

Nicole Petrick-Felber



Kriegswichtiger Genuss

Tabak und Kaffee im »Dritten Reich«



Wallstein



Jena Center

Geschichte des 20. Jahrhunderts
20th Century History

BEITRÄGE ZUR GESCHICHTE
DES 20. JAHRHUNDERTS

Herausgegeben von
Norbert Frei

Band 17

Nicole Petrick-Felber
Kriegswichtiger Genuss
Tabak und Kaffee im »Dritten Reich«



WALLSTEIN VERLAG

Gedruckt mit freundlicher Unterstützung
der Geschwister Boehringer Ingelheim Stiftung für Geisteswissenschaften
in Ingelheim am Rhein

Für meine Großeltern

Bibliografische Information der deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Wallstein Verlag, Göttingen 2015

www.wallstein-verlag.de

Vom Verlag gesetzt aus der Adobe Garamond

Umschlaggestaltung: Susanne Gerhards, Düsseldorf
unter Verwendung folgender Abbildungen:

Propagandakompanien der Wehrmacht - Heer und Luftwaffe:

Sowjetunion, bei Pokrowka, »Unternehmen Zitadelle«, Juni/Juli 1943.

Soldat gibt einem Kameraden Feuer für die Zigarette.

Foto: Bundesarchiv (Signatur 101I-219-0553A-10).

Drei Frauen und ein Mann sitzen in einem Wohnzimmer und trinken
Kaffee/Tee und essen Kuchen, 1934. Foto: Robert-Filmore-Berger-Archiv.

Verpflegung durchreisender Truppen mit Kaffee durch

DRK-Helferinnen, 1939/40. Foto Ullstein Bild.

Druck und Verarbeitung: Hubert & Co, Göttingen

Zugl.: Dissertation, Friedrich-Schiller-Universität Jena, 2013.

ISBN (Print) 978-3-8353-1666-9

ISBN (E-Book, pdf) 978-3-8353-2729-0

Inhalt

Einleitung	7
I. Tabak, Kaffee und Nationalsozialismus	31
1. Rüstung und Konsum	34
2. Genuss und Gift	47
3. Kartelle und Kontingente	82
II. Erziehungsversuche nach Kriegsbeginn	108
1. Anpassung statt Verzicht.	109
2. Mangel und Gefälligkeiten	134
3. Höhepunkt und Ende der Antitabakbewegung.	163
4. Tabakwerbung contra Antitabakpropaganda	186
III. Kontrollversuche im Zeichen der Kriegswende	209
1. »Berliner Aktion« und »Magdeburger Modell«	210
2. Versorgungslage 1941/42	229
3. Die Reichsraucherkontrollkarte	246
4. »Gerechte« Verteilung in der »Volksgemeinschaft«	268
IV. Kontrollverlust im »Totalen Krieg«	304
1. Kampf gegen den Schwarzmarkt	304
2. Knappheit nach Moskau und Stalingrad	334
3. Sonderzuteilungen im Luftkrieg.	369
4. Krisenmanagement im letzten Kriegsjahr	406

V. Kontinuitäten und Brüche bei Kriegsende	445
1. Versorgungssystem in Auflösung	447
2. Nationalsozialistische Tabakpläne für die Nachkriegszeit	485
3. Zwischen Kapitulation und Währungsreform	496
Schluss	525
Dank	540
Abkürzungen	542
Darstellungen	544
Tabellen	546
Quellen und Literatur	554
Personenverzeichnis	578

Einleitung

Als Adolf Hitler per Telegramm »beste Wünsche« für die »Arbeit zur Befreiung der Menschheit von einem ihrer gefährlichsten Gifte« übermittelte, galt sein Gruß Reichsgesundheitsführer Leonardo Conti, dem thüringischen Gauleiter Fritz Sauckel, dem Jenaer Universitätsrektor Karl Astel und zahlreichen weiteren Akteuren der nationalsozialistischen Gesundheitspolitik.¹ Sie hatten sich Anfang April 1941 in Weimar versammelt, um mit viel Trommelwirbel die Eröffnung des ersten wissenschaftlichen Instituts zur Erforschung der Tabakgefahren an der Friedrich-Schiller-Universität Jena zu feiern. Hitlers persönliche Abneigung gegen den Tabakkonsum, selbst zum Vorbild für hohe Arbeitsleistung durch Askese stilisiert, wurde im »Führerstaat« zur Triebfeder: Werbeverbote, Rauchverbote und ambitionierte Forschungsprojekte im »Kampf« gegen den Tabakkonsum vermitteln noch heute den Eindruck, das NS-Regime habe »die umfassendste Nichtraucherkampagne der Welt«² geführt. Dabei stiegen die Rohtabakimporte ebenso wie die Produktionszahlen und Unternehmensgewinne der Zigarettenindustrie ununterbrochen bis weit in die Kriegszeit hinein – allen wirtschafts- und rüstungspolitischen Autarkiebestrebungen und Rationalisierungsmaßnahmen zum Trotz. Zugleich zeugen Stimmungsberichte von einem frühen Bewusstsein von Mangel, von ausverkauften und geschlossenen Tabakgeschäften, von Warteschlangen vor den Läden, von Schmuggel und Schwarzhandel mit Tabakwaren, der bei Weitem nicht erst in der Nachkriegszeit einsetzte. Auch der Appell »Die deutsche Frau raucht nicht!« verweist auf ein ambivalentes Verhältnis des Regimes zum Tabakkonsum. Zwar vertrug sich das Bild der – oftmals rauchenden – »Neuen Frau« der 1920er Jahre kaum mit dem nationalsozialistischen Rollenverständnis, gleichwohl erhielten Frauen im Zweiten Weltkrieg auch dann noch Tabak, als es kaum mehr genug für Soldaten gab. Wenn aber selbst Hitler als erklärter Gegner jeglichen Tabakkonsums immer wieder in den Zigarettenbilderalben der Firma Reemtsma auftauchte, wenn also NS-Propaganda und Tabakwerbung buchstäblich miteinander verklebt wurden und die Verherrlichung des »Führers« mit der Ermunterung

1 Bericht über die wissenschaftliche Tagung zur Erforschung der Tabakgefahren in Weimar am 5. und 6. April 1941 vom 6. April 1941, Bl. 17; m. E. zuerst veröffentlicht bei Merki, Die nationalsozialistische Tabakpolitik, S. 19. Dazu auch Proctor, Blitzkrieg gegen den Krebs, S. 236 f.

2 Ebenda S. 19.

zum Zigarettenkonsum zusammenfiel, dann erweist sich die nationalsozialistische Tabakpolitik als besonders eindrückliches Beispiel einer fundamentalen Widersprüchlichkeit, die symptomatisch für die gesamte nationalsozialistische Konsumpolitik war.

Auch die Untersuchung der Konsumpolitik des »Dritten Reiches« folgt letztlich der großen Frage nach dem »Warum« des Nationalsozialismus – konkret nach dessen sozialen oder besser: materiellen Bindekräften. Nicht erst seit Götz Aly ist die These von der »Gefälligkeitsdiktatur«³ virulent: Amerikanische Ökonomen stellten bereits unmittelbar nach Kriegsende die deutschen Rüstungsanstrengungen in Frage und vermuteten, dass das NS-Regime seiner Bevölkerung keine Einschränkungen im Konsum habe abverlangen wollen.⁴ Auch der Chef des deutschen Wehrwirtschafts- und Rüstungsamtes ließ sich schon 1939 damit zitieren, dass »mit Radioapparaten, Staubsaugern und Küchengeräten [...] England niemals besiegt« werden könne.⁵ Die Frage nach der NS-Konsumpolitik führt daher direkt in das Spannungsfeld von rüstungspolitischen Zielen und stimmungspolitischen Kalkülen – ein »Balanceakt zwischen innenpolitischer Stabilität und einer Außenpolitik der Stärke«⁶, der voller Widersprüche zu sein scheint. Denn das NS-Regime war sich der materiellen Grenzen bewusst, die es zur Sicherung von »Massenzustimmung und Loyalität« einzuhalten galt.⁷ Im Versuch, sich dem Konsum im »Staat Hitlers« anzunähern, erscheint das »Dritte Reich« somit einerseits als »Tyrannei des Mangels«⁸, das mit seiner »Kanonen statt Butter« produzierenden Volkswirtschaft von der Bevölkerung »Austerität unter dem Primat der Rüstungspolitik«⁹ abverlangte. Andererseits lassen sich Anzeichen einer »Gefälligkeitsdiktatur« erkennen, deren systematische Zugeständnisse an die Bevölkerung – in einer »Kanonen und Butter« produzierenden Volkswirtschaft – sogar Anlass bieten, im »Dritten Reich« einen »Wegbereiter« des sozialen Wohlfahrtsstaates der jungen Bundesrepublik und der modernen Massenkonsumgesellschaft des 20. Jahrhunderts zu sehen. Hierbei erscheint die Konsumpolitik des

3 Aly, Hitlers Volksstaat.

4 Vgl. Klein, *Germany's Economic Preparations for War*, S. 78-82.

5 Thomas, *Wehr- und Rüstungswirtschaft*, S. 501.

6 Abelshäuser, *Kriegswirtschaft und Wirtschaftswunder*, S. 525.

7 Thamer, *Verführung und Gewalt*, S. 469. Dazu u. a. auch Mason, *Sozialpolitik*.

8 Berghoff, *Gefälligkeitsdiktatur oder Tyrannei des Mangels?*

9 Ebenda, S. 504.

NS-Regimes derart »erratisch« und »inkohärent«, dass bezweifelt wird, ob ihr überhaupt ein Plan zugrunde lag.¹⁰

Tatsächlich lebten die Konsumenten im »Dritten Reich« in einer »gespaltenen Lebenswelt«, die dadurch geprägt war, dass das NS-Regime mit »heterogenen Lenkungsimpulsen« gewisse Konsumgüter zu unterdrücken versuchte, andere dagegen forcierte und wieder andere nur als Verheißung auf eine fernere Zukunft projizierte.¹¹ Ob die nationalsozialistische Konsumpolitik eher von Mangel oder von Gefälligkeiten zeugt, ist somit auch vom untersuchten Konsumgut abhängig. Doch die bisherigen Forschungsergebnisse unterscheiden sich noch in anderer Hinsicht. Denn es scheint, als nehme die Methodik der Untersuchung das Ergebnis zum Teil vorweg. Quantitative Analysen zum Lebensstandard privater Haushalte, welche die Lohn- und Preisentwicklung berücksichtigen, oder Untersuchungen zum Verhältnis von Konsum und Investitionen, zu den Staatsausgaben oder – als intertemporärer Vergleich – zum letzten Boomjahr 1928 bescheinigen dem NS-Staat eher eine von Anfang an auf den Krieg ausgerichtete »Tyrannei des Mangels«.¹² Das gilt vor allem dann, wenn nicht nur die Quantität, sondern auch die Qualität des Warenangebots berücksichtigt wird und die Auswirkungen der Lebensumstände auf die Gesundheit in den Blick genommen werden.¹³ Selbst die für Hitler wichtige zweite Säule der »Wehrhaftmachung«, die Sicherung der »Friedensernährung«¹⁴, zeugte eher von einem frühen Mangel.¹⁵

10 Ebenda, S. 516. Für einen Überblick über den Stand der Forschung vgl. ebenda u. zuletzt Torp, Besser als Weimar.

11 Berghoff, Methoden der Verbrauchslenkung, S. 283.

12 Bzgl. Lebensstandard vgl. Hachtmann, Lebenshaltungskosten und Reallöhne; Steiner, Neuschätzung der Lebenshaltungskosten. Dazu auch: Buchheim, Überwindung der Weltwirtschaftskrise; ders., Erholung von der Weltwirtschaftskrise; ders., Wirtschaftsentwicklung; Spoerer, Demontage eines Mythos?; Ritschl, Ordentliche Beschäftigungspolitik; ders., Deutschlands Krise; ders., Deficit Spending; Petzina, Wirtschaft in der Zwischenkriegszeit; Erbe, Die nationalsozialistische Wirtschaftspolitik.

13 Bzgl. der Qualität von Kleidung und Schuhen vgl. Höschle, Die deutsche Textilindustrie; Sudrow, Der Schuh. Bzgl. eines weiter gefassten Lebensstandardbegriffs, der neben Einkommen und Preisentwicklung auch Bildung und Gesundheit umfasst vgl. Wagner, Entwicklung des Lebensstandards; speziell zum Human Development Index vgl. Baten/Wagner, Mangelernährung; dies., Autarchy. Zu Themen der Gesundheit auch schon Werner, »Bleib übrig!«; Volkman, Landwirtschaft und Ernährung.

