurde der Tausch- und Schleichhandel auch sichtbar und öffentlich und damit gleichsam zu einem Synonym für die Nachkriegszeit.[56]

In dem illegalen Gefüge, welches neben der offiziellen Bewirtschaftung entstanden war, entwickelten sich eigene Währungssysteme und eine besondere Preisregulation. Waren oder Dienstleistungen wechselten den Besitzer durch Tausch oder Bezahlung in einer akzeptierten Währung, die aus Geld bestehen konnte, aber nicht notwendigerweise musste. Neben der bekanntesten Schwarzmarkt-Währung Zigaretten bildeten sich auch andere Zahlungsmittel heraus, wie ein Beobachter im September 1947 vermerkte:

„Erstaunlich ist, daß Genußmittel eine so große Rolle als Standard-Tauschmittel, ja als Valuta-Ersatz spielen […]. Wer die Rauchlust des Bauern, den Kaffeedurst der Bäuerin, den Alkoholbedarf des Fabrikanten befriedigen helfen kann, der hat die sichere Aussicht, ihnen die begehrten Waren zu entreißen."[57]

Nicht nur Bäuerinnen tauschten Waren gegen Kaffee ein:

„Geld ist nahezu wertlos, umso mehr zählen die Sachwerte […]. Nur für Produkte, deren Preis minimal ist, wird Geld genommen, alles übrige nach Zigaretten oder Kaffee bewertet. Angebot und Nachfrage bestimmen die Relationen. 1946 verdreifacht sich innerhalb weniger Monate der Wert ausländischer Zigaretten. Von zwei Mark ist das Stück auf sechs Mark gestiegen. Gelegentlich werden sogar acht Mark offeriert. Ein Kilo Kaffee kostet 1500 Mark."[58]

Das Erscheinungsbild des schwarzen Marktes variierte von Zone zu Zone und von Stadt zu Stadt. Auch die Preise differierten. So kostete im März 1947 in Berlin ein Kilo Kaffee 1100 Reichsmark, während die gleiche Menge in Stuttgart für 600 Reichsmark verkauft wurde.[59]

Neben der deutschen Bevölkerung beteiligten sich auch Angehörige der Besatzungsmächte am illegalen Handel. Vor allem die amerikanischen GIs nutzten den für sie günstigen Zigaretten- und Kaffee-Wechselkurs für Einkäufe von Luxusarti-

[55] SD-Berichte zu Inlandsfragen vom 20. 1. 1944, in: Heinz Boberach (Hg.): Meldungen aus dem Reich 1938–1945. Die geheimen Lageberichte des Sicherheitsdienstes der SS, Herrsching 1984, Bd. 16, S. 6260f.

[56] Vgl. auch Monika Sigmund: Lebenssituationen und Überlebensstrategien: Frauen in St. Pauli 1939–1950, Magisterarbeit, Hamburg 1994, S. 56–88.

[57] Holger Hoffmann: Der schwarze und der graue Markt, in: Der Bund vom 30. 9. 1947.

[58] Frank Grube/Gerhard Richter/Arno Surminski: Die Schwarzmarktzeit. Deutschland zwischen 1945 und 1948, Hamburg 1979, S. 75.

[59] Schwarzmarktpreise im Jahr 1947, in: Klaus R. Scherpe: In Deutschland unterwegs. Reportagen, Skizzen, Berichte 1945–1948, Stuttgart 1982, S. 395.

keln, wie teuren Kameras, Schmuck oder anderen Wertgegenständen.[60] Ein Schwarzhändler soll den Erwerb eines Diamanten von erheblichem Wert mit zwei Kilo Kaffee und 50 Zigaretten bezahlt haben.[61] Für die meisten Deutschen war Kaffee angesichts dieser Preise kaum erschwinglich und wurde in einer Zeit allgemeinen Mangels daher oft eher als Tausch- denn als Genussobjekt gesehen. Das Genussmittel machte Dinge möglich, die außerhalb der Reichweite von Normalverbrauchern lagen. Der Kaffee, den die Bevölkerung zum Eintauschen benutzte, gelangte vor allem über CARE-Pakete oder über Sendungen von Verwandten nach Deutschland.[62]

Nach der Währungsreform kam der Schleichhandel weitgehend zum Erliegen und für gewöhnlich enden hier die Darstellungen zum Schwarzmarkt.[63] Der Schmuggel und Schwarzhandel mit Kaffee erhielt nach dem 20. Juni 1948 neuen Auftrieb, da die Alliierten gleichzeitig mit der neuen Währung eine Kaffeesteuer einführten. Diese lag – wie bereits erwähnt – bei 30 DM für das Kilo Rohkaffee und bei 54 DM für die gleiche Menge Röstkaffee. Die Steuer wurde eingeführt, um einen Ausgleich für den Steuerausfall zu schaffen, der infolge der schlechten Wirtschaftssituation eingetreten war.[64] In der hohen Besteuerung spiegelte sich die Auffassung der Besatzungsmächte wider, dass der deutschen Bevölkerung Kaffeegenuss nur als teures, nahezu unerschwingliches Luxusgut gewährt werden sollte. Dies wurde von der Bevölkerung wie auch von Politikern heftig kritisiert. „Die überhöhte Kaffeesteuer in Deutschland ist von den Alliierten aus einer Morgenthau-Stimmung verhängt worden",[65] kritisierte die SPD-Abgeordnete Gertrud Lockmann.

Obwohl die Abgaben im November 1948 auf zehn DM für das Kilo Rohkaffee und 13 DM für die gleiche Menge Röstkaffee gesenkt wurden, entwickelte sich der Kaffee-Schwarzhandel und -schmuggel in der Folgezeit zu einem wirtschaftlichen

[60] „Für 5000 Zigaretten, die den G. I. nur 20 Dollar und 50 Cents kosteten, war eine gute Leica zu haben, die in den Staaten rund 600 Dollar wert war." Grube/Richter/Surminski: Die Schwarzmarktzeit, S. 76.

[61] Ebd.

[62] Zur Organisation Cooperative for American Remittances to Europe (CARE) und den CARE-Paketen vgl. Wolfgang Benz: Deutschland unter alliierter Besatzung 1945–1949/55, Berlin 1999, S. 335 f.; Wallace J. Campbell, The History of CARE. A Personal Account, New York 1990; Wildt: Am Beginn der „Konsumgesellschaft", S. 76 ff. Ein standardisiertes CARE-Paket zu 10 Dollar enthielt ein englisches Pfund (453 g) Kaffee.

[63] Vgl. Malte Zierenberg: Stadt der Schieber. Der Berliner Schwarzmarkt 1939–1950, Göttingen 2008; Rainer Gries: Die Rationen-Gesellschaft. Versorgungskampf und Vergleichsmentalität. Leipzig, München und Köln nach dem Kriege, Münster 1991; Wildt: Der Traum vom Sattwerden; Willi A. Boelcke: Der Schwarzmarkt 1945–1948. Vom Überleben nach dem Kriege, Braunschweig 1986; Lutz Niethammer: Privat-Wirtschaft. Erinnerungsfragmente einer anderen Umerziehung, in: Lutz Niethammer (Hg.): Hinterher merkt man, daß es richtig war, daß es schiefgegangen ist. Nachkriegserfahrungen im Ruhrgebiet, Berlin 1983, S. 17–105; Grube/Richter/Surminski: Die Schwarzmarktzeit.

[64] Walter Barnitzky: Die deutsche Kaffeesteuer im Blickpunkt des In- und Auslandes, in: Zölle und Verbrauchssteuern, Nr. 11/1964, S. 327, zit. n. Becker: Kaffee-Konzentration, S. 323.

[65] Rede der Abgeordneten Lockmann (SPD) vom 1. 10. 1952, in: Verhandlungen des Deutschen Bundestages. Stenographische Berichte, Bd. 13, S. 10591.

und rechtlichen Problem, welches Polizei, Zollbehörden, Politiker und Kaffeehändler bis weit in die 1950er Jahre beschäftigte.

In den Nachbarländern war Kaffee bedeutend billiger. Die Zollsätze lagen niedriger, und eine Verbrauchssteuer für Kaffee gab es sonst nur in Italien; sie betrug dort ein Sechstel des deutschen Steuersatzes.[66] So versprach die Einsparung der Zoll- und Steuersätze durch die illegale Einfuhr des Genussmittels eine gewaltige Gewinnspanne und übte daher eine außergewöhnliche Attraktivität aus. „Es gibt ja, von Rauschgiften abgesehen, kein anderes Schmuggelgut auf der Welt, das so gewinnreich ist wie der Kaffee in Westdeutschland",[67] urteilte die „Deutsche Zeitung" 1950. Die deutschen Kaffeehändler warnten:

„Jede zweite Tasse Kaffee, die in Westdeutschland getrunken wird, stammt aus schwarzimportierten Beständen; jeder schwarzimportierte Sack Kaffee muß mit guter Westmark oder mit Gegenwerten wie Devisen, Maschinen, Gold, Diamanten, Kunstgegenständen usw. im schwarzen Export bezahlt werden; jedes Stück Gold, das ins Ausland geht, bedeutet letztlich eine erhöhte Steuerlast für den einzelnen Staatsbürger."[68]

Der Verein der am Caffeehandel betheiligten Firmen sprach sogar von einer „laufenden ‚kalten Demontage' des deutschen Volksvermögens" und bezifferte den Ausfall an Zoll- und Steuereinnahmen in den drei Westzonen für die Jahre 1948/49 auf 500 Mio. DM.[69]

„Legale Kaffeelager geräumt. Versorgung durch ‚dunkle' Kanäle aber ausreichend", meldete „Die Welt" im Juli 1949 und bilanzierte die Lage: Obwohl der Kaffeehandel praktisch über keine Waren mehr verfüge, böten die Einzelhändler Kaffee zu relativ günstigen Preisen an, und unter der Hand sei das Genussmittel sogar noch billiger zu erwerben. Fachkreise schätzten, dass der Umfang der „schwarzen" Mengen den legal erworbenen gleichkomme.[70]

Auf jeder legal eingeführten und verkauften Bohne in Westdeutschland lasteten Verbrauchssteuer, Zollgebühren, Umsatz- und Einkommensteuern. Diese Nebenkosten betrugen zusammen 16,25 DM für ein Kilo gerösteten Kaffee.[71] Das Kilo Rohkaffee selbst kostete den Importeur je nach Qualität zwischen 4,20 und neun DM.[72] Die Konsumenten bezahlten im Laden beim regulären Einkauf zwischen

[66] Die in Deutsche Mark umgerechnete Zollgebühr für ein Kilo Rohkaffee betrug 1950 in Großbritannien 0,16 DM, in Schweden 0,24 DM, in Norwegen 0,35 DM, in der Schweiz 0,48 DM, in Dänemark 0,53 DM, in Frankreich 0,85 DM, in Österreich 1,10 DM und in Italien 1,68 DM. In den Beneluxstaaten wurde kein Zoll erhoben. Vgl. Am Caffeehandel betheiligt. Deutschlands Schmuggler, Serie, in: Der Spiegel vom 6. 7. 1950, S. 21–27.

[67] Kaffeeschmuggel und Kaffeesteuer. Jede zweite Tasse ist „‚schwarz", in: Deutsche Zeitung vom 22. 2. 1950.

[68] Betrifft: Kaffeeschwarzhandel, April 1950, Archiv des Deutschen Kaffeeverbandes, Akte Kaffeesteuern; zit. n. Becker: Kaffee-Konzentration, S. 321.

[69] Ebd.

[70] Legale Kaffeelager geräumt. Versorgung durch „dunkle" Kanäle aber ausreichend, in: Die Welt vom 2. 7. 1949.

[71] Schwarzer Kaffee. Auf der Spur der Schmuggler, in: Rheinischer Merkur vom 29. 4. 1950.

[72] Die Rohkaffeepreise entsprechen der Notierung vom Oktober 1950, zit. n. Gordian: Kaffee und Tee. Ernte – Handel – Verbrauch, Nr. 1197 vom 10. 10. 1950. Bei Roh- und Röstkaffeeberechnungen müssen die 16% an Gewicht berücksichtigt werden, die durch die Röstung verloren gehen.

28 und 32 DM pro Kilo Röstkaffee,[73] während der illegale Handel für 11 bis 18 DM liefern konnte.[74]

Die Aktivitäten des Schwarzhandels konzentrierten sich auf Grenzgebiete und große Städte. Der „Rheinische Merkur" berichtete, dass im Aachener Bezirk und in München 90 Prozent des Kaffeebedarfs durch den Schwarzhandel gedeckt würden:

„In München hat sich diese Situation so ausgewirkt, daß alteingesessene große Fachhandelsbetriebe ernstlich erwägen, ob sie das Geschäft nicht überhaupt aufgeben sollen. Der legale Großhandel ist nicht mehr in der Lage, mit dem Schwarzhandel zu konkurrieren."[75]

Die Zoll- und Polizeibehörden versuchten, den Schmuggel zurückzudrängen. In der Zeit von Juli 1948 bis Juli 1949 konfiszierten sie rund 1000 Tonnen Roh- und 43 Tonnen Röstkaffee. Obwohl die staatlichen Organe intensiv an einer Unterbindung des Schmuggels arbeiteten, misslang es, mehr als etwa fünf Prozent des Schmuggelgutes sicherzustellen.[76] Die Presse zeichnete das Bild eines hochgradig durchorganisierten Schmuggels:

„[Die Zollbehörden] stehen Organisationen gegenüber, die sich durch die hohen Verdienstspannen des Kaffeeschmuggels mit den modernsten Mitteln ausrüsten können und die diesen Vorteil rücksichtslos ausnutzen."[77]

Angesichts des Umstandes, dass im Aachener Raum breite Bevölkerungskreise am Schmuggel beteiligt waren – die Schätzungen gingen dabei von rund 80 000 bis über 200 000 Personen[78] –, waren die Schleichhändler sicherlich weit weniger gut organisiert als oben dargestellt.

Zu Beginn des Jahres 1950 wurde nach Einschätzung von Fachkreisen ebenso viel Schmuggelkaffee wie versteuerter Kaffee verkauft. Jede zweite Tasse wurde „schwarz" getrunken.[79] Einen derartig hohen illegalen Verbrauch verzeichnete zu

[73] Zum Vergleich: 1950 kostete ein Kilo Brot zwischen 40 und 50 Pfennig, Mehl durchschnittlich 56 Pfennig pro Kilo, Butter 5,50 DM und Rindfleisch zwischen 3,20 und 3,50 DM. Tabak wurde für durchschnittlich 1,72 DM pro 50-Gramm-Päckchen verkauft und für ein Glas Bier (ein Viertelliter) zahlte man im Ausschank etwa 34 Pfennig. Preise nach: Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland, S. 406.

[74] Kaffee-Schwarzhandel deckt 50 Prozent des Verbrauchs. Überhohe Verbrauchssteuern gefährden den Handel – Jährlich 500 Millionen DM Verlust an Steuern und Zöllen, in: Hamburger Freie Presse vom 14. 2. 1950.

[75] Schwarzer Kaffee, in: Rheinischer Merkur vom 29. 4. 1950.

[76] Kaffee-Schwarzhandel deckt 50 Prozent des Verbrauchs, in: Hamburger Freie Presse vom 14. 2. 1950.

[77] Ebd.

[78] So melden der „Rheinische Merkur" und die „Hamburger Freie Presse" über 200 000 Menschen, während das „Hamburger Abendblatt" von rund 80 000 spricht. Vgl. Schwarzer Kaffee, in: Rheinischer Merkur vom 29. 4. 1950; Kaffee-Schwarzhandel deckt 50 Prozent des Verbrauchs, in: Hamburger Freie Presse vom 14. 2. 1950; Schmuggler im Panzerwagen. Warenlager im Westwall, in: Hamburger Abendblatt vom 13. 3. 1950.

[79] Vgl. Becker: Kaffee-Konzentration, S. 320f.; Der Kaffeeschmuggel wird reorganisiert, in: Die Zeit vom 2. 11. 1950; Kaffee-Schwarzhandel deckt 50 Prozent des Verbrauchs, in: Hamburger Freie Presse vom 14. 2. 1950; Kaffeeschmuggel und Kaffeesteuer, in: Deutsche Zeitung vom 22. 2. 1950. Das „Hamburger Abendblatt" meldete sogar, dass „etwa eineinhalbmal mehr Kaffee ‚schwarz' als ‚weiß' getrunken werde". Vgl. 500 Mill. DM „schwarzer" Kaffee, in: Hamburger Abendblatt vom 27. 1. 1950.

diesem Zeitpunkt kein anderes Konsumprodukt. Selbst bei Zigaretten, welche häufig als das begehrteste Schmuggelgut genannt wurden, schätzten Fachleute den Anteil der Schmuggelware am Gesamtkonsum nur auf etwa 20 Prozent.[80] Am Phänomen des Kaffeeschmuggels ist zweierlei äußerst bemerkenswert: erstens die Bereitschaft breiter Kreise der Bevölkerung, Kaffee zu schmuggeln, und zweitens die enorme Bereitschaft der Bevölkerung, „schwarzen" Kaffee zu trinken.

„Lachen ist zollfrei" – der Schmuggel, die Schmuggler und die Bevölkerung

Es gab viele Möglichkeiten, illegal aus dem Ausland Güter zu transferieren. Auf dem Wasserweg wurde das Überseegut Kaffee vor allem am Rhein geschmuggelt. Der internationale Strom bot entlang seiner Ufer schwer kontrollierbare Absatzmöglichkeiten.[81] Über die Importzentren Hamburger Freihafen und Bremerhaven sowie über die Großhäfen des Ruhrgebietes wurden die Bohnen ebenfalls mit Erfolg heimlich unverzollt eingeführt. In den Grenzgebieten vor allem zur Schweiz, zu Österreich, Belgien, den Niederlanden, dem Saarland und zur Sowjetischen Besatzungszone bzw. der DDR wurde Kaffee in großen Mengen über die grüne Grenze verschoben. Am bekanntesten war das „Loch im Westen", wie das Gebiet um Aachen bezeichnet wurde, wo der Kaffeeschmuggel als breite Massenbewegung in Erscheinung trat.

Die traditionell arme Region bot vielen Menschen nach dem Krieg kaum eine Existenzgrundlage. In dem dünn besiedelten Grenzland hatte der Schmuggel Tradition. Der Gang über die Grenze war den Eifelbewohnern schon seit 1848 nachgesagt worden, und auch nach dem Ersten Weltkrieg schmuggelte die Bevölkerung dort mit großem Erfolg. Das Hauptzollamt Aachen bezifferte im Jahr 1931 die Zahl der wegen Schmuggels angezeigten Personen auf 8000. Auch zu diesem Zeitpunkt ging es vor allem um die Einfuhr von Kaffee- und Tabakwaren: 5355 Kilogramm Kaffee und 627 000 Stück Zigaretten hatte der Zoll in dem Jahr beschlagnahmt.[82] Bis zum Beginn des Zweiten Weltkrieges gab es mehrfach Verletzte und sogar Tote bei Auseinandersetzungen zwischen Zollbeamten und Schmugglern.[83]

Nach dem Zweiten Weltkrieg nahm der Schmuggel südlich von Aachen gewaltige Ausmaße an. Marktbeobachtern in Hamburg zufolge war das „Aachener Loch"

[80] Rede des Bundesfinanzministers Fritz Schäffer vom 12. 5. 1950, in: Verhandlungen des Deutschen Bundestages. Stenographische Berichte, Bd. 3, S. 2319. Neben Kaffee und Zigaretten bezeichnete Schäffer als weitere wichtige Güter der gesetzwidrigen Einfuhr: Rauschgift, Schokolade, Kakao, Tee, Spirituosen, Wein, Nylonstrümpfe, Parfüm und Zigarettenpapier. Vgl. auch Gordian: Kaffee und Tee. Ernte – Handel – Verbrauch, Nr. 1182 vom 25. 2. 1950, S. 43.

[81] Verein der am Caffeehandel betheiligten Firmen: Der illegale Handel mit Kaffee aus Besatzungsbeständen, Hamburg 1951, S. 1.

[82] Wolfgang Trees: Schmuggler, Zöllner und die Kaffeepanzer. Die wilden Nachkriegsjahre an der deutschen Westgrenze, Aachen 2002, S. 35.

[83] Vgl. ebd., S. 24–41.

mit zehn Prozent am Kaffeeschmuggel in der Bundesrepublik beteiligt, dessen Volumen 1950 auf insgesamt 30 000 Tonnen geschätzt wurde.[84]

Eine Momentaufnahme vom April 1950 stellte dar, dass das „Loch im Westen" den deutschen Staat täglich 300 000 DM an Steuer- und Zollverlusten kostete. Täglich würden im Durchschnitt 150 Schmuggler aufgegriffen, und mindestens 200 000 Menschen stünden im Verdacht, unmittelbar am Schmuggel beteiligt zu sein. Die Zollfahndungsstelle Köln konfiszierte im zweiten Halbjahr 1949 schwarze Waren im Wert von rund 2,5 Mio. DM. Allein etwa 150 000 Kilo Röstkaffee seien dabei im Jahr 1949 sichergestellt worden und die Tendenz sei eher im Steigen begriffen.[85]

Wer Kaffee von Belgien nach Deutschland mitnahm, konnte mit einer beträchtlichen Verdienstspanne rechnen. Es gab ein Preisgefälle in beiden Staaten, welches sich nach der Entfernung des Ortes zur Grenze richtete. Im belgischen Eupen, das zehn Kilometer von der Grenze entfernt lag, kostete das Pfund Röstkaffee umgerechnet 3,00 DM. In Kettenis – hier waren es acht Kilometer – lag das Pfund bei 3,45 DM und im nur 1500 Schritt von Deutschland entfernten Raeren bei 4,10 DM. Im deutschen Lichtenbusch wurde das halbe Kilo für 7,00 DM verkauft. Wer seinen Kaffee am Hauptbahnhof Aachen bezog, zahlte dafür 8,00 DM. „Von Eupen nach Aachen sind es knapp 15 km. Auf diesen zwei Meilen beträgt das Preisgefälle 166%, nämlich von 8 auf 3 DM",[86] berichtete „Der Spiegel". Wer kein Geld erübrigen konnte, brachte Tauschware mit. Neben entbehrlichen Gegenständen aus dem Haushalt trugen die Eifelbewohner häufig Blei nach Belgien, welches sie aus Trümmergrundstücken geborgen hatten.[87]

Kaffee wurde nach Deutschland getragen, gefahren, per Post versandt oder durch einen „Hundeexpress" geliefert – die Vierbeiner waren darauf abgerichtet worden, mit umgebundenen Kaffeepäckchen über die Grenze zu laufen. Fahrzeuge wurden den Erfordernissen des Schmuggels angepasst: Der übliche „Kaffeefrachter" war ein meist in Belgien gekaufter Straßenkreuzer amerikanischer Bauart, der mit einer zusätzlichen Panzerung und verstärkten Federung versehen wurde; der Fahrer saß statt auf einem Sitz auf Kaffeesäcken. Bis zu 35 Zentner konnte so ein Auto transportieren.[88] 553 solcher „Kaffeefrachter" waren im Aachener Raum zwischen 1946 und 1954 vom Zoll beschlagnahmt worden. Hinzu kamen 242 Schmuggel-Lastwagen, 155 Motorräder sowie 31 andere Fahrzeuge wie Traktoren oder Omnibusse.[89]

Der Gewinn variierte abhängig davon, ob die Schmuggler auf eigene Rechnung oder in einer organisierten Kolonne arbeiteten. In den arbeitsteilig arbeitenden Kolonnen und Banden stieg mit dem Risiko auch die zu erwartende Bezahlung.

[84] Vgl. Am Caffeehandel betheiligt. Deutschlands Schmuggler, Serie, in: Der Spiegel vom 13. 7. 1950, S. 20.
[85] Schwarzer Kaffee, in: Rheinischer Merkur vom 29. 4. 1950.
[86] Im Zitat müsste es wohl richtiger heißen: „von 3 auf 8 DM". Quelle: Am Caffeehandel betheiligt. Deutschlands Schmuggler, Serie, in: Der Spiegel vom 13. 7. 1950, S. 20.
[87] Ebd., S. 108.
[88] Am Caffeehandel betheiligt. Deutschlands Schmuggler, Serie, in: Der Spiegel vom 6. 7. 1950, S. 24 ff.
[89] Ebd.

Die Spannbreite der am Schmuggel beteiligten Bevölkerung reichte vom professionellen Großschmuggler bis zum Schulkind. Die Menschen und ihre unterschiedlichen Herangehensweisen fügten sich zu einer „Kaffeefront" zusammen, die im gesellschaftlichen Selbstverständnis einer ganzen Region verankert war. Der Schmuggel nahm das Ausmaß einer Massenbewegung an und gehörte zum alltäglichen Erscheinungsbild der Eifel – manchmal mit tragischen, manchmal mit fast humoristischen Auswirkungen: So stieg der „TuS Mützenich 1921" in der Fußballsaison 1952 von der ersten in die zweite Kreisklasse ab, weil sieben von elf Spielern fehlten – sie saßen wegen des Verdachts auf Kaffeeschmuggel im Gefängnis. Die Sportler aus dem kleinen Eifeldorf Mützenich waren zusammen mit über 90 Einwohnern des insgesamt 1350 Seelen zählenden Dorfs festgenommen worden.[90]

Das im Gebiet Hürtigwald in der Nordeifel liegende Dorf Schmidt, das während der Ardennenkämpfe im Herbst und Winter 1944 weitgehend zerstört worden war, verdankte seinen erstaunlichen Wiederaufbau dem Schmuggel, wie „Der Spiegel" acht Jahre nach Kriegsende zu berichten wusste:

„Mit den Gewinnen des in den Jahren 1949 und 1950 rasch aufblühenden Kaffee-Schmuggels wuchsen die zerstörten Eifeldörfer so, wie sie nie gewesen waren, aus der kargen Erde. Ohne einen Pfennig staatlicher Wiedergutmachung. Allein durch den Kaffee."[91]

Eine derartige Konstellation schuf einen idealen Boden für Legenden, die in der Geschichte der Eifel bis heute tradiert werden. Der Schmidter Pfarrer Josef Bayer war eine solche Legende. Von ihm wurde berichtet, dass er seiner schmuggelnden Gemeinde mit viel Verständnis und Einfühlungsvermögen begegnete: In der Baracke, die statt der zerstörten Kirche als Ort der Messfeiern diente, habe er bei der Abendmesse für die „noch nicht heimgekehrten Gemeindemitglieder" gebetet und dabei jene Schmidter Bürger gemeint, die noch dabei waren, den Kaffee über die Grenze zu schaffen. Die Geschichte über den Wiederaufbau der Kirche in Schmidt wurde sowohl in der zeitgenössischen Presse wie auch in späteren Erzählungen überliefert: Angesichts der leeren Gemeindekasse im prosperierenden Dorf wandte sich der Pfarrer zum Wiederaufbau der Kirche mit einem äußerst erfolgreichen Spendenaufruf an die Einwohner. Bis heute wird die Kirche deshalb im Volksmund liebevoll „Sankt Mokka" genannt.[92]

In dem Bemühen der einen Seite, möglichst viel Kaffee über die Grenze zu bringen, und der anderen Seite, dieses zu verhindern, ließ sich sowohl bei den Schmugglern wie auch bei den Zöllnern ein beeindruckender Erfindungsreichtum feststellen, der zu einer Aufrüstungsspirale führte. Als Äquivalent zu den vom Zoll verwendeten „Igelketten" – Nagelketten, die Autos am Weiterfahren hindern sollten – produzierten die Schmuggler „Krähenfüße", die aus tetraederförmig zu-

[90] Die Infant'rie, die Infant'rie, in: Der Spiegel vom 1. 10. 1952, S. 10.
[91] Ebd.
[92] Vgl. hierzu beispielsweise die sich an Touristen wendende Selbstdarstellung der Eifel unter http://www.eifel.de/go/sehenswertes-detail/schmugglerkirche_sankt_hubertus_schmidt.html (4. 4. 2011) oder die Website der Gemeinschaft der örtlichen Gemeinden unter http://www.gdg-nideggen.de/hubertus.htm (4. 4. 2011) – diese bieten übrigens auch den Verkauf von speziellen Souvenirs aus der „Kollektion Sankt Mokka" an.

sammengeschweißten Nägeln bestanden und aus den flüchtenden Autos geworfen wurden. Beide Seiten reagierten darauf mit einzelgekammerten Reifen; der Zoll entwickelte außerdem den „Besenporsche“: Die schnellen Sportwagen wurden vorne mit absenkbaren Stahlbesen ausgerüstet und konnten dadurch die spitzen Hindernisse einfach wegfegen.[93] Um in den einsamen Gebieten Schmuggler aufzuspüren, die zu Fuß unterwegs waren, bildete der Zoll Hunde aus. Die Gegenseite reagierte mit einem an einen Morgenstern erinnernden Stock, der gegen die Hundeschnauzen geschlagen wurde. Andere Schmuggler setzten Pfefferbeutel oder ätzende Chemikalien ein; es wurde auch von Kolonnen berichtet, die eigens Katzen oder läufige Hündinnen mitführten.[94]

Ein besonders eindrucksvolles Beispiel der Hochrüstung beim Kaffeeschmuggel waren die sogenannten Kaffeepanzer.[95] Es handelte sich dabei um zwei umgebaute ehemalige Panzerspähwagen, die mit einer herunterklappbaren und mit Sehschlitzen versehenen Stirnplatte ausgestattet waren. Die Panzerung dieser Stirnplatte war 16 Millimeter stark, die des Wagens betrug 8 Millimeter. So ausgerüstet brachen die Panzer, die pro Fahrt 30 Zentner Kaffee laden konnten, einfach durch Hindernisse und Sperren durch. Als Reaktion auf die Militarisierung des motorisierten Schmuggels wurden die Grenzbeamten mit Maschinenpistolen ausgerüstet. Die Situation glich einem Partisanenkrieg. Die Schmuggler in dem begrenzten Gebiet der Eifel waren für die Vertreter der Staatsmacht äußerst widerspenstige Gegner. Sie legitimierten ihr Handeln mit der Notsituation, dem Mangel an Alternativen und der günstigen Gelegenheit. Die als ungerecht empfundene hohe Besteuerung des Kaffees, durch den Krieg veränderte Moralvorstellungen, gute freundschaftliche und familiäre Beziehungen über die Grenze hinweg: all diese Faktoren erleichterten den Menschen die Entscheidung für die illegalen Handlungen. Eine große Rolle spielte außerdem die Empörung der Bevölkerung über die Eskalation der Gewalt durch die Schüsse der Grenzbeamten auf verdächtige Personen.[96]

Angesichts der militarisierten Situation war es kaum verwunderlich, dass es an der Grenze Tote gab. Zwischen 1946 und 1952 kamen im Aachener Raum insgesamt 31 Schmuggler und zwei Zöllner ums Leben, über hundert Schwerverletzte wurden beklagt. Die Schüsse auf Kaffeeschmuggler bewegten die Gemüter der Bevölkerung wie kaum ein anderes Thema, vor allem wenn es sich um minderjährige Kleinstschmuggler handelte, wie z. B. den 14-jährigen Schüler Horst Klinger, der lediglich ein halbes Pfund Kaffee dabeihatte, als er auf der Flucht mit seinem

[93] Zur Geschichte des „Besenporsche“ vgl. Trees: Schmuggler, Zöllner und die Kaffeepanzer, S. 167–282.

[94] Vgl. Schmuggler im Panzerwagen. Warenlager im Westwall, in: Hamburger Abendblatt vom 13. 3. 1950; Trees: Schmuggler, Zöllner und die Kaffeepanzer, S. 283–295.

[95] Schmuggler im Panzerwagen, in: Hamburger Abendblatt vom 13. 3. 1950; Am Caffeehandel betheiligt. Deutschlands Schmuggler, Serie, in: Der Spiegel vom 6. 7. 1950, S. 24ff.

[96] Vgl. Jörg Smotlacha: Grenzen, Blockaden und ihre Überwindung. Aspekte der Geschichte des Kaffeeschmuggels, in: Eva Dietrich/Roman Rossfeld (Hg.): Am Limit. Kaffeegenuss als Grenzerfahrung, Zürich 2001, S. 36–51, hier S. 43. Vgl. auch: Rede des Abgeordneten Günther (CDU) vom 1. 10. 1952, in: Verhandlungen des Deutschen Bundestages. Stenographische Berichte, Bd. 13, S. 10589ff.

Fahrrad erschossen wurde.[97] Immer wieder fragten Stimmen in der Bevölkerung wie auch die örtliche Presse nach der Berechtigung, wegen entgangener Zollgebühren ein Menschenleben auszulöschen. Nachdem der 27-jährige Otto Coracono am 8. Mai 1948 erschossen worden war, als er mit einer Gruppe junger Männer für das Pfingstfest Lebensmittel in Belgien hatte besorgen wollen, manifestierte sich der Unmut über diese Tat. Eine Gruppe von Eifelbewohnern fuhr die Leiche des Familienvaters vor das Zollkommissariat Walheim und sang anschließend das „Lied vom guten Kameraden"[98]. Danach flogen Steine in die Fensterscheiben des Zollhauses.

Die Eifel-Bevölkerung stellte mit dem „Lied vom guten Kameraden" eine Nähe der Schmuggel- zur Kriegssituation her. In beiden Fällen kommen ähnliche Motive zum Tragen: Der Tote und die Trauernden werden einseitig als Opfer wahrgenommen, welches unfassbar und sinnlos scheint. Dem Toten wird die Solidarität der Überlebenden versichert, indem sein Wirken – der Kampf in dem einen und der Schmuggel in dem anderen Kontext – von ihnen weitergeführt wird. Die Schuld liegt dabei jenseits der trauernden Akteure, und im Falle des erschossenen Kleinschmugglers wurde durch den Angriff auf das Zollgebäude deutlich gemacht, wo die Verantwortlichen zu suchen waren.

Neben Stimmen aus der Bevölkerung und der Presse meldeten sich auch Theologen zu Wort und hinterfragten die Zollpolitik, den Schmuggel und die Gewaltanwendung durch den Zoll. In der Debatte um „Selbsthilfe" und Schwarzmarkt war es nicht neu, dass sich Geistliche äußerten. Der Kölner Erzbischof Kardinal Frings[99] hatte einige Berühmtheit erlangt, als er in seiner Silvesterpredigt 1946 der illegalen Selbsthilfe sozusagen den kirchlichen Segen erteilte:

„Wir werden uns erforschen müssen, jeder für sich, ob er das siebte Gebot treu befolgt hat, das das Eigentum des Nächsten schützt. Wir leben sicher in Zeiten, in denen der staatlichen Obrigkeit mehr Rechte über das Eigentum des einzelnen zustehen als sonst und in denen ein gerechter Ausgleich zwischen denen, die alles verloren, und denen, die noch manches gerettet haben, stattfinden muß. Wir leben in Zeiten, da in der Not auch der Einzelne das wird nehmen dürfen, was er zur Erhaltung seines Lebens und seiner Gesundheit notwendig hat, wenn er es auf andere Weise durch seine Arbeit oder durch Bitten nicht erlangen kann."[100]

Der Kölner Bischof bekam nach seiner Rede ein verbales Denkmal gesetzt: Das Synonym „fringsen" wurde zum feststehenden Begriff in der Umgangssprache und meinte die illegale, jedoch moralisch abgesegnete Beschaffung von Lebensmitteln und Heizmaterial.[101]

[97] Vgl. Tödliche Schüsse an der Grenze, in: Die Welt vom 24. 1. 1948.

[98] Zur Bedeutung des Liedes vgl. Thomas Kühne: Kameradschaft, Göttingen 2006, S. 30.

[99] Josef Kardinal Frings (1887 bis 1978) war von 1942 bis 1969 Erzbischof von Köln und von 1945 bis 1965 Vorsitzender der deutschen Bischofskonferenz.

[100] Zit. n. Gries: Die Rationen-Gesellschaft, S. 307; vgl. auch Arne Andersen: Der Traum vom guten Leben. Alltags- und Konsumgeschichte vom Wirtschaftswunder bis heute, Frankfurt a. M. 1997, S. 22 f.

[101] Folgende Äußerung des Erzbischofs: „Aber ich glaube, dass in vielen Fällen weit darüber hinaus gegangen worden ist. Und da gibt es nur einen Weg: unverzüglich unrechtes Gut zurückgeben, sonst gibt es keine Verzeihung bei Gott", wurde dabei gerne übersehen. Dieter Froitzheim (Hg.): Kardinal Frings. Leben und Werk, Köln 1979, S. 286.

Auch in der Verurteilung der tödlichen Schüsse in der Eifel sah sich die Bevölkerung von Geistlichen unterstützt. So berief sich die „Aachener Volkszeitung" 1951 auf „Äußerungen anerkannter Moraltheologen", als sie beklagte:

„Die Zollhöhe für eine Reihe von Ausfuhrartikeln ist unmoralisch und widerchristlich, ebenso die Lebensgefährdung und Lebensvernichtung durch die von den staatlichen Instanzen erlaubten Schüsse."[102]

Und in der Zeitschrift „Theologie und Glaube" publizierte Gustav Ermecke ein Jahr später einen Aufsatz über „Moraltheologische Grundsätze zur Zoll-Moral und Zoll-Gesetzgebung", in dem er zu dem Schluss kam:

„Wenn sich heute nachweislich aus den zu hohen Zollsätzen ein Anwachsen der Kriminalität, der Jugendverwahrlosung, der Lebensgefährdung, des Anreizes zu unverantwortlichem, die Autorität des Staates untergrabendem Handeln ergibt, dann muß ein solches Gesetz revidiert werden, weil es insoweit gemeinwohlschädigend ist."[103]

Für den Staat sei ein Zollgesetz mit derart hohen Zollsätzen auf die für breite Kreise unentbehrlichen Nahrungsmittel wie Kaffee, Tee oder Tabak moralisch unhaltbar. Der gewerbliche Schmuggel sei zwar ebenfalls unmoralisch und sündhaft, aber „auf keinen Fall dürfen die Zollbeamten mit Ausnahme der persönlichen Notwehr die Gesetzesübertreter töten".[104] Genau wie der Verein der deutschen Kaffeehändler schlussfolgerte Gustav Ermecke: „Die praktisch erfolgreichste Bekämpfung des Schmuggels ist jedoch, ihn durch richtige Zollgesetze unrentabel zu machen."[105] Nach der Senkung der Kaffeesteuer verschwand das Problem tatsächlich schlagartig. Trotzdem kam es elf Jahre danach noch einmal zu einem Todesfall: Der 36 Jahre alte Franz Herder wurde am 22. Februar 1964 am Grenzübergang Lichtenbusch auf seinem Moped erschossen. Im Gepäck hatte er 750 Gramm Kaffee, hundert Gramm Tee und 20 Eier.[106]

Die Eifelbevölkerung sah sich durch die theologischen Ausführungen in ihrer Auffassung bestätigt, dass das Recht des Schmugglers angesichts der hohen Zölle sozusagen ein Naturrecht sei. Diese Form der Selbstrechtfertigung belegt auch ein Blick auf die im Rheinland so wichtige Karnevalszeit, in der sich die Menschen ganz selbstverständlich und mit einigem Stolz zu ihrer schwarzen Nebentätigkeit bekannten. „Lachen ist zollfrei", hieß das Motto 1952 in Aachen. Auf dem Karnevals-Plakat springt ein Clown über den Grenzbaum. Das Konfetti, welches aus seiner Tasche rieselt, könnten ebenso gut Kaffeebohnen sein.