14 Hitler, Denkschrift über die Aufgaben eines Vierjahresplans, in: Treue, Denkschrift zum Vierjahresplan, S. 206-210, hier S. 208.

15 Dazu zuletzt Buchheim, Mythos vom »Wohlleben«.

Dennoch stieg der Konsum der privaten Haushalte zunächst absolut und auch relativ zum letzten Jahr der Rezession 1932.¹⁶ Untersuchungen der Konsumgüterproduktion in Anbetracht der Kriegs- und Rüstungsziele, Vergleiche der Versorgungslage mit dem Ersten Weltkrieg oder mit den Verhältnissen in den besetzten Gebieten, besonders aber Fragestellungen nach der integrativen Absicht konsumpolitischer Zugeständnisse – ob real oder als Verheißung zukünftigen Überflusses – suggerieren im Ergebnis dagegen eher eine »Gefälligkeitsdiktatur«.¹⁷

Ziel dieses Buches ist es, solche dichotomen Deutungen zu überwinden. Es untersucht die Motive und Maßnahmen des NS-Regimes zur Regulierung des Konsums am Beispiel der Genussmittel Tabak und Kaffee und fragt nach den Ursachen für das tatsächlich resultierende Konsumniveau. Einher mit dieser Fragestellung geht die Hypothese, dass Intention und Resultat nationalsozialistischer Konsumpolitik divergierten. Es ist daher zuerst zu fragen, ob es überhaupt eine stringente nationalsozialistische Konzeption vom Konsum des Tabaks und Kaffees gab oder ob die staatlichen Lenkungsimpulse vielmehr situativ waren. Wurden sie immer wieder neu ausgehandelt? Veränderten sie sich im Lauf der Zeit? Dabei ist zu berücksichtigen, dass staatliche Regulierung nicht im luftleeren Raum wirkt, sondern durch das Handeln aller Wirtschaftssubjekte, der Unternehmen wie der Konsumenten, verändert wird. Es gilt daher, die NS-Konsumpolitik zwischen Herrschaft, Wirtschaft und Gesellschaft zu verorten. Wie wurde zwischen den Akteuren Staat, Unternehmen und Konsumenten über den Konsum von Tabak und Kaffee verhandelt? Welche vielleicht nicht antizipierten Effekte, welches wodurch motivierte Handeln verfälschte die staatliche Regulierungsintention? Durch die Beantwortung dieser Fragen wird versucht, Erklärungen für jene »uneinheitlich[e] Lebenswirklichkeit«¹⁸ zu finden

16 Vgl. Abelshauer, Kriegswirtschaft und Wirtschaftswunder; ders., *Economic Miracles*.

17 Besonders »radikal« in dieser These zuletzt Aly, *Hitlers Volksstaat*. Dazu schon früher und relativierender vor allem hinsichtlich der Einbindung der Arbeiterschaft Mason, *Legacy of 1919*; ders., *Sozialpolitik*; Werner, »Bleib übrig!« bzw. zur Sicherung von Loyalität und Massenzustimmung Kundrus, *Loyal*; Thamer, *Verführung und Gewalt*. Zum Vergleich mit der Versorgungslage im Ersten Weltkrieg vgl. Burchardt, *Auswirkungen der Kriegswirtschaft*. Hinsichtlich »moderner« Konsumformen vgl. Spode, *Fordism*; Baranowski, *Strength through Joy*.

18 Schäfer, *Das gesplante Bewußtsein*, S. 171. Schäfer hat bereits 1983 sehr umfangreich auf die Widersprüchlichkeiten der deutschen Lebenswirklichkeit in Kultur und Konsum aufmerksam gemacht.

und die Koexistenz von Mangel und Gefälligkeiten zu begründen, die auf den immanenten Konflikt zwischen rüstungspolitischen Zielen und stimmungspolitischem Kalkül hinweisen, ohne dabei vorschnell auf die gängige Formel von der chaotischen Polykratie mit ihren Kompetenzstreitigkeiten zurückzugreifen.

Warum Tabak und Kaffee? Entscheidend für die Wahl dieser beiden Konsumgüter war, dass schon der erste Blick auf die Statistiken des Deutschen Reiches zu diesen Genussmitteln Widersprüche offenbarte und Fragen aufwarf. Dabei haben Tabak und Kaffee vieles gemeinsam. Sie sind beide im ökonomischen Sinne materiell, knapp und privat. Sie sind importabhängige Verbrauchsgüter und als Genussmittel rein physiologisch gesehen nicht lebensnotwendig. Gleichwohl führt die pharmakologische Wirkung der enthaltenen Alkaloide Nikotin und Koffein in die seelisch-körperliche Abhängigkeit. Neben dem »Genusswert« und dem Suchtfaktor besaßen Tabak wie Bohnenkaffee zu Beginn des 20. Jahrhunderts aufgrund ihrer Herkunft als »Kolonialwaren« aber auch noch eine gewisse Exklusivität. Ihr Konsum war daher auch Ausdruck sozialer Distinktion, vor allem bedeutete der Konsum von Bohnenkaffee zu einem gewissen Grad Luxus. Folglich wurden beide Produkte, deren Nachfrage relativ preisunelastisch ist, besteuert. Trotz all dieser Gemeinsamkeiten und der somit ähnlich gelagerten Implikationen für die nationalsozialistische Wirtschafts-, Finanz- und Außenpolitik brach der Import von Bohnenkaffee mit Kriegsbeginn erwartungsgemäß ein, wohingegen der Import von Rohtabak weiter anstieg. Das ist auch deshalb verwunderlich, weil doch gerade der Tabakkonsum im Widerspruch zur nationalsozialistischen Gesundheitspolitik stand und das NS-Regime laut Robert Proctor eine aggressive Antitabakpolitik verfolgte.¹⁹ Hitlers persönliche Abneigung gegen den Tabakkonsum war im »Führerstaat« jedenfalls kein Staatsgeheimnis, sein Unmut über ausbleibende Bohnenkaffee-Importe aber ebenso bekannt, mindestens auf der Führungsebene. Tabak und Kaffee als Genussmittelbündel entziehen sich somit einer spontanen Zuordnung in die eine oder andere Kategorie des forcierten oder unterdrückten Konsums, ohne dass dies wiederum durch eine persönliche Abneigung oder Präferenz Hitlers zu begründen wäre. Weder die These von der »Gefälligkeitsdiktatur« noch diejenige von der »Tyrannei des Mangels« lässt sich somit ad hoc erhärten oder verwerfen. Stattdessen muss im Detail herausgearbeitet werden, in welchem Maße

19 »[...] world's most aggressive anti-tobacco programme«, Proctor, *The Anti-Tobacco Campaign of the Nazis*, S. 1452.

die Lenkungsimpulse nationalsozialistischer Konsumpolitik selbst auf der Ebene vergleichbarer Produkte variierten und warum sie dies taten.

Tabak und Kaffee sind, genauer besehen, nicht nur zwei Produkte, sondern zwei *Oberbegriffe* für Rohstoffe und ein ganzes Bündel an Fertigwaren: Tabak bedeutet Rohtabak, aber auch Zigaretten, Zigarren, Rauch-, Kau- und Schnupftabak. Kaffee meint rohe wie geröstete Kaffeebohnen, aber auch gemahlene Bohnenkaffee sowie Ersatzkaffee aus Roggen, Gerste, Malz, Zichorien und anderen Ersatzstoffen. Diese Ausdifferenzierung ist wichtig, da alle Produktarten in Beziehung zueinander stehen, miteinander ergänzt oder substituiert werden können.²⁰ Indem diese Wechselwirkungen berücksichtigt werden, bilden die Produkte gegenseitig auch interpretatorische Korrektive.

Vorhaben

Roman Sandgruber hat darauf hingewiesen, dass es mithilfe der Genussmittel möglich sei, »auf relativ einfache Weise eine modellhafte Verbindung zwischen den Sehnsüchten des Alltags, der wirtschaftlichen und kommerziellen Entwicklung und den Handlungsebenen der Politik herzustellen«²¹. Doch was einfach erscheint, erweist sich als äußerst komplex. Tabak und Kaffee vereinen auf sich teils widerstreitende außenhandels-, wirtschafts-, finanz- sowie gesundheitspolitische Interessen. Vor allem am Genussmittel Tabak, das einst auch als Heilmittel galt und nun zu den Suchtmitteln zählt, scheiden sich die Geister, seitdem der Tabakkonsum seinen Weg nach Europa fand.²² Die Geschichte des Tabaks ist daher die jahrhundertealte Geschichte seiner erfolgreichen Verbrei-

20 In Anlehnung an Fines methodischer Kritik an der Konsumforschung, die Konsum als Ganzes zu sehr aus dem Einzelfall oder dem einzelnen Faktor heraus generalisierend zu erforschen versuchen würde. Vgl. Fine, *Political Economy*, S. 127. Das ausführliche Plädoyer für eine vergleichende Genussmittelforschung bei Hengartner/Merki, *Geschichte der Genussmittel*, S. 16-20. An dieser Stelle könnte auch über Alkohol und Kakaowaren sowie Aufputzmittel und Drogen diskutiert werden. Kakao verfügt jedoch über weniger starke pharmakologische Wirkungen als Tabak und Kaffee, alkoholische Getränke (bspw. Bier) sind viel weniger importabhängig, und sonstige Drogen sind im Gegensatz zu Tabak und Kaffee nicht legal. Zum Alkoholkonsum bis 1939 vgl. Grüttner, *Alkoholkonsum in der Arbeiterschaft*. Ein erster Versuch, das Thema Drogen im »Dritten Reich« zu vermessen, bei Pieper, *Nazis on Speed*.

21 Sandgruber, *Bittersüße Genüsse*, S. 10. Vgl. auch Hengartner/Merki, *Genussmittel*, S. 15.

22 Vgl. Hengartner/Merki, *Heilmittel*.

tung und des erfolglosen Bemühens, seinen Konsum aus verschiedenen, zumeist gesundheitspolitischen Gründen einzudämmen.

Als Importwaren bargen die außenhandelspolitischen Dimensionen beider Genussmittel konkretes Konfliktpotenzial mit der auf Rüstung und Autarkie ausgerichteten NS-Wirtschaftspolitik. Wichtige arbeitsmarktpolitische Interessen wurden in der inländischen Weiterverarbeitung und im Fachhandel tangiert. Ganz zu schweigen von der finanzpolitischen Bedeutung zweier Genussmittel, auf die der Reichsfinanzminister Zölle und Steuern erhob und durch den Import, die Verarbeitung und den Konsum Einnahmen für den defizitären Reichshaushalt generierte. Insbesondere Tabak war längst als »ökonomischer Machtfaktor ersten Ranges«²³ erkannt worden. Unter all diesen Aspekten war der Konsum beider Genussmittel nie nur privater Genuss, sondern stets auch von öffentlichem Interesse.²⁴ Im Spannungsfeld zwischen individueller Konsumkultur, sozialer Konsumpraxis, staatlicher Gesundheitsfürsorge und wirtschafts- wie finanzpolitischen Zugriffen werden Definition, Bedeutung und Stellenwert des Tabaks innerhalb einer Gesellschaft auch immer wieder neu ausgehandelt. Eine wichtige Teilaufgabe dieses Buches ist es daher, herauszuarbeiten, welchen Stellenwert der Konsum des Tabaks und verglichen damit der Konsum des Kaffees, in der nationalsozialistischen Gesellschaft besaß und wie über diese Position jeweils verhandelt wurde. Dabei müssen kollektivistische Begriffe wie »Staat« oder »NS-Regime« aufgelöst und durch die differenzierte Nennung konkreter Akteure ersetzt werden.

Auf dem großen Verteiler der Tabakrunderlasse des Reichswirtschaftsministeriums standen 1943 die Parteikanzlei, das Oberkommando des Heeres, das Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda, das Reichsfinanzministerium, der Beauftragte für den Vierjahresplan, das Reichsministerium für Rüstung und Kriegsproduktion, die Reichsstelle Tabak und Kaffee, die Fachuntergruppen der Zigarren-, Zigaretten- sowie der Rauch-, Kau- und Schnupftabakindustrie, die Gruppenarbeitsgemeinschaft Tabak und Tabakwaren der Reichsgruppe Handel, der Reichsarbeitsdienst und die Deutsche Arbeitsfront.²⁵ Diese lange Liste verdeutlicht bereits, wie viele Behörden und Organisationen allein auf Reichsebene mit Fragen der Tabakwarenbewirtschaftung befasst waren und – in abnehmender Reihenfolge ihrer Nennung – welches

23 Moeller, Knud O.: Rauschgifte und Genussmittel, Basel 1951, S.125, zit. n. Tanner, Rauchzeichen, S.17.

24 Vgl. hierzu auch Hengartner, Tabakkonsum und Rauchen, S.129.

25 Tabakrunderlasse. Großer Verteiler, BArch R 3101/11882/-/1.

Gewicht ihnen beigemessen wurde. Wenn dieses Buch nach den Motiven und Maßnahmen des NS-Regimes bezüglich der Regulierung des Tabak- und Kaffeekonsums fragt, fragt es daher immer auch nach den politischen Akteuren, nach ihren Interessenlagen und nach den Prozessen der Aushandlung jener Motive und Maßnahmen.

Vor allem bei größeren Entscheidungen zur Bewirtschaftung von Tabak und Kaffee war die Handlungsebene der politischen Akteure nicht hermetisch nach außen abgeriegelt. Politische Entscheidungsprozesse fanden zwar hinter verschlossenen Türen statt, das »Primat der Politik«²⁶ in der Wirtschaft schloss die Einbindung der Unternehmen in politische Entscheidungsfindungen aber keinesfalls aus. Dietmar Petzina spricht sogar von einer »privaten Durchdringung der Wirtschaftspolitik«²⁷. Die Grenze zwischen Herrschaft und Wirtschaft, zwischen Staat und Unternehmen, verschwamm jedenfalls in einer »Zwischenzone zwischen Staatsverwaltung, Wirtschaft und Partei«²⁸, genauer gesagt in den halb staatlichen, halb privaten Selbstverwaltungsorganen der gewerblichen Wirtschaft. Dort beeinflussten die Industrievertreter als Repräsentanten einer neuen »Wirtschaftstechnokratie«²⁹ nicht nur die Politik, sondern sie wurden in die Formulierung, Umsetzung und Legitimierung staatlicher Politik explizit mit einbezogen.³⁰ Philipp F. Reemtsma, Geschäftsführer des größten Zigarettenherstellers im Deutschen Reich, sicherte sich so regelrecht eine »Sonderstellung«³¹ im NS-Wirtschaftssystem. Nicht nur durch Zwang, auch durch Drang entwickelte sich die Unternehmeraktivität zu einer quasi-staatlichen Aufgabe, die keineswegs im Widerspruch zu mittel- bis langfristigen betriebswirtschaftlichen Interessen stehen

26 Vgl. Herbst, *Der totale Krieg*, S. 78. Dazu auch Sachse, *Revisited*.

27 Petzina, *Wirtschaft in der Zwischenkriegszeit*, S. 140.

28 Ebenda, S. 141.

29 Ebenda.

30 Ullmann betont vor allem die »Janusköpfigkeit« der Reichsgruppe Industrie als »Instrument der ›Selbstverwaltung der Wirtschaft‹ und zugleich als ›verlängerter Arm des Staates‹, deren Gliederungen mit den staatlichen Stellen immer mehr »zusammenwuchsen«, so dass im Einzelfall nicht mehr zu unterscheiden war, »wo die interessenpolitische Selbstverwaltung aufhörte und die staatliche ›Auftragsverwaltung‹ anfang«. Ullmann, *Interessenverbände*, S. 183-227, hier S. 197, 199.

31 Funk an Reichsminister für die besetzten Ostgebiete Alfred Rosenberg betr. »Einführung des Tabakmonopols in den besetzten Ostgebieten« vom 24. März 1942, Institut für Zeitgeschichte, Akten der Partei-Kanzlei der NSDAP. Mikrofilm, Bd. I/2, Fol. 103 21949-51 (Regest 26281).

musste.³² Wenn von – wenngleich stets begrenzter – unternehmerischer Freiheit gesprochen wird, wie es neuere Branchenstudien³³ nahelegen, dann sucht dieses Buch nicht nur nach Entscheidungs- und Handlungsspielräumen, in und mit denen die staatliche Regulierung der Tabak- und Kaffeeproduktion unterlaufen wurde. Am gut überlieferten und erforschten Beispiel Reemtsma³⁴ soll auch gezeigt werden, in welchem Ausmaß sich Unternehmer in die Ausgestaltung der Konsumpolitik des NS-Regimes einschalteten und sie mitgestalteten.

Dass sich staatliche Regulierung – ob mit oder ohne unternehmerische Handschrift – nie unbeeinflusst und in exakt der intendierten Art und Weise auf das Konsumniveau auswirkt, sondern stets einer gewissen Dynamik unterworfen ist, kann indes gar nicht oft genug betont werden: Die »adäquate Reaktion«, mit der die Wirtschaftssubjekte, also auch die Unternehmen und Konsumenten, dem »Geist und dem Buchstaben des Gesetzes gemäß handeln«³⁵, ist der seltene Sonderfall – und dies galt auch für das NS-Wirtschaftssystem. Ludolf Herbst spricht diesbezüglich von einem »komplexe[n] Gefüge von Problemkreisläufen«, die »von

32 Vgl. Petzina, Autarkiepolitik, S. 196. Dazu auch, mit Verweis auf ältere Studien von Broszat und Bracher, *Frei, Wirtschaft des ›Dritten Reiches‹*, S. 10 f. Am Beispiel des süddeutschen Zigarettenpapierherstellers Fritz Kiehn zeigen dies auch Berghoff und Rauh-Kühne, in: Fritz K.

33 Hierzu die Debatte zwischen Hayes, *Corporate Freedom*, sowie Buchheim/Scherner, *Corporate Freedom*, ausgelöst durch Buchheim, *German Industry*. Die Meinungsverschiedenheit basiert größtenteils auf der Rolle, die die Autoren jeweils dem staatlichen »Zwang« und der gefühlten Bedrohung durch diesen zurechnen. Zuletzt dazu Scherner, *Anreiz statt Zwang*. Hayes' Argumentation stützt sich auf Unternehmensgeschichten größerer Industrieunternehmen, Buchheims Argumentation wird durch Branchenstudien gestützt. Zur Konsumgüterindustrie vgl. Berghoff, *Konsumgüterindustrie*; Höschle, *Die deutsche Textilindustrie*; Berghoff/Kolbow, *Konsumgütermarketing im Rüstungsboom*. Für allgemeine Zwischenbilanzen zum Forschungsstand vgl. Plumpe, *Unternehmen im Nationalsozialismus*; Berghahn, *History of Business in the Third Reich*; Buchheim, *Unternehmen in Deutschland*; Frei, *Wirtschaft des ›Dritten Reiches‹* bzw. die Sammelbände Abelschauser/Hesse/Plumpe, *Wirtschaftsordnung*; Nicosia/Huener, *Business and Industry*; Frei/Schanetzky, *Unternehmen im Nationalsozialismus*.

34 Zum Aufstieg Reemtsmas als Unternehmen und Unternehmer vgl. Lindner, *Die Reemtsmas*; Roth, *Fordismus und Faschismus*; Rübner, *Unternehmensinteressen und Vierjahresplan*; Bajohr, *Industry and Corruption*; Jacobs, *Rauch und Macht*; Roth/Abraham, *Reemtsma auf der Krim*. Der Begriff »System Reemtsma« v. a. bei Roth.

35 Katona, *Verhalten der Verbraucher und Unternehmer*, S. 359.

Linearität und Berechenbarkeit weit entfernt« gewesen seien und daher zu einer immer umfangreicheren Regulierung geführt hätten.³⁶ Inwiefern spiegelt sich dies aber in der »Verbrauchslenkung« des Tabak- und Kaffeekonsums wider? Gefragt wird daher nicht nur, ob die Konsumpolitik einer zeitlichen Veränderung unterlag, sondern auch, wann und warum es zu Brüchen, Kurskorrekturen und Schwerpunktverlagerungen in der Ausgestaltung der staatlichen Regulierung des Tabak- und Kaffeekonsums kam.

Um zu verstehen, wie sich die staatliche Regulierungsabsicht letztlich auf das Konsumniveau auswirkte, muss die regulative und produktionsseitige Ebene verlassen und die Ware auf ihrem Weg zum Konsumenten verfolgt werden. Dabei entpuppt sich der Handel als erstaunlich blinder Fleck in der Historiographie des Nationalsozialismus.³⁷ Die wirtschaftshistorische Forschung zur Konsumgüterindustrie im »Dritten Reich« konzentriert sich auf staatliche und unternehmerische, produzierende Akteure, die sozial- und kulturgeschichtliche Forschung zum Konsum auf den Staat und vor allem auf die Konsumenten. Selbst die Verknüpfung beider Ansätze lässt die Ebene der Distribution außer Acht, also den Prozess der Warenverteilung vom Groß- über den Einzelhandel bis hin zum Konsumenten.³⁸ Für die unmittelbare Nachkriegszeit hat Rainer

36 Herbst, *Entkoppelte Gewalt*, S. 151-158, hier S. 156. Dazu auch Herbst, *Steuerung der Wirtschaft*, S. 10-13.

37 Untersucht wurde bisher die nationalsozialistische Agitation gegen Warenhäuser und Konsumgenossenschaften. Siehe u. a. Kurzer, *Nationalsozialismus und Konsumgenossenschaften*. Dabei fokussiert die ohnehin knappe Betrachtung des Handels aber nur auf die Zwischenkriegszeit. In der allgemeinen Konsumgeschichte wird der Handel unter dem Gesichtspunkt seiner Ausgestaltung, nicht jedoch hinsichtlich seiner Rolle als Wirtschaftsfaktor, Interessenvertreter und Lobbyist untersucht. Siehe u. a. Stegrist/Kaelble/Kocka, *Europäische Konsumgeschichte*; König, *Kleine Geschichte der Konsumgesellschaft*. Eine Ausnahme bei Rischbieter, *Globalisierungsprozesse vor Ort*, die Kaffee als Welthandelsprodukt, Handelsobjekt und Konsumgut analysiert und in der Verknüpfung von Welthandel, nationalen Handels- und Vertriebsformen, der Rolle des Staates sowie den Motivationen und Praktiken des Konsums für die Zeit des deutschen Kaiserreichs der Frage nachgeht, inwiefern ökonomische Globalisierungsprozesse zu kultureller Homogenisierung führen.

38 Auch in Hartmut Berghoffs aktuellem Forschungsprojekt »The History of Consumption in Nazi Germany«, mit dem er die groben Linien der NS-Konsumpolitik anhand makroökonomischer Entscheidungen, verschiedener Konsumgütersektoren und der Reaktionen der Verbraucher herauszuarbeiten versucht, fehlt der Handel. Unklar ist auch, wie die Unternehmensebene mit ihren Unternehmern als Akteuren eingebunden wird. Vgl. »The History of Con-

Gries am Beispiel von Leipzig, München und Köln bereits aufgezeigt, wie stark Lieferbeziehungen und Transportkapazitäten die Versorgungslage und somit das resultierende Konsumniveau beeinflussen konnten.³⁹ Dieser Befund geht in seiner Untersuchung jedoch beinahe unter. Zudem hat nicht erst die Planwirtschaft in der sowjetischen Besatzungszone den Handel seiner Distributionsaufgaben weitgehend beraubt, gewachsene Geschäftsbeziehungen aufgelöst und das Selbstbild des Handels verändert: Dieser Prozess vollzog sich bereits im »Dritten Reich«. Aber auch wenn die unternehmerische Handlungsfreiheit der Groß- und Einzelhändler durch eine straffe Bewirtschaftung mit Preisvorschriften und staatlicher Warendistribution, durch Belieferungsquoten und feste Abgabemengen zusehends eingeschränkt wurde, so darf dennoch bezweifelt werden, dass sich selbstständige Kaufleute vollends als verlängerter Arm nationalsozialistischer Warenlenkung verstanden. Zudem verfügte der in der Reichsgruppe Handel organisierte Groß- und Einzelhandel mit deren Leiter Franz Hayler und Geschäftsführer Otto Ohlendorf über zwei gewichtige Vertreter und eine starke Lobby. Beide saßen ab November 1943 in leitenden Positionen im Reichswirtschaftsministerium und hatten damit Zugriff auf die gesamte absatzseitige Warenbewirtschaftung. In diesem Kontext ist nach der Rolle und dem Selbstbild des Handels, nach dem Ausmaß der Instrumentalisierung der Händler durch den Staat sowie nach dem Grad der Einflussnahme der Händler auf die staatliche Konsumpolitik und die den Händlern verbleibende Handlungsfreiheit ebenso zu fragen wie nach dem System der Warenverteilung selbst.