[102] Schüsse an der Grenze moralisch nicht zu rechtfertigen. „Zollsystem ist unchristlich", erklären katholische Moraltheologen, in: Aachener Volkszeitung vom 3. 11. 1951.

[103] Gustav Ermecke: Moraltheologische Grundsätze zur Zollmoral und Zollgesetzgebung, in: Theologie und Glaube 42 (1952), S. 81–97, hier S. 94.

[104] Ebd., S. 96.

[105] Ebd., S. 97.

[106] Todesschuß aus Zollpistole. Grenzland Aachen bestürzt, in: Aachener Nachrichten vom 24. 2. 1964. Die Schüsse an der Grenze genießen derzeit eine neue Aufmerksamkeit in der öffentlichen Diskussion, allerdings in einem anderen Zusammenhang. So vergleicht beispielsweise das „Forum Grenztruppen der DDR" die Situation an der Aachener mit der an der innerdeutschen Grenze. Vgl. http://www.grenztruppen-der-ddr.de/index.php?show=other&other_id=4 (4. 4. 2011).

Abb. 4: Plakat zum Aachener Karneval 1952

Der „Mocca-Türk Club" aus Schmidthof reiste mit einer großen Gruppe zum Aachener Karneval an. Der Name des Karnevalsvereins war eine Hommage an die meist geschmuggelte belgische Kaffeesorte Mokaturc.[107] Auch zahlreiche Lieder bezogen sich auf die Grenzschiebereien: „Ich brauche keine Millionen / und keinen Pfennig zum Glück! / Nur einen Zentner Bohnenkaffee / und ich werd verrückt, verrückt, verrückt," wandelten die Eifeler das Lied des in Aachen geborenen Komponisten Peter Kreuder ab.[108]

In der Zeit der hohen Besteuerung und materieller Not galt der Kaffeeschmuggel in der Eifelregion selbst und teilweise darüber hinaus als gesellschaftlich legitim, obwohl er eine illegale Handlung darstellte. Da die Schmuggler durch ihre Tätigkeit ihr unmittelbares soziales Umfeld nicht schädigten, konnten sie dort mit Verständnis rechnen. Auch in der Selbsteinschätzung sahen sich die Grenzgänger nicht als Verbrecher. Die retrospektive Einschätzung eines Bürgers aus der Eifel: „Ich war ein Schmuggler, und nichts anderes. Gangster waren wir nicht"[109], entspringt dem gesellschaftlichen Selbstverständnis, das eigene moralische Werte in einer zeitlich begrenzten Ausnahmesituation über die staatlichen Normen stellt.

[107] Vgl. Trees: Schmuggler, Zöllner und die Kaffeepanzer, S. 186 ff. Der Bezug eines Karnevalsvereins auf den Schmuggelkaffee war kein Einzelfall. Auch andere Vereine ließen sich von der Aufmachung und dem Namen des belgischen Kaffees inspirieren.
[108] Zit. n. ebd., S. 196.
[109] Zit. n. ebd., S. 170.

Michael Wildt konstatiert in seiner Untersuchung über Selbsthilfe und Schwarzmarkt in der unmittelbaren Nachkriegszeit:

„Wer die Deutschen nach dem Krieg ausschließlich mit dem Strafgesetzbuch messen würde, müßte sie in ihrer Mehrzahl als kriminell einstufen und stände verblüfft vor ihrer rechtsstaatlichen Metamorphose nach 1949. Die Diskrepanz zwischen juristischem und ‚alltäglichem' Normensystem heißt eben nicht, daß sich jenseits der offiziellen Bewirtschaftungsbestimmungen jegliche soziale Moral aufgelöst hätte und alles erlaubt gewesen wäre. Die ‚illegale Zeit' der Nachkriegsjahre war Alltag, aber Alltag im Ausnahmezustand."[110]

Wildts Erkenntnisse über das alltägliche Normensystem in Ausnahmezeiten können auch für die Kaffee schmuggelnde Eifelbevölkerung Geltung beanspruchen. Es hatte sich nicht jegliche soziale Moral aufgelöst, sondern sich eine der Situation angemessene, neue soziale Moral herausgebildet, die nicht von anhaltender Dauer war. Es handelte sich vielmehr um eine Suspendierung des am geltenden Recht orientierten Normensystems auf Zeit zugunsten einer pragmatischen Orientierung. Für die Grenzbevölkerung der Eifel dürften beide Orientierungen – die legalistische wie die pragmatische – stets nebeneinander bestanden haben, wobei das angemessenere Prinzip jeweils zum Tragen kam. Diese gespaltene Ausrichtung an Normen wird in einer Reportage der „Zeit" von 1956, drei Jahre nachdem die Steuerreform den Kaffeeschmuggel zum Erliegen gebracht hatte, noch einmal in den Fokus gerückt. Der Autor stellte fest:

„Denn alles hat sich normalisiert, nur eines nicht: die Einstellung zum Schmuggel. Auch heute betrachtet die Bevölkerung der Westeifeldörfer den Schmuggel als eine Möglichkeit, Geld zu verdienen, zu der sie gegebenenfalls wieder zurückfinden könnten. Sobald der Kaffeeschmuggel aufs neue ein Geschäft zu werden verspräche, wären sie wieder alle dabei. Dabei hat der Bauer, auch der Bauer der Westeifel einen großen Respekt vor dem Gericht. Aber in Schmuggelfragen war das und ist das noch heute anders. Der Schmuggler nimmt seine Strafe hin wie einen Verlust beim Kartenspiel. Die Strafe gegen den Schmuggel hat weder bessernde noch ausreichend abschreckende Wirkung. Die Schmuggelprozesse werden zu einem ‚Schauspiel auf staatliche Anordnung'. Der Staat arbeitet mit Gesetzen, an die niemand von den Beteiligten so recht glaubt. Es ist wohl schwer, im Rahmen des Naturrechts, das normale Staatsbürger instinktiv achten, den Zoll unterzubringen."[111]

Auch heute ist der Schmuggel noch Teil der kollektiven Identität der Region, auf die etwas verschämt, aber doch mit einigem Stolz geblickt wird. So wirbt derzeit die Monschauer Land Touristik GmbH mit Tagestouren und führt die Besucher unter dem Motto „Schmuggeln – Schmecken – Schmunzeln" zu ehemaligen Schmuggelpfaden und -orten.[112]

Die Nähe, in die das Monschauer Tourismusbüro das „Schmunzeln" zum „Schmuggeln" rückt, und die Romantik, die in dem gelegentlichen Anstimmen von Schmugglerversen bei örtlichen Gesangsvereinen aufblitzt, findet sich auch in der Nachkriegs-Berichterstattung der lokalen Presse wieder. Die Print-Medien der Region zeichneten teilweise ein verklärendes Bild, in welchem die Schmuggler augenzwinkernd zu Gentleman-Verbrechern stilisiert wurden. Ganz anders war der Tenor der überregionalen Presse: Dort wurde der Schmuggel als großer Schaden

[110] Wildt: Der Traum vom Sattwerden, S. 123.
[111] Die Kirche aus Kaffee, in: Die Zeit vom 12. 7. 1956.
[112] Schaurige Spannung und Schmugglerleben, in: Aachener Zeitung vom 11. 10. 2007.

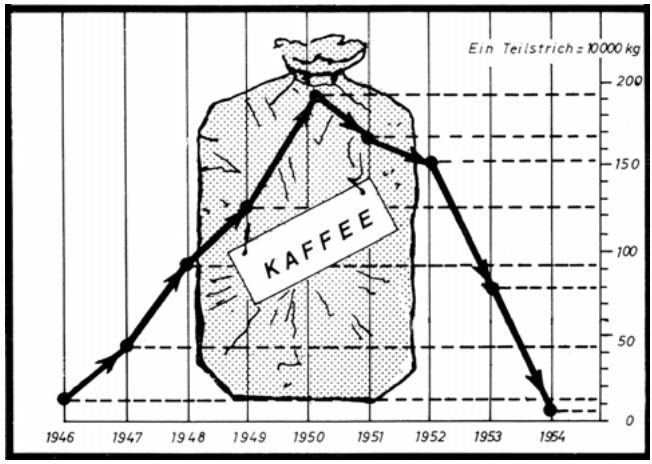


Abb. 5: Die Grafik veranschaulicht die große Menge Kaffee, den die Schmuggler im Aachener Raum über die Grenze trugen. Deutlich zeigt sich der Höhepunkt des Schmuggels um 1950 wie auch sein abruptes Ende nach der Steuerreform im Juli 1953.

für die Volkswirtschaft verurteilt; allerdings mischte sich bei vielen Zeitungen in diese Verurteilung auch ein Hauch Verständnis, das sich aus der Ablehnung der hohen Kaffeesteuer speiste.

Im großen Stil – der Großschmuggel

Der überwiegende Teil des Schwarzkaffees kam durch professionellen Großschmuggel nach Westdeutschland. Aus verschiedenen Gründen wurden die „Displaced Persons"-Lager zu Knotenpunkten des Kaffeeschmuggels: Die Erfahrungen der „Displaced Persons" (DPs) als Zwangsarbeiter oder Insassen von Konzentrationslagern im Nationalsozialismus, oft verbunden mit einer unklaren Lebensperspektive nach Kriegsende und der Ausgrenzung durch die westdeutsche Bevölkerung, schufen einen Abstand zwischen den Legitimitäts- und Legalitätsvorstellungen der deutschen Mehrheit und den Wertvorstellungen der Menschen, die als Zwangsverschleppte und Zwangsarbeiter in Deutschland keine Heimat gefunden hatten und lediglich ex negativo – als am „falschen Ort befindlich" – definiert wurden. Angesichts des von den Deutschen erfahrenen Unrechts sahen viele DPs keine Verpflichtung, das deutsche Recht zu achten. Wegen tatsächlicher und vermeintlicher illegaler Aktivitäten, aber auch aus einer Gemengelage aus weiter vorhandenem Rassismus bzw. Antisemitismus, schlechtem Gewissen, mangelnder Aufarbeitungsbereitschaft und Ressentiments gegenüber diesen oft fremden und fremdsprachigen Menschen, die ihr Leben noch lange von der deutschen Mehrheitsbevölkerung separiert in Lagern verbrachten, stigmatisierten große Teile der deutschen Bevölkerung DPs als Kriminelle.[113]

[113] Zur Geschichte der DPs in Deutschland vgl. Ulrich Herbert: Geschichte der Ausländerpolitik in Deutschland. Saisonarbeiter, Zwangsarbeiter, Gastarbeiter, Flüchtlinge, München 2001; Michael Pegel: Fremdarbeiter, Displaced Persons, Heimatlose Ausländer. Konstanten eines Randgruppenschicksals in Deutschland nach 1945, Münster 1997;

Diese unterlagen nicht der deutschen Gerichtsbarkeit, sondern unterstanden juristisch den Besatzungsmächten. Sie hatten Zugang zu Quellen, die anderen Bevölkerungsgruppen verschlossen waren, und erhielten eine im Vergleich zum allgemeinen Lebensstandard großzügig bemessene Lebensmittelzuteilung,[114] „Liebesgaben" und Spenden aus dem Ausland. Über die legal zugänglichen Quellen hinaus floss geschmuggelter Kaffee in großem Stil in Form von getarnten „Liebesgaben"-Sendungen und mit gefälschten Papieren für Transit-Lieferungen in die DP-Lager: Mancher für Dänemark, Ost-Berlin oder Prag deklarierte Lastzug mit unverzollten Bohnen, der Westdeutschland nur durchqueren sollte, landete stattdessen im DP-Camp und ehemaligen Konzentrationslager Bergen-Belsen und fuhr mit gefälschten Papieren wieder zurück. Das „Hamburger Abendblatt" behauptete im Oktober 1948:

„Die schwarzen Fäden führen oft und immer wieder nach Bergen-Belsen, dem größten DP-Lager der britischen Zone. Von dort und den neuerdings in Hannover und Celle eingerichteten Zweigstellen beziehen die nordwestdeutschen Schwarzhändler den größten Teil ihrer Ware. Internationale Banden sorgen für den Nachschub, der vor allem aus den Benelux-Staaten kommt."[115]

„Der Spiegel" berichtete 1950 sogar von drei großen gewerblichen Röst-Anlagen für Rohkaffee in Bergen-Belsen, die nicht stillstünden und die zusammen pro Tag eine Menge von 80 Sack Kaffee rösten könnten – was einer „legalen" Monatsration der Lagerbewohner entspreche.[116]

Neben Bergen-Belsen war die Münchener Möhlstraße als Schwarzmarkt-Zentrum bei den Kaffeehändlern ebenso bekannt wie gefürchtet. Das Villenviertel zwischen Ismaninger Straße und den Isarauen im Stadtteil Bogenhausen hatte sich nach Kriegsende durch die Konzentration der Büros und von jüdischen Selbstverwaltungseinrichtungen und Hilfsorganisationen und durch den Bau einer Synagoge im Jahr 1946 zu einem Zentrum jüdischen Lebens in München entwickelt. Speziell in der Möhlstraße entstand ein jüdischer Markt mit Buden und Behelfsbauten, der sich zu einem Schwarzmarkt entwickelte, den die ganze Münchener Bevölkerung nutzte.[117] Nach der Währungsreform stellten sich die Schwarzhänd-

Wolfgang Jacobmeyer: Vom Zwangsarbeiter zum Heimatlosen Ausländer. Die Displaced Persons in Westdeutschland 1945–1951, Göttingen 1985.

114 „Eine andere Versorgungsquelle sind die DP-Lager. Da jede DP die Berechtigung hat, monatlich 2,5 kg [Kaffee] für seinen Bedarf zu erwerben, und die Zahl der DPs mit 500 000 angenommen werden kann, so sind monatlich 1,25 Mill. kg verfügbar, die zu einem erheblichen Teil auf den deutschen Markt gelangen." Legale Kaffeelager geräumt, in: Die Welt vom 2. 7. 1949. Leider wurde in dem Artikel nicht erwähnt, dass die Berechtigung allein noch keinen Erwerb von Kaffee bedeutete, der ja teuer bezahlt werden musste.

115 Viele Fäden führen nach Belsen. Hamburgs Zollgrenzschutz kämpft gegen Warenschmuggler, in: Hamburger Abendblatt vom 23. 10. 1948.

116 Am Caffeehandel betheiligt. Deutschlands Schmuggler, Serie, in: Der Spiegel vom 27. 7. 1950, S. 23.

117 Juliane Wetzel: „Mir szeinen doh". München und Umgebung als Zuflucht von Überlebenden des Holocaust 1945–1948, in: Martin Broszat/Klaus-Dietmar Henke/Hans Woller (Hg.): Von Stalingrad zur Währungsreform. Zur Sozialgeschichte des Umbruchs in Deutschland, München 1988, S. 327–364, hier S. 354–358.

ler der Möhlstraße unter anderem auf das Geschäft mit unverzolltem Kaffee um. Die bayrischen Einzelhändler bezifferten 1950 den Jahresumsatz der Möhlstraße auf 11 000 Tonnen Kaffee.[118] Für den „Spiegel", der sich der Meinung der Einzelhändler anschloss, war die entscheidende Frage, ob DPs dem deutschen oder dem amerikanischen Recht unterstehen sollten. Distanzierend zitierte das Magazin den Landesrabbiner Dr. Ohrenstein, der erklärte:

„Solange keine Säuberung der deutschen Justiz durchgeführt ist, halten wir die amerikanischen Behörden für objektiver. Wobei ich hinzufügen möchte, daß ich hier Seelsorger bin wie etwa Kardinal Frings in Köln […]. Ich sage Ihnen, machen Sie aus dem Schmuggel kein DP- oder gar Judenproblem. Wir haben den Prozentsatz an kriminellen Delikten, der uns statistisch zusteht, gar nicht erreicht."[119]

Der „Spiegel" verkehrte die plausible Darstellung von Ohrenstein in seiner Berichterstattung in ihr Gegenteil und präsentierte sie als Anmaßung eines Vertreters von zu Unrecht Begünstigten. Diese Herangehensweise stand im Zusammenhang mit den Hintergründen der großen „Spiegel"-Serie von 1950 über den Kaffee-Schmuggel.

Der „Spiegel"-Artikel: Eine Quelle und ihre Geschichte

Die beiden als Marktbeobachter tätigen Mitarbeiter des Hamburger „Kaffeeimportkontors" Horst Mahnke und Georg Wolff boten dem „Spiegel" 1950 eine Serie über Kaffeeschmuggel[120] an. Die Serie widmete sich der Tätigkeit der Schmuggler und der Bedeutung des Schmuggels für die Deutsche Volkswirtschaft:

„Deutschlands Schmuggler haben einen Jahresverdienst von einer Milliarde DM. Dazu kommt der Warenwert ihrer Schwarzgüter, der ebenfalls eine Milliarde D-Mark beträgt. So kommen Deutschlands Schmuggler umsatzmäßig etwa auf die Rangstufe des deutschen Kohlebergbaus."[121]

Die Serie wurde ein Erfolg und für beide Autoren der Einstieg zu einer großen Karriere beim „Spiegel". Horst Mahnke wurde Ressortleiter für „Internationales/Panorama" und Georg Wolff Auslandschef und zwischen 1959 und 1967 stellvertretender Chefredakteur.

Beide Redakteure waren politisch vorbelastet: Sie waren beim Sicherheitsdienst der SS im Rang von Offizieren tätig gewesen.[122] Georg Wolff war als SS-

[118] Am Caffeehandel betheiligt. Deutschlands Schmuggler, Serie, in: Der Spiegel vom 27. 7. 1950, S. 23.

[119] Ebd.

[120] Am Caffeehandel betheiligt. Deutschlands Schmuggler, Serie in: Der Spiegel vom 6. 7. 1950 bis 10. 8. 1950. Die altertümliche Schreibweise im Titel ist ein Verweis auf den „Verein der am Caffeehandel betheiligten Firmen" in Hamburg.

[121] Am Caffeehandel betheiligt. Deutschlands Schmuggler, Serie, in: Der Spiegel vom 6. 7. 1950, S. 26.

[122] Zu den Personen und Tätigkeiten von Horst Mahnke und Georg Wolff vgl.: Nie antifaschistisches Geschütz. Der „Spiegel" und seine zähe Vergangenheitsbewältigung, in: taz vom 30. 12. 2006; Lutz Hachmeister: Ein deutsches Nachrichtenmagazin. Der frühe „Spiegel" und sein NS-Personal, in: Lutz Hachmeister/Friedemann Siering: Die Herren Journalisten. Die Elite der deutschen Presse nach 1945, München 2002, S. 87–120; Nor-

Hauptsturmführer dafür zuständig gewesen, die Opposition in Norwegen zu überwachen. Er arbeitete bis Kriegsende als Referatsleiter in der Abteilung III des SD beim Befehlshaber der Sicherheitspolizei in Oslo, wo er die „Meldungen aus Norwegen" an das Reichssicherheitshauptamt betreute. Horst Mahnke stand im Verdacht, während seiner Tätigkeit als SS-Hauptsturmführer im rund 25-köpfigen „Vorkommando Moskau" der Einsatzgruppe B in Smolensk an Erschießungen von Juden teilgenommen zu haben.[123] Am 29. Januar 1946 wurde Mahnke verhaftet und saß bis Mitte 1948 im Internierungslager Bad Nenndorf. Am 16. Juli 1949 untersagte der Entnazifizierungs-Hauptausschuss der Stadt Hannover ihm, als „Lehrer, Jugendpfleger, Journalist, Schriftsteller, Redakteur" tätig zu sein, da er „den Nationalsozialismus wesentlich gefördert" habe.[124] Erst am 31. März 1950, also drei Monate vor dem Erscheinen des Kaffee-Artikels im „Spiegel", waren diese Beschränkungen vom Hannoverschen Berufungsausschuss aufgehoben worden. Ein späteres Verfahren gegen Horst Mahnke wegen einer Beteiligung an den Erschießungen in Smolensk wurde aus Mangel an Beweisen eingestellt.[125]

Die Artikelserie über den Kaffeeschmuggel war geprägt von hervorragenden Insiderkenntnissen und gab einen guten Einblick in den Schwarzhandel mit Kaffee. Die beteiligten Personen, die Praktiken der Schwarzhändler und Schmuggler, wie auch der Umfang des illegalen Marktes wurden genau beschrieben. Auffällig sind in dem Text unterschwellige rassistische und antisemitische Ressentiments. DPs – in der Regel solche, die als Juden identifizierbar waren – wurden als notorische Schwarzhändler, Verbrecher und als Hauptträger des Schwarzhandels dargestellt; es fiel sogar das Wort „DP-Terroristen".[126] Die Lager, aber auch andere von DPs bewohnte Orte wie die Münchener Möhlstraße, wurden als Orte dargestellt, in denen steinreiche DPs mit geradezu terroristischen Mitteln kriminelle Geschäfte betrieben und dabei rechtschaffene Bürger – etwa den Verein der bayrischen Einzelhändler oder die Münchener Kaffeefirmen, die beinahe vor der Schließung stünden – schädigten.[127] Das ungewöhnliche Vorgehen der Redakteure, bei des Schmuggels verdächtigten Personen die Adresse anzufügen, bezeichnete Otto

bert Frei: Karrieren im Zwielicht. Hitlers Eliten nach 1945, Frankfurt a. M. 2001; Michael Wildt: Generation des Unbedingten. Das Führungskorps des Reichssicherheitshauptamtes, Hamburg 2002.

123 Lutz Hachmeister: Der Gegnerforscher. Die Karriere des SS-Führers Franz Alfred Six, München 1998, S. 238.

124 Hachmeister: Ein deutsches Nachrichtenmagazin, S. 102 f.

125 „Entnazifiziert war entnazifiziert". So der Ex-Verlagsdirektor Hans Detlev Becker, 85, über ehemalige Nationalsozialisten im „Spiegel", in: Der Spiegel vom 8. 1. 2007, S. 93.

126 Am Caffeehandel betheiligt. Deutschlands Schmuggler, Serie, in: Der Spiegel vom 20. 7. 1950, S. 21.

127 Vgl. dazu den Artikel von Otto Köhler: Offizielle Mitarbeiter, in: Konkret, Nr. 5 /1992, S. 48–51. Der Begriff „offizielle Mitarbeiter" verweist auf die Art und Weise, wie die deutsche Gesellschaft zum Zeitpunkt des Erscheinens mit den ehemaligen „inoffiziellen Mitarbeitern" der Staatssicherheit der DDR umging, und spielt mit dem Gedanken, wie später die Karriere von Journalisten verlaufen wäre, wenn sie nicht als NS-Täter, sondern als ehemalige Stasi-Angehörige enttarnt worden wären.

Köhler, der selbst von 1966 bis 1972 für den „Spiegel" gearbeitet hatte, als „‚Spiegel'-Service fürs Pogrom".[128]

Die Artikel waren moralisch stark wertend, obwohl sich der Autor Horst Mahnke nach Kriegsende bis zu seiner Verhaftung selbst als Schwarzhändler für Benzin und Öl betätigt hatte,[129] und argumentierten genau wie der Kaffeeverband in der Regel mit den dem deutschen Staat entgangenen Steuern und Zöllen.

Die Beurteilung des „Spiegels" unterschied sich allerdings nicht grundlegend von dem Bild, das die westdeutsche Bevölkerung von den DPs hatte. Selbst im Bundestag wurde der ironisch angehauchte Beitrag des Abgeordneten Franz Josef Strauß: „Wir kennen die Zustände im Lager Bergen-Belsen, wo monatliche Liebesgaben-Lizenzen in einer Höhe erteilt worden sind, daß man die Betreffenden, wenn sie die eingeführte Ware hätten selber trinken müssen, vor dem Kaffee hätte schützen müssen, weil sie alle an Herzschlag gestorben wären"[130], mit dem „Zuruf rechts" quittiert: „Dafür sind ja auch allerhand Millionäre in Belsen!"[131]

In der „Spiegel"-Serie wurde immer wieder beklagt, dass die DPs nicht der deutschen Rechtsprechung unterständen und deshalb auch bei groben Rechtsverstößen nichts zu fürchten hätten. In den Artikeln wurde als Gegenpart zum steinreichen und betrügerischen DP die rechtschaffene deutsche Frau aufgebaut, die in schwierigen Zeiten mit Hilfe von Schwarzhandel versuchte, ihre Kinder zu ernähren – verkörpert in der „armen Waschfrau Mathilde Ziegler".[132] Die Artikelserie suggerierte: Während die DPs in ihren Lagern in Saus und Braus leben, gibt es für die Waschfrau keine Gnade.

Inwiefern die Serie im „Spiegel" mehr von Antisemitismus und Rassismus geprägt war als die bundesdeutsche Bevölkerung zu Beginn der 1950er Jahre, lässt sich nur schwer beurteilen. Die jüdische Gemeinde in Bayern jedenfalls hatte den Eindruck, dass der „Spiegel" Volksverhetzung betrieb, und stellte 1950 einen Strafantrag mit der Forderung nach Einstellung der Serie. Am 31. Juli 1950 musste der „Spiegel"-Herausgeber Rudolf Augstein einen Vergleich unterschreiben, in dem er sich von jedem Antisemitismus distanzierte[133] und versicherte, er wolle

[128] Ebd., S. 50. Otto Köhler bezieht sich in seiner Aussage auf jüdische Namen. Tatsächlich wurde aber wohl jedem recherchierbaren (Schmuggler-)Namen die Adresse und manchmal auch die Telefonnummer angehängt.

[129] Hachmeister: Ein deutsches Nachrichtenmagazin, S. 100.

[130] Rede des Abgeordneten Strauß (CSU), 12. 5. 1950, in: Verhandlungen des Deutschen Bundestages. Stenographische Berichte, Bd. 3, S. 2328.

[131] Ebd.

[132] Zur Geschichte der Waschfrau Mathilde Ziegler: Am Caffeehandel betheiligt. Deutschlands Schmuggler, Serie, in: Der Spiegel vom 20. 7. 1950, S. 25. Die Wäscherin war von amerikanischen Kunden mit Kaffee und Zigaretten entlohnt worden. Als die geschiedene Frau daraufhin ihre Schulden im Kaufmannsladen damit bezahlte, wurde sie gemeinsam mit der Kaufmannsfrau wegen Steuerhehlerei angeklagt und zu einer Zahlung von 130 DM verurteilt. Ein Gesuch auf Straferlass wurde abgelehnt.

[133] Das hinderte ihn nicht, am 3. August in einer Glosse zu dem Prozess zu schreiben: Darin beschrieb er den „Anwalt der bayrischen Judenheit" Joseph Klibansky: „Dieses Zwischending von einem römischen Volksredner und einem Teppichhändler aus Smyrna, dieser kleine dicke Mann, der mit der Behendigkeit eines Waschbären und in dem Habitus eines Pinguin den Gerichtssaal durchmaß[,] erwies sich als Gerichtsspieler mit einer unwahrscheinlichen Klaviatur." Rudolf Augstein: Lieber Spiegelleser,

keineswegs zum Ausdruck bringen, „daß vornehmlich Menschen jüdischen Glaubens an dem Kaffeeschmuggel beteiligt sind“.[134]

Transit-Bohnen

Dem oben erwähnten „Loch im Westen“ stand im Osten eine ebenfalls löchrige Grenze gegenüber. Vor allem organisierte Großschmuggler nutzten diese Demarkationslinie, um Kaffee, der in der Sowjetischen Besatzungszone bzw. der DDR nicht mit einer Steuer belegt war, nach Westdeutschland zu schleusen.[135] Da das Genussmittel weder in der SBZ noch in der jungen DDR in nennenswerten Größenordnungen auf dem Markt war, wurde Ostdeutschland als Durchgangsstation für Sendungen genutzt, die aus den Ländern Westeuropas kamen.[136] Kaffee und Zigaretten aus dem westlichen Ausland sollen in großen Mengen im Transit durch die Bundesrepublik oder im direkten Schiffsverkehr in die DDR verbracht und von dort aus meist über West-Berlin auf alle denkbaren Arten ins Bundesgebiet geschmuggelt worden sein.[137] Als einfachste Transit-Methode galt der Versand per Post:

„Heute schon werden Kaffeesendungen aus dem Ausland legal in die Ostzone gesandt, wo keine Kaffeesteuer besteht: Aus der Ostzone wird der Kaffee wieder nach West-Berlin gebracht und von dort in Postpaketen in die Westzone gesandt.“[138]

Diese Methode war von der Menge her begrenzt; die meisten Bohnen kamen per Lkw über die Grenze. Der „Rheinische Merkur“ gab an, dass von Dezember 1949 bis Februar 1950 insgesamt 75 000 Sack (4,5 Mio. Kilo) Kaffee von Ost-Berlin in den Westen verschoben wurden:

„Es ist bekannt, daß sowjetisch kontrollierte internationale Schmugglerbanden das Bundesgebiet mit Schwarzmarktgütern überfluten, um auf der einen Seite die westdeutsche Wirtschaft zu unterhöhlen, auf der anderen Seite aber auch den ostzonalen Bedarf an

in: Der Spiegel vom 3. 8. 1950, S. 35. Außerdem erklärte Augstein, dass die Spiegelredakteure „durch die Veröffentlichung der Bilder des Herrn Präsidenten Dr. Auerbach und seiner Ehrwürden, des Herrn Landesrabbiner Dr. Ohrenstein, in keiner Weise zum Ausdruck bringen wollen, daß diese Herren in irgendeinem direkten oder indirektem Zusammenhang mit dem Kaffeeschmuggel stünden“. (Dr. Auerbach war Präsident des bayrischen Landesentschädigungsamtes. Zitat ebd.) Die bezüglich Herrn Auerbach aufgestellte Behauptung, er habe sich bemüht, auch selbst in den Kaffeehandel zu kommen, sei falsch und auf einen Bearbeitungsfehler zurückzuführen. Ebd.

134 Rudolf Augstein: Lieber Spiegelleser, in: Der Spiegel vom 3. 8. 1950, S. 35.

135 Kaffee war nicht das einzige Gut, das über die Ost-Grenze transportiert wurde. Aufgrund des Wechselkurses von eins zu sieben bzw. eins zu acht von West- in Ostmark wurden bereits 1950 Klagen über Waren aus der Ostzone laut, die im deutschen Bundesgebiet zu Schleuderpreisen vertrieben wurden. Vgl. Rede des Bundesfinanzministers Schäffer vom 12. 5. 1950, in: Verhandlungen des Deutschen Bundestages. Stenographische Berichte, Bd. 3, S. 2321.

136 Auch Polen und die Tschechoslowakei wurden als Kaffee-Transit-Länder genutzt.

137 Vgl. Rede des Bundesfinanzministers Schäffer vom 12. 5. 1950, in: Verhandlungen des Deutschen Bundestages. Stenographische Berichte, Bd. 3, S. 2321 ff.

138 Kaffeeschmuggel und Kaffeesteuer, in: Deutsche Zeitung vom 22. 2. 1950.

D-Mark zu decken bzw. mit dem Erlös aus den Kaffeeverkäufen Materialien einzukaufen, die hinter dem Eisernen Vorhang begehrt sind […]. Wie alliierte Beamte unlängst in Frankfurt bekanntgaben, arbeiten diese Banden nach den Weisungen sowjetischer Beamter."[139]

In der Presse, aber auch in den Diskussionen im Bundestag, wurde eine Beteiligung der DDR-Regierung am Kaffeeschmuggel behauptet.[140] Am konkretesten waren die Vorwürfe im „Spiegel": 66 000 Tonnen Rohkaffee seien in einem Quartal im Frühjahr 1950 im Rostocker Hafen entladen worden. Der Empfänger dieser Sendungen sei das DDR-Ministerium für Handel und Versorgung gewesen:

„Da in der Sowjetzone amtlich keine Unze Kaffee verteilt wird, sind diese Rohkaffeemengen zum Schmuggel nach Westdeutschland und in der Folge davon zur Unterhöhlung der Westmark bestimmt."[141]

Die Abteilung Deutsche-Außen-Handels-Kommission, die dem Ministerium für Handel und Versorgung unterstellt war, verteile den Kaffee in drei Großlagern, von wo er entweder direkt nach West-Berlin verschoben werde oder weiter an verschiedene Verteilstellen gehe: „In diesen Verteilstellen konnte jedermann, der über Hartwährungen, insbesondere DM-West verfügte, von der Tonne bis zum Pfund einkaufen"[142], teilte „Der Spiegel" mit. Der am Kaffeeschmuggel beteiligten DDR-Regierung wurden zwei Absichten unterstellt: Die Unterhöhlung der westdeutschen Volkswirtschaft und die Beschaffung von Devisen, die unter anderem zur Finanzierung von politischen Aktivitäten auf bundesdeutschem Gebiet benutzt würden. Der Devisen-Aspekt scheint sehr plausibel, da die DDR frei konvertierbare Valuta benötigte. Dass diese dann angeblich vor allem für politische Aktivitäten in Westdeutschland genutzt wurden, mag der Rhetorik des Kalten Krieges geschuldet gewesen sein. Quellen, die diese Berichte verifizieren, wurden im Rahmen dieser Arbeit nicht gefunden.

Im Juni 1950 setzte eine Großaktion der Volkspolizei in der DDR gegen die Berliner Zentralen des Ost-West-Schmuggels eine Zäsur. Die Schmuggler hatten versucht, den Handel auf das DDR-Gebiet auszudehnen, und waren damit in Konflikt mit der DDR-Regierung geraten.[143] Diese hatte auch zuvor schon versucht, durch das Gesetz zum Schutze des innerdeutschen Handels vom 21. April 1950 und die Errichtung des Amtes zur Kontrolle des Warenverkehrs den Schmuggel von Waren nach Westdeutschland und West-Berlin, der der DDR-Wirtschaft teilweise großen Schaden zufügte, zu unterbinden.[144]

[139] Schwarzer Kaffee, in: Rheinischer Merkur vom 29. 4. 1950.
[140] Derartige Behauptungen wurden von der KPD entschieden zurückgewiesen. Vgl. Bundestagssitzung am 12. 5. 1950, Verhandlungen des Deutschen Bundestags. Stenographische Berichte, Bd. 3, S. 2325 und 2335ff.
[141] Am Caffeehandel betheiligt. Deutschlands Schmuggler, Serie, in: Der Spiegel vom 10. 8. 1950, S. 38f.
[142] Ebd.
[143] Ebd. Vgl. dazu Kap. I.2.
[144] Vgl. Hermann Wentker: Justiz in der SBZ/DDR 1945–1953. Transformation und Rolle ihrer zentralen Institutionen, München 2001, S. 512.

Schwarze Dosen aus Amerika – der illegale Handel mit Kaffee aus Besatzungsbeständen

1951 bemerkte der Verein der am Caffeehandel betheiligten Firmen ein deutliches Nachlassen des Großschmuggels und damit verbunden einen Anstieg der eingenommenen Kaffeeverbrauchssteuer von 329 Mio. DM im Jahr 1950 auf 400 Mio. DM im Jahr 1951.[145] Der Verein führte dies auf schärfere Kontrollen, höhere Bestrafungen und auf die erfolgreiche Bekämpfung der großen Schmuggel-Zentren zurück. Gleichzeitig stellten die Kaffeehändler einen vermehrten Schwarzhandel mit amerikanischem Dosenkaffee fest, dessen Ursache sie in der Verstärkung der amerikanischen Besatzungsstreitkräfte 1951 sahen.[146] Um das genaue Ausmaß des illegalen Handels mit dem Kaffee aus amerikanischen Besatzungsbeständen zu erfassen und für die Durchsetzung seiner eigenen Interessen eine Argumentationshilfe zu liefern, führte der Verein der am Caffeehandel betheiligten Firmen 1951 eine Untersuchung durch, deren Ergebnisse in einer Denkschrift der Bundesregierung übergeben wurden.[147]

Der Kaffee-Verein beklagte das Desinteresse der deutschen Öffentlichkeit, die dazu neige, das Thema Kaffeeschmuggel und Schwarzhandel als erledigt zu betrachten. Er sah diesen Mangel unter anderem in der auf Sensationen ausgerichteten Berichterstattung der Presse begründet, die lieber vom schillernden Schmuggelgeschehen berichte als über einen Tatbestand, welcher sich juristisch mit „Verbrauchssteuerhinterziehung“ bezeichnen lasse.[148]

„Es zeigt sich nunmehr, daß insbesondere die katastrophale Lage des Kaffeehandels in der amerikanischen Besatzungszone jedenfalls nicht ausschließlich der illegalen Konkurrenz der ‚Möhlstraße‘ zuzuschreiben gewesen war“,[149] urteilte die Studie des Vereins. Die Schläge gegen den Schmuggel brächten zwar dank des deutlich steigenden Umsatzes für die Kaffeehändler eine „fühlbare Erleichterung für den legalen Handel“, es zeigten sich aber gleichzeitig auffällige Absatzschwierigkeiten in bestimmten Gebietsteilen und Orten.

Die Studie des in Hamburg ansässigen Vereins ging diesen Auffälligkeiten nach: Aus den Angaben von rund 850 Kaffeefirmen wurde eine Schwarzmarkt-Kartierung erstellt. Die Verfasser gingen von der Annahme aus, dass die Unternehmen aufgrund langjähriger Erfahrungen eine einigermaßen zuverlässige Vorstellung vom Normalverbrauch ihrer jeweiligen Kundschaft besäßen und aus der Differenz zwischen diesem Normalverbrauch und dem tatsächlichen Absatz abzuschätzen vermochten, wie viel Kaffee aus unversteuerter Quelle getrunken wurde.