Wie illusorisch der Glaube an die Manipulierbarkeit des Konsumentenverhaltens, ja geradezu an die »mechanische Beherrschbarkeit« (Hitler)⁴⁰ oder den »Herdencharakter« (Reemtsmas Werbeberater Hans Domizlaff)⁴¹ des in der Masse aufgelösten Individuums war, lässt sich anhand der regelmäßig erstellten Stimmungs- und Lageberichte des Sicherheitsdienstes des Reichsführers-SS nachweisen. Das NS-Regime konnte sich der gewünschten Sozialdisziplin der Bevölkerung keinesfalls sicher sein und war sich dessen vor dem Erfahrungshorizont des Novembers 1918 durchaus bewusst. Im staatlichen Versuch, den Konsum über das Verhalten der Konsumenten dennoch zu steuern, wurden neben

sumption in Nazi Germany«, http://www.ghi-dc.org/index.php?option=com_content&view=article&id=141&Itemid=154 [1. 5. 2013].

39 Gries, Rationen-Gesellschaft.

40 Hitler, Adolf: Mein Kampf, 291. Aufl., München 1938, S. 198, zit. n. Bussemer, »Über Propaganda«, S. 50.

41 Domizlaff, Gewinnung des öffentlichen Vertrauens, S. 145, 148.

finanzpolitischen Mitteln daher vor allem kommunikative Maßnahmen, sprich: Propaganda eingesetzt. Hier stellt sich die Frage nach dem Verhältnis von Werbung und Propaganda. Beide Kommunikationsformen mussten nicht zwangsläufig miteinander in Konflikt geraten. Die Geschichte der Werbung im »Dritten Reich« ist vielmehr eine Geschichte ihrer »Gleichschaltung«, wenn nicht gar ihrer »Selbstgleichschaltung«⁴². Aber ließen sich die Zielvorstellungen des NS-Regimes und der Wirtschaft wirklich vereinbaren und auf eine einheitliche Ansprache der Konsumenten hinsichtlich des Tabak- und des Kaffeekonsums bringen? Warum wurde dann – immer vor dem Hintergrund einer staatlich geführten, prominenten »Nichtraucherkampagne« – die Werbung für Bohnenkaffee verboten, die Werbung für Tabak aber aufrechterhalten? Zwar kam auch die Tabakindustrie nicht umhin, ihre Werbe- und Kommunikationsstrategie einzulegen.⁴³ Wie aber passt es zusammen, dass es Reichsgesundheitsführer Conti schon in Rage versetzte, wenn Tabakwerbung in einer Zeitung auch nur neben einem Abbild Hitlers erschien, wo doch der »Führer« selbst in fast jedem der noch bis zum Sommer 1943 verkauften Zigarettenbilderalben der Reemtsma-Werbemaschine prangte? Vielleicht sollte an dieser Stelle besser hinterfragt werden, ob die »Nichtraucherkampagne« überhaupt eine – noch dazu erfolgreiche – Kampagne des NS-Regimes war, wie es besonders Proctor betont hat.⁴⁴ Gefragt werden muss aber auch, wie sich die Konsumenten gegenüber den Manipulationsversuchen mittels Werbung und Propaganda verhielten.

Das Verhalten der Konsumenten muss daher ebenfalls in den Blick genommen werden, und dies in mehrfacher Hinsicht. Wie reagierte die Bevölkerung auf die Veränderungen im Warenangebot? Und vor allem: Wie wirkte sich diese Reaktion wiederum auf die Konzeption der nationalsozialistischen Konsumpolitik aus? Welche Rückkopplungen und Wechselwirkungen gab es? Dabei wird nicht nur nach der Zufriedenheit oder Unzufriedenheit der Konsumenten gefragt. Von Interesse sind vielmehr die konkreten Reaktionen von Akzeptanz und Anpassung bis hin zu Ablehnung oder den Bemühungen, die Ausgestaltung der Konsum-

42 Der Begriff »freiwillig[e] Selbstgleichschaltung« bei Reinhardt, *Von der Reklame zum Marketing*, S. 446. Dazu auch Westphal, *Werbung im Dritten Reich*; Berghoff, *Von der »Reklame« zur Verbrauchslenkung*; Rücker, *Wirtschaftswerbung*; Sennebogen, *Zwischen Kommerz und Ideologie*.

43 Weisser, *Cigaretten-Reclame*; Jacobs/Schürmann, *Rauchsignale*; Schürmann, *Unternehmenskommunikation*.

44 Proctor, *Blitzkrieg gegen den Krebs*.

realität im »Dritten Reich« zu verändern – ob durch Beschwerden und Proteste oder durch »alternative« Wege und Maßnahmen.

In den Blick gerät dabei eine überraschende Vielfalt an ausweichendem, nicht notwendigerweise illegalem, aber dennoch häufig kriminalisiertem Verhalten der Konsumenten im Versuch, ihre Nachfrage jenseits des offiziellen Warenangebots zu befriedigen. Infolgedessen etablierte sich der Schwarzmarkt als zweiter Markt neben dem offiziellen Versorgungssystem bereits mit Kriegsbeginn und gewann mitten im Krieg immer größere Bedeutung – allen Steuerungsversuchen des NS-Regimes zum Trotz. Im kollektiven Gedächtnis hauptsächlich als Phänomen der Nachkriegszeit verankert, ist der Schwarzmarkt der Kriegszeit mit Schlaglichtern auf Berlin und Bremen in der historischen Forschung jüngst besser ausgeleuchtet und als Erfahrungsraum mit seinen Strukturen, Akteuren und kriminellen Praktiken gesellschaftlich zu verorten versucht worden.⁴⁵ Für die Frage nach der NS-Konsumpolitik stellt der Schwarzmarkt aber vor allem einen weiteren »Störfaktor« im Verhältnis von staatlicher Regulierungsabsicht und tatsächlichem Konsumniveau dar. Zu fragen ist daher nach der Größenordnung alternativer Versorgungsmöglichkeiten für Tabak und Kaffee, von Schmuggel bis Schwarzmarkt, sowie nach den diesbezüglichen Steuerungsversuchen des NS-Regimes und deren Erfolgen. Vor allem Zigaretten avancierten bekanntlich vom Konsumgut zur »Generaltauschware« und Ersatzwährung – und das bereits 1941.⁴⁶ Der Abfluss rationierter Waren aus ihren vorgesehenen Verteilungswegen gefährdete jedoch nicht nur die zunehmende »Verwaltung des Mangels«⁴⁷, sondern untergrub die Fähigkeit des NS-Regimes zu kontrollieren, wer was und wie viel konsumierte.

Überhaupt soll viel stärker als bisher der Frage nachgegangen werden, wer in der vermeintlich homogenen und egalitären »Volksgemeinschaft« denn überhaupt welche Mengen konsumieren konnte. Zu diesem Zweck wird die qualitative Untersuchung mit einer quantitativen Analyse des realisierten Import-, Produktions- und Konsumniveaus verwoben.⁴⁸

45 Vgl. Zierenberg, Tauschen und Vertrauen; ders., Stadt der Schieber; ders., Schiebern auf der Spur; Mörchen, Schwarzer Markt. Bereits früher: Boelcke, Schwarzmarkt.

46 Vgl. Schmolders, Zigarettenwährung; Meyer, Zigarette als Generaltauschware.

47 Gies, Verwaltung des »Überflusses«.

48 Hierfür war der Bestand des Statistischen Reichsamts essenziell. Die dortigen Berichte und Statistiken gehen über alle sonstigen, auch nachträglichen Veröffentlichungen der Statistik des Deutschen Reichs hinaus. Vgl. Statistisches Reichsamt, Statistisches Jahrbuch, Bd. 55, 58 u. 59; ders., Vierteljahreshefte, Bd. 47 u. 51; ders.,

Um sich aber dem tatsächlichen Konsum nähern zu können, reichen aggregierte Produktionsstatistiken und Pro-Kopf-Rechnungen nicht aus. Nur eine detaillierte Untersuchung des Rationierungssystems kann Aufschluss über die tatsächlich verfügbaren und konsumierten Warenmengen geben – bislang ein Desiderat der Forschung.⁴⁹ Wenn die verfügbare Information dann noch über punktuelle Rationsmengen des »Normalverbrauchers« hinausgeht, wie dies am Beispiel von Tabak und Kaffee gezeigt werden kann, offenbart sich die Struktur einer mitnichten homogenen »Konsumgemeinschaft«⁵⁰, die sich zudem über die Zeit veränderte. Damit ergibt sich auch eine Anschlussmöglichkeit an die Debatte um die NS-»Volksgemeinschaft«.⁵¹

Der Begriff der »Volksgemeinschaft« ist nicht unproblematisch, wird doch ihre Existenz durchaus angezweifelt.⁵² Als bloße »Propagandaparole« wäre der Begriff in der Tat zu analytischen Zwecken ungeeignet.⁵³ Doch die »Formel«⁵⁴ von der »Volksgemeinschaft« sollte weder als Propa-

Monatliche Nachweise, Bde. Jan. 1933 - Dez. 1938; ders., Außenhandel Deutschlands, Bde. Aug. 1939-Jul. 1944; ders., Verbrauchsbesteuerung 1933/34 und 1934/35; ders., Verbrauchsbesteuerung 1935/36 bis 1937/38; ders., Lebenshaltung von 2000 Haushaltungen, Teil I u. II; Statistisches Reichsamt/Reichsgesundheitsamt, Nährstoff- und Nährwertgehalt; Statistisches Reichsamt/Reichsministerium für Ernährung und Landwirtschaft, Statistik der Verbrauchergruppen, Bde. 38., 42., 56., 59. u. 68. ZP; Länderrat des Amerikanischen Besatzungsgebiets, Statistisches Handbuch von Deutschland; Statistisches Bundesamt, Bevölkerung und Wirtschaft; ders., Von den zwanziger zu den achtziger Jahren. Als Quellenkritik für das Statistische Reichsamt vgl. Tooze, *Statistics and the German State*.

49 Zuletzt noch betont von Buchheim, *Mythos vom »Wohlleben«*, S. 302. Auch die ausführliche Untersuchung der Ernährungswirtschaft und Ernährungslage von Corni/Gies, *Brot – Butter – Kanonen* bleibt bezüglich der Rationen fragmentarisch.

50 Der Begriff bei Niemann, »Volksgemeinschaft« als Konsumgemeinschaft?

51 Ein Überblick über den Forschungsstand zuletzt bei Schmiechen-Ackermann, »Volksgemeinschaft«.

52 Kritisch gegenüber dem Begriff der »Volksgemeinschaft« und deren Existenz, d. h. deren soziale Realität anzweifelnd: Mommsen, *Nationalsozialismus*; Weisbrod, *Schein der Modernität*. Demgegenüber übernehmen Schoenbaum und Janka bzgl. der Wirkmächtigkeit die andere Extremposition, vgl. Schoenbaum, *Die braune Revolution*; Janka, *Die braune Gesellschaft*.

53 Kershaw, »Volksgemeinschaft«. Ebenso kritisch Mommsen, *Amoklauf der »Volksgemeinschaft«*.

54 Bajohr/Wildt, *Volksgemeinschaft*, S. 8.

gandalüge noch als soziale Realität betrachtet werden.⁵⁵ Ihre »politische Kraft« lag in der Verheißung und Mobilisierung.⁵⁶ Ein produktiver Umgang mit der NS-»Volksgemeinschaft« besteht Michael Wildt zufolge daher darin, sie nicht als gegeben anzusehen, sondern ihre soziale Praxis zu untersuchen und dabei auch ihre Homogenitätssuggestion »aufzubrechen«.⁵⁷ Gerade in jüngster Zeit ist daher der »Ordnung der Ungleichheit« der NS-Gesellschaft und ihrer Dynamik verstärkt Beachtung geschenkt worden.⁵⁸ Genau an dieser Stelle knüpft die Untersuchung des Rationierungssystems für Tabak und Kaffee an, zeigt sich die soziale Praxis der »Volksgemeinschaft« doch gerade und besonders anschaulich in der Inklusion und Exklusion im Konsum. Wie könnte eine solche »dynamische Ordnung der Ungleichheit«⁵⁹ daher besser ausgedrückt oder gar quantifiziert werden als durch unterschiedliche und sich verändernde Rationsmengen?

Die Arbeit versucht also, Konsum nicht nur entsprechend ökonomischen Definitionen als bloßen komplementären Akt der Produktion oder als dessen Ende, als Verbrauch oder Nutzung von Waren oder Dienstleistungen oder gar nur als eine von zwei Alternativen der Einkommensverwendung privater Haushalte zu verstehen. Auch der kulturalistische Begriff des Konsumierens bleibt zu eng.⁶⁰ Vielmehr soll eine Brücke zwischen Produktion und Konsumtion geschlagen werden. Auf der Suche nach der NS-Konsumpolitik wird Konsum daher als *Prozess* verstanden, der entlang der gesamten Wertschöpfungskette – vom Import über die Produktion und die Verteilung auf den Handel bis in die Hand und in den Mund der Konsumenten – zur Konsumtion führt. Dieser Prozess wird auch als diskursiver Prozess begriffen, innerhalb dessen die Akteursgruppen Staat, Unternehmen und Konsumenten über Ziele und Ausgestaltung der vor die Konsumtion geschalteten Produktion und Distribution verhandeln. Untersucht wird also die *verhandelte staatliche*

55 Ackermann plädiert für eine »Mittelposition«, in: Schmiechen-Ackermann, »Volksgemeinschaft«, S. 17, wie sie aber durchaus bereits zu finden ist, u. a. bei Frei, Führerstaat, S. 113, 210; ders., 1945 und wir, S. 110-114 u. jüngst bei Thamer, Widersprüche der »Volksgemeinschaft«.

56 Bajohr/Wildt, Volksgemeinschaft, S. 8.

57 Vgl. Wildt, »Volksgemeinschaft«, S. 4f.

58 Bajohr, Dynamik und Disparität, S. 89. Den Fokus auf diese nicht statische, sondern »dynamische Ordnung der Ungleichheit« legen auch Kramer und Nolzen, Ungleichheiten im »Dritten Reich«.

59 Ebenda, S. 9.

60 Zur Begriffsgeschichte vgl. Wyrwa, Consumption.

Konsumpolitik, ihre *Wirkung und Wechselwirkung* entlang der gesamten Wertschöpfungskette und das daraus resultierende, tatsächliche Konsumniveau als *Ergebnis* dieses Prozesses. Damit nimmt dieses Buch die methodische Kritik sowohl an der wirtschafts- als auch an der kulturhistorischen Konsumforschung auf, die beide bereits in ihren Begriffsdefinitionen zum Ausdruck bringen, wie sehr sie sich von den jeweiligen Fragen des anderen Faches distanzieren und isolieren.⁶¹ Es soll versucht werden, der Komplexität der Konsumgeschichte mit ihren politischen, ökonomischen, soziologischen und kulturellen Zusammenhängen durch einen bewusst interdisziplinären Zugriff gerecht zu werden, um so zur Entschlüsselung der widersprüchlichen NS-Konsumpolitik beizutragen.

Forschungsstand, Quellen und Aufbau

Die erst knapp dreißig Jahre alte Konsumforschung stellt ein vergleichsweise neues Feld der Geistes- und Sozialwissenschaften dar. Doch ausgerechnet in der Ökonomie geht Konsum, allen Verweisen auf Adam Smith⁶² zum Trotz, nicht über den Status einer abstrakten Resultante verschiedener, zumeist rationaler Entscheidungen hinaus.⁶³ Auch die Wirtschaftsgeschichte zum »Dritten Reich« hat – entsprechend der für die NS-Wirtschaftspolitik als übergeordnet ausgewiesenen Ziele Rüstung und Autarkie – den Konsum hintangestellt. Selbst Adam Tooze schenkt Konsumfragen in seiner umfangreichen Wirtschaftsgeschichte

61 Siehe die methodische Kritik an der historischen Forschung, dass der Produktion mehr Beachtung als der Konsumtion, bzw. an der Konsumforschung, dass der Kultur zu viel Autonomie gegenüber ökonomischen, politischen und sozialen Zusammenhängen geschenkt werde. Vgl. König, *Produktion und Konsumtion*; Glennie, *Consumption*. Dazu auch Walter, *Geschichte des Konsums*; Berghoff/Vogel, *Wirtschaftsgeschichte als Kulturgeschichte*. Ein Plädoyer für eine Konsumgeschichte, die Konsum »in the context of specific commodities, treated in terms of the entire chain of activities and relations leading to consumption« analysiert, bei Fine, *Political Economy*, S. 127. Der vorliegende Ansatz entspricht einem konsumtheoretischen Wechselwirkungsmodell ökonomistischer Art, der um den Diskurs und um soziologische und kulturelle Aspekte erweitert wird. Vgl. König, *Kleine Geschichte der Konsumgesellschaft*, S. 18 f.

62 Adam Smith formulierte: »Consumption is the sole end and purpose of all production.« Smith, *Wealth of Nations*, S. 512.

63 Ben Fine versucht die Vernachlässigung der Konsumforschung in der Ökonomie auf die der neoklassischen Ökonomie unterliegenden Methoden zurückzuführen. Vgl. Fine, *Political Economy*, S. 129. Ein Überblick über diese konsumtheoretischen Ansätze bei Tanner, *Konsumtheorien*.

des »Dritten Reiches« nur wenig und für die Kriegsjahre fast keine Beachtung.⁶⁴ Die historische Konsumforschung ist daher vor allem von anthropologischen, soziologischen und kulturalistischen Ansätzen geprägt.⁶⁵ Der Frage folgend, was der Kern und dementsprechend der Beginn der modernen Konsumgesellschaft sei, fokussiert die historische Forschung stark auf das 18. und 19. Jahrhundert.⁶⁶ Oder sie setzt, speziell für Deutschland, ihren Schwerpunkt auf die zweite Hälfte des 20. Jahrhunderts und misst den 1950er Jahren als Beginn der modernen (Massen-)Konsumgesellschaft die entscheidende Bedeutung bei.⁶⁷ Folglich wurde die Zeit des Nationalsozialismus oft ausgespart. Das gilt sowohl für die kulturhistorische Konsumgeschichte im Allgemeinen als auch für kulturhistorische Arbeiten zum Tabak- und Kaffeekonsum im Besonderen.⁶⁸ Eine kürzlich veröffentlichte Arbeit zur Kulturgeschichte des Rauchens im Deutschland der 1930er bis 1970er Jahre versucht diese Lücke zu schließen, diskutiert die Rauchkultur des »Dritten Reiches« allerdings allein vor dem Hintergrund der nationalsozialistischen »Gesundheitspflicht«.⁶⁹

Die Historiographie des Konsums im »Dritten Reich« hat also erst in jüngster Zeit mehr Beachtung erfahren, obwohl inzwischen bereits ein breites Themenfeld abgesteckt worden ist, das auch von der englischsprach-

64 Tooze, *Ökonomie der Zerstörung*.

65 Für einen interdisziplinären Überblick zum Stand der Konsumforschung eignet sich besonders Miller, *Acknowledging Consumption*; ders., *Consumption*.

66 Impulse hat die Forschung dabei v. a. von McKendrick/Brewer/Plumb erhalten, die die Geschwindigkeit des »Diffusionsprozesses«, mit der sich neue Konsummuster durch die sozialen Hierarchien bewegten, als Kriterium für eine moderne Konsumgesellschaft ansahen und ihren Beginn für England im späten 18. Jahrhundert verorteten. Vgl. McKendrick/Brewer/Plumb, *Birth of a Consumer Society*. In der deutschsprachigen Literatur sei hier u. a. auf Sandgruber, *Anfänge der Konsumgesellschaft*, verwiesen.

67 So etwa die kulturhistorische Dissertation von Wildt, *Beginn der »Konsumgesellschaft« und die wirtschaftshistorische Studie von Reckendrees, Konsummuster im Wandel*, in: ders., *Die bundesdeutsche Massenkonsumgesellschaft*.

68 Für Genussmittel im Allgemeinen und Tabak und Kaffee im Besonderen: Sandgruber, *Bittersüße Genüsse*; Hengartner/Merki, *Genussmittel*; Menninger, *Genuss im kulturellen Wandel. Weniger analytisch* Schivelbusch, *Das Paradies*; ausschließlich zu Kaffee v. a. Heise, *Kaffee und Kaffeehaus*; Ball, *Kaffee im Spiegel europäischer Trinksitten*; Teuteberg, *Kaffee*; Lummel, *Kaffee*; Rossfeld, *Genuss und Nüchternheit*; Heise, *Kaffee und Kaffeehaus*; ausschließlich zu Tabak v. a. der Sammelband von Hengartner/Merki, *Tabakfragen*.

69 Vgl. Larkin, *A Taste of the Great, Wide World*.

chigen Forschung profitiert.⁷⁰ So sind etwa die Entwicklung der Einkommen, Preise und Lebenshaltungskosten ebenso wie die Lebenserwartung, Gesundheit, Ernährungsqualität und Bildung als Indikatoren für den Lebensstandard untersucht worden.⁷¹ Zahlreiche Arbeiten widmen sich der Ernährungspolitik und Versorgungslage.⁷² Auch das Angebot und die Qualität von Gebrauchsgegenständen sind als Branchen- beziehungsweise Produktgeschichte analysiert worden.⁷³ Die Rolle der Werbung als Mittel der Verbrauchslenkung wurde ebenso untersucht, wie die NS-Konzeption des Marktes etwas abstrakter zu erklären versucht wurde.⁷⁴ Die Forschung ist zudem den Mythen der Volksprodukte, KdF-Reisen und Autobahnen nachgegangen, hat sie zu weiten Teilen dekonstruiert und in diesem Zusammenhang auch die Frage gestellt und verneint, ob die NS-Gesellschaft eine Konsumgesellschaft war.⁷⁵ Tabak und Kaffee beziehungsweise die Genussmittel im Allgemeinen haben derweil in der Konsumforschung zum »Dritten Reich« noch kaum eine Rolle gespielt. Gleichwohl ist der Umstand geläufig – und wird gern zur Unterstützung der These von der »Gefälligkeitsdiktatur« angeführt –, dass die Zigarettenproduktion im »Dritten Reich« bis weit in den Krieg hinein steigende Zahlen aufwies.

Dennoch ist Tabak im »Dritten Reich« kein völlig unerforschtes Feld. Christoph Maria Merki hat die nationalsozialistische Tabakpolitik

70 Dazu zuletzt der Sammelband Ross/Swett/d'Almeida, *Pleasure and Power in Nazi Germany*.

71 Vgl. Hachtmann, *Lebenshaltungskosten und Reallöhne*; Steiner, *Umriss*; ders., *Neuschätzung der Lebenshaltungskosten*; ders., *Preisüberwachung*; ders., *Price Regulation*; Baten/Wagner, *Mangelernährung*; dies., *Autarchy*; Wagner, *Entwicklung des Lebensstandards*.

72 Vgl. Gies, *Aufgaben und Probleme*; Volkmann, *Landwirtschaft und Ernährung*; Gies, *Verwaltung des »Überflusses«*; Corni/Gies, *Brot – Butter – Kanonen*; Spiekermann, *Vollkorn für die Führer*; Steiner, *Brotpreis*; Reith, *»Hurra die Butter ist alle!«*; Pelzer-Reith/Reith, *Fischkonsum*; Spoerer/Streb, *Guns and Butter*; Buchheim, *Mythos vom »Wohlleben«*.

73 Vgl. Höschle, *Die deutsche Textilindustrie*; ders., *Textile Industry*; Sudrow, *Der Schuh*. Höschle betrachtet jedoch nur den Zeitraum 1933 bis 1939.

74 Rucker, *Wirtschaftswerbung*; Schug, *»Deutsche Kultur« und Werbung*; Swett/Wiesen/Zatlin, *Selling Modernity*; Sennebogen, *Zwischen Kommerz und Ideologie*; Berghoff, *Von der »Reklame« zur Verbrauchslenkung*; Berghoff/Kolbow, *Konsumgütermarketing im Rüstungsboom*; Wiesen, *Marketplace*; ders., *Driving*. Dazu auch grundlegend Berghoff, *Enticement and Deprivation*; ders., *Methoden der Verbrauchslenkung*; ders., *Träume und Alpträume*.

75 Vgl. Schütz/Gruber, *Mythos Reichsautobahnen*; Spode, *Fordism*; König, *Volkswagen*; Baranowski, *Strength through Joy*; König, *Volksgemeinschaft und Konsumgesellschaft*.

in einem 1998 erschienenen Aufsatz erstmals vermessen und als *Anti-tabakpolitik* vor dem Hintergrund des Postulats der »Gesundheitspflicht« analysiert.⁷⁶ Damit sei der Kampf gegen den Tabakkonsum Teil der an der Rassenhygiene orientierten Gesundheitspolitik des Reichsgesundheitsamtes gewesen, der jedoch über ein »bescheidenes Anfangsstadium«⁷⁷ nicht hinausgekommen und für die Tabakindustrie nie existenzbedrohend gewesen sei. Zwar beurteilt Merki den Erfolg der »tabakfeindliche[n] Politik« kritisch, wenn er aber schreibt, »in der Ideologie der nationalsozialistischen Männergesellschaft« seien rauchende Frauen zu einer »verabscheuungswürdigen ›Bordellkultur« gezählt worden, dann entgeht ihm, wie auch Proctor, dass zwischen den von ihm zitierten Akteuren, die den öffentlichen Diskurs bestimmten, und dem NS-Regime viel stärker zu differenzieren ist. Schließlich rauchten unter anderem auch Magda Goebbels und Eva Braun. Seine Arbeit bietet somit Anknüpfungspunkte für Vertiefungen: Obwohl Merki vom »Siegeszug der Zigarette« spricht und damit auf Substitutionseffekte zwischen den Tabakwarenarten verweist, fehlen quantitative Analysen weitgehend. Themen und Aspekte, die Merki zudem nur cursorisch behandeln konnte, sei es die Ausgestaltung der Rationierung des Tabakkonsums im Krieg oder die Einschränkung der Warenvielfalt und die von ihm nur vermutete Qualitätsverschlechterung des Warenangebots sollen hier nun eingehend untersucht werden.