Die erstellte Karte offenbarte einen deutlichen Schwerpunkt des Schwarzmarktes in der amerikanischen Besatzungszone, während der illegale Handel im fran-

[145] Geschäftsbericht des Hamburger Kaffee-Vereins [für das Jahr 1951], in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 8 vom April 1952, S. 8.
[146] Ebd.
[147] Verein der am Caffeehandel betheiligten Firmen: Der illegale Handel mit Kaffee.
[148] Ebd., S. 3 f.
[149] Ebd., S. 2. Die erwähnte Möhlstraße bildete das Zentrum des Kaffee-Schwarzhandels in München.

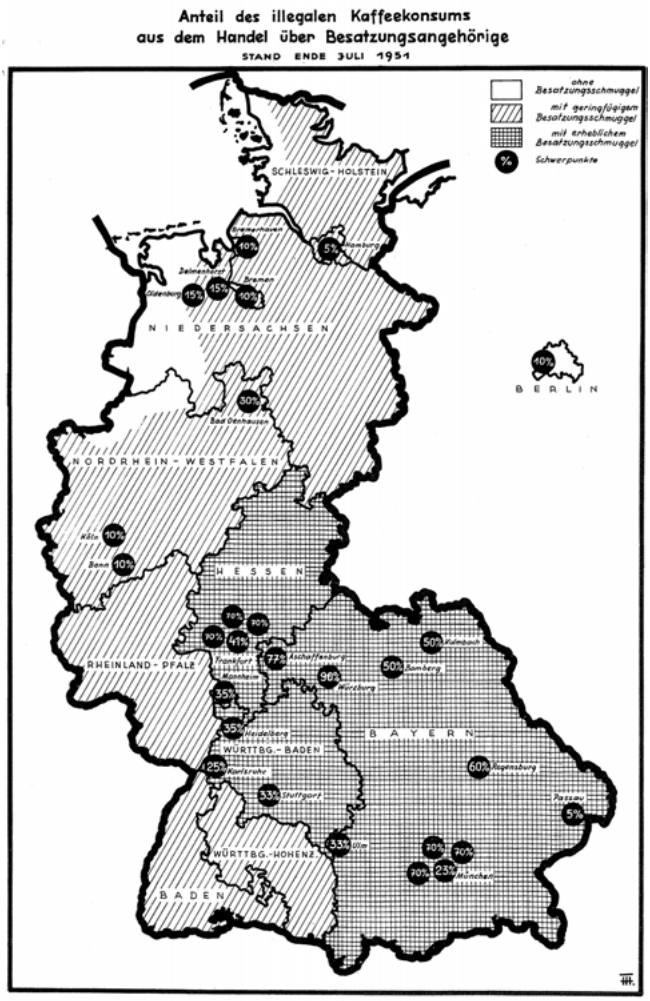


Abb. 6: Karte über den Anteil des illegalen Kaffeekonsums aus dem Handel über Besatzungsangehörige 1951

zösischen und englischen Besatzungsgebiet eine geringe Rolle spielte. Überall dort, wo US-Truppen konzentriert waren, also in Garnisons-, Verwaltungs- und auch Erholungsorten, trat auch der Schwarzhandel massiv auf. Eine statistische Auswertung von 14 Städten der amerikanischen Zone ergab einen durchschnittlichen Anteil des illegalen Kaffeekonsums von rund 56 Prozent.[150] Im Handel mit „schwarzem" Kaffee stand im Städte-Vergleich Würzburg mit 90 Prozent Umsatzanteil an der Spitze, gefolgt von Tölz, Reichenhall und Rosenheim mit 80 Prozent. Die Großstädte Frankfurt am Main, Stuttgart und München bildeten in der ge-

[150] Aus Gründen der rechnerischen Vereinfachung, aber auch mit Rücksicht auf etwaige „Panik"-Schätzungen einzelner Befragter, dürfe man diese Ziffer auf 50% reduzieren, so der Kaffee-Verein. Ebd., S. 6.

nannten Reihenfolge mit 41, 33 und 23 Prozent das Schlusslicht. Der Kaffee-Verein betonte, dass ein Rückschluss vom illegalen Handel mit Besatzungskaffee in den genannten Städten auf die gesamte amerikanische Besatzungszone kaum zulässig sei, da es neben regelrechten „Büchsenkaffee-Überschwemmungsgebieten" selbst in Bayern noch solche gebe, wo der amerikanische Kaffee gar keine oder jedenfalls eine nicht merkliche Rolle spiele.[151]

In Baden, Rheinland-Pfalz, Nordrhein-Westfalen sowie in Niedersachsen und Schleswig Holstein hatte der illegale Besatzungskaffee von wenigen Ausnahmen abgesehen kaum Bedeutung.

„[…] in Schleswig-Holstein allerdings mit einer nur gelegentlichen und daher kuriosen Abweichung: Die Kaffeeröstereien in der Umgebung des Schießplatzes Putlos an der Ostsee können an Hand ihres Absatzes fast auf den Tag genau feststellen, wann amerikanische Artillerie-Einheiten zu Schießübungen eingetroffen sind; dann nämlich geht ihr Absatz schlagartig zurück."[152]

Woher kamen diese Unmengen an Kaffee in Gebieten der amerikanischen Zone und was war das Besondere daran? Über die Truppenverpflegung hinaus wurde jedem Angehörigen der US-Armee ein Kontingent Kaffee zugeteilt. Nach Vorlage der sie dazu berechtigenden Coupons konnten die Soldaten in den sogenannten Post-Exchange-Läden, kurz PX genannt,[153] US-Kaffee für 80 Cents die Büchse kaufen – das entsprach umgerechnet 3,30 DM.[154]Die Büchse mit 453,6 Gramm – einem englischen Pfund – gemahlenem Röstkaffee war die in Amerika übliche standardisierte Form der Kaffeeabpackung und enthielt eine Mischung durchschnittlicher brasilianischer Bohnen.[155] Jeder in Deutschland stationierte amerikanische Armeeangehörige erhielt Coupons, die ihn zum Kauf von vier Büchsen mit insgesamt 1,81 Kilo Röstkaffee pro Monat berechtigten.[156] Armeeangehörige mit Familie in Deutschland konnten sogar pro Familienmitglied elf Büchsen erwerben – fast fünf Kilo.[157] Und selbst als die Rationen im Oktober 1951 gekürzt wurden, erhielt ein Angehöriger der Besatzungsmacht immer noch zwei, eine Familie pro Erwachsenen sieben Büchsen zugeteilt.[158]

Ausgehend von diesen Zahlen stellte der Kaffeeverband folgende Rechnung an: Wenn pro erwachsener Person eine Dose Kaffee als Eigenverbrauch berücksichtigt werde, ergebe sich bei rund 90 000 in Deutschland stationierten Amerikanern ohne Familie und etwa 10 000 mit Familie ein monatlicher Überschuss an Kaffee

151 Ebd., S. 7.
152 Ebd., S. 14.
153 PX-Stores wurden und werden weltweit von den im Einsatz befindlichen US-Armeen betrieben. Grundsätzlich sind die erhältlichen Waren steuerfrei. Aus diesem Grund dürfen ausschließlich Militärangehörige der US-Streitkräfte diese Verkaufseinrichtungen nutzen.
154 Schwarzer Kaffee. Auf der Spur der Schmuggler, in: Rheinischer Merkur vom 29. 4. 1950.
155 70% des Kaffees in Amerika wurden in Büchsen verkauft. Vgl.: Amerikanische Verpackungsexperten in Deutschland, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 1 vom Januar 1952, S. 10; zu Inhalt und Aufmachung der Dosen vgl. Mark Pendergrast: Kaffee. Wie eine Bohne die Welt veränderte, Bremen 2001, S. 261.
156 Verein der am Caffeehandel betheiligten Firmen: Der illegale Handel mit Kaffee, S. 7.
157 Ebd., Anhang, S. 1.
158 Ebd.

von rund 63 Tonnen Röstkaffee. Diese Menge entsprach einer Einnahme an Steuern und Zöllen von 10,9 Mio. DM im Jahr.[159]

Obwohl die Untersuchung sich durch einen hohen Kenntnis- und Faktenreichtum auszeichnete, blieben doch einige Fragen offen, so etwa, ob die Soldaten die zugeteilten Coupons tatsächlich einlösten. Auch wurde nicht erklärt, warum die Kaffeehändler nur von einer Dose Eigenverbrauch ausgingen. Eine Dose enthielt 453 Gramm Kaffee, der Pro-Kopf-Verbrauch in den USA betrug jedoch 830 Gramm. Ganz offensichtlich ging es den Hamburger Kaffeehändlern auch darum, eine dramatische Lage zu zeichnen, die einen dringenden politischen Handlungsbedarf nahelegte, zumal eine Erhöhung der Truppen in Europa angekündigt worden war.[160]

Für die Leser der Studie musste der Eindruck entstehen, dass die amerikanischen Soldaten im kaffeearmen Deutschland ohne erkennbaren Grund mit einem Berg von braunen Bohnen überhäuft würden, die sie nur durch illegale Geschäfte mit den Deutschen wieder loswerden konnten. Die Sichtweise der amerikanischen Streitkräfte blieb unberücksichtigt. Im Zweiten Weltkrieg hatte die amerikanische Regierung Kaffee als kriegswichtigen Rohstoff „von äußerster Wichtigkeit für die Aufrechterhaltung der Moral, sowohl in der Armee als auch bei der Zivilbevölkerung“ angesehen.[161] Während des Krieges importierten die USA Kaffee im Wert von vier Milliarden Dollar, was fast zehn Prozent aller Einfuhren entsprach.[162] Der Kaffee-Experte Mark Pendergrast betont:

„Für die erschöpften GIs, die direkt aus dem Frontgeschehen des Zweiten Weltkriegs kamen, gehörte Kaffee zum Allerwichtigsten – kein Wunder, dass der Pro-Kopf-Verbrauch in der unmittelbaren Nachkriegszeit einsame Spitzenwerte erreichte.“[163]

Für die Siegermacht war damit die angemessene Verpflegung ihrer Truppenangehörigen mit dem Genussmittel nicht nur eine Versorgungsfrage, sondern geradezu eine moralische Verpflichtung. Darüber hinaus dokumentierte die Fülle an schwer zugänglichen Gütern im Nachkriegsdeutschland die Überlegenheit des amerikanischen Wirtschafts- und Gesellschaftssystems, weckte aber auch Neidgefühle.

Die Menge des für den Schwarzhandel verwendeten Büchsenkaffees wurde außerdem durch illegale Manipulation verschiedenster Art vergrößert, wie z. B. durch das Fälschen von PX-Coupons. Zuweilen zweigten Verpflegungsoffiziere Teile der Truppenverpflegung direkt ab. An Markttagen veräußerten amerikanische Soldaten in kleineren Städten sogar ganze Jeep-Ladungen Büchsenkaffee vom Wagen herunter. Aus Wiesbaden wurde von einem Fall im Juli 1950 berich-

[159] Diese Rechnung berücksichtigt die Zuteilungen ab Oktober 1951. Für den Zeitraum vor dem 1. 10. 1951 wurden 163 t Röstkaffee monatlich errechnet, was einer Steuer von 28,2 Mio. DM jährlich entsprochen hätte. Vgl. ebd., Anhang, S. 1 f.

[160] „Nach Angaben des englischen Verteidigungsministers Shinwell werden bis Ende 1952 in Europa 400 000 amerikanische Soldaten stationiert sein. Man muss annehmen, dass der weitaus größte Teil dieser Männer nach Westdeutschland verlegt wird.“ Ebd., S. 8.

[161] Pendergrast: Kaffee, S. 245.

[162] Ebd., S. 255.

[163] Ebd., Abbildungsblock o. P. zwischen S. 192 und 193.

tet, wo ein amerikanischer Soldat eine Drogerie mit einem Sack voll Büchsen betreten und diese an die im Laden anwesenden Kunden verkauft hatte.[164] Zusätzlich kamen manipulierte Dosen in Umlauf, wie das „Hamburger Echo" im Juli 1950 schilderte:

„In dem als Schwarzmarktzentrum bekannten Gießener Bahnhofsviertel wurden am Mittwoch von Polizeibeamten bei einer überraschenden Kontrolle 43 000 Zigaretten, 200 Dosen Kaffee, große Mengen Kakao, Tee und Schokolade sowie zwei Leica-Photoapparate beschlagnahmt. Die Waren, die fast alle aus amerikanischem Armeebesitz stammen, sollten von DPs im Straßenhandel abgesetzt werden. Bei der Kontrolle der Kaffeebüchsen stellte sich heraus, daß sie teilweise mit bereits gebrühtem Kaffeesatz und Zichorie gefüllt, aber wieder vorschriftsmäßig gelötet waren. Der Verkauf der beschlagnahmten Waren hätte einen Ausfall an Steuern und Zöllen von etwa 20 000 DM bedeutet."[165]

Ein großer Teil des amerikanischen Kaffees wurde indes in kleinen Mengen an die Nachbarschaft, den Bekanntenkreis und an zufällige Bekanntschaften weitergegeben oder als Bezahlung für Dienstleistungen verwendet. Berichten zufolge benutzten Frauen amerikanischer Besatzungsangehöriger den Büchsenkaffee als Bezahlung für zusätzliches Dienstpersonal. Explizit genannt wurden hier außerordentliche, aber auch normale Dienstleistungen wie Gartenarbeiten, Wäschereinigung, Näh- und Flickarbeiten.[166] Die Empfänger konsumierten diesen Kaffee entweder selbst oder tauschten ihn auf dem Schwarzmarkt. Der Vorteil dieser Art von Bezahlung war offensichtlich: Im Akt des Weitergebens fand eine enorme Wertsteigerung statt. Die Amerikanerin hatte das Genussmittel für umgerechnet 7,30 DM pro Kilo erworben, für die Dienstboten lag der Preis für den auf üblichem Weg gekauften Kaffee bei fast 30 DM pro Kilo. Zusätzlich sprach für diese Tauschgeschäfte aus der Sicht der Akteure, dass sie damit Arbeitsverhältnisse vertuschen sowie Lohnsteuer und soziale Abgaben einsparen konnten. Auf der emotionalen Ebene rückte die Tatsache der Gesetzeswidrigkeit in den Hintergrund, wenn die Bezahlung in Gütern statt in Valuta erfolgte. Zudem durfte man in der engen Beziehung zwischen Hausfrau und Personal erwarten, dass Polizei und Zollbehörden keine Anhaltspunkte fanden bzw. diese nicht einmal suchten. Tatsächlich wäre der als exterritorial angesehene Kaffee in dem Moment steuer- und zollpflichtig geworden, wo er in das Eigentum eines Inländers überging. Der neue Eigentümer wäre juristisch gesehen verpflichtet gewesen, die Ware sofort beim nächsten Zollamt anzugeben.

Über Dienstleistungen hinaus wurden auch amouröse Beziehungen aller Art von der Liebesbeziehung bis zur offenen Prostitution in Kaffee „entlohnt", wobei die Grenze zwischen Geschenk und Bezahlung diffus blieb.[167] Die beschenkten Frauen waren in der Lage, ebenfalls noch gute Gewinne zu erzielen, wenn sie den

[164] Verein der am Caffeehandel betheiligten Firmen: Der illegale Handel mit Kaffee, S. 9.
[165] Kaffeesatz in Büchsen, in: Hamburger Echo vom 13. 7. 1950.
[166] Ebd., S. 12. Vgl. auch Maria Höhn: GIs and Fräuleins. The German-American Encounter in 1950s West Germany, Chapel Hill, NC 2002, S. 44.
[167] Zum Thema Liebesbeziehungen mit amerikanischen Soldaten: Annette Brauerhoch: „Fräuleins" und GIs. Geschichte und Filmgeschichte, Frankfurt a. M. 2006; Höhn: GIs and Fräuleins; Johannes Kleinschmidt: „Do not fraternize". Die schwierigen Anfänge deutsch-amerikanischer Freundschaft 1944–1949, Trier 1997.

Kaffee weiter veräußerten: Geschäftstüchtige Weiterverkäuferinnen – wie auch berufsmäßige Zwischenhändler – verkauften die Büchse zu einem Preis zwischen neun und elf DM. Damit lagen sie noch etwa fünf DM unter dem legalen Kaffeehandel.[168] Die amerikanischen Soldaten selbst boten die Dose normalerweise zu einem Preis, der zwischen sechs bis acht DM lag, an.[169]

Darüber hinaus war es bei den Armeeangehörigen gebräuchlich, Artikel des gehobenen Bedarfs, wie etwa Schmuck oder Fotoapparate, mittels Büchsenkaffee oder Zigaretten einzukaufen. Im Umkehrschluss war es bei der deutschen Bevölkerung üblich, für Wertgegenstände amerikanischen Kaffee als Bezahlung zu akzeptieren. Die beschriebenen sozialen Praktiken rücken damit den Kaffee aus Besatzungsbeständen in die Nähe einer eigenständigen Währung.

Obwohl amerikanischer Kaffee in großen Mengen getrunken wurde, setzte sich dieser in Deutschland nicht durch. Die deutsche Bevölkerung hatte offenbar einen spezifischen Kaffee-Geschmack. Sie akzeptierte den amerikanischen Kaffee zwar in Notzeiten, goutierte aber weder die Geschmacksrichtung noch die Verpackungsform der Büchse, sondern orientierte sich an der traditionell in Deutschland üblichen Aufbereitung und Mischung der Bohnen. Dies ist umso erstaunlicher, wenn man die Attraktivität anderer amerikanischer Erzeugnisse im Nachkriegsdeutschland betrachtet.[170] Der massenhafte Konsum amerikanischen Büchsenkaffees fand – wie die anderen Formen des Kaffee-Schleichhandels – sein Ende mit der Kaffeesteuerreform von 1953.

Die Konsumenten und der schwarze Markt

Zu einem funktionierenden Schwarzmarkt gehörte neben einer erfolgreichen Zulieferung auch eine Bevölkerung, die diese Ware zu kaufen bereit war. Dazu bedurfte es auf Seiten der Konsumenten einer persönlichen Moralvorstellung, die die illegale Handlung legitimierte. Für die Zeit zwischen Währungsreform und Steuersenkung war diese Legitimation in der bundesdeutschen Gesellschaft in Bezug auf den Erwerb und Genuss von „schwarzem" Kaffee massenhaft vorhanden.

1950 wurde die Hälfte des Kaffees „schwarz" getrunken. Statistisch gesehen füllte somit durchschnittlich entweder jeder deutsche Kaffeetrinker jede zweite Tasse mit „schwarz" erworbenem Kaffee oder unter den Konsumenten trank jeweils einer „legalen" und der nächste nur „illegalen" Kaffee.

Weder das eine noch das andere Szenario dürfte die Wirklichkeit genau abbilden – auch wenn man annehmen darf, dass zahlreiche Menschen tatsächlich aus-

168 Verein der am Caffeehandel betheiligten Firmen: Der illegale Handel mit Kaffee, S. 12.
169 Ebd.
170 Zum Beispiel Kaugummi und Zigaretten oder aber der unvergleichliche Siegeszug der Coca-Cola Company in der Bundesrepublik Deutschland. Vgl. Andersen: Der Traum vom guten Leben, S. 46ff.; Rainer Gries/Volker Ilgen/Dirk Schindelbeck: „Ins Gehirn der Masse kriechen!" Werbung und Mentalitätsgeschichte, Darmstadt 1995, S. 94ff. Zur Orientierung an den USA und zum Stellenwert der „Amerikanisierung" vgl. das gleichnamige Kapitel in: Axel Schildt: Moderne Zeiten. Freizeit, Massenmedien und „Zeitgeist" in der Bundesrepublik der 50er Jahre, Hamburg 1995, S. 398–423.

Hamburg, 12. August (AP). *Frau Amalie Ehrenwert wurde in eine Irrenanstalt eingeliefert. Sie hatte es abgelehnt, unversteuerten schwarzen Kaffee billig zu erwerben. Statt dessen kaufte sie nur zu Normalpreisen. Professor Bürger-Prinz stellte nach gründlicher Untersuchung die Diagnose auf pathologische Verschwendungssucht*

Abb. 7: Witzseite: hoffen wir das beste – liebe leser; Stern, Nr. 53 vom 31. 12. 1950

schließlich „schwarz" gehandelten Kaffee konsumierten, ist doch davon auszugehen, dass auch zahlreiche Kaffeetrinker die braunen Bohnen nur über den offiziellen Handel bezogen. Trotzdem hilft dieses statistische Gedankenbild, sich die gewaltige Menge, die verbotenerweise getrunken wurde, und die gesellschaftliche Bedeutung, die damit verbunden war, vorzustellen. Der Konsum von „schwarzem" Kaffee war immerhin ein strafwürdiges Delikt, das in einer Zeit begangen wurde, als die Währungsreform mit ihren Chancen und Versprechungen aus den vielen Schwarzhändlern längst wieder gesetzestreue Bürger gemacht hatte. Warum scheuten die Menschen die Illegalität nicht? Beim Versuch einer Rekonstruktion dieser Gründe lohnt ein genauer Blick auf mögliche Kaufmotive: Preis, Qualität, Erreichbarkeit und Legitimation.

Wie bereits gezeigt, konnten die Käufer das Genussmittel in der Regel deutlich unter dem Ladenpreis erwerben. Der vergleichsweise niedrige Preis war sicherlich in hohem Maße für den gewaltigen Umfang des Schleichhandels verantwortlich. Der schwarz gehandelte Kaffee war aber nicht immer der billigere. In der Vorweihnachtszeit 1948 lagen die Preise des Schwarzhandels weit über denen des le-

galen Einzelhandels: Angesichts der trotz großer Nachfrage geringen Kaffee-Einfuhren sei es bezeichnend, „dass heute die Notierungen des Schwarzen Marktes über den offiziellen Preisen liegen“,[171] meldete die „Internationale Zeitschrift für Lebensmittel und Lebensmitteltechnologie – Gordian“ und klagte, dass die Schwarzhändler für das Pfund Kaffee mit 22 bis 28 DM einen Preis verlangen könnten, der acht bis 14 DM über dem Einzelhandel liege.[172]

Die Qualität des Kaffees war für den Kauf auf dem Schwarzmarkt selten ausschlaggebend: Der „schwarze“ Kaffee war keineswegs immer der bessere, wie indes Ursula Becker in ihrer Untersuchung des hanseatischen Kaffeehandels behauptet, die damit den zeitweise zwar berechtigten, jedoch stark übertriebenen Klagen der Kaffeehändler aufsitzt.[173] Im Gegenteil: Angesichts des extrem hohen Steueranteiles am frei erhältlichen Kaffee war der finanzielle Unterschied von schlechten und guten Bohnen im Endpreis so gering, dass die Nachfrage von Kaffeehändlern und Kaffeekonsumenten nach höherwertigem Kaffee sehr groß war, „denn bei den überhöhten Preisen soll wenigstens der Kundschaft eine Qualitätsware geboten werden, die aus dunklen Kanälen nicht bezogen werden kann“.[174] Angesichts der für alle Kaffeesorten annähernd gleich hohen Preise bevorzugten die Konsumenten eine gute Qualität beim Einkauf im Einzelhandel. Minderwertige Kaffees lägen dort „wie Blei“, notierte die Zeitschrift „Kaffee und Tee“ im März 1953.[175] Auf der anderen Seite konnten die deutschen Kaffeehändler aufgrund der vom deutschen Staat festgelegten hohen Importkontingente an brasilianischen Bohnen nicht immer die Qualität anbieten, die von den Konsumenten erwünscht war. Die Qualität des Kaffees aus dem Schleichhandel unterschied sich je nach Herkunft und Zugänglichkeit. Verlässliche Aussagen lassen sich vor allem über abgepackte Kaffees machen, wie den amerikanischen Dosenkaffees oder dem belgischen Bohnenkaffee: Der Kaffee aus den US-Büchsen entsprach – obwohl er von den Deutschen massenweise konsumiert wurde – nicht dem deutschen Geschmack. Die Qualität der Mischung, bei der brasilianische Bohnen überwogen, genügte nicht den Ansprüchen, die deutsche Kaffeetrinker stellten. Der belgische Kaffee mit seinen beliebtesten (Schmuggel-)Sorten Mokaturc und Chat noir war von durchschnittlicher Qualität. Der große Vorteil lag hier vor allem im günstigen Preis. Folglich war der illegale Kaffee also nicht immer dem legalen Kaffee überlegen, wie die Kaffeehändler mit dem Kalkül auf eine Verschiebung der Einfuhrquoten klagten. Die Qualität der besteuerten Kaffees war sogar oftmals besser. Handel wie Schwarzhandel boten verschiedene Qualitäten an, je nach Herkunft und Erreichbarkeit.

[171] Gespannte Kaffeemärkte, in: Gordian. Internationale Zeitschrift für Lebensmittel und Lebensmitteltechnologie, Nr. 1152 vom 25. 11. 1948, S. 22.
[172] Vgl. Feste Weltkaffeemärkte, in: Ebd., Nr. 1154 vom 25. 12. 1948, S. 25.
[173] Vgl. Becker: Kaffee-Konzentration, S. 317. Diese Aussage wurde auch von Smotlacha in seinem Aufsatz über Aspekte der Geschichte des Kaffeeschmuggels übernommen. Smotlacha: Grenzen, Blockaden und ihre Überwindung, S. 42.
[174] Schwächere Welt-Kaffee-Märkte, in: Gordian: Kaffee und Tee. Ernte – Handel – Verbrauch, Nr. 1184 vom 25. 3. 1950, S. 60. Allerdings schwankten die Möglichkeiten der Röster und Händler, durch die reglementierten Importe auf die Nachfrage reagieren zu können.
[175] Vgl. ebd.

„Der Kaffeetrinker fragt wenig danach, ob der Kaffee, den er trinkt, legal oder illegal ist. Für ihn gibt letzten Endes der Preis den Ausschlag."[176]

Die Beurteilung des „Rheinischen Merkur" von 1950 traf, wie oben gezeigt wurde, auf die Situation der ersten Zeit nach der Währungsreform, als das Kaffeeangebot äußerst knapp war, nicht unbedingt zu. Spätestens ab 1950 charakterisierte sie die Situation aber richtig. Die Kampagnen von Staat und Kaffeehändlern, die die Bevölkerung vom illegalen Kauf abhalten sollten, waren ins Leere gelaufen. Der Abgeordnete Ewers fasste die Situation 1952 im Bundestag zusammen:

„Die Moral ist dermaßen gesunken, daß sich ja keiner mehr schämt, geschmuggelte Zigarren, Zigaretten, Tee und Kaffee zu kaufen."[177]

Die Konsumenten legitimierten ihr Verhalten als „Abwehr der Steuererpressung"[178] und schoben damit dem Staat den „Schwarzen Peter" zu. Die Bevölkerung akzeptierte die staatliche Einschränkung ihrer Ernährungsgewohnheiten nicht mehr in einer Zeit, in der sich das restliche Leben zu normalisieren schien. In der Öffentlichkeit wurde die Senkung der Steuer immer wieder gefordert. Dass der Finanzminister die Steuer lediglich damit verteidigte, dass der Staatshaushalt auf die Einnahmen angewiesen sei, war in den Augen der Bevölkerung keine ausreichende Begründung.[179]

Seit der Gründung der Bundesrepublik bis zum Januar 1953 hatten Bundestag und Bundesrat das Thema Kaffeesteuer im Plenum wie in den Ausschüssen insgesamt 17-mal diskutiert. Der Bundesfinanzminister, der die Steuer vehement verteidigte,[180] musste im Juli 1953 schließlich nachgeben, als erst der Bundestag und Ende des Monats auch der Bundesrat beschlossen, die Kaffee-Verbrauchssteuer zum 24. August 1953 von 13 auf vier DM für das Kilo Röstkaffee und für Rohkaffee von zehn auf drei DM zu senken.[181] Die Prognosen der Presse und der Kaffeehändler bestätigten sich: Die radikale Steuersenkung brachte den schwarzen Markt zum Erliegen – allerdings mit einer Ausnahme: In West-Berlin war zur Abwehr des Schmuggels eine „Banderolenpflicht" eingeführt worden, um den legalen Kaffee zu kennzeichnen, dessen Verkaufspreis sich durch diese Maßnahme aber verteuerte, weil er abgepackt und mit einer Bauchbinde versehen werden musste. So lag der Preis für Kaffee in West-Berlin um eine Mark pro Kilo höher als in der Bundesrepublik und übte dadurch einen besonderen Anreiz für Schmuggler aus. „Wir haben Insel genug – Schluß mit der Kaffee-

[176] Ebd. Um diese Einschätzung noch zu unterstreichen, zitiert der „Rheinische Merkur" eine Umfrage, nach der 60% der Befragten mehr Kaffee trinken würden, wenn sie es sich leisten könnten.

[177] Rede des Abgeordneten Ewers (DP) vom 1. 10. 1952, in: Verhandlungen des Deutschen Bundestages. Stenographische Berichte, Bd. 13, S. 10593.

[178] Vgl. Leserbrief, in: Der Spiegel vom 10. 8. 1950, S. 39.

[179] Vgl. Heute Endkampf um die Kaffeesteuer. Senkung bereits im August?, in: Hamburger Abendblatt vom 3. 7. 1953.

[180] Der Bundesfinanzminister hatte in diesem Zusammenhang sogar mit seinem Rücktritt gedroht. Vgl. ebd.

[181] Vgl. Kaffeesteuer von DM 3,– genehmigt, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft III/15 vom August 1953, S. 17.

Insel!“[182], formulierte der „Tagesspiegel“ im März 1954 den Wunsch der West-Berliner Bevölkerung. Dieser Forderung fehlte es zunächst an Durchschlagskraft – die Banderolenpflicht wurde erst 1959 abgeschafft.

Luxusgetränk und Alltag – die Entwicklung des Kaffeemarktes 1953–1959

Die Steuersenkung 1953 brachte den Kaffeehändlern den erhofften Erfolg: Noch 1953 trat eine Verkaufssteigerung um 36 Prozent ein, und der „legale“ Pro-Kopf-Verbrauch stieg in den folgenden Jahren kontinuierlich an. Die einsetzende Konsumausweitung übertraf die Erwartungen der meisten Kaffeehändler und -Röster.[183] Auch im Hinblick auf den Schwarzmarkt mussten sie sich keine Sorgen mehr machen. Vor allem in den ehemaligen Schmuggelgebieten verzeichneten die Händler ob der nun ausbleibenden illegalen Waren extreme Zuwachsraten.[184] Die lange Zeit der hohen Steuer hatte allerdings im Bewusstsein der Konsumenten Spuren hinterlassen. Als sich 1954 der Kaffee verteuerte, weil Ernteausfälle in Brasilien die Weltmarktpreise nach oben trieben,[185] reagierten viele Konsumenten mit Misstrauen gegenüber den Kaffeehändlern und der Regierung. In einer Befragung äußerten 15 Prozent auf die Frage nach dem Grund für die hohen Preise die Meinung, dass dies wohl Maßnahmen des Kaffeehandels seien, der dadurch seine Gewinne vergrößern wolle. 25 Prozent dagegen glaubten an eine Manipulation der Bundesregierung, um die Steuersenkung wieder rückgängig zu machen.[186] Die Zeitschrift „Kaffee- und Tee-Markt“ hielt kritisch fest:

„Bemerkenswerterweise wurde diese Haltung sehr oft bei solchen Befragten angetroffen, die an sich über die wirklichen Hintergründe unterrichtet waren; doch man glaubte sie einfach nicht.“[187]

Trotz der Preisschwankungen ging die Verbrauchsentwicklung stetig nach oben. 1955 stellten die Kaffeehändler fest, dass der Verbrauch gegenüber 1954 um 18 Prozent gestiegen sei. Dieser Prozess ging aber kaum zu Lasten des Ersatzkaffeekonsums, der in der gleichen Zeit nur um zwei Prozent absank. Die westdeutsche Bevölkerung trank also insgesamt mehr Bohnenkaffee bei einem immer noch sehr hohen Konsum von Ersatzkaffee.[188]

1958 wurde schließlich die Marke erreicht, die stets als der wieder zu erreichende Referenzpunkt in den statistischen Auswertungen wie auch den Veröffentli-

[182] Kleiner Tagesspiegel, in: Der Tagesspiegel vom 14. 3. 1954.
[183] Der Kontakt, 3/1958, Historisches Archiv Mondelez International.
[184] Jahresbericht 1953, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 14 vom Juli 1954, S. 18f.
[185] Nach Beendigung des Krieges trat auf dem Weltmarkt ein deutlicher Verbrauchsanstieg für Kaffee ein, der in erster Linie auf eine Steigerung der Kaufkraft in den Ländern der westlichen Welt zurückzuführen war, so dass 1954 der Weltverbrauch an Kaffee größer war als die Welternte. In dieser angespannten Situation wirkten sich die Frostschäden in Brasilien sehr stark aus. Vgl. Kaffee-und Tee-Markt, Heft 5 vom März 1954, S. 18f.
[186] Welche Marktveränderungen sind durch die neuen Kaffeepreise zu erwarten?, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 5 vom März 1954, S. 4.
[187] Ebd.
[188] Jahresbericht 1955, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 11 vom 2. 6. 1956, S. 22f.

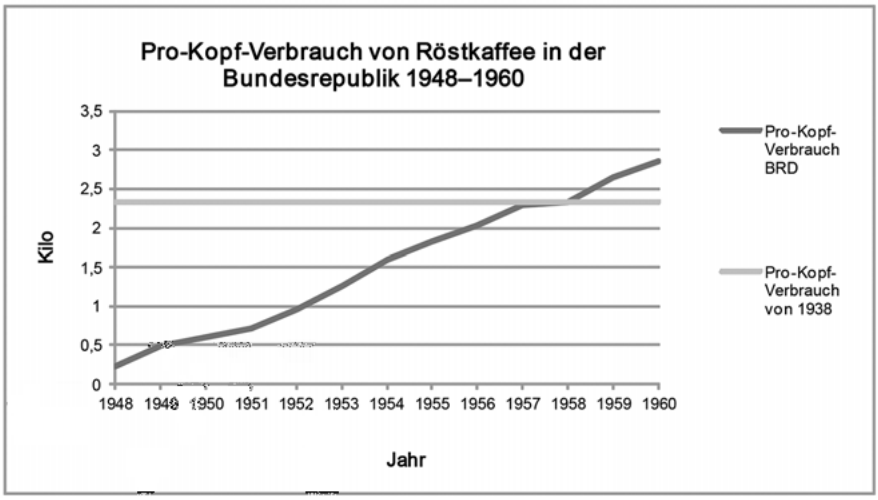


Abb. 8: Statistik nach Zahlenangaben des Statistischen Bundesamtes, des Deutschen Kaffeeverbandes und verschiedener Marktforschungsuntersuchungen

chungen zum Kaffeekonsum gegolten hatte: der Stand von 1938 mit 2,33 Kilo Röstkaffee pro Kopf im Jahr. Er galt als Gradmesser dafür, inwieweit nach dem Krieg wieder eine Normalisierung der Lebensverhältnisse eingetreten war. Der Genuss von echtem Bohnenkaffee wurde wieder als etwas Normales empfunden, wie die „Frankfurter Neue Presse" im Vorgriff auf die Zukunft formulierte:

„Eigenartig: Man trinkt jeden Tag Kaffee und denkt sich nichts dabei, weil es zu den Selbstverständlichkeiten gehört, aber wenn man einmal nachdenkt, wie viele schöne Stunden, die festlich waren, man vor den dünnen Schälchen verbracht hat, fällt einem vieles ein […]. Erinnern Sie sich noch des ‚Muckefucks'? Sie lachen. Ja, das ist erst zehn Jahre her. Was haben sie uns nicht alles unter der Bezeichnung ‚Kaffee' serviert! Eicheln und Rüben, unerfindliche Chemikalien; wir schütteten es gottergeben hinab und dachten: Na ja, einmal kommt die Zeit, da wird es auch wieder anständigen Kaffee geben. Seien wir froh, daß diese Zeit wirklich gekommen ist."[189]

Offensichtlich war diese Zeit für den Redakteur der „Frankfurter Neuen Presse" bereits angebrochen. Die Mehrheit der Bevölkerung musste noch ein paar Jahre warten, bis sie mit derselben Selbstverständlichkeit über eine Tasse Bohnenkaffee sinnieren konnte – schließlich war Kaffee auch vor dem Zweiten Weltkrieg in Deutschland kein Alltagsgetränk gewesen. Trotzdem veränderten sich mit Erreichung des Vorkriegsverbrauchs auch die Kaffee-Gewohnheiten: Das Genussmittel blieb zwar immer noch ein Luxusgut, aber diesen Luxus gönnten sich viele Menschen mit größerer Selbstverständlichkeit. Die Wende um 1958 markierte im Kaffeekonsum das Ende der Not der Nachkriegszeit und korrelierte so mit der allgemeinen Konsumentwicklung. Michael Wildt weist in seiner Untersuchung über den privaten Konsum in Westdeutschland darauf hin, dass sich 1957 die Relation

[189] Köstliche Stunde bei einer Tasse Kaffee, in: Frankfurter Neue Presse vom 16. 2. 1957.

vom „starren" zum „elastischen" Bedarf umkehrte, d. h., die bundesdeutschen Haushalte gaben erstmals mit 49,8 Prozent weniger als die Hälfte ihres Haushaltsbudgets für die reine und unumgängliche Lebenshaltung aus, wohingegen der disponible Teil zunehmend an Gewicht gewann.[190] Eine Weichenstellung hin zu einer veränderten Konsum- und Wohlstandshaltung wurde erkennbar:

„Kam es in den frühen 50er Jahren […] vor allem darauf an, mit einem hohen Anteil der Nahrungsmittel an den Lebenshaltungskosten den Grundbedarf der Familien zu decken, und all das an Hausrat und Kleidung, was durch den Krieg beschädigt worden oder verloren gegangen war, zu ersetzen, wurde es mit den steigenden Einkommen seit Ende der 50er Jahre möglich, über diesen Grundbedarf hinaus jetzt neue, zusätzliche Konsumartikel zu kaufen, d. h. sich ein Stück Wohlstand zu leisten. Der Blick der Konsumenten richtete sich, um eine Formulierung Ernest Zahns aufzugreifen, nicht mehr auf ‚Entbehrtes, sondern auf Begehrtes'."[191]

Stefanie Abke sah in der Auflösung des Jota-Ersatzkaffee-Werkes von Jacobs in Steyerberg 1957 nicht nur einen Einschnitt in der Firmengeschichte, sondern auch im Konsumverhalten der Westdeutschen:[192] „Die Zeiten des Mangels", so ihr Fazit, „der Provisorien und der ‚Ersatzstoffe' ging langsam zu Ende. Bohnenkaffee als Synonym für Wohlstand und Luxus wurde langsam zu einem immer größeren Bestandteil des Alltags."[193] Ersatzkaffee verschwand 1957/58 indes keineswegs aus dem Leben der Westdeutschen. Im Jahr 1957 gaben von allen Befragten einer Studie 56 Prozent an, dass sie zu keiner Tageszeit reinen Bohnenkaffee tränken.[194] Morgens und abends konsumierten immer noch wesentlich mehr Personen Ersatzkaffee als Bohnenkaffee.[195] Für den Genuss am Nachmittag hatte sich das Verhältnis allerdings schon umgekehrt: Während 23 Prozent noch mit Surrogaten oder einem Mix Vorlieb nahmen, genossen 25 Prozent der Befragten reinen Bohnenkaffee.