Robert Proctor nimmt in seiner Wissenschaftsgeschichte der Krebsforschung im »Dritten Reich« auch die »Kampagne gegen den Tabak« ausführlich in den Blick.⁷⁸ »Fortschrittliche« medizinische Forschung einerseits und die Einbindung der »führenden Köpfe der Gesundheits- und Militärpolitik« andererseits belegen in den Augen Proctors die These, dass das NS-Regime die »umfassendste Nichtraucherkampagne der Welt« betrieben habe.⁷⁹ Seine Faszination für diesen »erstaunlichsten Aspekt im Krieg der Nationalsozialisten gegen den Krebs« ist spürbar, seine Interpretation nicht unumstritten. Die Diskussion über die nationalsozialistische Antitabakkampagne, die diesbezügliche medizinische Forschung und ihren daraus ableitbaren und durchaus bezweifelten Er-

76 Merki, Die nationalsozialistische Tabakpolitik; ders., Changing Perceptions of Tobacco. Für die Nachkriegszeit ders., Die amerikanische Zigarette.

77 Hier wie im Folgenden Merki, Die nationalsozialistische Tabakpolitik, S. 24, 26, 30, 38.

78 Hier wie im Folgenden Proctor, Blitzkrieg gegen den Krebs, S. 19.

79 Dem folgt auch Larkin, A Taste of the Great, Wide World in seinem kulturgeschichtlichen Ansatz.

folg beschränkt sich bisher jedoch vorwiegend auf die englischsprachige medizinhistorische Forschung.⁸⁰

Seit 2007 sind gleich drei größere Studien über das Unternehmen H. F. & Ph. F. Reemtsma⁸¹ und über die Person Philipp F. Reemtsma entstanden. Erik Lindner hat den Namen Reemtsma als Marke, Unternehmen, Synonym für die Zigarettenindustrie, als Unternehmersdynastie, Familie und Person verstanden und damit eine Familienbiografie vorgelegt, in der die Geschichte der deutschen Unternehmerfamilie untrennbar mit dem Unternehmen, ihren Marken und der Zigarettenindustrie verknüpft ist.⁸² Tino Jacobs widmet sich dem Unternehmen Reemtsma mit einer Geschichte der Machtbeziehungen, in der er vor allem den Aufstieg des Unternehmens und der Person Philipp F. Reemtsma zu erklären versucht.⁸³ Karl Heinz Roth und Jan-Peter Abraham untersuchen innerhalb einer Sozialgeschichte der deutschen Okkupationspolitik in der Sowjetunion wiederum, warum das Unternehmen Reemtsma auf der Krim als zentraler Akteur auftrat und was der »Expansionsstrategie« zugrunde lag.⁸⁴ Da besonders Jacobs »eine größere Machtfülle«, als sie Philipp F. Reemtsma kurz vor Kriegsbeginn im Sommer 1939 innehatte, für »kaum denkbar« hält, schenkt er allerdings der gesamten Kriegszeit zu wenig Beachtung.⁸⁵ Auch Lindner widmet sich über die Dauer des Krieges wieder mehr der Familie. Alle drei Studien betonen dennoch auf die eine oder andere Weise das »System Reemtsma«⁸⁶, mit dem sich der Unternehmer eine herausragende Stellung im NS-Wirtschaftssystem aufbaute – nicht zuletzt durch Korruption, wie es Bajohr ebenfalls dargestellt hat, sowie durch Diversifizierung in andere Industriezweige, wie

80 Smith/Ströbele/Egger, *Smoking and Health Promotion*; Proctor, *The Anti-Tobacco Campaign of the Nazis*; Proctor, *Cigarette Smoking and Health Promotion*; Smith/Ströbele/Egger, *Reply*; Doll, *Commentary*; Proctor, *Commentary*; Zimmermann/Egger/Hossfeld, *Commentary*; Lewy, *A Sober Reich?*; Bachinger/McKee/Gilmore, *Tobacco policies in Nazi Germany*.

81 Das Unternehmen firmierte von 1919 bis 1921 als B. Reemtsma & Söhne (Personengesellschaft), von 1921 bis 1929 als Reemtsma AG, von 1929 bis zum 31. Dezember 1934 als Reemtsma Cigarettenfabriken GmbH und ab 1. Januar 1935 als H. F. & Ph. F. Reemtsma KG. In dieser Arbeit wird vorwiegend auf Unternehmen oder Firma Reemtsma verkürzt.

82 Lindner, *Die Reemtsmas*.

83 Jacobs, *Rauch und Macht*.

84 Roth/Abraham, *Reemtsma auf der Krim*.

85 Jacobs, *Rauch und Macht*, S. 160, 163.

86 Der Begriff bereits bei Friedrich Tetens 1929/32. Vgl. Jacobs, *Rauch und Macht*, S. 112.

durch Rübner gezeigt.⁸⁷ Im Gegensatz zum großen Interesse am Unternehmen und Unternehmer Reemtsma liegen für andere Tabakhersteller, mithin für die gesamte Rauch-, Kau- und Schnupftabakindustrie sowie die Zigarrenindustrie, noch keine Arbeiten vor.⁸⁸

Kaffee ist für die Zeit des Nationalsozialismus weder als Handelsware noch als Konsumgut gut erforscht. In keiner der Untersuchungen zum Konsum und zur Ernährung, nicht einmal in der bisher umfassendsten Studie zur NS-Ernährungswirtschaft⁸⁹, findet Kaffee Erwähnung. Mark Pendergrast hat die bislang umfangreichste Geschichte des Bohnenkaffees als Welthandelsprodukt und Konsumgut im 20. Jahrhundert vorgelegt.⁹⁰ Trotz seines Fokus auf die USA streift er auch den deutschen Kaffeemarkt und -konsum immer wieder, wenngleich nur peripher. Entwicklung und Organisation des hanseatischen Kaffeehandels im 19. und 20. Jahrhundert sind dagegen für die Zeit des »Dritten Reichs« am Beispiel des Hamburger »Vereins der am Caffeehandel beteiligten Firmen« zunächst mittels Anordnungen und Fachzeitschriften empirisch vermessen und jüngst mit Fokus auf die Hamburger Kaufmannselite stärker beleuchtet worden.⁹¹

Unternehmensgeschichten der Kaffeeröster und Ersatzkaffee-Hersteller blieben bislang wenig ertragreich. Sie liegen entweder nur als »Bilderbuch« oder als »Blick in die Firmengeschichte« anlässlich von Firmenjubiläen vor, unterbieten sich gegenseitig an Umfang und Tiefenschärfe, vor allem für die Zeit des »Dritten Reichs« und des Zweiten Weltkriegs,

87 Bajohr, *Industry and Corruption*; Rübner, *Unternehmensinteressen und Vierjahresplan*. Auch Writtes thematisierte bereits diese Methoden bei Reemtsmas Aufstieg, verfolgte aber andere Interessen als die der rein historischen Erkenntnis. Seine »Enthüllungen« sind oft polemisch und nicht immer quellendicht. Vgl. Writtes, *Reemtsma*.

88 Merki zitiert lediglich eine staatswirtschaftliche Diplomarbeit von Rendel, Hans-Dietrich, *Die Entwicklung der deutschen Zigarrenindustrie*, Stuttgart 1953.

89 Corni/Gies, *Brot – Butter – Kanonen*.

90 Pendergrast, *Kaffee*. Den gleichen Ansatz verfolgt Rischbieter für ihre Untersuchung aus deutscher Perspektive, wobei sie sich zeitlich auf das Kaiserreich bezieht. Vgl. Rischbieter, *Mikro-Ökonomie der Globalisierung*. Dazu auch dies., *Globalisierungsprozesse vor Ort*; dies., *Coffee*.

91 Zunächst eher enttäuschend Becker, *Kaffee-Konzentration*; Kloskowska/Kim, *Der notwendige Luxus*. Vertiefung erfuhr der Themenbereich durch ein Forschungsprojekt, das sich explizit dem Handel, der Verarbeitung und dem Konsum von Kaffee im Norddeutschland des 20. Jahrhunderts widmet. Vgl. Berth/Wierling/Wunderlich, *Kaffeewelten*, vor allem den Beitrag von Wierling, *Mit Rohkaffee handeln*.

und bleiben somit weit hinter dem zurück, was Unternehmensgeschichten zu leisten vermögen.⁹² Vor allem eine fundierte Unternehmensgeschichte zu Kaffee HAG bleibt ein Desiderat.⁹³ Das Unternehmen von Ludwig Roselius nutzte das Wissen über die Extraktion von Koffein auch für die Extraktion von Nikotin aus Tabaken.⁹⁴

Eine Konsumgeschichte der Genussmittel Tabak und Kaffee, die einen Bogen von der staatlichen Regulierungsabsicht bis zum tatsächlichen Konsumniveau entlang der gesamten Wertschöpfungskette spannen soll, tangiert und durchkreuzt eine Vielzahl von Themenfeldern der NS-Geschichte, von deren Forschungsergebnissen sie nicht nur profitiert, sondern für die sie zugleich neue Erkenntnisse einbringt. Dazu zählt neben der bereits erwähnten Forschung zu Konsum, Unternehmen, Werbung und Schwarzmarkt im »Dritten Reich« auch die Wirtschaftsgeschichte des Außenhandels. Mit der Frage nach der Einebnung klassen- oder schichtspezifischer Konsummuster liefert das vorliegende Buch außerdem einen Beitrag zur Sozialgeschichte des »Dritten Reiches« und wirft einen Blick auf die Stellung der Frau in der NS-Gesellschaft und den Wandel in ihrer Rolle anhand der Diskurse über den Kaffee- und Tabakkonsum von Frauen. Die nationalsozialistische Tabakpolitik ist darüber hinaus eng mit der NS-Gesundheitspolitik und der medizinischen Krebsforschung verbunden. Ebenso finden die »Raubwirtschaft« und die Militärgeschichte dort Eingang, wo sich Offensiven und Frontverläufe auf die Versorgungslage im Reichsgebiet auswirkten. Das Buch

- 92 Franck und Kathreiner, Väter; Kathreiner-Aktiengesellschaft, Kathreiner; Kraft Jacobs Suchard, 100 Jahre Jacobs Café; Kraft Foods Deutschland GmbH & Co. KG, 100 Jahre Kaffee HAG. Auch die jüngst erschienene und reich bebilderte Unternehmensgeschichte zu Jacobs Kaffee enttäuscht. Vgl. Kunze/Schug, Jacobs Kaffee wunderbar. Das schweizerische Unternehmen Nestlé spielte dagegen mit seinem 1938 auf den Markt gebrachten Nescafé, einem sofort löslichen Bohnenkaffee, im Deutschen Reich kaum eine Rolle. Die Praktikabilität des auch als »Blitz-Kaffee« beworbenen Kaffeepulvers wurde nicht von der Wehrmacht, sondern von den US-Streitkräften erkannt. Vgl. Pfiffner, »A real winner one day«.
- 93 Schug, 100 Jahre Kaffee-Handels-Aktiengesellschaft, in der von Kraft Foods Deutschland herausgegebenen, viel mehr Marken- als Unternehmensgeschichte 100 Jahre Kaffee HAG, muss sich der gleichen Kritik aussetzen wie seine Veröffentlichung zu Jacobs Kaffee. Ebenso Kunze, »Kaffee HAG schon Ihr Herz«.
- 94 Diese Lücke können auch die biografischen Arbeiten zu Ludwig Roselius nicht schließen, die ihn vielmehr als Bremer Kunstmäzen denn als Unternehmer diskutieren. Vgl. Schwarzwälder, Ludwig Roselius; Pfliegensdörfer, Ludwig Roselius; Hucker, »Die Kaffeebohne und die Kunst«; Vetter, Ludwig Roselius. Zuerst erschienen ist der sehr gefällige Nachruf von Götte, Ludwig Roselius.

profitiert zudem von der Erforschung des Luftkriegs als Sozial- und Kulturgeschichte und liefert einen Beitrag zu der mit ihm verbundenen Geschichte gesellschaftlicher Krisenbewältigung. Mit Blick auf Wirtschaftsverwaltung und Behördenapparat gehört auch jene Forschung berücksichtigt, welche die Dynamik und Stabilität der NS-Herrschaft vor dem Hintergrund ihrer polykratischen Struktur untersucht, vor allem wenn sie dabei auf die Versorgungspolitik Bezug nimmt.⁹⁵ Damit ist auch der Schritt zu Regional- und Lokalstudien nicht weit, sofern sie die Versorgung in den Blick nehmen. Letztlich ist eine Konsumgeschichte auch als Teil einer Gesellschaftsgeschichte des »Dritten Reiches« zu verstehen.

Der chronologische Aufbau des Buches folgt der Dynamik staatlicher Konsumpolitik und orientiert sich an den Zäsuren hinsichtlich der Steuerung des Konsums von Tabak. Das *erste Kapitel* fasst die Entwicklungen bis Kriegsbeginn 1939 zusammen und geht zunächst der Frage nach, welche Rolle der Konsum ganz allgemein für die nationalsozialistische Wirtschaftspolitik gespielt hat und wie ökonomische Rationale mit den Zielen der NS-Gesundheitspolitik in Konflikt gerieten. Gezeigt wird, wie um den Stellenwert von Genussmitteln, insbesondere von Tabak, in der Gesellschaft des »Dritten Reiches« verhandelt wurde und inwiefern sich der Konsum durch wirtschafts- wie gesundheitspolitische Maßnahmen veränderte.

Mit Beginn des Krieges schlugen die staatlichen Lenkungsimpulse für den Tabak- und Kaffeekonsum zwei unterschiedliche Richtungen ein. Dennoch bedeutete dieser Einschnitt für die Konsumenten nicht nur Bruch, sondern auch Kontinuität. Wo das Propagandaministerium nun mit erzieherischen Appellen an Vernunft und Opferbereitschaft aufwartete, ergriffen die Gegner jeglichen Tabakkonsums in einem den »Genussgiften« an sich feindlich gesinnten Klima gleichermaßen die Initiative in der Kommunikation. Im Fokus des *zweiten Kapitels* stehen die Veränderungen in der Bewirtschaftung von Kaffee und Tabak mit Kriegsbeginn, die Versorgungslage während der Zeit militärischer Siege und die Lenkungsversuche bezüglich des Tabakkonsums mittels Werbung und Propaganda.

Letztlich war es vor allem der zunehmende Mangel an Tabakwaren, welcher eine Kurskorrektur in der Verbrauchssteuerung notwendig machte. Im Sommer 1941 verschärfte sich bereits die Versorgungslage mit Tabakwaren; bis zum Winter zeichnete sich ab, dass der Höhepunkt der Tabakwarenproduktion endgültig überschritten war. Den zwischen-

95 Dazu v. a. Brinkhus, Luftschutz und Versorgungspolitik.

zeitlich gescheiterten Versuchen, die Nachfrage der Bevölkerung durch Erziehung zum Verzicht zu reduzieren, folgten nun zwangsläufig Kontrollversuche. Es galt eine Regelung für den Absatz von Tabakwaren zu finden, die allen »gerecht« wurde – ein Ding der Unmöglichkeit, was dem NS-Regime durchaus bewusst war. Regionale Modellversuche mündeten schließlich in eine reichseinheitliche Regelung, die – kompromissorientiert und mit Konzeptionsschwächen behaftet – bald jene negativen Auswirkungen zeitigte, die befürchtet worden waren. Das *dritte Kapitel* zeichnet den Weg zu dieser reichseinheitlichen Regelung nach und legt dar, warum die Versorgungslage im Sommer 1941 kippte, welche Möglichkeiten der Absatzkontrolle sich anboten, welcher regionale Versuch sich durchsetzte, warum auf der Ebene der Politik die Kurskorrektur in der Verbrauchslenkung für Tabak als notwendig empfunden wurde und wie sie sich in Diskussionen und internen Aushandlungsprozessen schließlich durchsetzte. Dabei versucht das Kapitel auch eine Antwort auf die Frage zu geben, was überhaupt mit der angestrebten »gerechten« Verteilung gemeint war, und zeichnet das Bild einer immer stärker ausdifferenzierten und streng hierarchischen »Volksgemeinschaft« im Konsum.

Damit war zwar ein Regelwerk gefunden, doch in der Praxis wurde die gewünschte Kontrolle nie erreicht. Schon früh etablierte sich ein Schwarzmarkt, die militärischen Niederlagen zwangen das NS-Regime zu weiteren Konzessionen und erschwerten die Verbrauchsregelung auf vielen Ebenen. Mit der Intensivierung der Luftangriffe auf das Reich gewannen Sonderzuteilungen von Tabakwaren und Bohnenkaffee entschieden an Bedeutung. Schließlich rückten die Fronten immer näher, und die Vorräte an Bohnenkaffee und Rohtabak drohten zu enden. Mit verschiedenen Maßnahmen wurde versucht, die Versorgung mit Tabak vor dem Zusammenbruch zu bewahren. Der zunehmende Kontrollverlust durch Schwarzmarktaktivitäten, militärische Niederlagen, Luftkrieg und rückläufige Fronten steht daher im *vierten Kapitel* im Vordergrund. Gezeigt werden kann hier, dass das NS-Regime fast nur noch reagierte und damit immer häufiger scheiterte.

Das *fünfte Kapitel* führt schließlich von den letzten Kriegsmonaten hin zu einem Ausblick auf die Nachkriegszeit, auch für den kontrafaktischen Fall, dass Hitler den Krieg gewonnen hätte. Mit groben Strichen zeichnet es ein skizzenhaftes Bild von Kontinuitäten und Brüchen für den Kaffee- und Tabakkonsum im Übergang von der Kriegs- auf die Nachkriegszeit, das damit auch der Interpretation der NS-Konsumpolitik dienen soll. Der erstaunlichste Bruch im Konsum von Tabak trat schließlich erst in der unmittelbaren Nachkriegszeit ein.

I. Tabak, Kaffee und Nationalsozialismus

Am 1. August 1936 erhellten Flakscheinwerfer den Berliner Himmel, und Wehrmachtsgeschütze feuerten in die Nacht. Das martialische Szenario bildete den Schlusspunkt einer grundsätzlich friedvollen Eröffnungszeremonie der Olympischen Sommerspiele. Im Stadtbild dominierte jedoch weder die olympische Flagge, noch gar ein buntes Ensemble aus Flaggen der 49 teilnehmenden Länder, sondern das Hakenkreuz. Das gesamte Stadtzentrum diente als Bühne für Ehrenabordnungen, Festgottesdienste, Aufmärsche, Weihestunden und Empfänge – ein grandios inszeniertes Spektakel, »in grenzenlosem Nationalismus überformt«¹. Max Lewin, Leiter des Berliner Verkaufskontors des größten Zigarettenherstellers H. F. & Ph. F. Reemtsma und dessen einflussreicher Generalvertreter in der Reichshauptstadt, bereitete sich auf einen Rekordmonat vor.² Für die zwei Wochen der Olympischen Spiele erwartete er eine Umsatzverdopplung und orderte von der Firmenzentrale in Hamburg über vier Millionen Zigaretten der Marken Atikah, Manoli Privat, Gelbe Sorte, Senoussi und Erste Sorte.³ Sorgen bereiteten ihm lediglich die Berliner Konkurrenten Muratti und Haus Bergmann, die »große Anstrengungen« an den Tag legten, um auffallende Fensterdekorationen im Fachhandel einzurichten.⁴ Die Berliner genossen derweil die von ihnen als scheinbar »normales Volksfest« empfundenen »Spiele unter dem Hakenkreuz«.⁵ Während sie dem Ideal eines athletischen »Volkskörpers« im Wettkampf zusahen – in Leni Riefenstahls überzeichneter Ästhetik eindrucksvoll für die Nachwelt auf die Leinwand gebannt –, gaben sie sich selbst dem Genuss hin. Auch in sämtlichen Sportstätten konnten Tabakwaren gekauft und konsumiert werden.

1 Bernett, Symbole und Zeremonie, S. 4; vgl. Mindt, Der feierliche Auftakt, S. 25-29.

2 Vgl. Reemtsma Verkaufskontor Berlin, Lewin an Reemtsma Geschäftsleitung, Heldern vom 22. Juni 1936, HIS/PFR 620,23-27/26. Lewin war jüdischen Glaubens und galt als wohlhabender und einflussreicher »Lebemann«. Vgl. Sokolow/Sokolow, Defying the Tide, S. 23.

3 Vgl. Reemtsma Geschäftsleitung, Heldern an Reemtsma Abteilung Betriebe vom 23. Juni 1936, in HIS/PFR 620,23-27/26.

4 Reemtsma Verkaufskontor Berlin, Lewin an Reemtsma Verkaufsabteilung betr. »Schaufensterdekorationen zur Olympiade« vom 11. Februar 1936, HIS/PFR 620,23-27/26.

5 Debusmann/Wippermann, Fest der Völker, S. 231 f., 241; Bernett, Symbole und Zeremonie, S. 5.

Die Rechte am Verkauf auf dem Olympia-Gelände hatte sich der Berliner Tabakwaren-Großhändler Paul Joerrens gesichert.⁶ Er führte alle gängigen Marken der »Interessengemeinschaft deutscher Zigarettenhersteller« (IG), ohne dabei eine Firma zu bevorzugen. Dies war auch kaum möglich, denn die IG trat nach außen geschlossen auf. In ihr hatten sich die zwölf größten Zigarettenhersteller des deutschen Marktes zu einem Kartell vereint, unter der Leitung der geschäftsführenden Kommanditgesellschaft H. F. & Ph. F. Reemtsma und ihres Geschäftsführers Philipp F. Reemtsma.⁷ Die IG hatte Joerrens ein gemeinsames Angebot für alle Mitgliedsfirmen unterbreitet, um – getreu den Prinzipien eines Kartells – den Preiswettbewerb und somit den Druck auf die Gewinnspanne auszuschalten. Für die Besucher der Olympischen Spiele hieß dies, dass sie auf dem Olympia-Gelände nur die mittel- bis höherpreisigen Marken der größten Zigarettenhersteller zum Preis ab 4 Reichspfennig das Stück erhielten, obwohl die Nachfrage im Reichsdurchschnitt bei $3\frac{1}{3}$ Reichspfennig lag.⁸ Weder die IG-Firmen noch Großhändler Joerrens hatten ein Interesse daran, eine Preislage anzubieten, »an der niemand etwas verdient«, wo doch die Besucher »geneigt« seien, »einen Groschen mehr auszugeben«.⁹ Lediglich für die »Massen, die durch die KdF-Organisation zur Olympiade [sic!] geführt werden«, wurde doch noch die $3\frac{1}{3}$ Reichspfennig-Preislage angeboten, da sich diese »Käufer-schicht« durch ein uneingeschränkt höherpreisiges Angebot »eigenartig berühr[t]« hätte fühlen können.¹⁰

6 Der gesamte »Wirtschaftsbetrieb« der Olympischen Spiele in Berlin wurde vom »Organisations-Komitee für die XI. Olympiade Berlin 1936« an die Schultheiss-Brauerei AG in Berlin übertragen, die den Berliner Ökonomen Frey mit der Verwaltung der Verkaufsrechte beauftragt hatte, und von dem Joerrens wiederum die Rechte erhielt. Vgl. Philipp F. Reemtsma an Schultheiss-Brauerei, Fritz Koppe vom 28. Oktober 1935 u. Muratti Zigarettenfabrik AG, Kupper an Reemtsma Geschäftsleitung vom 15. Juni 1936, HIS/PFR 620,23-27/26.

7 Zum Zeitpunkt der Gründung der IG am 9. April 1935, vgl. IG Vertrag und Grundprotokoll vom 9. April 1935, in HIS/PFR 620,32-40/33. Dazu auch Jacobs, Rauch und Macht, S. 145-148. Die Firma Reemtsma war zum 1. Januar 1935 von der Reemtsma Zigarettenfabriken GmbH in eine KG umgewandelt worden.

8 Die Preislage zu $3\frac{1}{3}$ Pfennig war die Hauptkonsumpreislage, d.h. die am stärksten nachgefragte Preislage. Im Durchschnitt lag der Kleinverkaufspreis für Zigaretten bei 3,4 Reichspfennig. Vgl. Statistisches Reichsamt, Verbrauchsteuerung 1935/36 bis 1937/38, S. 47, 122.