Konsumentenwünsche und der deutsche Geschmack

Die Vorstellungen der westdeutschen Bevölkerung waren deutlich geprägt von dem Bewusstsein, dass Kaffee nicht gleich Kaffee war. Obwohl in der Bundesrepu-

[190] Michael Wildt: Privater Konsum in Westdeutschland in den fünfziger Jahren, in: Schildt/Sywottek (Hg.): Modernisierung im Wiederaufbau, S. 280. Wildt räumt ein, dass das Wirtschaftswissenschaftliche Institut des Deutschen Gewerkschaftsbundes (WWI) andere Zahlen ermittelte und die Ausgaben für den „starren Bedarf" noch bis 1960 mit 54% angab.

[191] Ebd., S. 282. Wildt zitiert hier Ernest Zahn: Soziologie der Prosperität, Köln/Bonn 1960, S. 22.

[192] Stephanie Abke: „Als Großmutter den Kaffee noch selber kochte …", in: Klaus Berthold (Hg.): Von der braunen Kaffeebohne zum Verwöhn-Aroma. Die Designgeschichte der Marke Jacobs, Bremen 1998, S. 46–55, hier S. 48; Abke: Die Werbung der Firma Jacobs, S. 46.

[193] Abke: Großmutter, S. 48.

[194] Institut für Verbrauchsforschung Emnid K. G.: Kaffeekonsum und Konsumentengewohnheiten. 16. Erhebung, Juni/Juli 1957, S. 16, Historisches Archiv Mondelez International, Archiv HAG.

[195] Es tranken 39% morgens und 15% abends Ersatzkaffee, 30% gönnten sich morgens und 8% abends Bohnenkaffee. Vgl. ebd., S. 2.

blik weniger Kaffee konsumiert wurde als in vergleichbaren Ländern, stellten die Konsumenten sogar in den Zeiten extremer Knappheit und höchster Preise sehr hohe Ansprüche.[196] Die Fachzeitschrift „Gordian" meinte, dass die Not den Verbraucher „wählerischer" gemacht habe:

„[Er] fragt viel mehr als früher nach Herkunft und Mischung. Er übt auch das Auge zur Prüfung der Qualität und mag sich nicht mehr damit abfinden, daß gewisse Typenbezeichnungen bereits für die Beurteilung der Qualität genügen sollen."[197]

Die deutschen Konsumenten hatten auch hinsichtlich der Provenienzen sehr klare Vorstellungen. Zu Beginn der 1950er Jahre – unter den Bedingungen der Kontingentierung – dominierte zwar Brasilien als Herkunftsland, aber die hochwertigeren Kaffees aus Kolumbien, Guatemala und anderen zentralamerikanischen Ländern waren bei den Konsumenten deutlich beliebter.

Eine simulierte Kaufsituation aus einem Fachblatt des Lebensmitteleinzelhandels, die als Anleitung für Verkäufer formuliert war, lässt Rückschlüsse in Bezug auf Kaufgewohnheiten und Vorlieben zu:

Kurzgeschichte des Alltags

Frau Klug, eine alte Stammkundin, betritt den Laden. Sie möchte für ihr Kaffeekränzchen den erforderlichen Bohnenkaffee einkaufen. Es entwickelt sich, mit Herrn Flink, dem liebenswürdigen Verkäufer, folgendes nette Frage- und Antwortspiel:

Fr. K.: „Warum sind die Kaffeepreise eigentlich so sehr unterschiedlich?"

Fl.: „Bitte, Frau Klug, darf ich Ihnen unsere drei Sorten zeigen? Es sind noch weitere Sorten im Handel. Schon äußerlich lassen sich Qualitätsunterschiede feststellen."

Fr. K.: „Sie haben recht, diese Sorte zeigt sehr viele unansehnliche Bohnen, dieser Kaffee scheint mir sehr unrein zu sein?"

Fl.: „Es ist ein ‚Rio 7', geschmacklich kein guter Kaffee, wir verwenden ihn eigentlich nur zur Herstellung von Mischkaffees."
[…]

Fr. K.: „Dort haben Sie einen ungerösteten Kaffee liegen, er sieht so blaßgrau aus, die Bohnen sind größer und ansehnlicher?"

Fl.: „Sie meinen sicher den Santoskaffee, Frau Klug. Er ist weich und milde im Geschmack, zum Unterschied des Rio-Kaffees, der fast einen bitteren, wir sagen harten Geschmack hat. Es ist ein Kaffee mittlerer Preislage."

Fr. K.: „Mein Mann sagt mir immer, ich soll sehen, daß ich Costa-Rica-Kaffee bekomme."

Fl.: „Ihr Herr Gemahl ist ein Feinschmecker. Leider müssen wir in Deutschland auf die hochwertigen Kaffees vorläufig noch verzichten. Hamburg, als wichtiger Kaffeeinfuhrhafen, stellte schon vor dem Kriege die gewiegten Fachleute zur Veredelung des Rohkaffees. Aber bitte, hier habe ich etwas Gutes für Sie."

[196] Das Hinterherhinken gegenüber den anderen Ländern auch nach der Steuersenkung von 1953 erklärten die Kaffeehändler mit einer immer noch zu hohen Steuerbelastung. Vgl. Aus dem Bericht der Handelskammer Bremen über das Jahr 1956, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 3 vom 2. 2. 1957, S. 20.

[197] Welche Kaffeesorten werden in Deutschland getrunken?, in: Gordian: Kaffee und Tee. Ernte – Handel – Verbrauch, Nr. 1199 vom 10. 11. 1950, S. 175.

Fr. K.: „Fein sieht dieser Kaffee aus, aus welchem Land beziehen wir diese Qualität?"

Fl.: „Seine Heimat ist Columbien, das zweitgrößte Kaffee-Erzeugerland. Ein milder, weicher Kaffee mit sehr feinem Aroma. Leider auch entsprechend höher im Preis."

Fr. K.: „Der Preis, den Sie mir nennen, erscheint mir aber zu hoch, ich glaube, bei Ihrem Nachbarn einen niedrigeren gesehen zu haben?"

Fl.: „Wenn Sie die Preise vergleichen, achten Sie doch bitte darauf, ob dort nicht Columbia-M i s c h u n g angeboten wird."

Fr. K.: „Ja, so stand es auf dem Preisschild."

Fl.: „Dann handelt es sich meistens um einen Columbia, der mit einem preisgünstigen Santoskaffee verschnitten wurde."

Fr. K: „Herzlichen Dank für Ihre Aufklärungen. Geben Sie mir doch bitte 250 g Columbia, fein gemahlen. Meinen Kaffeeschwestern werde ich einen netten Vortrag über unseren geliebten Bohnenkaffee halten."

Damit endet das interessante Frage- und Antwortspiel.

Eine zufriedene Kundin zog hochbeglückt mit ihrem Päckchen Kaffee ab. Und ein Verkäufer war stolz darauf, keine Antwort schuldig geblieben zu sein.[198]

Frau Klug war nun offensichtlich nicht nur klug, sondern auch einigermaßen wohlhabend, da sie 1950 250 Gramm eines teuren Kaffees für ihr Damenkränzchen einkaufen konnte. Trotzdem spiegelte dieses fingierte Kaufgespräch die wesentlichen Punkte des Kaffeekaufs wider: Kaffee wurde – wie auch vor dem Krieg – in der Regel lose verkauft. Abgepackter Kaffee, wie er beispielsweise in den angloamerikanischen Ländern üblich war,[199] führte zu Beginn des Jahrzehnts in den Ladenregalen noch ein Schattendasein. Die Konsumenten kauften mit dem Auge. Im Gespräch von Frau Klug mit Herrn Flink wurde unterstellt, die Hausfrau könne aufgrund der optischen Eigenschaften oder am Geschmack der rohen Bohnen einen guten Kaffee erkennen. Beides war in der Realität nicht der Fall – große Kaffeebohnen sind nicht unbedingt qualitativ besser –, entsprach aber dem damaligen Kaufverhalten. Wie eine Untersuchung 1954 zeigte, orientierten sich vor allem die unteren Schichten an der Bohnengröße.[200]

1952 entfielen 20 Prozent des Gesamtumsatzes von Röstkaffee auf abgepackten Kaffee, während 80 Prozent lose verkauft wurden.[201] Diesem Kaufverhalten trug

[198] Kurzgeschichte des Alltags, in: Der Lebensmittel-Jungkaufmann, Monatsbeilage, in: Der Lebensmittelkaufmann vom 13. 3. 1950.

[199] In den USA verkauften die Brüder John und Charles Arbuckle bereits 1860 vorgerösteten Kaffee in Ein-Pfund-Paketen. 1915 verwendeten bereits 86% der nordamerikanischen Kaffeetrinker abgepackten Kaffee. Vgl. Pendergrast: Kaffee, S. 70 u. 134f.

[200] Eine Umfrage ergab in diesem Einkaufsverhalten Unterschiede nach sozialer Schichtung: Die Bohnengröße sei beim Einkauf überwiegend für die Gruppe der Arbeiter und Angestellten wichtig, dann auch für Rentner, Pensionäre, Arbeitslose und unständig Beschäftigte, während der gehobene Mittelstand dafür nur eine relativ geringe Neigung zeige. Vgl. Kaffeebohnengröße – ein Qualitätsmerkmal?, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 10 vom Mai 1954, S. 11. Vgl. auch: Es wird zu viel Kaffee „mit den Augen" gekauft, in: Bochumer Rundschau vom 11. 6. 1953.

[201] Protest gegen die Banderole, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft II/11 vom Juni 1952, S. 3.

auch das Sortimentsangebot des Großrösters- und -händlers Jacobs Rechnung. Die Firma hatte zwar bereits mit ihren Marken Grün, Blau, Braun und Rot ein Sortiment geschaffen, das den Anforderungen von Markenartikeln entsprach, aber die Palette der losen Ware, die gleichzeitig angeboten wurde, war ungemein vielfältiger. Die Konsumenten konnten Jacobs Kaffee in verschiedenen Mischungen erwerben, nämlich als Edel-Mischung, Edelperl, Maragogype-Mischung, Guatemala-Costarica-Columbia, Bremer-Mischung, Spezial-Mischung, Haushalts-Mischung, Konsum-Mischung und Sonder-Mischung.[202] Die Edelperl-, und Maragogype-Kaffees wandten sich dabei ganz eindeutig an eine Zielgruppe, die nach Augenschein kaufte, da sich diese Kaffees in erster Linie durch besonders gleichmäßige runde Kaffeeperlen (Perl) oder durch besonders große Kaffeebohnen (Maragogype) auszeichneten, ohne sich im Geschmack von anderen Sorten eindeutig abzusetzen. Die Guatemala-Costarica-Columbia-Mischung und die Edel-Mischung deckten das Hochqualitäts-Segment ab, während Haushalts-, Konsum- oder Sonder-Mischungen vor allem durch günstige Preise Käufer gewinnen wollten. Die Firma Jacobs verkaufte bis zum Jahr 1964 Kaffee als lose Ware.[203]

Wie im Verkaufsgespräch mit der fiktiven Frau Klug spielten auch bei den realen Konsumenten die Herkunftsländer eine erhebliche Rolle, was auch Bundesfinanzminister Fritz Schäffer bestätigte:

„Wer um den gleichen Preis den Costa-Rica-Kaffee verschmäht und Brasil-Kaffee nimmt, na ja, – der weicht vom allgemeinen deutschen Geschmack etwas ab."[204]

Der Finanzminister bezog sich dabei auf die Situation, in der die hohe Steuerlast die Unterschiede zwischen sonst teuren und billigeren Kaffees annähernd zum Verschwinden brachte. Und so berichtete auch die Zeitschrift „Kaffee- und Tee-Markt":

„Die Hausfrauen bevorzugen bei den wenigen Tassen, die sie sich bei den hohen Preisen leisten können, ein hocharomatisches Getränk."[205]

Die Konsumenten drängten zu den „gewaschenen" Kaffees, wie die qualitativ hochwertigen Kaffees aus Lateinamerika aufgrund des nassen Aufbereitungsverfahrens genannt wurden. Bis zur vollständigen Liberalisierung der Kaffee-Einfuhren im Jahr 1955 bereitete dieser Wunsch der Konsumenten der Regierung einiges Unbehagen, da handelspolitische Gründe zur Abnahme der mit Brasilien vereinbarten Kaffeekontingente zwangen. Dies veranlasste die Bundesregierung zur Einführung eines Quotensystems bei den Einfuhren aus Brasilien, Kolumbien und anderen lateinamerikanischen Herkunftsländern.[206] In einem Schreiben an

[202] Vgl Historisches Archiv Mondelez International, Archiv Jacobs, 00873915 R2 12/13, Preislisten 1930, 1948–1970.
[203] Vgl. ebd.
[204] Rede des Bundesfinanzministers Schäffer vom 1. 10. 1952, in: Verhandlungen des Deutschen Bundestages. Stenographische Berichte, Bd. 13, S. 10596.
[205] Hohe Quoten der Brasil- und Columbia-Ausschreibungen. Gewaschene Kaffees stark gefragt – Stetige Weltkaffeemärkte, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 6 vom März 1952, S. 18.
[206] Die Regelung sah im August 1953 100 Anteile brasilianischen Kaffees zu 40 Anteilen kolumbianischen Kaffees und 30 Anteilen zentralamerikanischen Kaffees vor und wur-

die Verbände der Kaffeeröster monierte Bundeswirtschaftsminister Erhard 1953, dass in Schaufenstern häufig Angebote wie „Reiner Costa Rica", „Feinster reiner Guatemala" und dergleichen zu sehen seien, und erinnerte daran, dass die Grundlage und der Hauptbestandteil der Kaffeemischungen der Brasil-Kaffee bleiben müsse.[207]

Die Kaffeehändler gaben die Schuldzuweisungen gerne weiter: „Schuld trifft natürlich die Hausfrauen, die diese feinen Kaffees immer wieder fordern."[208] Sie überlegten, durch Propaganda-Aktionen das Ansehen des Brasil-Kaffees zu heben:

„Die Hausfrau muß überzeugt werden, daß nicht die Größe der Bohnen das Aroma des Kaffees bestimmt, sondern daß dieses nur durch die richtige Mischung verschiedener Sorten gewährleistet wird. Als der neue Einfuhrplan erörtert wurde, tauchte schon der Gedanke auf, die Einfuhr von Maragogypen überhaupt zu verbieten."[209]

Nachdem erst die Steuersenkung und dann die Liberalisierung der Einfuhren den Kaffeemarkt öffneten und außerdem die freie Einfuhr aus Guatemala wieder möglich war,[210] konnten die Importeure die Wünsche und Gewohnheiten der Konsumenten direkt berücksichtigen. Die Bundesrepublik wurde deshalb gegen Ende der 1950er Jahre zum zweitgrößten Importland für fast alle lateinamerikanischen Kaffees.[211]

Die Ansprüche, die die westdeutsche Bevölkerung an das Genussmittel stellten, bezogen sich nicht nur auf die Kauf-, sondern auch auf die Zubereitungsgewohnheiten. Noch Ende der 1950er Jahre bereiteten die meisten Hausfrauen Kaffee, indem sie das heiße Wasser direkt in die Kanne gossen (45 Prozent); deutlich weniger benutzten einen Filter (35 Prozent), obwohl sich Melitta Bentz ihre Erfindung schon 1908 hatte patentieren lassen und spätestens seit den 1920er Jahren in großen Mengen Filtertüten produzierte. Eine elektrische Kaffeemaschine benutzte

de zum 1. Juli 1954 auf 100:100:100 geändert. Diese Direktimport-Beschränkung konnte aber durch einen Umweg über dritte Länder – wie Holland oder England – umgangen werden. Vgl. Bericht der Handelskammer Bremen über das Jahr 1954, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 3 vom 3. 2. 1955, S. 17.

207 Schreiben des Bundeswirtschaftsministers vom 1. 10. 1953, Gesch. Nr. IV C6 – 47030/53, gez. i. A. Dr. Krautwig, zit. n. Kaffee- und Tee-Markt, Heft 20 vom Oktober 1953, S. 11 f.

208 Zu große Nachfrage nach gewaschenen Kaffees, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 19 vom Oktober 1953, S. 22.

209 Ebd.

210 Zwischen 1953 und 1956 hatte die Bundesregierung eine Einfuhrsperre für Kaffee aus Guatemala verhängt. Der Grund hierfür waren Streitigkeiten über die Rückgabe des im Zweiten Weltkrieg beschlagnahmten deutschen Vermögens und der Ländereien. Vgl. Wieder Kaffee aus Guatemala, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 11 vom 2. 6. 1956, S. 3 u. 24–27. Dieser Boykott war an der Öffentlichkeit unbemerkt vorbeigegangen. Das Bundeswirtschaftsministerium hatte 1953 die an der Einfuhr beteiligten Institutionen explizit darauf hingewiesen, dass eine Veröffentlichung dieser Maßnahme weder notwendig noch erwünscht sei. Vgl. Woratz an das Referat V B 2, z. Hd. Herrn Grosse, 25. 11. 953, B 102/73547, BArch Koblenz, zit. n. Christiane Berth: Boykott, enteignete Fincas und Militärregierung. Kaffee und Konflikte bei der Wiederanbahnung der diplomatischen Beziehungen zwischen Deutschland und Guatemala nach dem Zweiten Weltkrieg, unveröffentlichtes Manuskript, Hamburg 2009, S. 8.

211 1959 – Schritt auf dem Weg, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 24 vom 17. 12. 1959, S. 4 ff.

kaum jemand (3 Prozent).[212] Die Zubereitungsart orientierte sich stark an der familiär weitergegebenen Methode. Das Wasser direkt auf den gemahlenen Kaffee in die Kanne zu gießen war in erster Linie Ausdruck von Gewohnheit und Tradition.[213] Von den Benutzerinnen eines Filters wurde vor allem der bessere Geschmack hervorgehoben. Wie auch beim Konsum von Bohnenkaffee generell gab es bei der Kaffee-Zubereitung starke regionale Unterschiede: Schleswig-Holsteiner und Hamburger bevorzugten Filterkaffee, während Menschen aus Nordrhein-Westfalen und Hessen das heiße Wasser lieber direkt in die Kanne gossen. Offensichtlich beförderte Urbanität die Benutzung von Filtern: Bei einer Wohnortgröße von 100 000 und mehr Einwohnern benutzten wesentlich mehr Kaffee-Kocher einen Filter als in Orten unter 2000 Einwohnern.[214]

Diese festen Konsumgewohnheiten waren für die Firmen, die lösliche Kaffees auf dem westdeutschen Markt einführen wollten, eine schwer verständliche Angelegenheit. Während sich die Kaffee-Extraktpulver in den USA einer an enormen Steigerungsraten abzulesenden großen Beliebtheit erfreuten,[215] verweigerten sich die bundesdeutschen Konsumenten diesem Produkt weitgehend. Diese Haltung gab Kaffeehändlern wie Marktforschern Rätsel auf, zumal sich auf dem Absatzmarkt für Lebensmittel die Fertigprodukte gut entwickelten: Vor allem bei berufstätigen Frauen in städtischen Haushalten kamen ansonsten Produkte gut an, die eine Zeitersparnis bei der Zubereitung der Speisen boten. Auf eine schnelle Zubereitung von Kaffee wurde indes kein Wert gelegt. Ende 1959 – zwei Jahre nach der Einführung des löslichen Jacobs-Kaffees – bilanzierte die Mitarbeiter-Zeitung der Firma die Schwierigkeiten: „Daß ‚Moccapress' nicht leicht zu verkaufen ist, weiß wohl jeder von uns."[216] Mit diesem Problem waren neben Jacobs auch die Mitbewerber für löslichen Kaffee wie Nestlé und Maxwell konfrontiert. Meinungsumfragen bestätigten das schlechte Ansehen der Pulverkaffees.[217] In den USA fanden Marktforscher heraus, dass diejenigen Frauen, die löslichen Kaffee ablehnten, diesen mit dem Bild einer schlechten Hausfrau assoziierten. Die negative Einstellung bei den Konsumentinnen fußte auf dem Urteil, dass dieser Kaffee eine Nachahmung darstelle, die hinsichtlich des Aromas und des Geschmacks nicht mit dem Original mithalten könne und gedanklich mit einem schlecht geführten Haushalt

[212] Vgl. Institut für Verbrauchsforschung Emnid K. G.: Kaffeekonsum und Konsumentengewohnheiten. 21. Erhebung, Oktober 1959, Teil B, S. 42–48, Historisches Archiv Mondelez International, Archiv HAG.

[213] Hier wurde unter anderem angegeben: „so gewöhnt", „immer so üblich gewesen" und „habe ich von meiner Mutter gelernt und beibehalten". Ebd., S. 48.

[214] Vgl. ebd., S. 43 f.

[215] So konnte Kaffeepulver seinen Anteil am Kaffeeverbrauch in den USA innerhalb von vier Jahren (zwischen 1952/53 und 1955/56) mehr als verdoppeln. Vgl. Die Entwicklung des Verbrauchs von löslichem Kaffeepulver, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 20 vom 18. 10. 1956, S. 5.

[216] Der Kontakt, 11/1959, o. P., Historisches Archiv Mondelez International.

[217] In mehreren Untersuchungen des Emnid-Institutes für Verbrauchsforschung 1958/59 gaben von den befragten Personen 70–73% an, Bohnenkaffee-Extrakt so gut wie gar nicht zu trinken. Nur 5% tranken ihn regelmäßig. Institut für Verbrauchsforschung Emnid K. G.: Kaffeekonsum und Konsumentengewohnheiten. 16. Erhebung, Juni/Juli 1957, S. VII.

verknüpft werde. Außerdem werde die Hausfrau der Chance beraubt, Lob und Anerkennung für ihren selbst zubereiteten Kaffee zu ernten.[218] Für Deutschland waren ähnliche Untersuchungen nicht durchgeführt worden, es ist jedoch wahrscheinlich, dass die gleichen Kriterien auch hier eine Rolle spielten. Da die Ablehnung dieser modernen Kaffeezubereitungsform in der Bundesrepublik ungleich höher war als in Amerika, dürfte noch ein weiterer Faktor von Gewicht sein: Kaffeekochen und -trinken war zu einem Ort der Erinnerung und der Geborgenheit geworden, der eine als gut empfundene Zeit symbolisierte – unabhängig, ob diese Zeit selbst erlebt worden war oder nicht. Hierfür standen die traditionellen Gerätschaften und Insignien des Kaufvorganges, der Zubereitung, der Darreichung und des Trinkens selbst. Der neue Schnellkaffee hatte diese Erinnerungsqualitäten nicht zu bieten.

In Westdeutschland hatten sich also ein eigenständiger Geschmack und feste Vorstellungen herausgebildet, die trotz der langen Absenz des Genussmittels an die Konsumgewohnheiten vor dem Krieg anknüpften und alle Neuerungsabsichten erschwerten. Dieser Beharrungswille betraf sowohl die Mischungen und Verpackungsformen als auch die Zubereitungsarten. Er behinderte auch den Wechsel von der losen Ware zum Markenprodukt.

Der Markenartikel

Allgemein war der Prozess der Markenbildung bereits vor dem Zweiten Weltkrieg zum größten Teil abgeschlossen. Der Übergang vom Verkauf loser Ware zu standardisierten Packungen vollzog sich weitgehend in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Viele große Marken hatten sich in dieser Zeit auf dem Markt etabliert. Eine Produktmarke ist dabei als ein Versprechen an den Konsumenten zu verstehen: Dieser kann eine Ware überall in gleicher Qualität und gleicher Verpackung zu einem gleichen Preis erwerben. Darüber hinaus muss ein Markenartikel durch ein die Herkunft kennzeichnendes Merkmal – eine Wort- oder eine Bildmarke – erkennbar sein.[219] In der Kriegs- und Nachkriegszeit waren Markenartikel vom Markt verschwunden und die Konsumenten hatten sich erneut an den Erwerb von Gütern unter der Warenbezeichnung und zum Teil auch wieder als loses Gut gewöhnen müssen. 1949 wurde dann zu einem Jahr, in dem viele Marken stolz ihre Wiedergeburt in einer „Wieder da!"-Reklame anzeigten, oft verbunden mit dem Versprechen der Rückkehr zu alter Güte: „In Friedensqualität".[220]

Vor dieser Markenrenaissance hatte der Werbefachmann Hubert Strauf gemeinsam mit seinem Kollegen Ernst Braunschweig 1947/48 in einer groß angelegten Untersuchung die Erinnerung an Marken und die damit verbundenen Bilder

[218] Erstaunliche Ansichten über lösliches Kaffeepulver, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 4 vom 18. 2. 1957, S. 9.

[219] Zur Bedeutung von Marken allgemein vgl. Kai-Uwe Hellmann: Soziologie der Marke, Frankfurt a. M. 2003.

[220] Zur Wiedergeburt von Persil, Nivea, Birkel, Jägermeister usw. vgl. Rainer Gries: Produkte als Medien. Kulturgeschichte der Produktkommunikation in der Bundesrepublik und der DDR, Leipzig 2003, S. 157 ff.

erfragt.[221] Nach einem extrem kalten Winter 1947, in dem Nahrung und Brennmaterial äußerst knapp waren und die geringen Normalverbraucherrationen die Menschen hungern ließen, war das Ergebnis dieser Studie beeindruckend und zeigte eine enorme Markenpräsenz im Bewusstsein der Bevölkerung in dieser marken- und auch weitgehend werbungslosen Zeit.

Kaffeemarken jedoch sucht man in dieser Studie vergebens. Obwohl bereits vor dem Zweiten Weltkrieg Kaffeemarken existierten, war der Kaffee in der Regel selbst noch nicht zum Markenartikel geworden.[222] Zu Beginn der 1950er Jahre gaben viele Röster dem Genussmittel in dieser Hinsicht keine guten Prognosen:

„Im übrigen ist der Artikel Kaffee nicht in dem Maße wie andere Waren geeignet, Marken-Ware zu werden. Röstkaffee hält sich bekanntlich ohne Qualitätsminderung nur kurze Zeit. Bei nur abgepacktem Kaffee besteht auch in sehr großem Umfange die Gefahr, daß dem Käufer alte Ware, die durch Lagerung bereits gelitten hat, verkauft wird […]. Es liegt auch nicht im Interesse der Hausfrau, allgemein Paketware in den Handel zu bringen, da viele Hausfrauen den Kaffee seit jeher ‚mit den Augen' kaufen. Sie wollen die Ware sehen und sie qualitätsmäßig selbst beurteilen, bevor sie kaufen. Ein großer Teil der Verbraucher ist bei Kaffee gegen Paketware eingestellt. Wahrscheinlich ist es darauf zurückzuführen, daß in den Jahren vor dem Krieg beim Verbraucher sehr große Propaganda für ‚täglich frisch gerösteter Kaffee' gemacht worden ist."[223]

Der starke Aufschwung der Selbstbedienungsläden zwang Hersteller wie Konsumenten zum Umdenken. Zuerst war diese Entwicklung noch sehr verhalten: Der erste SB-Laden öffnete im August 1949 in Hamburg, und 1955 gab es in der Bundesrepublik nur 203 solcher Geschäfte.[224] Michael Wildt bezeichnet das Jahr 1957, als die Kölner Messe ANUGA, die über 108 000 Einzelhändler besuchten, einen kräftigen Impuls für die Rationalisierungen im Lebensmitteleinzelhandel gab, als Wendepunkt in dessen Geschichte. Die Sonderschau „Der moderne Laden" fand auch bei den Kaffeehändlern breite Resonanz.[225] Die Zahl der SB-Läden stieg von 1957 bis 1958 um 130 Prozent – an jedem Werktag, so hieß es 1958, würden in der Bundesrepublik sechs neue SB-Läden aufgemacht[226] – und 1960 betrug die Zahl

[221] Hubert Strauf: Werbung im Wandel seit 1945 als Standort für den Ausblick, in: Carl Hundhausen (Hg.): Werbung im Wandel 1945–1995. Eine Sammlung von werbefachlichen Texten, Essen 1972, S. 3–18; Ernst Braunschweig/Hubert Strauf: Bilanz der Marke. Betrachtungen zu den allgemeinen Ergebnissen der Werbe-Bilanz 1947, durchgeführt 1948 von der Arbeitsgruppe „Die Werbe G.m.b.H.", Leitung Dr. Ernst Braunschweig, Manuskript, Essen 1949. Zur Person von Hubert Strauf, der die Werbelandschaft der 1950er Jahre maßgeblich mitgestaltete, vgl. Dirk Schindelbeck: Hubert Strauf, in: Trödler & Sammler Journal, Nr. 9/2003, S. 50–57; Gries/Illgen/Schindelbeck: „Ins Gehirn der Masse kriechen!", S. 92–105.

[222] Eine Ausnahme bildet hier neben Kaffee HAG zum Beispiel die Firma Jacobs, die zwar den meisten Kaffee noch lose verkaufte, jedoch bereits ab 1930 Kaffee als Markenartikel vertrieb. Ersatzkaffees hingegen wurden in der Regel als Markenartikel verkauft.

[223] Packungs- und Banderolenzwang für Kaffee? Nein!, in: Gordian: Kaffee und Tee. Ernte – Handel – Verbrauch, Nr. 1196 vom 25. 9. 1950, S. 152.

[224] Zur Einführung der Selbstbedienung in Westdeutschland vgl. Wildt: Am Beginn der „Konsumgesellschaft", S. 176–194.

[225] Vgl. dazu die Berichterstattung zur ANUGA in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 18 vom 20. 9. 1957.

[226] Wirtschaftsbarometer, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 6 vom 23. 3. 1958.

dieser Lebensmittelmärkte bereits 17 132.[227] Durch die Selbstbedienung verschwanden Verkäufer, und das Produkt wurde zum Mittler seiner selbst. Die Bedeutung der Warenverpackung gewann neue Dimensionen. Zusätzlich zu ihrer Schutzfunktion fungierte sie nun auch als Kommunikator im Verkaufsprozess. Die Ware präsentierte ihre Vorzüge und wurde so zum „stummen Verkäufer" am „point of sale".[228] Die Ausweitung der Selbstbedienung begünstigte die Überführung von Produkten in Markenartikel. Das gleichbleibende Äußere erleichterte für die Käufer das Auffinden der Ware in allen Geschäften unabhängig vom Verkaufsort. Die Symbolik der Markenware wurde im direkten Kommunikationsprozess zwischen Käufer und Produkt fast ebenso bedeutsam wie ihr materieller Gebrauchswert.

Und so tauchten 1957 auch die ersten Anzeigen auf, die Kaffee als Markenartikel anpriesen: Darboven warb mit „Ein begehrter Markenartikel"[229] und Vox mit „Markenkaffee mit Röstfrisch-Garantie".[230] Die Konsumenten gewöhnten sich langsam an das neue Erscheinungsbild des Kaffees. 1958 konnten 25 Prozent der danach befragten Hausfrauen wenigstens einen Kaffee- oder Tee-Markenartikel nennen.[231] Gleichzeitig gaben die meisten Frauen an, dass ein Markenartikel zwar in der Regel teurer, aber auch besser in der Qualität sei als markenlose Ware. Rund drei Viertel vertraten die Ansicht, dass Markenartikel allgemein den Einkauf von Lebensmitteln erleichterten.[232]

Die Entwicklung von Kaffee zum Markenartikel war ein langer Prozess, der Ende der 1950er Jahre noch nicht abgeschlossen war. Einen deutlichen Eindruck von den Schwierigkeiten dieser Umstellung vermittelt die Durchsicht der Jacobs Mitarbeiter-Zeitschrift „Der Kontakt", die in den 1950er Jahren stark von einer Werbung für die Vorzüge des Markenartikels geprägt war. So befanden sich z. B. auf der Rückseite der Zeitschrift immer wieder Sinnsprüche und Zitate zum Thema Markenartikel für die Argumentation gegenüber Einzelhändlern oder Hausfrauen. Selbst im Jahr 1963 erschienen immer noch Artikel, die zeigten, dass Kaffee als Markenprodukt noch keine vollständige Akzeptanz gefunden hatte. Genannt sei nur der Artikel: „Markenartikel: Partner oder Widersacher von Handel und Verbrauchern?"[233]

Wenn auch der Transformationsprozess zum Markenartikel Ende der 1950er Jahre noch nicht abgeschlossen war, so stieg doch der Verkauf von abgepacktem Kaffee, auch wenn viele Konsumenten, aber auch Händler, in der Verpackung ein

[227] Wildt: Am Beginn der „Konsumgesellschaft", S. 179.
[228] „Stummer Verkäufer" und „point of sale" sind Begriffe aus dem Marketing. Zur Geschichte der Produktkommunikation vgl. Rainer Gries: Produktkommunikation. Geschichte und Theorie, Wien 2008.
[229] Kaffee- und Tee-Markt, Heft 18 vom 20. 9. 1957, S. 11.
[230] Ebd., S. 27.
[231] Bei Margarine waren es 50% und bei Getreideprodukten/Hülsenfrüchten 41%. Vgl. Einkaufsgewohnheiten der Hausfrauen, in: Ergebnisse einer Untersuchung im Auftrage der Organization for European Economic Co-operation O.E.E.C., hg. von der GFM/Gesellschaft für Marktforschung mbH Hamburg, Juli 1958, S. 85.
[232] Ebd., S. 86ff. Diese Aussagen beziehen sich auf Markenartikel im Allgemeinen, nicht speziell auf Kaffee.
[233] Der Kontakt, 12/1963, o. P., Historisches Archiv Mondelez International.

notwendiges, am liebsten aber umgangenes Übel sahen. In den Packungen befanden sich geröstete ganze Bohnen. Gemahlene Ware war als Fertigprodukt noch zu leicht verderblich, da technische Schwierigkeiten eine Vakuumpackung für gemahlenen Kaffee noch verhinderten.[234]

Wunschbilder und Wirklichkeit: die Werbung

In den 1940er und frühen 1950er Jahren wurde Kaffee kaum beworben. Für die dann langsam einsetzende Kaffeewerbung kann die der Firma Jacobs als richtungsweisend und beispielgebend betrachtet werden. Sie war offensichtlich auch die erfolgreichste: Nach der Werbung von Kaffeefirmen befragt nannten am Ende der 1950er Jahre mit deutlichem Abstand die meisten Personen die Firma Jacobs. Gleichzeitig wurde Jacobs mit einem ähnlichen Vorsprung vor den Mitbewerbern auch als beste Marke für Bohnenkaffee genannt.[235]

Bereits in der ersten Hälfte des Jahrhunderts hatte die Firma Neuerungen im öffentlichen (Werbe-)Auftritt vorgenommen. Ähnlich wie Ludwig Roselius, der für seinen coffeinfreien Kaffee HAG bereits 1907 eine beeindruckende Werbung geschaffen hatte,[236] orientierte sich die Firma Jacobs an Strategien, die später als „corporate design"[237] bezeichnet werden sollten. 1913 hatte der Firmengründer Johann Jacobs das erste Warenzeichen der Firma in die Warenzeichenrolle eintragen lassen: einen auf Händen getragenen bzw. emporgehobenen Kaffeesack, der seitdem auf allen Produkten abgebildet war – selbst auf Tüten, in denen der lose Kaffee verkauft wurde. 1930 brachte Walther J. Jacobs, der Neffe des Firmengründers, von seinem Aufenthalt in Amerika Marketing- und Werbeideen in die Firma ein: Jacobs kreierte seinen ersten Slogan: „Täglich ganz frisch geröstet und sorgfältigst verlesen", und brachte in vornehm aufgemachten Originalpackungen die Sorten Rot und Grün als Markenartikel auf den Markt. Außerdem erklärte man Schwarz und Gelb zu den Firmenfarben und schuf damit einen einheitlichen öffentlichen Auftritt.

234 Die Vakuumverpackung scheiterte zunächst daran, dass das leichte Kaffeepulver beim Absaugen der Luft mit in die Düse hineingezogen wurde. Vgl. Vakuumverpackung von Bohnenkaffee, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 13 vom 4. 7. 1957, S. 35.

235 Bei beiden Fragen erzielte Jacobs durchschnittlich 12%, während die Mitbewerber bei 5 bis 7% lagen. Die Nennung von Jacobs als bester Markte für Bohnenkaffee steigerte sich 1959 auf 16%, gefolgt von Onko mit 7% und Tchibo mit 5% (Vox 4%, Ronning 4%, Eduscho 3% und Nescafé 2%). Vgl. Institut für Verbrauchsforschung Emnid K. G.: Kaffeekonsum und Konsumentengewohnheiten. 21. Erhebung, Oktober 1959, S. XI f.

236 Zur Geschichte und zum Werbeauftritt von Kaffee HAG vgl. Bärbel Kern: 100 Jahre Kaffee HAG. Die Geschichte einer Marke, Bremen 2006; Willi Bongard: Fetische des Konsums. Portraits klassischer Markenartikel, Hamburg 1964, S. 40–51.

237 Der Begriff „corporate design" bezeichnet einen Teilbereich der Unternehmensidentität (corporate identity) und beinhaltet das gesamte Erscheinungsbild eines Unternehmens oder einer Organisation. Dazu gehören sowohl die Gestaltung der Kommunikationsmittel als auch das Produktdesign. Das Ziel des „corporate design" ist ein auffälliger und eindeutiger Unternehmensauftritt in der Öffentlichkeit, der einen hohen Wiedererkennungseffekt hat. Die wichtigsten Grundelemente sind die Gestaltung eines einheitlichen Logos bzw. das Werbezeichen, die Verwendung von einheitlichen Schriften und Farben.

Abb. 9 und 10: Zwei Werbe-Konzepte stehen sich bei Jacobs Kaffee 1957 gegenüber. Nur eines setzte sich längerfristig durch.

In Werbung und Verpackung von Jacobs-Bohnenkaffee gab es nach dem Krieg keine Überraschungen: Von 1933 bis 1954 hatte sich das Aussehen der Verpackung nicht gewandelt. 1954 änderte sich die Verpackung erstmalig, aber noch sehr behutsam. Die wichtigste Neuerung war der Slogan: „Jacobs Kaffee … wunderbar", der von da an fast 40 Jahre untrennbar mit Jacobs-Produkten verbunden war und sprachlich hervorragend an die Zeit des „Wirtschaftswunders" anknüpfte. Zeitgleich liefen auch die ersten Werbespots im Radio an.

Zwei Frauen standen 1957 am Beginn einer groß angelegten Jacobs-Werbekampagne: Eine freundlich lächelnde, adrette junge Frau, die perfekte Personifizierung der 1950er Jahre, die den Beobachter über einer Kaffeetasse einladend anblickte, und eine ebenfalls freundliche und lächelnde Großmutter, die mit etwas altertümlichen Insignien der Kaffeekochkunst abgebildet war. Auf verschiedenen Bildern arbeitete sie mit einer Kaffeemühle oder einem dampfenden Wasserkessel. Die eine Protagonistin verschwand sang- und klanglos, während die andere – verkörpert durch Sophie Engmann – zur „Großmutter der Nation"[238] avancierte und eine der erfolgreichsten Frauen in der Kaffeewerbung von Jacobs wurde.

Die junge Frau erschien offenbar zu beliebig: „Sie stellt absolut nichts Besonderes dar und könnte ebenso eine Dame von der Konkurrenz oder von Kaloderma sein"[239], urteilte ein Jacobs-Mitarbeiter in der hausinternen Zeitschrift „Der Kon-

[238] Der Begriff stammt aus einer Publikation von Jacobs selbst. Vgl. Rolf Sauerbier: 100 Jahre Jacobs Café, Bremen 1994, S. 43.
[239] Der Kontakt, 5/1957, o. P., Historisches Archiv Mondelez International.

Abb. 11 und 12: Die zwei Plakate der CDU zur Bundestagswahl 1957 veranschaulichen unterschiedliche Werbekonzepte.

takt". Die Kulturwissenschaftlerin Stefanie Abke bilanzierte die Plakatkonkurrenz zwischen Tradition und Moderne mit einem Blick auf die gesellschaftlichen Prozesse:

„Nach getaner Wiederaufbauarbeit und im Zusammenhang mit der langsam einsetzenden Vollbeschäftigung gegen Ende des Jahrzehnts waren Ruhe, Entspannung, Genuß und Behaglichkeit ein ersehnter Gegenpol."[240]

Die Traditionsgebundenheit der alten Frau vermittelte genau jene Werte, die auch in der Politik offenbar erfolgreich die Stimmung der Zeit trafen. Dort warb ebenfalls ein „Großvater" mit althergebrachten Werten: Der 81-jährige Konrad Adenauer blickte ernst auf einem Plakat, das mit dem Slogan „Keine Experimente!" warb.[241]

Die Sprache der Werbung und die durch sie transportierten Werte und Güter lassen Rückschlüsse auf die Gesellschaft zu, der (und in der) diese Botschaften vermittelt werden. Die Wertprägungen von Tradition und Moderne zeigen sich allgemein in den Werbebotschaften der 1950er Jahre, die im Folgenden kurz dargestellt werden sollen: Ranking-Listen der 100 häufigsten Worte in deutschen Werbeslogans geben einen interessanten Einblick in die Trends der Werbesprache und

[240] Abke: Großmutter, S. 51.

[241] Diese Parole der CDU zur Bundestagswahl 1957 war übrigens von Hubert Strauf entwickelt worden, der 1947 die Befragung zum Markenbewusstsein in der Bevölkerung durchgeführt hatte und der viele Werbeslogans der Nachkriegszeit prägte. Vgl. Gries/Ilgen/Schindelbeck: „Ins Gehirn der Masse kriechen", S. 99 ff.

damit in die Wertewelt der 1950er Jahre.[242] Die hinter den zitierten, von der Werbung benutzten Wörtern in Klammern genannten Zahlen entsprechen dem Platz, den diese Botschaften im Ranking einnahmen.[243]

Die Werbesprache der 1950er Jahre war gekennzeichnet durch Schlichtheit. „Gut" in allen sprachlichen und grammatikalischen Variationen stand weit vorne und fügte sich z. B. zum „guten Leben". Die gesamte Wortwahl mutete sehr traditionell an und erinnerte an die klassischen Ratgeber, und genau wie in diesen war die unpersönliche Aufforderung, die sich mit dem Wörtchen „man" verbindet („Man nehme …"), welches auf Platz fünf zu finden war, sehr beliebt.[244] Diese Verallgemeinerungsform blieb auch in den folgenden Jahrzehnten verbreitet. Das Wort „Sie" in seiner dreifachen Funktion als direkte Anrede, als Form der weiblichen dritten Person und der dritten Person im Plural rangierte auf Platz vier.

Die in den Slogans direkt genannten Werte waren konservativ geprägt und orientierten sich an einem sicheren, beschützten und materiell abgesicherten Leben. In der Ranking-Liste genannte Werte waren: Liebe, Sicherheit, Freiheit, Qualität, Wohl, Frieden und Vertrauen.

Die Begriffe des einfachen Lebens, die auf ein bescheidenes Glück und auf entspanntes Genießen verwiesen, dominierten. So durften die Konsumenten erwarten, „erfrischt" und „gepflegt" in die „Moderne" zu gehen. Erlaubt und beliebt war offensichtlich auch der Genuss einer bewussten Pause – wie auch der Erfolg des Coca-Cola-Slogans „Mach mal Pause!" zeigt, der 1954 durch den Werbe-Experten Hubert Strauf geprägt wurde.[245]

Die Ansprechpartner oder Vermittler der Botschaften scheinen in erster Linie weiblich gewesen zu sein. Frauen fanden auf der Ranking-Liste ihren Platz, während – anders als in kommenden Jahrzehnten – weder Kinder noch Männer vorkamen.

Die Werbebotschaften changierten zwischen traditionellen und modernen Werten und Normen. Diese Essenz entsprach exakt der jungen Frau auf dem Jacobs-Plakat, die sich jedoch als Werbeträgerin nicht durchsetzen konnte. Der Erfolg der Bewerbung des Genussmittels Kaffee lag in einer Konzeption, die die Sicherheit von überlieferten Werten, die noch aus einer heilen, alten Welt stammten, in die Moderne transportierte.

Entsprechend betonte die Werbesprache hier das Einfache, Schlichte, Traditionelle, das Gute und Bekannte. Mit der Jacobs-Großmutter assoziierte der Betrachter Kaffeeduft – den Duft der Vorfreude, der schon beim Mahlen des Kaffees das Haus durchzog, bevor zur Tafel gerufen wurde. Der Plakattext von 1957 unterstützte diese Wirkung:

„*Seit alters her* schätzt man den mit Liebe bereiteten Kaffee. ‚Frisch gemahlen wird er besonders gut', sagte schon die Großmutter. Millionen Tassen JACOBS KAFFEE trinkt man Tag für Tag auf diese Weise. Und immer wieder heißt es dann: JACOBS-KAFFEE wunderbar."[246]

[242] Diese Listen sind veröffentlicht unter http://www.slogans.de/slogometer.php?Year=2009 (12. 3. 2009).
[243] Platz 1 ist also entsprechend der beste Platz.
[244] In der aktuellen Ranking-Liste von 2008/2009 steht „man" auf Platz 38.
[245] Vgl. Gries/Ilgen/Schindelbeck: „Ins Gehirn der Masse kriechen", S. 94ff.
[246] Plakattext von 1957, Historisches Archiv Mondelez International.

Der Text, der die Tradition und Ausstrahlung der althergebrachten Kaffeezubereitung pries, wurde durch verschiedene grafische Momente unterstützt: Die ersten drei Worte waren in verzierter Fraktur gesetzt und das Foto war am Rand durch ein Ornament umgarnt, das einer umhäkelten Spitzendecke gleicht. Der Werbeagentur war es mit Sophie Engmann perfekt gelungen, das Idealbild einer Großmutter zu personifizieren, die noch aus der wilhelminischen Zeit zu stammen schien.

Die traditionsgebundenen Werte harmonierten im Bewusstsein der Westdeutschen mit dem Bild des Kaffees, in dem das Genussmittel eine Rückbindung an gute alte Zeiten vermittelte. In einer modernen Welt, die sich rasch und für den Einzelnen nicht immer nachvollziehbar entwickelte, schuf der Genuss von Kaffee eine Insel der Ruhe und Erinnerung an die Vorkriegszeit mit ihren Versprechen des guten Lebens.

Gleichwohl nutzten die Kaffee-Produzenten die Werbemedien der modernen Welt für ihre Traditions-Botschaften: 1956 startete das Werbefernsehen in Westdeutschland, und bereits 1959 begann Jacobs sich diesen neuen Mediums zu bedienen. Mit dem Eintritt der Bildbotschaften in die abendlichen Wohnzimmer gab Jacobs am Ende des Jahrzehnts seiner Werbung eine neue Richtung: Fortan sollten Zusammengehörigkeit und ein harmonisches Familienleben in den Vordergrund gestellt werden.[247] Gemeinsam Kaffee mahlende Großmütter und Bilder vom privaten Familienglück mochten Egalität vorgaukeln, Kaffee war jedoch in der frühen Bundesrepublik ein Konsumgut, an dessen Gebrauch sich soziale Unterschiede offenbarten.

Distinktion

Bereits 1953 hatte der Soziologe Helmut Schelsky den Begriff der „nivellierten Mittelstandsgesellschaft“ geprägt und eine allgemeine Schichtmobilität in Richtung Gesellschaftsmitte festgestellt. Dennoch ist die Forschung Schelskys Gesellschaftsmodell nur bedingt gefolgt und hat auf die weiterhin in der Bundesrepublik bestehenden Einkommens- und Wohlstandsdifferenzen hingewiesen. Bezugnehmend auf gängige Begriffe der 1950er Jahre beschrieb Michael Wildt den eingeschränkten privaten Konsum von Arbeiterfamilien in Westdeutschland:

„Das erste Jahrzehnt nach der Währungsreform war für diese [vierköpfigen] Arbeitnehmerfamilien ungleich genügsamer, eingeschränkter und grauer, als es Begriffe wie ‚Wirtschaftswunder‘ oder ‚Konsumgesellschaft‘ nahe legen.“[248]

Diese Ungleichzeitigkeit in der Wohlstandsentwicklung dokumentierte auch der Konsum von Bohnenkaffee, der je nach Einkommen, sozialer Schicht, Berufsstand, regionaler Herkunft und Geschlecht in unterschiedlicher Weise Einzug in den privaten Alltag der 1950er Jahre gefunden hatte und an dem sich eine Skala der „feinen Unterschiede“[249] aufzeigen lässt.

[247] Vgl. Kap. II.1.
[248] Wildt: Privater Konsum in Westdeutschland, S. 280.
[249] Vgl. Pierre Bourdieu: Die feinen Unterschiede. Kritik der gesellschaftlichen Urteilskraft, Frankfurt a. M. 1982.

Für Rentner und andere Bevölkerungsgruppen mit geringem Einkommen blieb der Bohnenkaffee ein seltener Luxus, auch wenn sie diesen in der zweiten Hälfte des Jahrzehnts deutlich öfter genießen konnten. Der Verbrauch von Kaffee in Rentnerhaushalten und anderen Haushalten mit geringem Einkommen stieg beispielsweise zwischen 1952 und 1956 von monatlich 22 auf 81 Gramm Kaffee. Ganz anders entwickelte sich der Genuss von Tee, der in der gleichen Zeit lediglich von vier auf sechs Gramm anstieg.[250] Eine Untersuchung des Emnid-Institutes von 1957 zeigte eine ausgeprägte Relation von Kaffeekonsum und Familieneinkommen: Mit steigendem Familieneinkommen nahm der Konsum von Kaffee deutlich zu und gleichzeitig der Konsum von Ersatzkaffee ebenso deutlich ab.[251]

Während Besserverdienende durch die tägliche Tasse Kaffee ihren Alltag angenehm bereicherten und sich immer breitere Schichten dank der steigenden Einkommen immer öfter eine Tasse Bohnenkaffee leisteten, galt das Genussmittel nach wie vor als Luxusgut, das man sich bewusst gönnte und zu genießen wusste: zum Beispiel als Sonntagsgetränk, als Getränk für Familienfeiern und zur Bewirtung von Besuchern. Auch die Werbung als Spiegel gesellschaftlichen Bewusstseins stellte diesen Aspekt in den Vordergrund. Als 1959 Eduscho seine neue Marke einführte, wurde für diese mit dem Zusatz geworben: „Der Festtagskaffee". Und die Zeitschrift der Kaffeehändler empfahl als Werbetipp:

„Immer am Sonnabend ein Schild aushängen, auf dem es heißt: ‚Morgen ist Sonntag! Vergessen Sie nicht den Bohnenkaffee!'"[252]

Dass Bohnenkaffee nicht nur in der Werbung als Festtagsgetränk angepriesen wurde, bewies das Konsumverhalten der Westdeutschen. Die von der Gesellschaft für Marktforschung 1958 durchgeführte Untersuchung über die Einkaufsgewohnheiten von Hausfrauen ergab eine klare Häufung der Kaffeeeinkäufe zum Wochenende.[253] Eine weitere Häufung zeigte sich vor Feiertagen: Die Bevölkerung konsumierte zu Weihnachten etwa 20–25 Prozent mehr Kaffee als im Alltag.[254]

[250] Der Verbrauch von Kaffee und Tee in Rentnerhaushaltungen, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 22 vom 18. 11. 1957, S. 12. Untersucht wurden 2–3-Personenhaushalte mit einem monatlichen Einkommen bis 240 DM. Insgesamt gaben die Haushalte dabei 1952 pro Monat durchschnittlich 5,43 DM für Genussmittel aus und 1956 10,46 DM.

[251] Zum Beispiel: 72% der Befragten mit einem Familieneinkommen von unter 260 DM verzichteten auf den Konsum von Bohnenkaffee. 64% der Befragten mit einem Einkommen zwischen 260 und 390 DM und 53% mit einem Einkommen zwischen 390 und 600 DM leisteten sich ebenfalls keinen Bohnenkaffee: Bei einem Einkommen von über 600 DM reduzierte sich der Anteil derer, die keinen Bohnenkaffee tranken, auf 36%. Vgl. Institut für Verbrauchsforschung Emnid K. G.: Kaffeekonsum und Konsumentengewohnheiten. 16. Erhebung, Juni/Juli 1957, Historisches Archiv Mondelez International, Archiv HAG, Tabellenteil, S. 5–18.

[252] Hoch die Tassen – Werbetips für Sie, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 2 vom 18. 1. 1955, S. 9.

[253] Einkaufsgewohnheiten der Hausfrauen, in: Ergebnisse einer Untersuchung im Auftrage der Organization for European Economic Co-operation O.E.E.C., hg. von der GFM/Gesellschaft für Marktforschung mbH Hamburg, Juli 1958, S. 16.

[254] Kaffeemärkte im Rück- und Ausblick, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 1 vom 4. 1. 1955, S. 24ff.

Auch an anderen Festtagen stieg der Konsum erheblich. Die Bezeichnung „Festtagskaffee“ erwies sich in doppelter Bedeutung als zutreffend: Bohnenkaffee wurde auch als Präsent zu Weihnachten oder anderen Gelegenheiten gekauft und verschenkt.[255] Diese Geste hielt sich sehr lange in der Bevölkerung, und viele Zeitzeugen betonen, dass sie noch in späteren Jahrzehnten von älteren Verwandten und Bekannten ein Paket Kaffee zu einem feierlichen Ereignis geschenkt bekamen.

Der Konsum von Bohnenkaffee schied die Menschen nach Einkommen, aber er trennte sie auch nach Geschlecht. In allen Umfragen der 1950er Jahre zeigte sich, dass Frauen öfter und lieber Kaffee tranken als Männer.

„Jede zweite Frau (51 v. H.) im Bundesgebiet und in West-Berlin sagt, sie trinkt Bohnenkaffee ‚sehr gern‘, und ein weiteres Drittel (32 v. H.) der weiblichen Bevölkerung gibt an, Bohnenkaffee ‚gern‘ zu trinken. Diese starke Neigung der Frauen für Kaffee ermittelte das ‚Institut für Demoskopie‘, Allensbach/Bodensee, mit einer Repräsentativ-Erhebung bei 2000 Personen. Damit ist die häufig von Männern aufgestellte Behauptung, den Frauen sei bei einem Kaffeekränzchen lediglich der Klatsch wichtig und keineswegs der Kaffee, zumindest recht anfechtbar geworden.
Überhaupt sind die Männer in Bezug auf Kaffee weniger enthusiastisch: Nur 30 v. H. erklärten, Bohnenkaffee ‚sehr gern‘ zu mögen. Und genau so viele Männer sagten, sie trinken Bohnenkaffee nur ungern bzw. überhaupt nicht. Bei den Frauen machen die Kaffee-Gegner nur 17 v. H. aus.“[256]

Wie schon die Zubereitungsformen war auch der Kaffeekonsum selbst regional sehr verschieden. So trank man im Westen der Bundesrepublik und in West-Berlin am meisten, in Süddeutschland am wenigsten Kaffee.[257]Auch hinsichtlich der Größe des Wohnortes ergaben sich Unterschiede: Die Beliebtheit von Bohnenkaffee stieg mit der Größe des Wohnortes, während Ersatzkaffee in kleinen Städten bevorzugt wurde.[258] Diese Beobachtung deckt sich wiederum mit der Feststellung, dass in der Verteilung nach Berufsgruppen vor allem die Bauern und Personen in anderen ländlichen Berufen vergleichsweise wenig Bohnenkaffee tranken, während Angehörige freier Berufe und Selbstständige in der Kaffeetrinker-Skala weit vorne lagen.[259] Hier treten auch wieder die sozialen Unterschiede beim Kaffeekonsum hervor.

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Bohnenkaffee in den 1950er Jahren in der westdeutschen Gesellschaft noch eine deutliche Distinktionsfunktion hatte. Die konsumierte Menge steigerte sich mit der Höhe der Einkommen, städtischer Lebensweise, städtisch-modernem Berufshabitus und weiblichem Geschlecht.

255 Vgl. Kaffee- und Tee-Markt, Heft 23 vom 4. 12. 1954, S. 15 f.
256 Trinken Sie gern Bohnenkaffee?, Freigabedatum: 15. 12. 1951, Archiv des Institutes für Demoskopie Allensbach, Pressedienst.
257 Vgl. Kaffee – schwarz oder mit Milch? Eine Untersuchung über die Konsumgewohnheiten beim Kaffee-Konsum, 1952, Archiv des Institutes für Demoskopie Allensbach, „Glasschrank“, S. 4, und Institut für Verbrauchsforschung Emnid K. G.: Kaffeekonsum und Konsumentengewohnheiten. 16. Erhebung, Juni/Juli 1957, Historisches Archiv Mondelez International, Archiv HAG, Tabellenteil, S. 2–18.
258 Ebd.
259 Kaffee – schwarz oder mit Milch? Eine Untersuchung über die Konsumgewohnheiten beim Kaffee-Konsum, 1952, Archiv des Institutes für Demoskopie Allensbach, „Glasschrank“.

Abb. 13: Elektrische Auto-Kaffeemaschine, 1952

Kaffee in modernen Zeiten

In dem für die 1950er Jahre typischen Spannungsfeld zwischen Traditionsgebundenheit und Moderne stand der Kaffeekonsum zunächst eindeutig auf Seiten der Tradition. Moderne Neuerungen konnten sich im ersten Jahrzehnt der Bundesrepublik im Bereich der Kaffeekultur kaum durchsetzen. Der lösliche Kaffee wurde von den Konsumenten zurückgewiesen und auch der Gebrauch von Kaffeemaschinen war am Ende des Jahrzehntes vergleichsweise selten.[260] Angesichts dieser kulturellen Hemmschwellen passte die Anzeige in der Zeitschrift „Kaffee- und Tee-Markt" für „Die elektrische Auto-Kaffeemaschine" im Jahr 1952 nicht in eine Zeit, in der Kaffee noch in Klein- und Kleinstpackungen gehandelt wurde.[261] Offensichtlich hatten die Hersteller, die ein solches Produkt anboten, ein starkes Vertrauen in die zukünftige Entwicklung, und zwar sowohl hinsichtlich des Kaffeekonsums als auch hinsichtlich der Automobilisierung in Westdeutschland.[262]

[260] Drei Prozent der durch Emnid befragten Hausfrauen gaben 1959 an, eine Kaffeemaschine zur Zubereitung zu nutzen. Als Grund wurde u. a. genannt, dass es sich um ein Geschenk (z. B. zur Hochzeit) handelte. Vgl. Institut für Verbrauchsforschung Emnid K. G.: Kaffeekonsum und Konsumentengewohnheiten. 21. Erhebung, Oktober 1959, Historisches Archiv Mondelez International, Archiv HAG.

[261] Anzeige, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 21 vom November 1952, S. 15. 1959 wurde die Maschine zum Preis von 69 DM angeboten. Der Hersteller der Auto-Kaffeemaschine war die Firma Gordian – Max Rieck, die auch die Zeitschrift „Kaffee- und Tee-Markt" herausgab und die neben dem Verlag einen Eisenwaren- und Industriebedarfshandel betrieb.

[262] Die Zahl der Personenkraftwagen verachtfachte sich während der 1950er Jahre von 0,52 Mio. (1950) auf 4,1 Mio. (1960). Vgl. Thomas Südbeck: Motorisierung, Verkehrsentwicklung und Verkehrspolitik in Westdeutschland in den fünfziger Jahren, in: Schildt/Sywottek (Hg.): Modernisierung im Wiederaufbau, S. 171.

Abb. 14: Bohnenkaffee-Mahl-Automat, 1952

Auch wenn die unzeitgemäße Werbung für Kaffeezubereitung während der Fahrt im eigenen Pkw die gewünschte Resonanz vermissen ließ, war die Idee, den Kaffeegenuss den mobilen Zeiten anzupassen, richtungsweisend – jedoch erst für kommende Jahrzehnte.

Eine Automatisierung der Welt des Kaffees war in den 1950er Jahren nur in einer Hinsicht erfolgreich, und zwar in Verbindung mit dem Einzug des Kaffees in das Arbeitsleben. Bereits 1951 wurde in der Fachzeitschrift des Kaffeehandels ein Automat angekündigt, der nach Einwurf von zehn Pfennigen und Bedienung einer Kurbel eine Portion frisch gemahlenen Kaffees abgab und der vor allem für den Betrieb in Behörden oder Büros empfohlen wurde.[263] Die Zeitschrift kam öfter auf dieses Thema zurück und berichtete 1957, dass solche Automaten bereits in zahlreichen Betrieben und Bürohäusern aufgehängt worden seien, wo sie sich großer Beliebtheit erfreuten. Es fällt auf, dass im Zusammenhang mit den Büro-Automaten nicht von einer Kaffee-Pause die Rede war, wie sie sich in den USA bereits eingebürgert hatte, sondern vor allem von der Erhaltung und Steigerung der Arbeitsleistung.[264]

Fast am Ende des Jahrzehntes wurden auf der Frankfurter Herbstmesse eine Reihe von neuartigen Automaten vorgestellt, die große Beachtung fanden. Ein deutsches Modell, welches von den amerikanischen Vorbildern inspiriert worden war, gab sieben verschiedene Heißgetränke aus: Kaffee schwarz, Kaffee mit Milch, Kaffee mit Zucker, Kaffee mit Milch und Zucker, Schokolade, Klare Brühe und Fleischbrühe.[265] Die Hersteller empfahlen die Aufstellung in Betrieben, an Tank-

[263] Für 10 Pfennig Kaffee, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 16 vom August 1951, S. 5 ff.

[264] Vgl. ebd. und Kaffee-Mahlautomat, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 18 vom 20. 9. 1957, S. 37. 1951 war zusätzlich noch auf den sozialen Aspekt hingewiesen worden, dass auch finanziell schwache Kreise in den Genuss einer Tasse Kaffee gelangen können sollen, ohne größere Summen investieren zu müssen.

[265] Getränke-Automaten werden interessant, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 22 vom 19. 11. 1958, S. 3 ff.

stellen oder Sportanlagen. Allerdings erwartete man, dass eine erfolgreiche Einführung der neuen Getränkeautomaten weiteren Werbeeinsatz und Zeit voraussetzte.

Auch wenn die Beispiele zeigen, dass am Ende der 1950er Jahre die Automatisierung auf dem Kaffeesektor voranschritt, waren dies doch vereinzelte Erscheinungen, die keine Auswirkungen auf die Konsumgewohnheiten der Privathaushalte hatten. Kaffee war in der Bundesrepublik der 1950er Jahre vor allem ein traditionelles Getränk. Nachdem die krisenhaften Zeiten der hohen Besteuerung, des Schmuggels und Schwarzhandels Mitte des Jahrzehntes überwunden waren und in der zweiten Hälfte mit dem Erreichen des Vorkriegskonsums die Notzeiten endgültig überwunden schienen, erfreuten sich die Verbraucher beim Luxusgut Kaffee an den althergebrachten Konsumritualen.

2. Planrückstände und Prioritäten: Versorgung, Konsum und Qualität in der frühen DDR

In der Sowjetischen Besatzungszone war durch die Währungsreform keine Wende in der Wirtschaftsentwicklung erfolgt. Die Menschen in Ostdeutschland lebten weiterhin einen Alltag, der von Entbehrungen geprägt war und in dem Kaffeekonsum keine oder kaum eine Rolle spielte. Das Ziel der Bemühungen der Regierenden war indes die Wiederherstellung einer Konsumnormalität, in der Hunger und Mangel als überwunden gelten konnten. Die in den ersten Planaufstellungen gezeigten Hoffnungen, den Vorkriegsstand bei der Versorgung mit Lebensmitteln zügig zu erreichen, erfüllten sich nicht. Der stellvertretende Vorsitzende der Staatlichen Plankommission, Paul Straßenberger, skizzierte 1951 trotz allem die weiterhin hohen Erwartungen in die sozialistische Planwirtschaft:

„Die aufgezeigte Entwicklung läßt in den Jahren 1951 und 1952 das Nahrungs-Volumen stärker anwachsen als das der Industriegüter. Das Zurückbleiben der Nahrungsmittelkurve ab 1952 ist durch die in diesem Zeitraum beginnende normale Versorgung der Bevölkerung mit Nahrungsmitteln begründet. Die hieran anschließende kräftige Steigerung der Bekleidungskurve fängt die Verlagerung der Kaufkraft von Nahrungsmitteln auf Bekleidung ab 1952 auf. Sowohl die starke Steigerung der Bekleidungsfonds insbesondere in den Jahren ab 1952 als auch besonders die der sonstigen Industriewaren (Kultur- und Luxusgüter) geben dem sich bis 1955 entwickelnden Lebensstandard Ausdruck."[266]

Die erhoffte Entwicklung stellte sich jedoch ebenso wenig ein wie das Ende der Rationierung, welches in derselben Prognose auf spätestens 1953 angekündigt worden war.

Die Prognosen wurden überarbeitet und die Voraussagen über den Versorgungsgrad mit Lebensmitteln und anderen Gütern des täglichen Bedarfs immer wieder nach unten korrigiert. Auf die Ursachen des schlechten Starts in die Konsument-

[266] Manuskript der Vorlesung von Paul Straßenberger, Stellvertreter des Vorsitzenden der Staatlichen Plankommission für Industrie und Verkehr an der Hochschule für Planökonomie Berlin-Karlshorst, 1951, zit. n. Jörg Roesler: Privater Konsum in Ostdeutschland 1950–1960, in: Schildt/Sywottek (Hg.): Modernisierung im Wiederaufbau, S. 290.

wicklung ist bereits vielfach hingewiesen worden.[267] Die wirtschaftlichen Ausgangsbedingungen waren schwierig. Zu den Kriegszerstörungen kamen die Demontagen und Reparationen als weitere Last hinzu:[268]

„Als die Reparationen 1953 offiziell für beendet erklärt wurden, hatte der Osten Deutschlands die höchsten im 20. Jahrhundert bekannt gewordenen Reparationsleistungen erbracht."[269]

Andererseits waren vor dem Krieg die Industrieanlagen auf dem Gebiet der späteren DDR sehr viel moderner und die landwirtschaftliche Fläche für die Lebensmittelproduktion erheblich größer als auf westlicher Seite. Christoph Buchheim hat deshalb in seinen Forschungen darauf hingewiesen, dass es keinen einfachen Zusammenhang zwischen den Kriegsfolgen und dem Wirtschaftswachstum in der SBZ/DDR gab.[270]

Die Situation nach dem Krieg war gekennzeichnet durch Not und Hunger. Wirtschaftliche Umstrukturierungen, wie die Bodenreform und die Verstaatlichung von Unternehmen, waren in dieser Situation als Lösung der Schwierigkeiten postuliert worden, erwiesen sich aber in der konkreten Umsetzung als schwierig und oft kontraproduktiv. Eine Wirtschaftshilfe, wie sie Westdeutschland durch den Marshall-Plan zugutekam, erhielt der ostdeutsche Staat nicht. Die SED proklamierte seit ihrer Gründung im Frühjahr 1946 die Verbesserung der Lebensbedingungen der Bevölkerung als ökonomische Hauptaufgabe. Der Lebensstandard konnte zwar tatsächlich stetig verbessert werden, hielt jedoch mit der westdeutschen Wirtschaftskraft nicht Schritt.

Dabei wurde anfangs die Priorität auf eine Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln und anderen Gütern des Grundbedarfes gelegt. Das entbehrliche Genussmittel Kaffee spielte deshalb in den ersten Jahren kaum eine Rolle in den Bemühungen um die Versorgungssicherung. Die Zeit zwischen 1945 und 1958 war wesentlich von Not- und Mangelzuständen geprägt:

„Die Konsumtionsverhältnisse der Nachkriegszeit lassen sich mit dem Begriff der Bedarfsdeckungsgesellschaft charakterisieren. Das heißt, es konnten nur die notwendigsten Bedürfnisse – und auch viele nicht immer hinreichend – befriedigt werden."[271]

[267] Vgl. beispielsweise André Steiner: Von Plan zu Plan. Eine Wirtschaftsgeschichte der DDR, München 2004; Rainer Karlsch/Jochen Laufer/Friederike Sattler: Sowjetische Demontagen in Deutschland 1944–1949. Hintergründe, Ziele und Wirkungen, Berlin 2002; Rainer Karlsch: Allein bezahlt? Die Reparationsleistungen der SBZ/DDR 1945–1953, Berlin 1993; Roesler: Privater Konsum in Ostdeutschland 1950–1960.

[268] Der Anteil der laufenden Reparationsleistungen am Bruttosozialprodukt der SBZ/DDR betrug 1946 48,8%, 1950 18,4% und 1953 12,9%. Die Gesamtkosten der Reparationszahlungen werden mit 14 Mrd. Dollar in Preisen von 1938 beziffert. Vgl. Steiner: Von Plan zu Plan, S. 33.

[269] Burghard Ciesla: „All das bremst uns, kann uns aber nicht aufhalten". Wohlstandsversprechen und Wirtschaftswachstum: Grundprobleme der SED-Wirtschaftspolitik in den fünfziger Jahren, in: Dierk Hoffmann/Michael Schwartz/Hermann Wentker (Hg.): Vor dem Mauerbau. Politik und Gesellschaft in der DDR der fünfziger Jahre, München 2003, S. 149–164, hier S. 158.

[270] Vgl. Christoph Buchheim: Kriegsfolgen und Wirtschaftswachstum in der SBZ/DDR, in: Geschichte und Gesellschaft 25 (1999), S. 515–529.

[271] Ina Merkel: Utopie und Bedürfnis. Die Geschichte der Konsumkultur in der DDR, Köln/Weimar/Wien 1999, S. 312.

Abb. 15: Konsumversprechen in der DDR – die Waage senkt sich auch ohne Bohnenkaffee und verheißt ein Ende des Mangels.

Das Ende der Rationierungen 1958 beendete schließlich die Ära der Nachkriegszeit in der DDR. Insgesamt brachten die 1950er Jahre auch der DDR die Rückkehr zu einer Versorgung, die bei den meisten Gütern der der Vorkriegszeit entsprach.[272]

Obwohl die Läden der Handelsorganisation (HO)[273] bereits 1949 in sehr geringen Mengen Kaffee verkauft hatten, kann der Beginn einer offiziellen Versorgung mit Bohnenkaffee in der DDR erst auf das Jahr 1951 datiert werden. Zuvor hatte es zwar Vereinbarungen über Kaffeeimporte aus Frankreich und Belgien gegeben, die aber durch die exportierenden Firmen nicht eingehalten wurden.[274] Ab Okto-

[272] Roesler: Privater Konsum in Ostdeutschland 1950–1960, S. 290.
[273] Zur HO siehe unten.
[274] So wurde z. B. der Vertrag über eine Einfuhr von 200 t Kaffee aus Frankreich und von 155,2 t aus Belgien aus den Jahren 1949/50 wegen Nichterfüllung storniert. Vgl. Schreiben des Deutschen Außenhandels an das Ministerium für Innerdeutschen Handel, Außenhandel und Materialversorgung vom 18. 1. und 7. 2. 1950, BArch, DL 1/3803.

ber/November 1950 sind erste kleinere Importe dokumentiert, und zwar sowohl direkt aus dem Herkunftsland Brasilien als auch über den Umweg via Holland oder Belgien.[275] In der Statistik erscheint der Bohnenkaffee in der DDR erstmals 1951, und zwar mit einem Pro-Kopf-Verbrauch von 11,2 Gramm pro Jahr und einer Gesamt-Einfuhr von 205 Tonnen.[276] Nimmt man die damals übliche Berechnung von fünf Gramm für eine Tasse Kaffee, dann bedeutete dies einen durchschnittlichen Konsum von etwas mehr als zwei Tassen Kaffee im Jahr. Die Menge steigerte sich in den folgenden Jahren auf 71,7 Gramm für 1952 und 239,7 Gramm für das Jahr 1953.[277] In der Mitte des Jahrzehnts erreichte der jährliche Pro-Kopf-Verbrauch 370 Gramm und erst 1960/61 konnte die Ein-Kilo-Marke im Durchschnittskonsum überschritten werden. Trotz der permanenten Steigerung lag der Konsum damit wesentlich unter dem Niveau in Westdeutschland – ein Faktum, das sich während der gesamten Zeit des Bestehens der DDR nicht ändern sollte.

In der Aufstellung der Importpläne der DDR spiegeln sich die Prioritäten in der Nahrungs- und Genussmittelversorgung wider. In den Planberechnungen ging man bei allen Gütern vom durchschnittlichen Verbrauch der Vorkriegszeit aus – in der Regel von 1936, aber gelegentlich auch von einem Durchschnittswert der Jahre 1928/29/34 und 1936. Während z. B. in der Planung für das Jahr 1954 bei fast allen Produkten ein Einholen und z. T. sogar Überschreiten des Vorkriegsverbrauchs vorgesehen war, wich die angestrebte Menge bei Kaffee erheblich von diesem Richtmaß ab.[278] In dieser Planung, die unter dem Eindruck des Aufstandes am 17. Juni 1953 stand, wurde der Vorkriegskonsum mit 2,18 Kilo Kaffee pro Kopf und der für 1954 vorgesehene Konsum mit 0,944 Kilo pro Kopf beziffert – eine Menge, die mit 0,35 Kilo tatsächlichem Verbrauch 1954 nicht einmal annähernd erreicht wurde.[279]

In der rationierten Versorgungswirtschaft der DDR, in der der Grundversorgung der Bevölkerung absolute Priorität eingeräumt wurde, war Bohnenkaffee nicht vorgesehen. Bohnenkaffee war zwar zumindest theoretisch ab 1949 in den HO-Läden frei verkäuflich, aber das bedeutete nicht, dass die DDR-Bürger ihn

[275] Vgl. BArch, DL 1/3804.

[276] Entwicklung des Lebensstandards der Bevölkerung in der Zeit des ersten Fünfjahrplanes, Mai 1956, S. 66, BArch, DL 1/3827. Die zitierte Tabelle sagt nichts darüber aus, ob es sich dabei um gerösteten oder ungerösteten Kaffee handelt. Es dürfte sich jedoch um ungerösteten Kaffee handeln, da im Statistischen Jahrbuch der DDR für 1955 der Pro-Kopf-Verbrauch mit 0,287 kg angegeben wurde und in der Tabelle des Ministeriums für Handel und Versorgung für das gleiche Jahr 0,37 kg. Die statistische Vergleichbarkeit für die 1950er Jahre ist bei Bohnenkaffee insofern etwas schwierig, als der Pro-Kopf-Verbrauch erstmalig im Statistischen Jahrbuch 1963 ausgewiesen ist (hier für die Jahre 1955 mit 0,287 kg, 1958 mit 0,714 kg und 1959 mit 0,821 kg). Vgl. Statistisches Jahrbuch der DDR, Berlin 1963, S. 397.

[277] Ebd.

[278] Vgl. Schreiben des Ministeriums für Außenhandel und Innerdeutschen Handel an den Vorsitzenden der Staatlichen Plankommission vom 25. 11. 1953, Anlage, BArch, DE 1/29646.

[279] Schreiben des Staatssekretärs im Ministerium für Außenhandel und Innerdeutschen Handel an den Stellvertreter des Vorsitzenden der Staatlichen Plankommission vom 23. 11. 1953, Anlage, ebd.

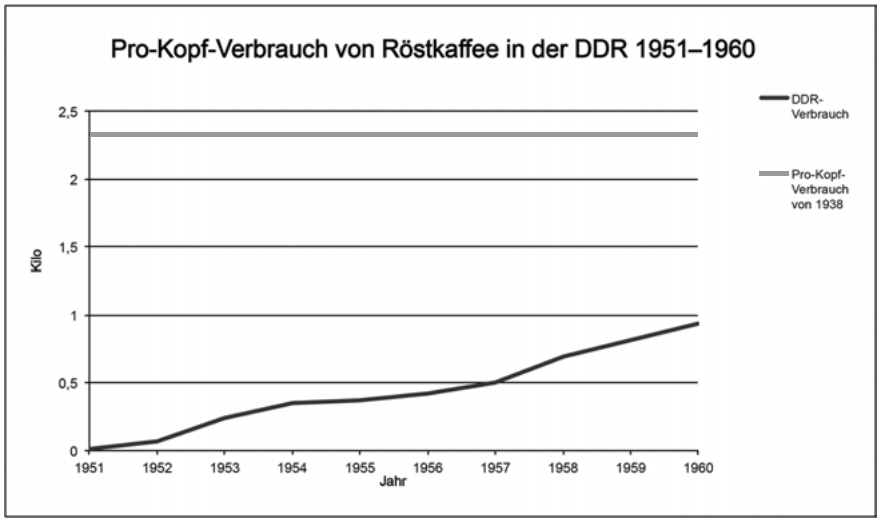


Abb. 16: Statistik nach Zahlenangaben der Statistischen Jahrbücher der DDR und des Institutes für Marktforschung Leipzig

dort tatsächlich kaufen konnten. Hohe Preise, vor allem aber geringe Importe, machten Bohnenkaffee in der Wirtschaft der frühen DDR zur Rarität.

Kaffee-Ersatz

Die Menschen in der DDR tranken im Alltag genau wie ihre westlichen Nachbarn vor allem Ersatzkaffee. Dieser war mit einer Zuteilung von monatlich 125 Gramm pro Person Teil der Waren, die zunächst nur auf Karten erhältlich waren.[280] Der „Muckefuck" – wie der Kaffee-Ersatz auch von den DDR-Bürgern genannt wurde – wurde schon im Mai 1950 als eine der ersten Waren aus der Rationierung, die in der DDR noch bis 1958 aufrechterhalten wurde, herausgenommen und war von diesem Zeitpunkt an frei verkäuflich.[281] Produziert wurde der Ersatzkaffee beispielsweise in dem 1908 in Magdeburg gegründeten Kathreiner-Malzkaffeewerk, das die berühmten Marken Kathreiners Malzkaffee und Linde's hergestellt hatte und für die Herstellung des Malzes auf die reiche Getreideproduktion der Magdeburger Börde zurückgreifen konnte. Nach der Enteignung im Jahr 1945 arbeitete das Werk erst einmal ohne eindeutige Rechtsgrundlage weiter und wurde 1948 dem Verband der Konsumgenossenschaften angegliedert. Das Magdeburger Werk stellte Kneipp-Malzkaffee und andere Kaffee-Ersatzmischungen her. Ab 1953 wurde dort auch Bohnenkaffee geröstet, Mitte der 1950er Jahre erhielt der Betrieb den Namen „Röstfein". Noch im Jahr 1967 produzierte Röstfein 65 Prozent des

[280] Roesler: Privater Konsum in Ostdeutschland 1950–1960, S. 291.
[281] Ebd.

Abb. 17: Werbeplakat für Kaffee-Ersatzmischung, 1949

Malzkaffees der DDR.[282] Neben dem Konsumwerk stellten auch einige volkseigene, aber auch private Betriebe Ersatzkaffee her.[283]

Die Qualität des Ersatzkaffees wurde streng kontrolliert. So vergab das Deutsche Amt für Material- und Warenprüfung an acht von zweiundzwanzig getesteten Ersatzkaffee-Erzeugnissen aufgrund von Mängeln kein Prüfzeichen. Die Kontrolleure beanstandeten vor allem schlechte Röstungen – was sie auf überalterte Röstanlagen zurückführten – und unzureichende Verpackungen. Trotzdem zeigten sich die Prüfer im Allgemeinen mit der Qualität der getesteten Produkte zufrieden.[284]

„Mir schmeckt's …", strahlte ein Arbeiter auf einem Werbeplakat der Konsumgenossenschaften von 1949, „… denn ich trinke die gute KONSUM Kaffee-Ersatzmischung!" Der Werktätige mit der Schutzbrille, der ganz offensichtlich schwere Tätigkeiten verrichten musste, hatte seine gute Laune (wie auch sein gutes Aussehen) behalten, weil es ihm zumindest an Kaffee-Ersatz nicht mangelte. Er schöpfte seine Kraft aus einer guten Tasse des wunderbaren Ersatz-Getränkes, welches ihn zufriedenstellte. Das Plakat, auf dem der Vorzeigekonsument ein wenig zu

[282] Vgl. Andreas Ludwig (Hg.): KONSUM. Konsumgenossenschaften in der DDR, Köln/Weimar/Wien 2006, S. 168 f.; Simone Tippach-Schneider: Abc des Ostens. 26 Objektgeschichten, Cottbus 2003, S. 40, und http://www.roestfein.de/ (29. 4. 2009).

[283] Gütebericht des Deutschen Amtes für Material- und Warenprüfung vom 1. 6. 1957, BArch, DE 1/29136.

[284] Ebd.

aufdringlich den Betrachter anlächelte, um glaubwürdig zu sein, wirkt wie eine Erwiderung auf einen Vorredner, der geäußert hatte, dass er den „Muckefuck" ungenießbar finde. Das Plakat entwarf eine heile Aufbau-Welt, in der selbstverständlich hart gearbeitet wurde, aber das Erreichte bereits in einem gewissen Rahmen genossen werden konnte.

Im Jahr 1949 erschien dieses Bild noch glaubwürdig. Die Versprechen und die Hoffnung auf eine gute Zukunft in einem sozialistischen und damit besseren Deutschland ließen Einschränkungen noch akzeptabel erscheinen, zumal im Westen Deutschlands die Kaffeetrinker auch noch zum Verzicht gezwungen waren.

Stärker als im Westen substituierte die Bevölkerung den fehlenden Kaffee durch Tee. Tee war für die Bevölkerung der DDR wesentlich leichter erreichbar, da beispielsweise grusinischer (georgischer) Tee aus der Sowjetunion bezogen werden konnte und nicht nur auf dem Weltmarkt gegen knappe Devisen beschafft werden musste. Die Einfuhrzahlen von Tee und Kaffee bezeugen, dass die Menschen in der DDR angesichts des Kaffeemangels zu Tee als alternativem Warmgetränk griffen: Im Jahr 1951 wurden nur 205 Tonnen Rohkaffee einführt, aber 340 Tonnen Tee.[285] Im westlichen Nachbarland überstieg der Import von Kaffee den Teeimport stets um ein Vielfaches – 1951 wurde dort über 14-mal mehr Kaffee eingeführt als Tee.[286] In der DDR blieb die Relation der importierten Genussmittel auch 1952 in etwa gleich, obwohl sich die eingeführten Mengen erheblich steigerten.[287] Ab 1953 änderte sich das Verhältnis der Importmengen. Während der Kaffeeimport seit diesem Jahr ganz deutlich stieg, sank der Teeimport beträchtlich ab. Ab 1955 pendelte sich der Teekonsum dann bei 1600 bis 1800 Tonnen ein, während der Import von Rohkaffee von 6599 Tonnen (1955) auf 22 557 Tonnen (1959) anwuchs.[288] Für den Pro-Kopf-Verbrauch bedeutete dies, dass der Jahreskonsum von Tee sich ab 1955 für die nächsten eineinhalb Jahrzehnte etwa zwischen 80 und 90 Gramm bewegte, während sich der Konsum von Kaffee von 287 Gramm im Jahr 1955 bis zum Ende der Republik stetig steigerte.[289]

Fasst man die Konsumentwicklung von Bohnenkaffee in der ersten Hälfte der 1950er Jahre zusammen, so war sein Genuss die ganz seltene Ausnahme. Schon allein wegen der geringen Importmengen konnte das Bedürfnis nach einer gelegentlichen Tasse Kaffee legal nicht befriedigt werden. Die Menschen suchten deshalb nach anderen Wegen.

Schwarzmarkt und Schmuggel – das zweite Versorgungsnetz

Die Ostdeutschen zeigten großes Geschick, in einer Zeit, in der Kaffee in den Läden nicht zu kaufen war, gelegentlich eine Tasse Kaffee zu genießen. Zwar hatte

[285] Statistisches Jahrbuch der DDR 1957, S. 520.
[286] 1951 importierte die Bundesrepublik 34 404 t Kaffee und 2348 t Tee. Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland 1954, S. 511.
[287] 1952 betrug die Einfuhr von Kaffee 1312 t und von Tee 1900 t. Ebd.
[288] Statistisches Jahrbuch der DDR 1959, S. 580.
[289] Zum Vergleich: In der Bundesrepublik stieg der Pro-Kopf-Verbrauch bei Tee ab 1949 mit 31 g im Jahr gleichmäßig an, bis er sich ab dem Jahr 1956 um 115 g im Jahr einpendelte. Vgl. auch Roesler: Privater Konsum in Ostdeutschland 1950–1960, S. 297.

auch in der Perspektive der Bevölkerung der Konsum von Kaffee angesichts der alltäglichen Versorgungsprobleme keine Priorität, aber das Genussmittel blieb ein begehrter Luxus. Ein Zeitzeuge beschrieb die Situation:

„Nach dem Krieg, da hätte man gerne Kaffee getrunken, aber da gab's dann wieder keinen. Aber es gab Möglichkeiten, dass man irgendwie, irgendwo, irgendwann mal an ein Tässchen ran kam."[290]

In Ostdeutschland entwickelte sich ein zweites Versorgungsnetz, in dem die Bevölkerung zusätzlich Güter beziehen konnte. Ähnlich wie im Westen bestand dieses Netz aus vielfältigen Möglichkeiten und Strategien legaler bis illegaler Art. Anders als in der Bundesrepublik blieb angesichts der Lücken und Engpässe, die die Versorgungssituation der DDR kennzeichneten, dieser zweite Markt bis zu deren Ende bestehen und wurde zu einem Kennzeichen des Konsumentenverhaltens im ostdeutschen Staat.[291]

In diesem zweiten Versorgungssystem erwarb die Bevölkerung Bohnenkaffee über Beziehungen, durch Schmuggel über die deutsch-deutsche Grenze oder auf dem schwarzen Markt. Eine Zeitzeugin berichtete von einer Bekannten, die Ende der 1940er Jahre regelmäßig Pakete aus Amerika erhielt:

„[Mein] Vater trank doch so gerne Kaffee und der hat ja dann wie gesagt im Thüringer Wald, oder da im Eichsfeld, hat er dann Kaffee gekauft von der Mutter meiner Freundin, die kriegte Pakete aus Amerika. Und die hatte so eine kleine Rente. Und da war immer Kaffee drin und dann verkaufte die den Kaffee 100-gramm-weise und viertelpfundweise. Den hat sie dann immer so für 15 Mark oder 30 Mark so verkauft. Und hat sich die Rente aufgebessert."[292]

Über diese Pakete lernte Frau Kolbe den Instant-Kaffee kennen, den sie erst nach ihrer Übersiedelung in den Westen wieder vorfand:

„Ich weiß nur, dass die Pakete aus Amerika, dass die auch schon diesen gefriergetrockneten Kaffee, den wir dann als Jacobs-Kaffee hatten, hatten die als Maxwell […]. Ja, aber nicht nur den. Die haben auch, also Bohnen [gehabt]. Aber sie haben auch zum Teil schon den Pulverkaffee geschickt […]. Und die [Verwandten aus Amerika] schickten auch noch andere Sachen denn, Kleidung und so, aber immer eben Bohnenkaffee."[293]

Für die Kaffeeversorgung der Familie war der Vater zuständig, der sehr gerne Kaffee trank: „Er war immer ganz fröhlich, wenn er mal wieder 'ne Tasse kriegte."[294]

Im Falle einer anderen Zeitzeugin dagegen war die Großmutter die Akteurin bei der Beschaffung des Kaffees:

„Weil meine Mutter sehr früh starb, bin ich bei meiner Großmutter aufgewachsen und die hat ja sogar alle möglichen Lebensmittel gegen Kaffee vertauscht. Da waren ja die Tauschgeschäfte so zu Gange nach dem Krieg. Brot oder dann waren ja auch Marken – sie gab

[290] Ton- oder Filmdokumente, Andreas Kuno Richter/Lutz Rentner: Mahlzeit DDR – 3. Kosta – Rondo – Kaffeemix, MDR 2004, Interview mit Manfred Uhlich, Min. 2:10.
[291] Zu den verschiedenen Erwerbsstrategien und ihren Bedeutungen vgl. Merkel: Utopie und Bedürfnis, S. 277–300.
[292] Interview mit Renate Kolbe, Wiebke Kolbe (Interviewerin), Kiel 14. 1. 2009, S. 2.
[293] Ebd., S. 4.
[294] Ebd.

dann also Marken irgend jemand ab und kriegte dafür Kaffee, weil sie trank sehr gerne Kaffee."[295]

Neben diesen Kauf- und Tauschpraktiken, die vor allem über private Beziehungen abgewickelt wurden, war Bohnenkaffee auch auf dem Schwarzmarkt erhältlich, der sich in einigen Städten herausgebildet hatte. Untersuchungen über die Preise auf dem schwarzen Markt im Frühjahr 1949 ergaben, dass nicht in allen Städten Bohnenkaffee auf dem illegalen Markt gehandelt wurde. Wo er verkauft wurde, differierten die Preise stark: In Dresden beispielsweise kostete das Pfund Kaffee 100 DM,[296] in Görlitz 140 DM, in Dessau 110 DM und in Quedlinburg 90 DM.[297] Regionale Preisdifferenzen zeigten sich auch bei anderen Waren. So musste der Käufer für ein Ei in Görlitz 1,50 DM zahlen, in Leipzig hingegen drei bis fünf DM. Bei den ansonsten gehandelten Waren überwogen die Güter des täglichen Bedarfs, wie etwa Brot, Butter und Fleisch. Insgesamt gab es ein sehr umfangreiches Angebot von Zement über Bügeleisen und Möbel bis hin zu Gold.[298]

Daneben fuhren auch viele Ostdeutsche über die Grenze nach Westdeutschland, wo sie trotz des ungünstigen inoffiziellen Umtauschkurses von einer DM zu vier bis fünf DDR-Mark einige Waren bedeutend billiger kaufen konnten als in den staatlichen HO-Läden. Darüber hinaus erwarben DDR-Bürger im Westen auch Güter, die dort zwar ebenso teuer, jedoch qualitativ hochwertiger waren oder eher dem Modegeschmack der Zeit entsprachen. Auch der Kaffee im Westen war besser als die DDR-Mischung. So entwickelte sich ein reger Markt für DDR-Bürger, die z. B. in dem grenznahen West-Berliner Stadtteil Gesundbrunnen einkaufen gingen, was dem Bezirk den liebevoll-spöttischen Beinamen „HO-Gesundbrunnen" einbrachte, oder in die West-Berliner Badstraße, die auch „Sachsendamm" genannt wurde.[299] Der Betreiber eines Geschäftes berichtete:

„Meine Kunden auf dem Bad-Markt kamen also aus der damaligen Zone, aus Leipzig und Erfurt, weiß ich, wo sie überall herkamen, Stralsund. Die ganze DDR ist praktisch damals unterwegs gewesen und hat hier eingekauft […]. Die Kunden konnten in Ost oder West

[295] Ton- oder Filmdokumente, Richter/Rentner: Mahlzeit DDR, Interview mit Leni Staatz, Min. 1:55.

[296] Zur Währung in der DDR: Die Deutsche Mark der Deutschen Notenbank (DM) galt vom 24. 7. 1948 bis 31. 7. 1964, wurde zur Mark der Deutschen Notenbank (MDN) vom 1. 8. 1964 bis 31. 12. 1967 und schließlich zur Mark (M) der Deutschen Demokratischen Republik (auch: Mark der DDR) vom 1. Januar 1968 bis 30. Juni 1990. Zur Geschichte und Bedeutung der DDR-Währung vgl. Rainer Gries: Die Mark der DDR. Eine Kommunikationsgeschichte der sozialistischen deutschen Währung, Erfurt 2003; Helmut Kahnt: Die Geschichte der Deutschen Mark. In Ost und West, Regenstauf 2003.

[297] Schreiben der Landesregierung Sachsen, Landespreisamt, an den Chef der Finanzabteilung der SMA für das Land Sachsen, Herrn Komarov, vom 4. 3. 1949, BArch, DL 1/656.

[298] Ebd. Für 2 kg Schwarzbrot zahlte man zwischen 10 und 12 DM. Butter wurde mit 20 bis 35 DM für 250 g gehandelt, Zucker mit 12 bis 17 DM für ein Pfund und Fleisch mit 20 bis 45 DM für ein Pfund.

[299] Vgl. Erika M. Hoerning: Sektoren – Währungen – Grenzen. Grenzhandel in Berlin-Wedding, in: Roland Schwarz (Hg.): Der Wedding – hart an der Grenze. Weiterleben in Berlin nach dem Krieg, Berlin 1987, S. 205–216, hier S. 208 ff.; Roesler: Privater Konsum in Ostdeutschland 1950–1960, S. 298.

zahlen […]. Die Angebote waren immer gezielt auf die Ostkundschaft. Was die gefragt haben, das wurde eben von uns aus beschafft."[300]

Der Einkaufstourismus über die deutsch-deutsche Grenze ging in beide Richtungen. Die Westdeutschen konnten im Osten bestimmte Güter und Dienstleistungen für wenig Geld erwerben. Die Ostdeutschen gingen zum Einkaufen in den Westen oder aber sie tauschten mitgebrachte Waren. In der ostdeutschen Bevölkerung wurde dieses Verhalten diskutiert, wie ein Stimmungsbericht aus dem Jahr 1958 beschrieb:

„Die Kontrollmaßnahmen usw. gegen Westschieber werden vollauf unterstützt. Aber man verlangt durchgreifende Maßnahmen seitens der Regierung, die garantieren, daß unser Obst aus den Gärten, den Dörfern usw. nicht ungehindert nach Westberlin verschoben wird. In Pankow gibt es riesige Gartenanlagen. Aus diesen seien bisher Unmengen in Körben, Eimern und sehr unauffälligen Aktentaschen (die man unter die Sitzbank stellt) nach Westberlin gegangen."[301]

Außer Obst nahmen die Ostdeutschen auch subventionierte Waren, Lebensmittel und Bekleidung in den Westen mit, die dann wiederum im Angebot der DDR fehlten. Der Schleichhandel in beide Richtungen wurde mit harten Strafen geahndet. Der Schmuggel einiger Pfund Bohnenkaffee konnte in der Phase des sogenannten verschärften Klassenkampfes 1952/53 eine mehrjährige Zuchthausstrafe zur Folge haben. Das Gesetz zum Schutze des innerdeutschen Handels benutzte die SED-Führung auch zur Sozialdisziplinierung der eigenen Bevölkerung, denn der Kaffeebezug aus dem Westen stellte den Überlegenheitsanspruch des eigenen Systems in Frage.[302] Trotzdem nahmen viele das Risiko in Kauf, wie die Schwiegermutter von Annerose Mühlfort:

„Meine Schwiegermutter, wie das nach dem Krieg war, die ist immer nach Berlin gefahren und dann hatte die in der Jacke solche kleinen Röhrchen und die hat dann immer heimlich Kaffee geröstet und das immer 50-Gramm-beutelchenweise verkauft. Da hat sich meine Schwiegermutter über Wasser gehalten mit den zwei Kindern. Einmal auf dem Bahnhof in Berlin, da ist so ein Röhrchen geplatzt und da sind die ganzen Kaffeebohnen so rum und da hatte sie ein bisschen Angst. Aber sie hatte immer Glück."[303]

Als sich die allgemeinen Lebensbedingungen verbesserten und die Regierung der DDR nach der Verkündung der „neuen ökonomischen Hauptaufgabe" 1958 die Versorgung mit Kaffee verbesserte,[304] ging der deutsch-deutsche Schmuggel zurück. Die westdeutsche Presse beschrieb die Situation am Ende des Jahrzehnts:

„Da der Schmuggel mit Lebensmitteln, Kaffee, Tabakwaren usw. immer mehr zurückgeht, sind auch diese Beamten [die Zollgrenzbeamten] toleranter geworden. Natürlich auf Anweisung von oben. Unverändert empfindlich reagieren sie jedoch, wenn wertvolle Dinge

[300] Interview mit Winfried Gellert, zit. n. Hoerning: Sektoren, S. 209.
[301] „Bericht über die am 3. Juni 1959 im Hause Pankow, Berlinerstr. 3 durchgeführte Hausversammlung" vom 4. 6. 1958 von Luise Zahn, Mitarbeiterin in der Redaktion „Neuer Weg" (Zeitschrift für Parteiarbeiter), SAPMO-BArch, DY 30/IV 2/5/580, Bl. 93, zit. n. Merkel: Utopie und Bedürfnis, S. 288.
[302] Vgl. Petra Weber: Justiz und Diktatur. Justizverwaltung und politische Strafjustiz in Thüringen 1945–1961, München 2000, S. 362 f.
[303] Ton- oder Filmdokumente, Richter/Rentner: Mahlzeit DDR, Interview mit Annerose Mühlfort, Min. 2:35.
[304] Siehe unten.

wie optische Geräte, die in Jena, in Dresden und in Görlitz hergestellt werden, nach dem Westen geschmuggelt werden sollen. Auch Hausratgegenstände, Musikinstrumente, Schreib- und Rechenmaschinen sowie Porzellan werden neben Büchern und Schallplatten immer noch heimlich über die Grenze geschleppt."[305]

Bis 1961 gab es allein in Berlin außerdem ca. 50 000 Personen, die im Osten wohnten und im Westen arbeiteten. Diese Grenzgänger sorgten neben den Einkaufstouristen für einen kontinuierlichen Zufluss von Kaffee über die Grenze.[306] Mit dem Bau der Mauer kam der illegale Kaffeeimport aus dem Westen dann weitgehend zum Erliegen.

Bohnenkaffee gelangte natürlich auch über die Pakete aus Westdeutschland ins Land, freilich nur, wenn man Verwandte im Westen hatte, wie Charlotte Nielitz anmerkte: „Wir hatten auch keine Westverwandtschaft. Da war der Bohnenkaffee, das war aus bei uns."[307]

HO-Kaffee: ein zweifelhaftes Vergnügen

Parallel zu den Restriktionen versuchte die SED den Schwarzmarkt und Schmuggel auch durch die im Herbst 1948 gegründete Handelsorganisation in den Griff zu bekommen. In den sogenannten freien Läden der Handelsorganisation – kurz HO genannt – konnten die Kunden Waren ohne Bezugsscheine oder Karten erhalten. Dafür zahlten sie deutlich überhöhte Preise, die allerdings unter denen des Schwarzmarktes lagen. Neben der Austrocknung des Schwarzhandels erhoffte sich die SED durch die Gründung der HO eine Erhöhung der Steuereinnahmen, die Abschöpfung der überschüssigen Kaufkraft und damit die Stabilisierung des Geldwertes.[308]

Der wichtigste Bezugspunkt für das Preisniveau der Handelsorganisation waren die Schwarzmarktpreise, die durch die staatlichen Läden um 10–20 Prozent unterboten werden sollten.[309]

Mit dieser Idee der Bekämpfung des Schwarzmarktes durch Handel beschritt die SBZ/DDR zum ersten Mal den zweischneidigen Weg der Politik der zwei Preisklassen, die dem Ideal einer sozialistischen egalitären Verteilung widersprach.[310] Für die Mehrheit der Bevölkerung war das Angebot der neu eröffneten HO-Läden wegen der hohen Preise beinahe unerschwinglich. Die Führung der

[305] Was wird noch geschmuggelt?, in: Der Tag vom 23. 7. 1960.

[306] Vgl. Volker Wünderich: Ohne Bohnenkaffee kein Sozialismus? Kaffee und Westgrenze der DDR, in: Dietrich/Rossfeld (Hg.): Am Limit, S. 78. Zu den Grenzgängern siehe Kap. I.3.

[307] Ton- oder Filmdokumente, Richter/Rentner: Mahlzeit DDR, Interview mit Charlotte Nielitz, Min. 10:11.

[308] Zur Geschichte der HO-Läden vgl. Katherine Pence: Building Socialist Worker-Consumers. The Paradoxial Construction of the Handelsorganisation – HO, in: Peter Hübner/Klaus Tenfelde (Hg.): Arbeiter in der SBZ – DDR, Essen 1999, S. 497–526.

[309] Jennifer Schevardo: Vom Wert des Notwendigen. Preispolitik und Lebensstandard in der DDR der fünfziger Jahre, Stuttgart 2006, S. 97.

[310] Mit dem Dilemma der sozialen Differenzierung, das mit der Einführung von zwei Preisklassen verbunden war, hat sich Ina Merkel eingehend beschäftigt. Vgl. Ina Merkel: Luxus im Sozialismus. Eine widersinnige Fragestellung?, in: Reinhold Reith/Torsten

SED war sich der Problematik und der sozialen Sprengkraft, die dieser Weg beinhaltete, bewusst. „Ich weiß, daß manche Menschen immer wieder die Frage stellen, warum wir nicht alle Leute gleichmäßig versorgen“[311], konstatierte Walter Ulbricht in einer Rede anlässlich des einjährigen Bestehens der HO, um im Weiteren „eine solche Gleichmacherei“ angesichts der gegebenen Umstände als „Hemmung des Aufbaues in unserem Lande“ anzuprangern. Auf die Beanstandungen der Bevölkerung, lebenswichtige Mangelwaren würden in der HO zu teuren Preisen verkauft und eine zusätzliche Versorgung, die sich nach dem Geldbeutel richte, sei nicht gerecht, antwortete der Leiter der Handelsorganisation Paul Baender, dass gerade die Gewinne der HO dazu beitragen würden, den generellen Warenmangel zu beseitigen. Indem die Gewinne an den Staatshaushalt abgeführt würden, dienten sie beispielsweise dem Neubau von Fabriken und der Finanzierung von Produktionsanreizen für Bauern.[312]

Die HO erstellte ein Akzise-System, um die in den HO-Preisen enthaltene Verbrauchssteuer zu berechnen: Der durchschnittliche HO-Preis bei der Warengruppe Brot und Kleingebäck lag im April 1949 5,3-mal so hoch wie der Kartenpreis, bei der Gruppe Fleisch/Wurst/Fisch betrug der HO-Preis das Zehnfache und bei Zuckerwaren mehr als das Fünfundzwanzigfache der entsprechenden Preise im Rationierungssystem.[313] Die Akzisesätze berücksichtigten dabei die Preise der Waren auf dem Schwarzmarkt. Sie verwiesen zudem darauf, welche Güter von der SED zu den Bedarfs- und welche zu den Luxusgütern gezählt wurden. Der höchste Verbrauchssteuersatz lag dabei mit 966 Prozent auf Kaffee, gefolgt von Kakao mit 900 Prozent.[314]

Die massiven Preissenkungen, die bis Ende 1951 bei der HO durchgeführt wurden, verbesserten zwar die Erreichbarkeit der Waren für viele Menschen, vor allem profitierten hier jedoch die Haushalte mit hohem Einkommen. Für die Bevölkerung mit niedrigerem Einkommen verteuerte sich sogar die Lebenshaltung, da viele Waren gleichzeitig aus der Bewirtschaftung genommen wurden und nicht mehr für die günstigen Kartenpreise erworben werden konnten.[315]

Bohnenkaffee blieb sehr teuer in den HO-Läden. Mit 100 DM für ein Pfund Kaffee war das Preisniveau sehr dicht am Schwarzmarktpreis und erheblich höher als in West-Berlin. Auch nach der Preissenkung mussten viele Menschen auf den Genuss von HO-Kaffee verzichten. Die Qualität des immer noch teuren Kaffees schwankte stark und die Versorgung war sehr unregelmäßig. Wie bei anderen Gütern auch wurden Großstädte wie Berlin oder die Messestadt Leipzig bevorzugt mit Kaffee versorgt, was bei der geringen importierten Kaffeemenge bedeutete,

Meyer (Hg.): „Luxus und Konsum“ – eine historische Annäherung, Münster 2003, S. 221–236, und Merkel: Utopie und Bedürfnis.

311 Stenographische Niederschrift der Rede des stellvertretenden Ministerpräsidenten Walter Ulbricht auf der Feierstunde anlässlich des einjährigen Bestehens der HO am 17. 11. 1949. Zit n. Merkel: Utopie und Bedürfnis, S. 250.

312 Die HO vor neuen Aufgaben, in: Neues Deutschland vom 15. 11. 1949.

313 Schevardo: Vom Wert des Notwendigen, S. 95.

314 Ebd., S. 96. Zum Vergleich: Bei Weißzucker betrug der Steuersatz 177%, bei Dauerbackwaren 214%, bei Fleisch- und Fischwaren 330% und bei Butter 376%.

315 Vgl. Steiner: Von Plan zu Plan, S. 70 f.

dass er an manchen Orten zeitweise nur selten oder gar nicht erhältlich war. Diese Schwerpunktversorgung ging zu Lasten der Kleinstädte und Dörfer: „In Röstkaffee hinreichende Bereitstellung für Imbißstuben und Gaststätten. Voller Verkauf in Verkaufsstellen in Berlin und Leipzig – zur Messe. Darüber hinaus konnte in Betriebsverkaufsstellen und an die Landbevölkerung im August/September etwas Kaffee verkauft werden“[316], fasste das Ministerium für Handel und Versorgung beispielsweise die Situation im Herbst 1954 zusammen.

Frau Kolbe, deren Familie sich über Beziehungen die beliebten Bohnen verschaffen und die daher auf den Kauf bei der HO verzichten konnte, berichtete über den Kaffee der staatlichen Handelsorganisation:

„Und nachher gab es in den 50er Jahren […], in den HO-Läden in den größeren Städten in der DDR, gab es dann Kaffee zu kaufen. Aber der war wahnsinnig teuer. Und ich glaube nicht, dass mein Vater da Kaffee gekauft hat. Außerdem hörten wir dann immer, dass der nicht gut war.“[317]

Aus dem Westen blickte „Der Spiegel“ auf die ostdeutsche Kaffeeversorgung:

„Erst als die HO zum Herbst 49 den Pfundpreis auf 70 DM-Ost senkte, wurde das Kaffeegeschäft lebhafter. Und als um Weihnachten 49 Tütchen mit 100 Gramm für 12 DM-Ost auf den Markt kamen, schlugen sich die Leute vor den HO-Läden um diese Kaffeekrümel. Seit Januar 1950 ist auch in den HO-Läden kein Bohnenkaffee mehr zu haben. Die Konsumläden und Privatgeschäfte haben Bohnenkaffee nie geführt. Lediglich in den HO-Gaststätten kann man für 1 Ostmark eine Tasse schlechten Bohnenkaffee trinken, Marke Kongo Robusta.“[318]

Zuvor hatte auch das „Hamburger Abendblatt“ berichtet, dass im Osten schon der Kampf um kleine Kaffeemengen Tumulte auslösen konnte:

„‚Eine schreiende Woge von Menschen ergoß sich in den Raum. Glas klirrte. Es war schrecklich und panikartig. Angstvoll zitternd und grauweiß im Gesicht die Verkäuferin […].‘ Ein Juwelenraub? Nein, eine Schilderung der ‚Märkischen Volksstimme‘ in Potsdam über den Verkauf von K a f f e e i m H O - L a d e n. Die Stunden, in denen die Kundschaft Schlange stand, waren für die meisten vertane Zeit. Denn nur die ersten Hundert wurden berücksichtigt. 50 Gramm pro Person zu jeweils vier DM das kleine Tütchen.“[319]

Die unregelmäßige Versorgung mit oft schlechtem, in jedem Fall aber teurem Kaffee dauerte bis weit in die 1950er Jahre an. Mitunter war Kaffee überhaupt nicht im Angebot, wie etwa das Ministerium für Handel und Versorgung im September 1953 eingestehen musste:

„Röstkaffee konnte, obwohl sehr gefragt, auch im Monat September nicht angeboten werden. In Imbiß-Stuben und Gaststätten konnte der Kaffee-Bedarf gedeckt werden. Infolge

316 Ministerium für Handel und Versorgung, Abteilung Bedarfsplanung, Bedarfsforschung und Handelsstatistik: Bericht über die Ergebnisse der Bedarfsforschungen im III. Quartal 1954 vom 30. 9. 54, S. 15, BArch, DL 1/2605.

317 Interview mit Renate Kolbe, Wiebke Kolbe (Interviewerin), Kiel 14. 1. 2009, S. 2.

318 Am Caffeehandel betheiligt. Deutschlands Schmuggler, Serie, in: Der Spiegel vom 10. 8. 1950, S. 38.

319 Um 50 Gramm Kaffee, in: Hamburger Abendblatt vom 27. 10. 1949. Hervorhebung im Original.

dieses Kaffeemangels und in Verbindung mit der Preisherabsetzung war der Teeumsatz gleichbleibend gut."[320]

Die Mangelsituation hatte sich auch im Juni 1954 noch nicht geändert:

„Für Röstkaffee läßt sich die Bedarfsdeckung nicht feststellen, da Kaffee nur zeitweise und damit in viel zu geringen Mengen zur Verfügung stand […]. Die Bevölkerung war enttäuscht, daß zum 1. Mai, zu Ostern und Pfingsten Kaffee in den meisten Bezirken nicht erhältlich war."[321]

Erst ab 1955 war ein gleichmäßiges Kaffeeangebot einigermaßen gewährleistet. Ab diesem Jahr entspannte sich auch die Situation der allgemeinen Versorgung mit Genussmitteln langsam:

„Die steigende Kaufkraft und Verbesserung in der Lebenshaltung zeigen sich besonders auf dem Gebiet der Nahrungs- und Genussmittel, die statt einer planmäßigen Steigerung von 1,7% zum Vorjahre eine solche um 5% ausweisen."[322]

Zu dem oft mangelhaften Angebot und der schlechten Qualität kam das Problem hinzu, dass für den Kaffee keine geeignete aromafeste Verpackung zur Verfügung stand.[323] Dadurch alterte das empfindliche Genussmittel vergleichsweise rasch in den Papier- und Pappepackungen, was sich wiederum negativ auf den Geschmack auswirkte.

Gerösteter Kaffee wurde in den HO-Läden in unterschiedlicher Form und Menge angeboten. Auch hier gab es ein breites Sortiment an Klein- und Kleinstpackungen: 1954 – als sich die Kaffeeproduktion schon in einem leichten Aufschwung befand – wurde berichtet, dass geröstete Kaffees aus billigen Sorten zum Preis von fünf DM für 62,5 Gramm verkauft wurden. Tütenverpackungen des Volkseigenen Betriebes (VEB) Venag Kaffee- und Nährmittelwerke Halle/Saale waren ab zehn Gramm für 0,84 DM erhältlich, und zwar in den Abpackungen 25, 50 und 100 Gramm. Außerdem wurden „Presslinge" – also gemahlener und zusammengepresster Bohnenkaffee – mit einem Gewicht von 8,5 Gramm angeboten, die der VEB Trumpf aus Weißensee ab Mitte 1954 erzeugte.[324] Die Zeitschrift der Kaffee- und Teehändler Westdeutschlands berichtete von der Kaffeelage in der DDR kurz vor Weihnachten des Jahres 1954:

„Nachfrage ist trotz der hohen Preise vorhanden. Die staatlichen Stellen sind deshalb bemüht, der Bevölkerung gerade vor den Festtagen Kaffee verfügbar zu machen. In den HO-

[320] Ministerium für Handel und Versorgung, Abteilung Bedarfsforschung und Umsatzplanung: Marktlagenbericht September 1953 vom 19. 10. 1953, S. 15, BArch, DL 1/2604.

[321] Ministerium für Handel und Versorgung, Abteilung Bedarfsforschung und Absatzplanung: Bericht II. Quartal 1954 vom 23. 6. 1954, S. 12, BArch, DL 1/2605.

[322] Rat des Bezirkes Potsdam, Abteilung Handel und Versorgung: Analyse zum Volkswirtschaftsplan III. Quartal 1955, Planteil Handel vom 1. 11. 1955, S. 1, BArch, DL 1/2604.

[323] Ministerium für Handel und Versorgung, Abteilung Bedarfsforschung und Umsatzplanung: Bericht über die Ergebnisse der Bedarfsforschung im I. Quartal 1954 vom 22. 4. 1954, S. 12, ebd.

[324] Vgl. Ministerium für Handel und Versorgung: Abteilung Bedarfsforschung und Absatzplanung: Bericht II. Quartal 1954 vom 23. 6. 1954, S. 12, BArch, DL 1/2605. Vgl. auch Kaffeelage in der DDR, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 24 vom 19. 12. 1954.

Gaststätten, wie auch in den privaten Gaststätten und Kaffeehäusern, wird Kaffee überall ausgeschenkt."[325]

Deutsche Kaffee-Erinnerung

Da sich die Menschen in Ost- wie in Westdeutschland auf eine gemeinsame Kaffee-Tradition beziehen konnten, war es wenig verwunderlich, dass sich die Praktiken im Konsum und in der Betrachtung des Genussmittels in den 1950er Jahren trotz sehr unterschiedlicher Konsumniveaus in vielerlei Hinsicht sehr ähnelten. In beiden Staaten war der Kaffeegenuss mit dem Sonntag oder dem Feiertag eng verbunden. Die Erinnerung von Annerose Mühlfort beispielsweise glich der der Zeitzeugen aus dem Westen:

„Also bei meinen Eltern, da gab es eigentlich in den ersten Jahren, wo ich noch zu Hause war, da gab es [Kaffee] eigentlich nur immer sonntags, außer zum Geburtstag. Ich weiß nicht, die Mutti hat eigentlich immer nicht viel Kaffee gekauft."[326]

Auch die Beschreibung der Kaffee-Zeremonie, die Joachim Schacht bei seinem Vater erlebte, hätte von einem Zeitzeugen in Westdeutschland stammen können:

„Die Zubereitung, das war eigentlich eine kleine Zeremonie. Ich sehe meinen Vater noch in der Küche sitzen, eine hölzerne Kaffeemühle zwischen die Knie geklemmt, die Bohnen wurden gemahlen. Und dann eine weiße Porzellankanne, da wurde ein Filter aus Aluminium aufgesetzt; das Kaffeepulver in das Filtertütchen geschüttet. Nach dem Filtern des Kaffees kamen die Stürze drauf und ganz zum Schluss ein Tropfenfänger – ein kleines Schaumgummiröllchen – unter die Schnauze und dort war eine schöne grüne Libelle aus Kunststoff drauf."[327]

Die Zubereitung und der Genuss von Kaffee sowie die damit verbundenen Zuschreibungen ähnelten sich in beiden deutschen Staaten, wenn auch der Konsum von Bohnenkaffee im Osten deutlich geringer als im Westen war. Unter den Bedingungen des Mangels war die Tasse Kaffee hüben wie drüben Träger einer Erinnerung an eine als gut erlebte Zeit und eine Messlatte für die Unordnung der Nachkriegsverhältnisse. Die Historikerin Ulla Heise konstatiert zutreffend:

„Bohnenkaffee hat durch die Nachkriegszeit genauso wie nach dem Ersten Weltkrieg nichts an seiner Prestigekraft verloren. Also, wenn Bohnenkaffee in ausreichender Menge da ist, ist das Leben in Ordnung, wenn Bohnenkaffee fehlt, ist das Leben nichts wert. Also Kaffee ist ein Getränk, woran man die Lebensqualität festmachte."[328]

Die Lebensqualität in der DDR ließ in den 1950er Jahren deutlich zu wünschen übrig. Der fehlende oder schlechte Kaffee, seine Substitution durch Ersatzstoffe war eng mit dieser mangelnden Lebensqualität verbunden. Diese Verknüpfung von schlechtem Kaffee und schlechtem Leben verankerte sich im Bewusstsein der DDR-Bürger und äußerte sich in späteren Jahrzehnten in aufmerksamen Beob-

[325] Kaffeelage in der DDR, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 24 vom 19. 12. 1954.
[326] Ton- oder Filmdokumente, Richter/Rentner: Mahlzeit DDR, Interview mit Annerose Mühlfort, Min. 8:55.
[327] Ebd., Interview mit Joachim Schacht, Min. 3:19.
[328] Ebd., Interview mit Ulla Heise, Min. 7:10.

achtungen und empfindlichen Reaktionen bei Änderungen, die die Kaffee-Versorgung betrafen.

Kaffeeversorgung und Systemwettstreit

Auf dem V. Parteitag der SED im Juni 1958 verkündete Walter Ulbricht:

„Die ökonomische Hauptaufgabe besteht darin, die Volkswirtschaft innerhalb weniger Jahre so zu entwickeln, daß die Überlegenheit der sozialistischen Gesellschaftsordnung gegenüber der kapitalistischen Herrschaft umfassend bewiesen wird. Deshalb muß erreicht werden, daß der Pro-Kopf-Verbrauch der werktätigen Bevölkerung an allen wichtigen Lebensmitteln und Konsumgütern höher liegt als der Pro-Kopf-Verbrauch der Gesamtbevölkerung in Westdeutschland."[329]

Im Oktober betonte das Politbüro des ZK der SED in seinem Beschluss „Zu Fragen der Versorgung und des Handels":

„Ganz besonderer Anstrengungen bedarf es, Westdeutschland bei der *Versorgung der Bevölkerung mit den wichtigsten industriellen Konsumgütern und mit Genußmitteln* einzuholen und zu überholen."[330]

Entsprechend dieser ambitionierten Zielsetzung erweckte nun auch die Versorgung mit Kaffee die Aufmerksamkeit der Planungsbehörden. Das Ministerium für Handel und Versorgung schrieb im Dezember 1958 an die Räte der Bezirke:

„Es wurde wiederholt festgestellt, dass das Angebot von Röstkaffee beim Handel noch Lücken aufweist. Demgegenüber stehen die Meldungen der Röstereien, dass die für das IV./58 abgeschlossenen Verträge durch die Handelsorgane nur zögernd realisiert werden. Es wird nochmals darauf hingewiesen, dass der Verkauf von Röstkaffee in allen Orten der Republik maximal zu steigern ist. Dabei sind entsprechend den in den letzten Abteilungsleiterbesprechungen gegebenen Hinweisen auch private Einzelhändler und Gaststätten einzubeziehen. Die Förderung des Kaffeeverkaufes bezieht sich in vollem Umfange auch auf das I./59. Alle Möglichkeiten der Werbung sind auszunutzen. Vor allem muss die Ware überall und immer frisch angeboten werden. Es ist darauf zu achten, dass die breite Streuung auf keinen Fall zu überalterten Beständen führt."[331]

Das Stiefkind Kaffee bekam auf einmal die volle Aufmerksamkeit. Die Umsetzung der geforderten Maxime verlief zwar nicht so gradlinig, wie es sich das Ministerium erhoffte, doch setzte die Verkündung des Wunsches bzw. der Aufgabe, den

[329] Walter Ulbricht: Über den Kampf um den Frieden, für den Sieg des Sozialismus, für die nationale Wiedergeburt Deutschlands als friedliebender, demokratischer Staat, in: Zentralkomitee der Sozialistischen Einheitspartei Deutschlands (Hg.): Dokumente der Sozialistischen Einheitspartei Deutschlands. Beschlüsse u. Erklärungen des Zentralkomitees sowie seines Politbüros und seines Sekretariats, Bd. VII, Berlin 1961, S. 259. Zur gesamtwirtschaftlichen Bedeutung dieser neuen Hauptaufgabe vgl. Steiner: Von Plan zu Plan, S. 110–115; Annette Kaminsky: Wohlstand, Schönheit, Glück. Kleine Konsumgeschichte der DDR, München 2001, S. 60 f.

[330] Zu Fragen der Versorgung und des Handels. Beschluß des Politbüros des ZK der SED vom 28. 10. 1958, in: Zentralkomitee der Sozialistischen Einheitspartei Deutschlands (Hg.): Dokumente der Sozialistischen Einheitspartei Deutschlands, Bd. VII, S. 405. Hervorhebungen im Original.

[331] Schreiben des Ministeriums für Handel und Versorgung (Säverin) an die Räte der Bezirke vom 12. 12. 1958, BArch, DN 1, zit. n. Ton- oder Filmdokumente, Richter/Rentner: Mahlzeit DDR.

Abb. 18: Der Siebenjahrplan 1959 sollte die Versorgung mit Kaffee (das kleine weiße Paket trägt die Aufschrift Kaffee), mit Südfrüchten und vielem mehr durch den erfolgreichen Export von hochwertigen Industriewaren ermöglichen.

westdeutschen Konsum auf allen Ebenen einzuholen und zu überholen, hinsichtlich der Kaffeeversorgung eine grundlegende Umwälzung in Gang. Dies hatte auch den Effekt, dass die Sehnsucht der Bevölkerung nach einer guten Tasse Kaffee ernst genommen wurde. Die mit hohen Importsteigerungen und damit Kosten verbundenen Anstrengungen auf dem Kaffee-Sektor wurden dabei in deutlich erzieherischer Absicht mit der „Leistungssteigerung der Werktätigen in der Produktion" gerechtfertigt. Die Erhöhung der Export-Leistung sollte die gesteigerten Kaffeeimporte ermöglichen. Die Bemühungen um eine bessere Kaffeeversorgung richteten sich einerseits an den Westen, den man im Systemwettstreit überflügeln wollte, andererseits zielten sie auf die eigenen Bürger, bei denen man für den DDR-Kaffee und damit auch um Vertrauen in die Fähigkeit der Regierung, eine angemessene Versorgung mit Kaffee herzustellen, werben wollte. Auf die Rede von Ulbricht folgte eine Vielzahl von Verordnungen und Maßnahmen. In den internen Diskussionen zwischen den an der Kaffeeversorgung beteiligten staatlichen Behörden, wie dem Handelsministerium, und den für die Versorgung der Bevölkerung zuständigen Kommissionen und den Kaffee verarbeitenden oder mit Kaffee handelnden Betrieben wurde immer wieder darauf hingewiesen, dass diese Maßnahmen vor allem ein Ziel hatten: „[…] das Vertrauen der Bevölkerung zu unserem Kaffee wieder zu gewinnen."[332]

[332] Schreiben des VEB Kaffee- und Nährmittelwerke Halle an die Staatliche Plankommission vom 3. 10. 1959, BArch, DE 1/25062.

Als ein wichtiger Schritt auf diesem Weg wurde die Anweisung Nr. 14/59 erlassen, die sicherstellen sollte, dass die empfindliche Ware Kaffee frisch in den Handel kam:

„Der Bevölkerung ist nur fachlich einwandfrei gerösteter und sorgfältig verlesener f r i s c h e r K a f f e e anzubieten. In keinem Ort der Republik darf Kaffee beim Verkauf über den Ladentisch bzw. beim Verbrauch in der Gaststätte älter als höchstens 14 Tage nach erfolgter Röstung sein."[333]

Für die Röstereien bedeutete dies, dass der die Rösterei verlassende Kaffee nicht älter als 48 Stunden sein durfte.[334] Außerdem musste von nun an jede Packung mit dem Röstdatum versehen werden. Der Großhandel hatte sicherzustellen, dass der nach Bedarf disponierte Kaffee 24, spätestens jedoch 48 Stunden nach Eintreffen an den Einzelhandel ausgeliefert wurde. Noch lieber sah das Ministerium – wenn möglich – den Direktbezug der Verkaufsstellen vom Röstbetrieb. Die Verkaufsstellen erhielten die Vorschrift, den Kaffee sofort nach dem Eintreffen in aromafesten Behältnissen unterzubringen und diese regelmäßig zu reinigen. Die Order sah weiter vor, dass in Gemischtwaren-Verkaufsstellen die Gefahr einer Beeinträchtigung durch geruchsintensive Waren ausgeschlossen werden sollte. Die Gaststätten wurden gemahnt, die Bohnen erst unmittelbar vor der Zubereitung zu mahlen. Darüber hinaus erteilte das Ministerium die Weisung, in größeren Städten und Orten Spezialgeschäfte einzurichten, in denen neben Kaffee ein artverwandtes Sortiment – Tee, Kakao und Schokoladenerzeugnisse – angeboten werden sollte.

Die Anweisung 14/59 regelte somit die Herstellung und den Vertrieb von Kaffee auf allen Ebenen. Selbst kleine Details, wie die Reinigung der Behälter und die Lagerung von Kaffee, waren zur Angelegenheit des Ministeriums gemacht worden. Das war angesichts des stiefmütterlichen Umgangs mit Kaffee im Handel offenbar auch dringend nötig, wie man im Mitteilungsblatt „Interessantes für den Kaffee-Verkäufer" im April lesen konnte. „Muß das sein?", fragte dort der Redakteur und meinte damit unter anderem die unsachgemäße Lagerung des Genussmittels in manchen Verkaufsstellen.

„Eine gute Tasse Kaffee schmeckt nur bei einer Zubereitung von frischem Kaffee. Das wissen alle, die im Handel mit Kaffee zu tun haben – und doch, sind wir ehrlich mit uns, tun wir nicht oft zu wenig dafür, den Konsumenten frischen Kaffee anbieten zu können? Von uns allen wird aber verlangt, alles nur Mögliche zu erdenken, damit die Konsumenten zu ihrem Recht kommen. Tun wir wirklich etwas – oder besser: t a t e n wir etwas? Ja, jetzt ist das Recht und Gesetz, jetzt hat man doch endlich eine Anweisung in der Hand, jetzt kann man etwas verlangen. Jetzt muß der Großhandel und die Industrie spuren! Und Du selbst, der Du diese Zeilen liest, bist Du etwa auch daran erinnert zu handeln und mitzuwirken? Du hast es sicher schon getan! Sicher hast Du nun in Deiner Verkaufsstelle dafür gesorgt, daß der Kaffee nicht mehr im Lager steht und vor lauter Tabakgeruch weint. Sicher sorgst Du jetzt für einen guten Verschluß des Kaffees – auch im Laden. **Sicher disponierst Du jetzt so, daß Du nur bis zur nächsten Kaffeelieferung bevorratet bist.** Sicher bist du jetzt so findig, den Kaffee nicht mehr auf dem Ladenaufbau neben Pfefferminzbonbons zu de-

[333] Verfügungen und Mitteilungen des Ministeriums für Handel und Versorgung, Anweisung Nr. 14/59 – Handel mit Kaffee – vom 6. 3. 1959, BArch, DN 1/10943. Hervorhebung im Original.

[334] Mit Ausnahme von Freitagsröstungen oder bei zwei aufeinanderfolgenden Feiertagen. In diesem Falle durfte die 24-Stunden-Frist überschritten werden.

korieren. Ja, sicher, jetzt bist Du rührig und gibst dem Kaffee im täglichen Verkauf den gebührenden Platz, der ihm seiner Empfindlichkeit und Hochwertigkeit nach zukommt."[335]

Der ohnehin schon qualitativ schlechte Zustand der Bohnen wurde durch die achtlose Behandlung und die langen Lagerzeiten noch weiter gemindert.

Nachdem die neue Anweisung Frische und angemessene Lagerung gewährleisten sollte, geriet die Kaffeequalität in den Fokus der Verantwortlichen. Um die Güte des Kaffees war es bisher nicht gut bestellt. Die mit Kaffee befassten Behörden und Betriebe bereiteten daher die Einführung von verschiedenen Kaffeemischungen vor, die neben einem stabilen Preis auch eine gleichbleibende Qualität garantieren sollten. Dabei holte man auf allen Ebenen den Rat von Fachleuten ein, diskutierte und beschloss Mischungsverhältnisse, Provenienzen, Verpackungen und deren Aufmachung. Am Ende der Überlegungen stand die Entwicklung von drei Sorten von unterschiedlicher Qualität, bei der nichts dem Zufall überlassen blieb. Ein Merkblatt des Ministeriums für Handel und Versorgung konkretisierte den Beschluss des Ministerrates, zum 1. Oktober 1959 neue Preise für Röstkaffee und ein Angebot mit verschiedenen Qualitäten und Preisen einzuführen:[336] Die beste Qualität, Mona, war eine Mischung aus 50 Prozent kolumbianischen Hochlandbohnen oder gleichwertigem indischen Kaffee und 50 Prozent Santos aus Brasilien, was den Rohkaffee-Preisklassen I bzw. IV entsprach. Die Sorte Mona trug den festgelegten Zusatz „aromatisch-edel" und wurde für 80 DM pro Kilo verkauft.[337]

Der günstige Kosta-Kaffee, der die Bezeichnung „kräftig-würzig" bekam, kostete 60 DM pro Kilo und bestand aus einer Mischung von je 40 Prozent der Rohkaffee-Preisklassen IV und VII und 20 Prozent der Klasse VI, die durch Verwendung brasilianischer, afrikanischer und javanischer Bohnen erreicht wurde.[338] Die Kaffeemarken Kosta und Mona wurden in den handelsüblichen Kleinverpackungen zu 25, 50, 100, und 125 Gramm angeboten. Kosta-Kaffee wurde darüber hinaus auch lose verkauft – im Gegensatz zu Mona-Kaffee, der ausschließlich verpackt in den Handel kam. Die dritte Sorte, Rondo, der das Attribut „mundig, ausgeglichen" bekam, war bereits avisiert, sollte aber erst später eingeführt werden.

Für die Sorten Mona und Kosta wurde zusätzlich die Kreation von Melange-Mischungen beschlossen. In diesen wurden 20 Prozent der Bohnen mit einer Karamell-Schicht überzogen. Der Zucker harmonisierte den Geschmack und gab dem Kaffee eine stärkere Färbung.[339]

[335] Muß das sein?, in: Interessantes für den Kaffee-Verkäufer, Nr. 2 vom 1. 4. 1959, BArch, DE 1/25062. Hervorhebungen im Original.

[336] Zu den im Folgenden dargestellten Neuerungen vgl.: Ministerium für Handel und Versorgung: Merkblatt über Maßnahmen anlässlich der Preissenkung für Traubenwein und Röstkaffee vom 25. 9. 1959, BArch, DN 1/10943.

[337] Die Sorte Mona wurde nur von vier Betrieben in der DDR erzeugt: VEB Venag, Halle, VEB Bero, Köpenick, VEB Kaffee und Tee, Radebeul, und Konsum (später Röstfein), Magdeburg.

[338] Die Preisklasse VII bestand aus Robusta-Bohnen, alle anderen Preisklassen aus Arabica-Kaffee.

[339] Zur fast allgegenwärtigen Verwendung von Zucker in Nahrungsmitteln, der über seine süßende Wirkung hinaus eine Menge von Eigenschaften hat, vgl. Sydney Mintz: Die süße Macht. Kulturgeschichte des Zuckers, Frankfurt a. M. 1992.

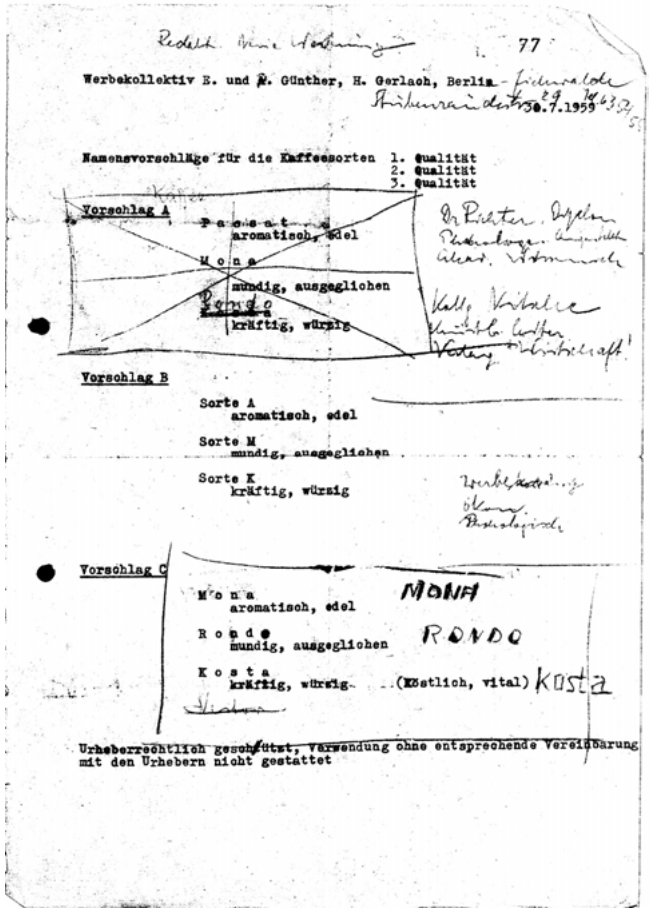
Das neue Sortiment wurde durch Kaffee-Presslinge in Kosta-Qualität zu fünf und zehn Gramm ergänzt. In den Gaststätten und gastronomischen Einrichtungen der Republik wurde ebenfalls die Sorte Kosta zum Ausschank bestimmt. Gleichzeitig wurde die „Einsatzmenge pro Tasse" von 5 auf 6,5 Gramm – bei unveränderten Ausschankpreisen – erhöht. Das Ministerium bestimmte darüber hinaus die Verkündung dieser Änderungen an den Endverbraucher. Dass die neuen Mengen auf den Getränkekarten angegeben werden mussten, reichte offenbar nicht: Es war vielmehr „zu sichern, dass in den Gaststätten das Bedienungspersonal die Gäste auf die Veränderung der Einsatzmengen hinweist".[340] Das zentrale Merkblatt des Ministeriums für Handel und Versorgung regelte selbst kleinste Details, wie die Umstellung der Selbstportionierer und anderer Maschinen in den Gaststätten, und es kündigte im auferlegten Wettstreit mit dem Westen auch eine Erweiterung der Angebotspalette an:

„Zur Verbesserung der Versorgung der Bevölkerung mit warmen und kalten Getränken ist eine Erweiterung des Kaffeeangebotes notwendig. Es muß daher in dafür geeigneten Gaststätten und Cafés erreicht werden, daß außer den üblichen Kaffeegetränken auch Kaffeespezialitäten zum Angebot kommen."[341]

Die vom Ministerrat beschlossene Preissenkung hieß, dass für den alten Preis nun eine bessere Qualität erhältlich war, während die Sorte minderer Qualität im Preis um ein Viertel herabgesetzt wurde. Für alle Sorten wurde eine bestimmte optische Aufmachung und Verpackung festgelegt. Die Namensgebung wie auch die Aromabezeichnung der Sorten waren von einem Werbekollektiv entwickelt worden.[342]

Ein von der Staatlichen Plankommission überarbeiteter Vorschlag zeigt, dass die Kriterien für die Benennung der Kaffeesorten ähnlichen Überlegungen folgten, wie sie bei einer Markenentwicklung in einem marktwirtschaftlichen System angewandt wurden. Eine nüchterne Benennung in Sorte A (aromatisch), M (mundig) und K (kräftig) wurde verworfen. Auch die Kaffeetrinker im Sozialismus wollten über die Namen den Wohlgeschmack und die exotische Herkunft imaginieren, welche in der Namensgebung Mona, Rondo und Kosta ihren Ausdruck fanden. Die Verwendung der Vokale A und O wie auch der Konsonanten M und N sollte Wohlempfinden assoziieren. Die Endung aller Namen auf den Buchstaben A oder O verweist gleichzeitig auf den spanisch-portugiesischen Sprachgebrauch der lateinamerikanischen Herkunftsländer. Namen, Bilder und Farbgebung wurden verbindlich für alle Kaffee herstellenden Betriebe festgelegt. Dies entsprach den Handhabungen eines „corporate design". Im Systemwettstreit mit dem Westen beschlossen die Regierenden der DDR, die Kaffeeverpackungen nicht nach sozialistischen Wertmaßstäben zu gestalten, sondern die westlichen Aufmachungen zum Vorbild zu nehmen, die als ansprechender galten. Diese Ausrichtung zeigte sich auch in den Weisungen des auf Wunsch der Staatlichen Plankommission gegründeten Arbeitskreises „Verpackung", der kritisierte:

[340] Ministerium für Handel und Versorgung: Merkblatt über Maßnahmen anlässlich der Preissenkung für Traubenwein und Röstkaffee vom 25. 9. 1959, BArch, DN 1/10943.
[341] Ebd.
[342] Vgl. Vorschlag des Werbekollektivs E. und A. Günther, H. Gerlach, an die Staatliche Plankommission vom 30. 7. 1959, BArch, DE 1/25062.



Werbekollektiv E. und P. Günther, H. Gerlach, Berlin

Namensvorschläge für die Kaffeesorten 1. Qualität 2. Qualität 3. Qualität

Vorschlag A

Mona
aromatisch, edel

Rondo
mundig, ausgeglichen

Kosta
kräftig, würzig

Vorschlag B

Sorte A
aromatisch, edel

Sorte M
mundig, ausgeglichen

Sorte K
kräftig, würzig

Vorschlag C

Mona
aromatisch, edel
MONA

Rondo
mundig, ausgeglichen
RONDO

Kosta
kräftig, würzig (Köstlich, vital) KOSTA

Urheberrechtlich geschützt, Verwendung ohne entsprechende Vereinbarung mit den Urhebern nicht gestattet

Abb. 19: Namensvorschläge für Kaffeesorten (1959)

„Die bei uns verwendeten Packmittel und Packstoffe zeigten sehr oft eine sehr unzweckmäßige Formgebung sowie eine geschmacklose Aufmachung. Sie wirken daher nicht verkaufsfördernd, sondern führen zu einer ablehnenden Haltung in den Kreisen der Konsumenten.“[343]

Der Arbeitskreis wies sämtliche Packmittel herstellenden Betriebe, egal ob es sich um Staats- oder Privatbetriebe handelte, an, „ab sofort alle Aufträge abzulehnen, die in bezug auf Aufmachung und Formgebung den Forderungen unserer Bevölkerung und dem Weltniveau nicht entsprechen“.[344]

Die Packung dem Weltniveau anzupassen, war ein ambitioniertes Unterfangen, welches durch knappe Ressourcen von Anfang an auf wackligen Beinen stand. Deshalb wurden Prioritäten gesetzt: Der Qualitätskaffee Mona bekam

[343] Schreiben des Leiters des Arbeitskreises „Verpackung“, Schuppe, an die Vereinigung Volkseigener Betriebe vom August 1959, BArch, DE 1/25062.
[344] Ebd.

Abb. 20: Sichtformen für die Namen von Kaffeesorten (1959)

eine schöne und aromasichernde Umhüllung in Gold- oder Silberfolie,[345] während die Verpackung der Marke Kosta – ohne Folie – lediglich schöngeredet wurde:

„Kosta dagegen wird nach Verbrauch der bisherigen Kaffeepackungen ohne Folie in den Handel kommen. Doch keine Angst wegen Gefährdung des Aromas. Der Aromaschutz ist absolut gewährleistet und das Produkt ist das gleiche."[346]

Trotz der Verpackungsmängel gab es nun in der sozialistischen Republik Kaffee in einer durch das Mischungsverhältnis garantierten Qualität, in einer einheitlichen Erscheinung und zu einem festgelegten Preis. Damit war der Kaffee als Markenartikel in der DDR geboren. Die Sorten erwiesen sich als überaus langlebig. Mona- und Rondo-Kaffee sollten die Geschichte der DDR bis an ihr Ende begleiten, die Kaffeemischung Kosta wurde bis zur „Kaffeekrise" 1977 verkauft.

Der neue Markenartikel wurde intensiv beworben. Die Werbekampagne hatte zwar einige Startschwierigkeiten und setzte daher nicht wie geplant gleichzeitig mit der Markeneinführung ein, doch mit einiger Verzögerung kam der Reklamefeldzug schließlich in Gang. Fensterstreifen in den Schaufenstern verkündeten: „Ihr gewohnter Kaffee in bisheriger Qualität wird billiger" und „Der neue Kaffee für den Kenner aromatisch-edel und von hoher Qualität".[347]

Die Röstbetriebe luden Pressevertreter zur Kostprobe und in den Zeitungen waren Lobgesänge auf die neuen Sorten zu lesen, verbunden mit dem obligatorischen Hinweis, dass der begehrte Konsumgenuss der Regierung und den von den „Werktätigen erarbeiteten Erfolgen" zu verdanken seien. Neben dieser Pressearbeit gestalteten die Röstbetriebe Werbematerial in Form von Flugschriften und Plakaten und warben sogar mit fahrbaren Reklameaufbauten auf Lkws. Darüber

345 Die 100- und 125-Gramm-Packungen waren golden, die 50- und 25-Gramm-Packungen silbern.
346 Kaffee – aromatisch und edel, in: Freiheit Halle vom 23. 10. 1959.
347 Protokoll über die Tagung der Kaffeeröstbetriebe am 21. 9. 1959 in Halle, BArch, DE 1/25062.

Abb. 21: Werbung für Röstfein-Kaffee 1958

hinaus gab es Veränderungen in der Belieferung, wie der ehemalige Röstfein-Mitarbeiter Herr Schacht erinnert:

„Wir hatten hier im Hause einen sogenannten Frischedienst organisiert, das heißt, wir hatten 14 Kleintransporter, die fuhren regelmäßig die umliegenden Verkaufsstellen ab und belieferten die Geschäfte mit röstfrischem Kaffee."[348]

Im Überschwang der Ankündigungen passierten Unachtsamkeiten. So hatte die „Berliner Zeitung am Abend" geschrieben, dass nun die aussortierten Fehlbohnen nicht mehr nachgeröstet und wieder beigemischt würden, und damit auf einen bis dahin unbekannten Missstand erst aufmerksam gemacht. Der Werkleiter des Kaffeewerkes Halle kritisierte: „Es ist doch ganz unklug, etwas worüber bisher die Öffentlichkeit nicht unterrichtet war, nunmehr zu popularisieren."[349]

Die Rohkaffeeversorgung, die für eine gleichbleibende Qualität sorgen sollte, war keineswegs jederzeit garantiert, wie offiziell verkündet wurde. Bereits während in der Presse die gesicherte Versorgungslage angekündigt worden war, konnte der sortimentsgerechte Kaffeeimport nicht realisiert werden. Das Problem bestand in einem Import-Engpass der Sorten, aus denen der Kosta-Kaffee geröstet wurde. Die Bevollmächtigten aus Ministerrat und Ministerium für Außen- und Innerdeutschen Handel hatten mit der Staatlichen Plankommission vereinbart,

[348] Ton- oder Filmdokumente, Richter/Rentner: Mahlzeit DDR, Interview mit Herrn Schacht, Min. 9:45.

[349] Werkleiter der VEB Kaffee- und Nährmittelwerke Halle an Staatliche Plankommission, Schreiben vom 29. 10. 1959, BArch, DE 1/25062.

dass als Übergangslösung vorübergehend von der Lebensmittelindustrie für die Kaffeemischung Kosta bessere Kaffeesorten eingesetzt werden sollten. Diese Lösung war teurer als im Plan vorgesehen. Die Mehrkosten wurden aber vorübergehend den Betrieben der Lebensmittelindustrie vom Ministerium der Finanzen gestundet.[350] Um die geregelte Durchführung der neuen Kaffeeverordnungen nicht zu gefährden, war die schlechtere Kaffeemarke also anfangs besser, als dies ursprünglich beabsichtigt war.

Das große Haupt- und Dauerproblem der Kaffeeversorgung der DDR war die Abhängigkeit von Importen und die Bezahlung in Devisen. Der Rohkaffee selbst wurde in der Regel auf dem Weltmarkt gekauft und mit den frei konvertierbaren Valuta bezahlt, über welche die DDR nur in sehr begrenztem Maße verfügte. Bereits im März 1959 war deshalb auf einer Besprechung der mit Kaffeeherstellung und -handel befassten staatlichen Stellen und Betriebe über eine zukünftige Einfuhr aus den sozialistischen Ländern China und Vietnam nachgedacht worden. Aus China erhoffte man sich ab 1961 Lieferungen von Arabica-Kaffee, die der Preisklasse IV entsprechen sollten. Vietnam war damals als Lieferant von Arabicas der Preisklasse V oder Robustas vorgesehen, obwohl diese zuvor bei der Qualitätskontrolle der Rösterei in Magdeburg zurückgewiesen worden waren:

„Aus Vietnam wurde von den Organen des Außenhandels Kaffee der Sorte Chari eingeführt. Dieser Kaffee ist in seiner Qualität so minderwertig, daß er nur bis zu höchstens 2% dem übrigen Kaffee beigemischt werden kann. Aber auch diese Beimischung wird noch aus Qualitätsgründen vom Betrieb [Konsumkaffeewerk Magdeburg] abgelehnt. Die durchgeführte Verkostung des Kaffees ergab, daß die Kritiken des Betriebes zu Recht bestehen. Genosse Ehlert überließ mir auf meinen Wunsch einen kleine Probe von diesem Kaffee. Ich überreiche Ihnen diese Probe als Anlage und empfehle, diesen Kaffee aufbrühen zu lassen, damit Sie sich selbst über die Qualität orientieren können."[351]

Für die Lösung des Devisenproblems beim Kaffeeimport boten die sozialistischen Länder erst einmal keine Lösung. Höherwertige Bohnen der oberen Preisklassen wuchsen nur im „kapitalistischen" Ausland.

Über die Einfuhr der Bohnen hinaus kollidierte die Versorgung an oft unerwarteten Stellen mit der problematischen Devisensituation: Verbesserungen hinsichtlich der Verpackungen oder der Erweiterung des Sortiments verkomplizierten sich dadurch, dass sich Gegenstände oder Maschinen nicht in der eigenen Wirtschaft produzieren ließen oder dafür benötigte Rohstoffe importiert werden mussten. Nicht nur bei den großen ambitionierten Projekten am Ende der 1950er Jahre, wie der Einführung des coffeinfreien und des löslichen Kaffees,[352] stieß man bei Detailfragen oft an die durch den Devisenmangel gesetzten Grenzen. Unwägbarkeiten taten sich beispielsweise auch bei der verordneten Verpackung des Goldkindes Mona auf. Bei einer Packungs-Bestandsaufnahme in allen Mona-Kaffeebetrieben berichtete der Werkleiter des Kaffeebetriebes in Halle:

[350] Vgl. Unterlagen und Schriftwechsel über die Festsetzung der Produktions- und Verbrauchsabgaben bei Erzeugnissen der Lebensmittelindustrie, BArch, DN 1/10943.
[351] Schreiben des Ministeriums für Lebensmittelindustrie (Mücke) an Minister Westphal vom 16. 1. 1958, BArch, DE 1/25062.
[352] Siehe unten.

„Nach Kenntnis der Sachlage ist keiner der grafischen Betriebe in der Lage, die Verpflichtung zu übernehmen, daß auch im Laufe des kommenden Jahres der Lack ‚Goldton' 19009/III von Coswig ausreichend zur Verfügung gestellt werden kann, da die Bereitstellung der erforderlichen Farbpigmente überwiegend durch Importe erfolgt."[353]

Für die Planungs- und Regierungsbehörden stellte sich am Ende des Jahrzehnts ein weiteres Problem: Der Konsum blieb hinter der geplanten Erhöhung des Kaffeeangebots zurück. Dies hatte verschiedene Ursachen: Zum einen hielt sich das Misstrauen in den DDR-Kaffee seitens der Bevölkerung. Die neuen Sorten wurden zunächst kritisch beäugt, wie z. B. bei der Einführung der Melange-Mischungen. So berichtete der VEB Kaffee und Tee Radebeul von empörten Kunden, die die karamellisierten und deshalb dunkleren Bohnen irrtümlich für verbrannte Bohnen angesehen hatten.[354] Außerdem war Bohnenkaffee immer noch ein kostspieliger Luxus, was insbesondere den Absatz der sehr teuren Sorte Mona erschwerte. Am 28. Oktober 1959 meldete das Ministerium für Handel und Versorgung Probleme beim Abverkauf:

„Es haben sich beim Groß- und Einzelhandel in den ersten Oktobertagen so große Bestände an Mona gebildet, daß deren Absatz innerhalb von 14 Tagen nicht gewährleistet ist."[355]

Allein im Bezirk Dresden beliefen sich laut Ministerium die Bestände von Mona-Kaffee im Großhandel auf acht Tonnen. Als Ursache dieser Überbestände nannte die Behörde, dass die Mischung Mona nicht in Kleinpackungen – gemeint waren hier die Packungen von 25 und 50 Gramm – sondern zunächst nur in 125-Gramm-Packungen in den Handel gekommen sei. Außerdem gebe die Qualität des vom VEB Kaffee und Tee Dresden gelieferten Kaffees Anlass zu berechtigten Beanstandungen. Der Kaffee blieb beim Handel liegen und drohte alt zu werden. Deshalb wandte sich der stellvertretende Minister für Handel und Versorgung am 28. September 1959 an die Staatliche Plankommission:

„Ich bitte Sie deshalb, sofort Maßnahmen einzuleiten, die den schnellsten Verkauf der Mona-Bestände beim Handel zur Folge haben. Dabei wird von mir vor allem daran gedacht, daß die geringe Qualität des VEB Kaffee und Tee aus dem Handel zurückgenommen wird und weiter, daß untersucht wird, inwieweit die 125-g-Packungen, auch der anderen Betriebe, in 25-g- und 50-g-Packungen umgepackt werden können."[356]

Auch andere Betriebe berichteten von Problemen beim Abverkauf. Der VEB Kaffee- und Nährmittelwerke Halle konnte beispielsweise im letzten Quartal 1959 200 Tonnen Kaffee nicht absetzen.[357] Der Konsum erreichte die im Plan gemachten Vorgaben nicht. So war am Ende des Jahrzehntes in der DDR die eigentümliche Situation entstanden, dass die ostdeutsche Bevölkerung aus staatlicher Sicht

[353] Schreiben des Werkleiters der VEB Kaffee- und Nährmittelwerke Halle an die Staatliche Plankommission vom 10. 9. 1959, BArch, DE 1/25062.
[354] Schreiben des VEB Kaffee und Tee Radebeul an die Staatliche Plankommission vom 4. 11. 1959, ebd.
[355] Schreiben des Ministeriums für Handel und Versorgung (Müller) an die Staatliche Plankommission (Klevensath) vom 28. 10. 1959, ebd.
[356] Ebd. Unterstreichungen im Original.
[357] Schreiben der Vereinigung Volkseigener Betriebe Süß- und Dauerbackwarenindustrie an die Staatliche Plankommission vom 25. 11. 1959, ebd.

zu wenig Kaffee trank. Auch die beiden Richtwerte Vorkriegskonsum und Weststandard blieben bei einem jährlichen Pro-Kopf-Verbrauch von 817 Gramm für 1959 in unerreichbarer Ferne.[358] Ein Einholen oder Überholen der prosperierenden westdeutschen Gesellschaft war beim Konsum des Genussmittels Kaffee – im Gegensatz zu einigen anderen Lebensmitteln – weder unmittelbar noch in absehbarer Zeit in Sicht.

Voreilige Versprechungen moderner Zeiten – Kaffeeträume

Mit der Einführung der neuen Sorten waren in der Presse auch zwei weitere Neuerungen angekündigt worden, die aus der westlichen Kaffeelandschaft bekannt waren: Coffeinfreier Kaffee und Extrakt-Kaffee.

Ende November konnte der VEB Venag in Halle coffeinfreien Kaffee zum Preis von acht DM je 100 Gramm in den Handel bringen. Der zunächst euphorische Entwurf eines Merkblattes für den Einzelhandel anlässlich der Einführung des coffeinfreien Kaffees in der DDR wurde vom Ministerium für Handel und Versorgung in eine wesentlich nüchternere Form mit Betonung des Gesundheitsaspektes geändert. In der ersten Version hatte es noch geheißen: „Er wird also allen Freunden eines milden feinen Kaffees zusagen."[359] Dieser Satz wurde gestrichen und ersetzt durch: „Er ist vorwiegend für den Verbrauch durch Herzkranke bestimmt."[360] Darunter war handschriftlich vermerkt worden: „Warum eine solche Werbung, die auch Nichtherzkranke zum Kauf veranlassen würde?"[361] Der Korrektor im Ministerium, ein Mann namens Reichardt, hatte bereits im Mai desselben Jahres auf einer Besprechung beim Staatlichen Kontor die Meinung geäußert, man solle den coffeinfreien Kaffee nur gegen ärztliches Rezept ausgeben lassen.[362] Der Grund für die Weigerung, die Neuerung zu feiern und zu bewerben, lag vor allem darin, dass der coffeinfreie Kaffee keine wirkliche DDR-Errungenschaft war. Jahrelange Forschungsbemühungen, einen eigenen entcoffeinierten Kaffee herzustellen, waren ergebnislos verlaufen.[363] So gelang es zunächst nicht, das Coffein zu entziehen, ohne die Bohnen zu zertrümmern. Als Ausweg blieb deshalb nur, coffeinfreien Rohkaffee über den innerdeutschen Handel in Hamburg und Bremen einzukaufen und diese Bohnen in den DDR-Betrieben zu rösten. Da die Veredelung in Westdeutschland zusätzliche Kosten verursachte, versuchten die Planungs-

[358] Lutz Roland/Petra Leopold/Ursula Krause: Prognose zur Entwicklung des Verbrauchs von Röstkaffee bis 1980, hg. vom Institut für Marktforschung, Leipzig 1969. Zum Vergleich: Der Pro-Kopf-Verbrauch 1938 betrug 2,33 kg, in der Bundesrepublik war man 1959 bei 2,65 kg angelangt.

[359] Etwas Neues aus der Kaffeebranche – Entwurf durch den Hauptdisponenten Neubert (Staatliches Kontor für pflanzliche Erzeugnisse) mit handschriftlichen Korrekturen von Reichardt (Ministerium für Handel und Versorgung) vom 3. 12. 1959, BArch, DE 1/25062.

[360] Ebd.

[361] Ebd.

[362] Protokoll über die Besprechung am 12. 5. 1959 beim Staatlichen Kontor Berlin, S. 1, BArch, DE 1/25062.

[363] Schreiben der Vereinigung Volkseigener Betriebe Süß- und Dauerbackwarenindustrie (Direktor Thäle) an Staatliche Plankommission vom 14. 4. 1959, ebd.

behörden, den Bedarf möglichst gering zu halten und Kaufanreize durch unbedachte Äußerungen zu vermeiden.[364] Da außerdem offensichtlich das Scheitern des Entcoffeinierungsvorhabens vor der Öffentlichkeit verborgen werden sollte, wurde das Thema coffeinfreier Kaffee auf die Versorgung von Herzkranken reduziert.

Der Plan, einen eigenen Kaffee-Extrakt – also einen löslichen Kaffee in Pulverform – zu entwickeln, scheiterte an ähnlichen Schwierigkeiten. Seit 1955 gab es Versuche zur Herstellung eines Kaffee-Extraktpulvers, die in den ersten Jahren jedoch negativ verliefen.[365] Die Idee für den Pulverkaffee war durch den Blick in den Westen inspiriert. Das Ministerium für Lebensmittelindustrie berichtete 1957:

„Im kapitalistischen Ausland und auch in Westdeutschland ist seit Jahren ein Kaffee-Extraktpulver (bekanntes Erzeugnis Nescafé) auf dem Markt, das sich dadurch auszeichnet, daß es in Wasser vollständig und ohne Rückstand löslich ist […]. Nach Darstellung des Ministeriums für Handel und Versorgung ist ein echter Bedarf an Kaffee-Extraktpulver vorhanden, der gegenwärtig durch illegale Einkäufe in Westberlin zu einem Teil gedeckt wird."[366]

Die eigene Produktion von löslichem Kaffee sollte das Genussmittelsortiment erweitern. Damit wollte das Ministerium den Abfluss von Geldern nach Westberlin oder Westdeutschland vermindern und die Kaufkraft der Bevölkerung abschöpfen.[367] Da sich das Vorhaben, eine eigene Extraktionsanlage zu bauen, bis Ende des Jahrzehnts nicht konkretisieren ließ, wurde der Import einer Kaffee-Extraktionsanlage aus Westdeutschland erwogen, zu dem sich Ministerium und Staatliche Plankommission aber nicht durchringen konnten.[368] Bis zum Ende des Jahrzehnts konnten DDR-Bürger Kaffee-Pulver nur aus dem Westen beschaffen.

Auch wenn die Kaffee-Träume von einem modernen Sortiment mit eigenem coffeinfreien Kaffee und Kaffee-Extrakt in den 1950er Jahren nicht verwirklicht werden konnten, war die Versorgung der Bürger mit Kaffee dank der verstärkten Wahrnehmung des Genussmittels durch die Regierung, die den Systemwettbewerb mit dem Westen gewinnen wollte, einen wichtigen Schritt vorangekommen. Die DDR-Bürger konsumierten lediglich ein Drittel der Kaffeemenge, die die bundesdeutsche Bevölkerung verbrauchte. Der Preis für den Kaffee lag in der DDR wesentlich höher und die verkauften Packungsgrößen in den Geschäften,

364 Da es zuvor keinen coffeinfreien Kaffee in der DDR gegeben hatte, waren Bedarfsplanungen sehr vage. Als Behelf wurde eine Angabe aus dem Jahr 1939 herangezogen, wonach der Umsatz von coffeinfreiem Kaffee am Gesamtkaffeeumsatz in Deutschland ein bis zwei Prozent betragen hatte. Vgl. Schreiben des Staatlichen Kontors für pflanzliche Erzeugnisse an Deutsche Genussmittel GmbH Import – Export vom 7. 4. 1959, ebd.

365 Vgl. Bericht über die Herstellung von Kaffee-Extraktpulver in der DDR, Ministerium für Lebensmittelindustrie (gezeichnet Böhme, Mücke und Thäle), vermutlich September 1957, BArch, DE 1/25083.

366 Ebd.

367 Ebd.

368 Vgl. Vermerk der Hauptverwaltung Pflanzliche Erzeugnisse betr. Situation über den Stand der Errichtung einer Kaffee-Extrakt-Anlage vom 13. 2. 1958, BArch, DE 1/25083; vgl. auch Bericht der Abteilung Lebensmittelindustrie Fachgruppe Süß- und Dauerbackwaren vom 25. 9. 1959, BArch, DE 1/25062.

die als ein Indikator für eine Wohlstandsentwicklung angesehen werden können, waren im Durchschnitt kleiner. 1960 legte die Staatliche Zentralverwaltung für Statistik einen zusammenfassenden Bericht über die Entwicklung und das Verhältnis der Preisniveaus in beiden deutschen Staaten vor. Demzufolge war zwar das Niveau der Lebenshaltungskosten in der DDR von 1950 bis 1959 um 43 Prozent gesunken und in der Bundesrepublik um 21 Prozent gestiegen, das Leben in Ostdeutschland war aber immer noch deutlich teurer als in Westdeutschland. Mit Ausnahme von Bildung, Unterhaltung, Heizung, Beleuchtung und Wohnraum mussten die ostdeutschen Haushalte in allen Bereichen mehr ausgeben. Im Bereich der Lebensmittel zahlten sie bei Brot und Kartoffeln weniger, bei höherwertigen Nahrungsmitteln wie Fleisch, pflanzlichen Ölen und Fetten, Milchprodukten und Eiern sowie bei Genussmitteln aber mehr. Besonders die Ausgaben für Kaffee lagen deutlich über denen der bundesrepublikanischen Vergleichshaushalte.[369] Kaffee war am Ende der 1950er Jahre in beiden deutschen Staaten immer noch ein Luxusgut, in der DDR in stärkerem Maße als in der Bundesrepublik.

3. Kaffee-Transit – Grenzüberschreitungen

Die durchlässige Grenze

Grundsätzlich ist die deutsch-deutsche Beziehungsgeschichte in den 1950er Jahren von zwei gegensätzlichen Phänomenen geprägt: Einerseits polarisierten sich auf beiden Seiten der Grenze die Meinungen und Urteile über den jeweils anderen Staat und seine Bürger, andererseits war die jeweils andere Gesellschaft konkret erlebbar, da die Grenze trotz des Kalten Krieges noch in beide Richtungen durchlässig war. Einer Erhebung des Emnid-Institutes vom September 1952 zufolge besaßen 41 Prozent der westdeutschen Bevölkerung über 16 Jahre Verwandte und Freunde in der DDR.[370] Die freundschaftlichen und verwandtschaftlichen Beziehungen wurden durch Post- oder Telefonverbindungen aufrechterhalten, vor allem jedoch durch einen regen Reiseverkehr: Zwischen 1953 und 1961 besuchten 14,2 Millionen Personen aus der DDR die Bundesrepublik.[371] Die Zahl der Reisen von Westdeutschen in die DDR oder zu mehrtägigen Aufenthalten in Ost-Berlin betrug im selben Zeitraum 13,5 Millionen.[372] Für die noch hinzukommenden zahlreichen Reisen von West-Berlinern in den Ostsektor und in die DDR liegen

[369] Zum Bericht der Staatlichen Zentralverwaltung für Statistik vgl. Schevardo: Vom Wert des Notwendigen, S. 218ff.

[370] Vgl. Hermann Wentker: Die gesamtdeutsche Systemkonkurrenz und die durchlässige innerdeutsche Grenze. Herausforderung und Aktionsrahmen für die DDR in den fünfziger Jahren, in: Hoffmann/Schwartz/Wentker (Hg.): Vor dem Mauerbau, S. 59–75, hier S. 60.

[371] Rainer Barzel: Innerdeutsche Beziehungen, in: Görres-Gesellschaft zur Pflege der Wissenschaft (Hg.): Staatslexikon. Recht – Wirtschaft – Gesellschaft, Freiburg i. Br. 1987, S. 82–90, hier S. 85.

[372] Ebd.

keine Angaben vor.[373] Darüber hinaus fanden deutsch-deutsche Begegnungen auf Sportveranstaltungen, Fachtagungen oder Messen statt. Bei der Leipziger Messe 1955 waren von 970 Ausstellern 475 aus der Bundesrepublik, darunter auch einige Kaffeefirmen. Die große Hamburger Rohkaffee-Firma Bernhard Rothfos stellte dort ebenso aus wie das Konsum-Kaffeewerk Magdeburg oder der VEB Elfe aus Berlin, der Kaffee-Presslinge herstellte.[374] Neben den Kontakten, die sich über den Messebetrieb selbst ergaben, trafen Ost- und Westdeutsche in der Messezeit als Vermieter und Mieter aufeinander. Die Gäste aus dem Westen brachten zusätzliches Geld, aber auch begehrte Genussmittel mit:

„Wir haben zur Messe immer vermietet. Wenn Messe war, dann hatten die Leipziger vor allen Dingen das Interesse, sich einen Messeonkel zu kaschen. Denn das war ja ein guter Zuverdienst. Am begehrtesten waren natürlich die aus dem Westen oder dem westlichen Ausland, denn die konnten wenigstens mal einen ordentlichen Kaffee mitbringen."[375]

Die Grenze zwischen den beiden deutschen Staaten war an vielen Stellen durchlässig. Im Berlin der 1950er Jahre war die Grenzüberschreitung in beide Richtungen kein Problem. Es gab viele Grenzgänger. Das waren Personen, die in dem einen Staat wohnten und in dem anderen arbeiteten. Der tägliche Grenzübertritt zum Arbeitsplatz war vor allem in Berlin bis 1961 ein Bestandteil der alltäglichen Lebenswelt.[376] 1949 arbeiteten rund 122 000 West-Berliner in Ost-Berlin oder im Berliner Umland (Ost-Grenzgänger), während 76 000 Ost-Berliner in den Westsektoren Berlins ihrer Erwerbstätigkeit nachgingen (West-Grenzgänger).[377] Zu den offiziellen Arbeitsverhältnissen kamen noch solche ohne Arbeitsvertrag: Ost-Berliner Handwerker nahmen die Chance wahr, Westgeld jenseits der Grenze zu verdienen. Der hohe Umtauschkurs machte sie zu billigen Arbeitskräften, obwohl sie vergleichsweise mehr verdienten als in der DDR.[378] Diese Möglichkeit, die

[373] Kurt Plück: Innerdeutsche Beziehungen auf kommunaler und Verwaltungsebene, in Wissenschaft, Kultur und Sport und ihre Rückwirkungen auf die Menschen im geteilten Deutschland, in: Deutscher Bundestag (Hg.): Materialien der Enquete-Kommission „Aufarbeitung von Geschichte und Folgen der SED-Diktatur in Deutschland". Deutschlandpolitik, innerdeutsche Beziehungen und internationale Rahmenbedingungen, Baden-Baden 1999, S. 2015–2064, hier S. 2025 ff.

[374] Vgl. Leipziger Frühjahrsmesse 1955, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 7 vom 2. 4. 1955, S. 19.

[375] Interview mit Frau Glasow, zit. n. Thomas Ahbe/Michael Hofmann: Es kann nur besser werden. Erinnerungen an die 50er Jahre in Sachsen, Leipzig 2001, S. 86.

[376] Zu dem Phänomen der Grenzgänger vgl. Frank Roggenbuch: Das Berliner Grenzgängerproblem. Verflechtung und Systemkonkurrenz vor dem Mauerbau, Berlin 2008; Erika M. Hoerning: Zwischen den Fronten. Berliner Grenzgänger und Grenzhändler 1948–1961, Köln/Weimar/Wien 1992; dies.: Sektoren, S. 205–216; Jörn Schütrumpf: Zu einigen Aspekten des Grenzgängerproblems im Berliner Raum von 1948/49 bis 1961, in: Rolf Badstübner/Jochen Cerny/Gerhard Keiderling (Hg.): Studien zur Geschichte der Deutschen Demokratischen Republik, Berlin 1984, S. 333–358.

[377] Die Grenzgänger bekamen einen Teil ihres Lohnes in West- und einen Teil in Ostwährung ausbezahlt. 1949 erhielten Ost-Grenzgänger 60% ihrer DM-Ost-Lohnsumme zum Kurs von 1:1 in DM-West, während West-Grenzgänger 30% ihres Einkommens in DM-West ausgezahlt bekamen und den Rest in Ostwährung. Dieses System wurde durch die eigens eingerichtete Lohnausgleichskasse ermöglicht.

[378] Hoerning: Sektoren, S. 208 f.

manche DDR-Bürger nutzten, um nach dem Maßstab der Zeit relativ leicht viel Geld zu verdienen, wurde von anderen mit Geringschätzung und Ablehnung betrachtet:

„Aber wir haben dafür fleißig gearbeitet, meine Frau und ich. Andere aber machten im Prinzip gar nichts und wohnten dennoch so fürstlich. Die fuhren nämlich abends für zwei, drei Stunden nach West-Berlin. Das war das Scheuerlappengeschwader. Sie arbeiteten in West-Berlin als Reinemachefrauen und kamen dann mit der vier- bis fünffachen Wochenentlohnung zurück. Das gab schlechte Stimmung."[379]

Die Zeitschrift „Kaffee- und Tee-Markt" berichtete, dass sich vor allem ostdeutsche Frauen als nicht erfasste Hilfskräfte „einen zusätzlichen Verdienst in Westmark verschafften, der es ihnen erlaubte, für sich und ihre Familien West-Berliner Waren einzukaufen".[380] Der Kauf von Westkaffee bot neben der Bereicherung des persönlichen Konsums die Möglichkeit, über den Weiterverkauf oder durch Tausch die Verdienstspanne, die durch den Umtauschkurs entstanden war, noch zu erweitern.

Das Prinzip „Arbeitskraft aus dem Osten gegen Waren vom Westen!"[381] beschränkte sich zu Beginn der 1950er Jahre nicht auf Berlin. Das „Hamburger Abendblatt" schilderte im Dezember 1950 die Zustände an der niedersächsischen Zonengrenze zwischen Göttingen und Dannenberg, wo ostdeutsche Handwerker, wie Maurer, Dachdecker, Klempner, aber auch Photographen in den westlichen Grenzorten ihre Dienste für die Hälfte des üblichen Lohnes anböten.[382] Diese Arbeitsverhältnisse waren allerdings illegal. Durch die Errichtung des DDR-Grenzregimes 1952 wurden sie fast gänzlich unterbunden.

In Berlin, wo der Großteil der Grenzgänger einer legalen Tätigkeit nachging, pendelten selbst im Jahr 1961 noch sehr viele Menschen zu ihrem Arbeitsplatz über die Grenze. Trotz Entlassungen, Sperrung der West-Berliner Umlandsgrenze und Propaganda der SED gegen grenzübergreifendes Arbeiten von DDR-Bürgern waren 1961 immer noch 12 000 Westdeutsche in Ost-Berlin und 60 000 Ostdeutsche in West-Berlin beschäftigt, bevor der Bau der Berliner Mauer am 13. August 1961 diesem Phänomen ein Ende setzte.

Die Arbeitspendler brachten – obwohl dies in der Regel nicht legal war[383] – Waren über die Grenze mit, die den kontinuierlichen Güterfluss verstärkten, den die deutsch-deutschen Einkaufstouristen in Gang hielten. Bohnenkaffee eignete sich hervorragend als Mitbringsel in den Osten, da dieser in Ostdeutschland zumindest bis weit in die zweite Hälfte der 1950er Jahre oft knapp und von erheblich schlechterer Qualität als der Kaffee im Westen war. Obwohl West-Grenzgänger wie auch Einkaufstouristen die Möglichkeit hatten, in allen Bezirken Berlins einzukaufen, entwickelte sich an den grenznahen Stadtteilen wie Kreuzberg oder

379 Interview mit Herrn Gleisberg, zit. n. Ahbe/Hofmann: Es kann nur besser werden, S. 76.
380 Berlin, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 7 vom 11. 4. 1962, S. 9.
381 Menschen zwischen Ost und West. Das tägliche Brot wird von jenseits der Grenze geholt, in: Hamburger Abendblatt vom 18. 12. 1950.
382 Ebd.
383 Eine Ausnahme bildeten diejenigen Ost-Grenzgänger, die in der DDR nicht in einem Privatbetrieb arbeiteten. Sie erhielten die Erlaubnis, für ihre Ost-Mark in der DDR Lebensmittel einzukaufen. Vgl. Hoerning: Sektoren, S. 207.

Wedding ein ausgeprägter, auf die Bedürfnisse der Bewohner des anderen Währungsgebietes ausgerichteter Grenzhandel, der mit seinen kleinen Läden und Buden das Stadtbild nachhaltig veränderte und darüber hinaus vielen Menschen eine berufliche Existenz bot. Hier fanden außerdem Begegnungen statt, die das Bild der Bürger des einen Staates über den jeweils anderen mit beeinflussten. Ein Verkaufsfahrer der Firma Jacobs Kaffee schilderte eine Szene des Kaffee-Tourismus in Berlin:

„Beim Beliefern eines Standes stand neben mir eine Frau aus dem Osten, die unseren guten Jacobs Kaffee einkaufte, zu meiner Verwunderung in lauter kleinen Tüten. Sie begann, den Kaffee kunstgerecht wie eine alte Schmugglerin zu verstauen. Mein Angebot, ihr dabei behilflich zu sein, lehnte sie freundlich, aber bestimmt ab. Sie war gerade dabei, ihr Mieder mit Kaffeebohnen auszubessern."[384]

Die „Berliner Illustrierte" zitierte einen Ost-Berliner Arbeiter, der sich im Westen mit Kaffee versorgte:

„Ich komme aus dem Paradies der Arbeiter, um als Arbeiter bei den Kapitalisten in Westberlin eine gute Tasse Kaffee zu trinken. Wer kann mir das verübeln? Wer hat das Recht, mir die tausend Dinge vorzuenthalten, die das Leben schöner, bequemer und abwechslungsreicher gestalten?"[385]

Ähnlich wie in West-Berlin entstand längs der Zonengrenze zwischen der Bundesrepublik und der DDR ein auf die Bedürfnisse der Ostdeutschen ausgerichteter Grenzmarkt, der allerdings illegal war. Vergehen gegen das Gesetz zum Schutz des innerdeutschen Handels konnten – wie bereits erwähnt – mit hohen Zuchthausstrafen geahndet werden. Die Bedingungen für den Ein- und Verkauf waren deshalb ungleich schwieriger als in Berlin. Einkäufer in beide Richtungen nahmen zum Teil kilometerweite Fußmärsche in Kauf und gingen dabei stets das Risiko einer Grenzkontrolle ein. Trotzdem florierte bis zur Errichtung des Grenzregimes im Mai 1952 das Geschäft im Zonenrandgebiet:

„In den gleichen Orten [Schöningen und umliegende kleine Städte], am stärksten vielleicht im Goslarer und Helmstedter Gebiet, haben sich nach den ambulanten auch zahlreiche alte Kaufleute nach den Bedürfnissen der Kundschaft von jenseits der Zonengrenze gerichtet […]. Die Grenzgänger kommen in der Dunkelheit. Früher mussten sie warten, bis es Tag war, um einzukaufen, und in der nächsten Nacht zurückzukehren. Das haben sie jetzt nicht mehr nötig. Abends nach 23 Uhr, wenn die Grenzgänger eintreffen, öffnen sich die Läden in Vienenburg und anderswo. Zwei Stunden bleiben sie für das Nachtgeschäft offen. In dieser Zeit wird gekauft und verkauft. Die Industrie- und Handelskammer wollte einschreiten. Die Arbeitszeitverordnung wurde angeführt, Polizei mobilisiert. In den Grenzorten winkte man ab. Die soliden Kaufleute wollen schließlich auch verdienen. Soll der ambulante Händler, der in Buden, Zelten, alten Scheunen und unter Brücken auf Kunden wartet, das Geschäft alleine machen?"[386]

Der Einkaufstourismus war ein gesamtdeutsches Phänomen. Westdeutsche nutzten einen Besuch in der „Zone" und die damit verbundenen Vorteile des Wechsel-

384 Sauerbier: 100 Jahre Jacobs Café, S. 47.
385 Zit. n. ebd.
386 Menschen zwischen Ost und West. Das tägliche Brot wird von jenseits der Grenze geholt, in: Hamburger Abendblatt vom 18. 12. 1950.

Abb. 22 und 23: Der Einkaufstourismus und die Folgen der Mauer: Die West-Berliner Badstraße im Juli und im September 1961. Die Fotos wurden vom selben Standort aus aufgenommen.

kurses ebenfalls für einen günstigen Einkauf oder für die Gestaltung eines preiswerten Freizeitvergnügens.

Die Bedeutung des legalen Grenzhandels in Berlin lässt sich vor allem retrospektiv in den Auswirkungen nach dem Bau der Berliner Mauer erschließen. So berichtete die Zeitschrift der Kaffee-Händler und -Röster im Jahr 1962 rückblickend:

„Der gesamte Röstkaffeeumsatz in Berlin [hat] durch die Absperrungsmaßnahmen vom 13. August 1961, wie viele andere Handelszweige, eine recht empfindliche Schwächung erfahren […]. [Zuvor] kamen viele Ostberliner und andere Bewohner der Ostzone nach Berlin, um hier ihren Kaffee zu kaufen. Oft nicht nur für sich, sondern gleich für Bekannte und Verwandte, denn wenn der Kaffee auch nicht viel billiger war (durch den bereits erwähnten Umrechnungskurs) als in der Zone, so war er doch um so vieles besser."[387]

Durch den Ausfall der Einkaufstouristen und der Grenzgänger als Kaffeekunden, so die Zeitschrift „Kaffee- und Tee-Markt" weiter, sei ein beträchtlicher Umsatzrückgang beim Röstkaffee entstanden, der jedoch noch unter dem mit etwa 40 Prozent bezifferten Umsatzausfall der großen Schuhgeschäfte liege. Viele Einzelhandelsgeschäfte im direkten Grenzbereich mussten schließen, da über Nacht die Kundschaft weggeblieben war.

Die plötzliche Aussperrung der ostdeutschen Kunden vom West-Berliner Kaffeemarkt schlug sich deutlich im dortigen durchschnittlichen Pro-Kopf-Verbrauch nieder: Dieser lag im Jahr 1960 nach starken Steigerungsraten bei 4,6 Kilo Rohkaffee und im Jahr 1961 – also nach viermonatigem Ausfall der Ostkäufer – bei 4,47 Kilo,[388] obwohl das Ausbleiben der ostdeutschen Kaffeekäufer teilweise durch einen stark einsetzenden Päckchenversand wettgemacht wurde, mittels dessen die Ostdeutschen in Form von Bestellungen ihre restlichen Westgeldguthaben umsetzten. Nachdem diese Guthaben Ende 1961 aufgebraucht waren, bildete die übliche Versorgung durch Verwandte und Freunde wieder den Schwerpunkt im grenzübergreifenden Päckchenversand von West nach Ost.[389]

[387] Berlin, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 7 vom 11. 4. 1962, S. 8.
[388] Ebd. Zum Vergleich: Der Pro-Kopf-Verbrauch von Rohkaffee in der Bundesrepublik lag 1961 bei 3,72 kg.
[389] Ebd., S. 8 f.

Das Bild des Anderen

Die grenzüberschreitenden Besuche prägten bei vielen Menschen das Bild der jeweils anderen Gesellschaft: Nach einer Umfrage von Infratest in der DDR im Jahr 1955, woher die Befragten Informationen über den Westen bekämen, gaben 35 Prozent an, ihre Eindrücke entstünden vor allem durch Besuchsreisen in den Westen.[390] Gleichzeitig verstellte der Kalte Krieg aber auch den Blick auf die gesellschaftliche Realität im Nachbarland. Bezogen auf die Kaufkraft und den Kaffeekonsum im jeweils anderen Land lassen sich dadurch sehr widersprüchliche Sichtweisen feststellen. Denn einerseits wurde die wirtschaftliche Potenz der Bevölkerung der Bundesrepublik aufgrund der engen Kontakte durchaus realistisch eingeschätzt, wie etwa von Frau Kolbe, deren Großmutter aus dem Westen Pakete schickte:

„Ja, aber die hatten ja selbst wenig Geld und die konnten sich hier [in der Bundesrepublik] auch keinen Kaffee kaufen. Der war ja dann auch so teuer."[391]

Andererseits entstand durch die bunte Warenwelt und die Produktivkraft der westdeutschen Wirtschaft bei vielen Ostdeutschen ein Bild von überaus wohlhabenden westdeutschen „Brüdern" und „Schwestern". 1957 kursierte – nach Angaben des Bundesministeriums für gesamtdeutsche Fragen – folgender Witz in der DDR:

„Wissen Sie, daß die Westdeutschen drei große Sorgen haben?
1. Wo fahren wir nächsten Sonntag hin?
2. Was für'n Wagen werden wir uns im nächsten Jahr kaufen?
3. (wenn es geklingelt hat!) ‚Oh, hoffentlich ist's kein Besuch aus der Zone!'"[392]

Obwohl die Vielzahl der persönlichen Beziehungen und Besuche zwischen Ost und West den Menschen ermöglichte, ihre Bilder und Beurteilungen an der Wirklichkeit im anderen Deutschland zu überprüfen, bildeten sich bereits in den 1950er Jahren gewisse Stereotypen, die der gesellschaftlichen Realität im jeweils anderen Land nicht gerecht wurden. Der oft neidisch-vergleichende Blick, den die Bürger der DDR auf die Lebensverhältnisse der Nachbarn richteten und der dem eigenen Alltag ein zumeist verklärtes Bild des Lebens in den Westzonen gegenüberstellte, hatte seinen Ursprung bereits im Auftreten der Besatzungsmächte nach dem Krieg. Der ehemalige Leiter der Propaganda- und Informations-Abteilung der Sowjetischen Militäradministration in Deutschland (SMAD) Sergej Tjulpanow beschrieb das unterschiedliche Erscheinungsbild von amerikanischen und sowjetischen Soldaten in der Nachkriegszeit wie folgt:

„Viele Bürger, unter ihnen auch Angehörige der Intelligenz, ganz zu schweigen von den Vertretern des Kleinbürgertums, ließen sich davon beeindrucken, daß die amerikanischen Soldaten Schokolade, gute Zigaretten, Kaffee usw. im Überfluß hatten, während diese Din-

[390] Plück: Innerdeutsche Beziehungen, S. 2957.
[391] Interview mit Renate Kolbe, Wiebke Kolbe (Interviewerin), Kiel 14. 1. 2009, S. 5f.
[392] Zit. n. Hertha Kludas: Briefe von Deutschland nach Deutschland. Aus dem Alltag einer Frau in der Sowjetzone, München 1959, S. 37. Das Buch suggeriert, eine Edition von Briefen zwischen einer „Hausfrau in der Sowjetzone" und ihrer in Hamburg lebenden Schwester zu sein. Diese Propaganda wurde vom Bundesministerium für gesamtdeutsche Fragen herausgegeben.

ge unseren Soldaten nicht zur Verfügung standen. Eindruck hinterließ auch die sicherlich attraktivere Uniform der ‚Amis' im Vergleich zu den ausgewaschenen Feldblusen der sowjetischen ‚Iwans'."[393]

Der Historiker Rainer Gries spricht in seiner Untersuchung über die Versorgungssituation und Vergleichsmentalität nach dem Krieg von einem „selbstmitleidigen Blick" der Menschen in der SBZ/DDR in den tatsächlich oder vermeintlich besseren Westen: „Der permanente Zonenvergleich gehörte […] zum Bestandteil des Alltagsbewußtseins der Nachkriegszeit."[394] Der Bezug auf den Westen wurde durch die Regierung der DDR verstärkt, die in ihren internen Statistiken beständig den Vergleich mit der Bundesrepublik zog und mit dem Plan vom „Einholen und Überholen" eben diesen Vergleich zur staatlichen Sichtweise erklärte. Indem die DDR-Führung dadurch den West-Konsum quasi als Richtmaß definierte, bestärkte sie die Neigung der DDR-Bürger zum Vergleich ihrer Lebenssituation mit dem Lebensstandard in Westdeutschland und beraubte sich gleichzeitig der Chance einer Eigendefinition nach sozialistischen Werten. „Das eigentliche Problem bestand nicht darin, daß es dem Osten nicht gelang, wie der Westen zu werden, sondern", so die Kulturwissenschaftlerin Ina Merkel, „daß der Osten versuchte, wie der Westen zu werden."[395]

Als westliches Pendant entwickelte sich eine Vorstellung von den armen „Brüdern und Schwestern" im Osten, deren Situation sich so sehr von dem starken wirtschaftlichen Aufschwung in der Bundesrepublik unterschied. Diese anderen Deutschen, die zu bemitleiden bzw. nach Kräften zu unterstützen waren, unterstrichen die vermeintliche Überlegenheit der eigenen Wirtschaft.[396] In diesem Bewusstsein wurden auch Pakete in die „Ostzone" gesandt – ein Warenverkehr, der wohl wie kein anderer die gegenseitigen Wahrnehmungen und Missverständnisse widerspiegelte.[397] Wie Annette Kaminsky in ihrer Untersuchung der Konsumgeschichte der DDR schildert, spielte bei der Entstehung dieser Perspektive auch das Bundesministerium für gesamtdeutsche Fragen in Bonn, dessen Bild der DDR auch politisch-propagandistische Züge trug, eine wichtige Rolle. In den Notizen der westdeutschen Kaffeehändler, die von ihren Besuchen der Leipziger Messe berichten, findet man diesen Blick nicht. Hier fällt vielmehr auf, welches Verständnis ostdeutschen Kollegen entgegengebracht wurde und wie deren Bemühungen bei der Produktion von Kaffee angesichts der schwierigen Ressourcenlage Anerkennung bei den westlichen Kaffee-Fachleuten fanden. 1957 schrieb die Zeitschrift der Kaffee-Händler „Kaffee- und Tee-Markt":

„Es gehört zu der besonderen Tragik der Teilung Deutschlands, daß es in der Bundesrepublik genügend Menschen gibt, die mit hämischem Händereiben verzeichnen, wie langsam es vorangeht in Mitteldeutschland und welche Mißerfolge man dort hinnehmen muß. Schlimmer noch, wenn diese Einstellung mit Mitleid gepaart ist. Die Begegnungen und

393 Sergej Tjul'panov: Deutschland nach dem Kriege (1945–1949). Erinnerungen eines Offiziers der Sowjetarmee, Berlin 1987, S. 188, zit n. Gries: Die Rationen-Gesellschaft, S. 133 f.
394 Ebd., S. 133.
395 Merkel: Utopie und Bedürfnis, S. 416.
396 Vgl. Kaminsky: Wohlstand, Schönheit, Glück, S. 60 f.
397 Zum Thema Westpaket vgl. Kap. II.3.

Gespräche in Leipzig haben gezeigt, daß man sich neutral und ohne Blick auf das Parteiabzeichen, als Bürger eines fleißigen Industriestaates fühlt und besonders überall da stolz auf die unter oft so schweren Bedingungen geleistete Arbeit ist, wo diese sich mit den Leistungen des freien Auslandes oder Westdeutschlands messen kann […]. Man sollte sich in seiner Einstellung dem Wirtschaftsleben der Ostzone gegenüber vom gesunden Verstand leiten lassen und nüchtern die Realität erkennen. Die von leiser Schadenfreude durchzogene Vorstellung, die Wirtschaft jenseits der Zonengrenze ersticke langsam unter dem ersten Schneefall eines nun schon 12 Jahre währenden Winters, ist nicht nur dumm und sinnlos, sie schadet dem selbst am meisten, der sich von ihr täuschen läßt."[398]

Im nächsten Jahr berichtete der Korrespondent von der Leipziger Messe allerdings von einer deutlich frostigeren Atmosphäre, die sich unter anderem darin äußerte, dass man nicht „mehr die selbe Sprache spreche", wie er die Auseinanderentwicklung von ost- und westdeutschen Messebesuchern beschrieb.[399]

Zusammenfassung: Die 1950er Jahre

Der Blick auf den Kaffeekonsum und die Wahrnehmung von Kaffee in den 1950er Jahren zeigt in beiden deutschen Staaten eine deutliche Verbindung zwischen Konsum und individuellem sowie gesellschaftlichem Selbstverständnis mit einer klaren Referenz auf das politische Geschehen. Wirtschaftlicher Erfolg – bzw. das Vermögen eines Staates, seine Bürger mit Kaffee zu versorgen – korrelierte auf beiden Seiten der deutschen Grenze immer wieder mit politischen Legitimitätsvorstellungen. Lebensmittelmangel hingegen führte – wie etwa beim Schmuggel – zu einer von großen Teilen der Bevölkerung als legitim empfundenen illegalen Praxis. Dies wurde auch von den politisch Verantwortlichen wahrgenommen, die diesem illegalen Treiben nicht immer erfolgreich gegenzusteuern wussten. Die Untersuchung widerlegt die bisherige Forschung, indem sie als überaus wichtiges Ergebnis festhält, dass in der Bundesrepublik Schwarzmarkt und Schmuggel keinesfalls mit der Währungsreform zum Erliegen gekommen waren. Im Gegenteil: Der illegale Import und der illegale Konsum von Kaffee prägte vor allem die Zeit von 1948 bis 1953. Noch deutlich länger dauerte der Schmuggel von Kaffee in die DDR, allerdings in wesentlich geringerer Größenordnung.

Gleichzeitig waren beide Wirtschaftsräume, auch wenn sie als Systemkonkurrenten agierten, miteinander verflochten. Deutlich erscheint bereits in den 1950er Jahren eine Abhängigkeit, die das Verhältnis beider Staaten bis zum Ende der Zweistaatlichkeit prägen sollte. Kaffeeversorgung als Indikator zeigt deutlich die Dimension der Systemkonkurrenz, aber auch die subtilen Ebenen, auf denen der Kalte Krieg ausgefochten wurde.

Die Wahrnehmung in beiden deutschen Staaten prägten Konsumerfahrungen aus dem zuvor einheitlichen Wirtschaftsraum: Die Abwesenheit des Genussmittels Kaffee und dessen allgemeine Substitution setzten die Bürger mit Krisenzeit gleich. Die Verfügbarkeit diente als Gradmesser für eine Normalisierung nicht nur der Lebensverhältnisse, sondern auch der politischen Situation.

[398] Leipzig 1957, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 6 vom 18. 3. 1957, S. 3.
[399] Umweg über Leipzig, in: Kaffee- und Tee-Markt, Heft 5 vom 6. 3. 1958, S. 3.

Die staatliche Bewertung der Bedürfnisse der Bürger wandelt sich in beiden Systemen: Ein Umdenken von der bisherigen Einschätzung als nicht notwendiges Luxusgut manifestierte sich in der Bundesrepublik schließlich in der Reduktion der Steuer, die eine Reaktion auf das von Frauen noch mehr als von Männern reklamierte Recht auf eine Tasse Kaffee war. In der DDR bricht die staatliche Wahrnehmung des Kaffees als nicht notwendiges Luxusgut – als Auswirkung von Systemkonkurrenz und Unzufriedenheit der Bevölkerung – erst 1959 und wird von einer Wahrnehmung als berechtigt zu stillendes Bedürfnis abgelöst. Die Bevölkerung in ihrem Wunsch nach einer Tasse Kaffee ernst zu nehmen, war für die SED ein längerer Prozess: Nachdem die politisch Verantwortlichen bereits 1953 eine für sie traumatische explosive Reaktion auf ihre Ignoranz gegenüber den Bedürfnissen der Bürger erlebt hatten und darauf schließlich mit der Hebung des allgemeinen Lebensstandards reagierten, dauerte es – angesichts der volkswirtschaftlichen Schwierigkeiten – noch viele Jahre, bis sie auch den Konsum mit Genussmitteln als selbstverständlichen Teil dieses Lebensstandards sahen.

Mit dem 1958 verkündeten Ziel, den Westen auch bei den Genussmitteln zu überholen, verabschiedete sich die SED-Führung von traditionellen sozialistischen Konsumvorstellungen zugunsten einer an quantitativen Maßstäben gemessenen Systemkonkurrenz. Die Regierung orientierte sich an einem schlichten „Mehr“ und vor allem am Maßstab Weststandard.

Die Entwicklung der bundesdeutschen Gesellschaft zeigt deutlich, dass die Bürger erst nachdem sie eine Phase beinahe unbegrenzter Deckung der Grundbedürfnisse durchschritten hatten, sich in ihren Kriterien umorientierten. Der beleibte Ludwig Erhard verkörperte in der Bundesrepublik ein Lebensgefühl, das von einer Fülle an Konsummöglichkeiten geprägt war. Nach der Politisierung des gesamten Lebens im Nationalsozialismus folgte ein Rückzug ins Private, in dem der Konsum eine zentrale Rolle spielte. Gleichzeitig vermittelte der massenhafte Konsum die Sicherheit, die „schlechte Zeit“ endgültig überwunden zu haben.

Die DDR-Gesellschaft erlebte keine „Fresswelle“ wie die Bundesrepublik in den frühen 1950er Jahren. Eine Umorientierung auf sozialistische Werte gelang nicht und krankte an der beständigen Erinnerung an Mangelsituationen, aus denen der DDR-Staat letztlich nie herauskam, auch wenn der Bedarf an Grundnahrungsmitteln ab Ende der 1950er Jahre fast immer gedeckt war.

In der politisch sich verschärfenden Situation entdeckten beide Systeme den Konsum als Waffe im Kalten Krieg. Obgleich die beiden Gesellschaften vor dem Bau der Mauer nicht hermetisch abgeschottet waren, verschlechterte sich das Klima zwischen den Menschen beider deutscher Staaten und auch die Wahrnehmung der jeweils anderen Gesellschaft bekam einen zunehmend distanzierten Charakter.