9 Joerrens an Muratti, Kupper vom 3. Juli 1936, in HIS/PFR 620,23-27/26.

10 Zigarettenfabrik Muratti, Kupper an Reemtsma Geschäftsleitung, Sekretariat IG vom 25. Juni 1936, HIS/PFR 620,23-27/26.

Auf dem gesamten Gelände des Reichssportfeldes, inklusive Olympiastadion, waren 24 sogenannte »Buffets« mit Tabakwaren aufgebaut, allein 18 in den Umgängen des Olympiastadions; im Hauptrestaurant boten 10 bis 14 in einheitliches Weiß gekleidete Verkäufer Tabakwaren an. Nur beworben wurden der Tabakkonsum nicht explizit. Die Reemtsma-»Werbe-Zentrale« in Hamburg hatte die Bemühungen ihres Generalvertreters Lewin um extravagante Schaufensterdekorationen entnervt abgelehnt: »Ob es sich um die Oberammergauer Passionsspiele, den Reichsparteitag, den Reichskriegertag oder welche Veranstaltung auch immer handelt, stets glauben unsere Herren Generalvertreter, durch Schaufensterdekorationen gerade bei diesen Massenaufgeboten etwas zu erreichen.«¹¹ Denn die Besucher solcher Großveranstaltungen würden der Zigarettenwerbung in den Schaufenstern kaum besondere Aufmerksamkeit schenken. Die Firma Reemtsma entschied daher, während der Olympischen Spiele in der Reichshauptstadt überhaupt nicht zu werben, sprach sich jedoch auch gegen ein für die Mitglieder der IG geltendes und durch die Firma Josetti beantragtes Werbeverbot aus.¹² Dies galt auf Wunsch seitens »höheren Orts«¹³ ohnehin bereits auf dem gesamten Olympia-Gelände und war auf zwei Mitglieder des Vorstandes des olympischen Organisationskomitees zurückzuführen: Leonardo Conti, zu diesem Zeitpunkt Staatsrat und Ministerialrat für Gesundheitswesen im Reichsministerium des Innern, und Adolf Hitler, Schirmherr der Olympischen Spiele.¹⁴ Das »Damoklesschwert« der Werbeverbote schwebte, wie Reemtsmas Verkaufsleiter und Mitglied der Geschäftsführung Kurt Heldern in seinem Antwortschreiben an die Firma Josetti bemerkte, folglich bereits über der Industrie und sollte deswegen nicht durch zusätzlich eingeführte Beschränkungen gefördert werden, da Heldern sicher war, nur zu wissen, »wann sie beginnen, nicht aber, wann sie aufhören«.¹⁵

11 Reemtsma »Werbe-Zentrale« an Max Lewin vom 12. Februar 1936, HIS/PFR 620,23-27/26.

12 Vgl. Verkaufsleitung der Firma Josetti Zigarettenfabrik an Geschäftsleitung der Firma Reemtsma vom 5. März 1936 u. Reemtsma Geschäftsleitung, Heldern an Josetti Zigarettenfabrik vom 7. März 1936, in HIS/PFR 620,23-27/26.

13 Kupper, Muratti Zigarettenfabrik AG an Geschäftsleitung der Firma H. F. & Ph. F. Reemtsma vom 15. Juni 1936, in HIS/PFR 620,23-27/26.

14 Die NS-Regierung erbt die Spiele von den Vorgängerregierungen und Hitler nach dem Tod Hindenburgs dessen Schirmherrschaft. Vgl. Kluge, Olympische Sommerspiele, S. 783-786.

15 Reemtsma Geschäftsleitung, Heldern an Josetti Zigarettenfabrik vom 7. März 1936, in HIS/PFR 620,23-27/26. Heldern war jüdischen Glaubens. Er emigrierte

Für einen themabezogenen Einstieg ins »Dritte Reich« bietet sich das Jahr 1936 und mit ihm das historische Ereignis der Olympischen Spiele besonders an. 1936 – das hieß drei Jahre Regierung Hitler und noch drei Jahre bis zum Krieg. Die Olympischen Spiele symbolisierten oberflächlich noch den schönen Schein eines »Fests der Völker«¹⁶, doch der Krieg lag bereits in der Luft.¹⁷ Der Blick hinter die Kulissen der Spiele – auf den Wirtschaftsbetrieb und den Verkauf von Tabakwaren – offenbart dabei bereits im Kleinen die Komplexität nationalsozialistischer Wirtschafts- und Konsumpolitik: Der Tabakwarenmarkt war nicht mehr wettbewerblich organisiert, aber immer noch gewinnorientiert; Einschränkungen der Werbung lagen im Rahmen des Möglichen und wurden von der Industrie als Bedrohung empfunden; und die Konfliktlinie in Sachen Tabakkonsum verlief zwischen Gesundheit und Genuss. Doch der Gegensatz von Wirtschaftsinteressen und Gesundheitspolitik bildet nur eine von vielen Konfliktlinien der »Zwischenkriegszeit«, die es in diesem Kapitel herauszuarbeiten gilt. Wie verhielt sich die nationalsozialistische Konsumpolitik zur allgemeinen Wirtschaftspolitik? Welchen Stellenwert hatte der Konsum von Genussmitteln in der NS-Gesellschaft? Welche Maßnahmen ergriff das NS-Regime zur Steuerung des Tabak- und Kaffeekonsums? Und wie veränderte er sich infolgedessen?

1. Rüstung und Konsum

Als Hans Priester 1936 sein Buch über *Das deutsche Wirtschaftswunder*¹⁸ schrieb – später aufgrund des positiven Titels oft irrtümlich für unkritisch gehalten –, hatte er bereits erfasst, worin sich die Historiker heute weitgehend einig sind: Der »schöne Schein« vom »Dritten Reich«, die »guten Jahre« unter Hitler bis Kriegsbeginn – sie waren alles andere als ein »Wunder«. Die Regierung Hitler profitierte zunächst von einer generellen

1938 nach Australien und kehrte 1947 zu Reemtsma zurück. Vgl. Jacobs, Rauch und Macht, S. 78, 296; Lindner, Die Reemtsmas, S. 185 f.

16 Debusmann/Wippermann, Fest der Völker, S. 231 f., 241.

17 Im März hatte Hitler das entmilitarisierte Rheinland besetzen lassen. Die Luftwaffe unterstützte den Militärputschisten Franco. Deutschland verbündete sich mit Italien (Achse Berlin—Rom) und mit Japan (Antikominternpakt). Der internationale Versicherungsmarkt stellte den Handel mit Versicherungen für Kriegsschäden zum Jahresende ein. Vgl. Tooze, Ökonomie der Zerstörung, S. 243.

18 Priester, Das deutsche Wirtschaftswunder.

konjunkturellen Erholung und von den Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen des letzten Weimarer Kabinetts.¹⁹ Der wirtschaftliche Aufschwung verlief auch nicht stärker oder schneller als nach anderen Wirtschaftskrisen oder verglichen mit anderen Ländern.²⁰ Aber das NS-Regime wertete die eigenen Leistungen propagandistisch auf. Gleichwohl war die Reduzierung der Arbeitslosigkeit mehr als eine rein »propagandistische Leistung« und weder »optische Täuschung« noch »statistische Manipulation«.²¹ Vor allem der innenpolitische Effekt – Hitler konnte mutmaßlich wirtschaftliche Kompetenz und politische Wirksamkeit demonstrieren – sollte nicht unterschätzt werden.²² Das NS-Regime befeuerte jedoch ein regelrecht »deformiertes Wachstum«²³ über eine reine Staatskonjunktur, die von Anfang an auf den Krieg ausgerichtet war und daher erst gar nicht

- 19 Nach Meinung von Tooze wird den Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen der Nationalsozialisten »von jeher viel zu viel Gewicht beigemessen«, Tooze, *Ökonomie der Zerstörung*, S. 55. Priester schrieb aber schon 1936: »Ansätze zu einem beginnenden Aufschwung waren vorhanden. Und zwar ohne dass die bereits beschlossenen Arbeitsbeschaffungsprogramme in großem Umfange durchgeführt worden wären«, Priester, *Das deutsche Wirtschaftswunder*, S. 23. Dazu auch Buchheim, *Erholung von der Weltwirtschaftskrise*, S. 18 f.
- 20 Vgl. Ritschl, *Deficit Spending*; Overy, *Nazi Economic Recovery*, S. 23; Buchheim, *Wirtschaftsentwicklung*, S. 662; Buchheim, *German Industry*, S. 11. Buchheim pointiert sogar, dass sich »die Erholung von der Weltwirtschaftskrise in Deutschland [...] 1933 nicht wegen, sondern trotz der Usurpation der Macht durch die NS-Diktatur« fortgesetzt habe. Buchheim, *Erholung von der Weltwirtschaftskrise*, S. 26. Nichtsdestoweniger findet man auch in der neueren Literatur noch die Behauptung, das deutsche Wachstum sei »beeindruckend [...] gerade im internationalen Vergleich«, in: Spoerer, *Demontage eines Mythos?*, S. 418; Neben Ritschl, *Deutschlands Krise*, S. 273 f. haben bereits einige Wirtschaftshistoriker darauf hingewiesen, dass die bisher oft von Hoffmann in »Wachstum der deutschen Wirtschaft« genutzten Zahlen teils defektiv sind, was zu widersprüchlichen Einschätzungen beitragen mag.
- 21 Mason führt die Reduktion der Arbeitslosigkeit auf statistische Tricks und auf nicht viel mehr als eine propagandistische Leistung zurück. Vgl. Mason, *Sozialpolitik*, S. 126 f.; Zitat aus eigener Übersetzung. Im Original: »The recovery of German's labor market during 1933 and 1934 was not simply an optical illusion conjured up by statistical manipulation«, in Silverman, *Hitler's Economy*, S. 245.
- 22 Vgl. Abelshauer, *Kriegswirtschaft und Wirtschaftswunder*, S. 511.; Ritschl argumentiert über die quantitative Vorhersagbarkeit des Aufschwunges seit 1932, wodurch selbst die »indirekten, psychologischen Wirkungen der Arbeitsbeschaffung überschätzt worden« seien. Ritschl, *Ordentliche Beschäftigungspolitik*, S. 139.
- 23 Buchheim, *Wirtschaftsentwicklung*, S. 662 f.; Buchheim, *Überwindung der Weltwirtschaftskrise*, S. 407 f.

in eine Phase der Arbeitsbeschaffung und eine Phase der Aufrüstung unterschieden werden braucht.²⁴ Die Jahre 1933 bis 1939 können daher nicht als Erfolgsgeschichte der Prosperität gelesen werden, sondern zeugen vielmehr von frühen und sich wiederholenden Wirtschaftskrisen, von Skepsis gegenüber dem Wirtschaftswachstum auf Seiten der Industrie und von Unzufriedenheit unter den aus der Arbeitslosigkeit in die Vollbeschäftigung geführten Arbeitern. Im Schatten der Rüstung ist die Rolle des Konsums entsprechend umstritten.

Die Wende zum Wirtschaftsaufschwung erfolgte im Herbst 1932.²⁵ Fast alle ökonomischen Indikatoren standen ab 1933 auf Wachstum und im Zeichen einer Überwindung der Krisenjahre 1929 bis 1932. Bis 1936 wuchs die Wirtschaft jährlich real um rund elf Prozent, die Arbeitslosenzahlen sanken von 5,6 Millionen auf 1,6 Millionen und erreichten ein Jahr später das Niveau der Vollbeschäftigung.²⁶ Das Volkseinkommen erhöhte sich infolgedessen jährlich nominal um rund elf Prozent, ohne dass es durch Inflation allzu stark abgewertet worden wäre.²⁷ Doch

24 Dazu Barkai, *Wirtschaftssystem*, S. 16; Priester, *Das deutsche Wirtschaftswunder*, S. 25 ff.; Erbe, *Die nationalsozialistische Wirtschaftspolitik*, S. 162; Petzina, *Wirtschaft in der Zwischenkriegszeit*, S. 109, 121; Overy, *Nazi Economic Recovery*, S. 44; Buchheim, *Erholung von der Weltwirtschaftskrise*.

25 Vgl. Buchheim, *Erholung von der Weltwirtschaftskrise*, S. 14-17; Buchheim, *Wirtschaftsentwicklung*. Dazu auch Petzina, *Wirtschaft in der Zwischenkriegszeit*, S. 108 f.; Overy, *Nazi Economic Recovery*, S. 22; Tooze, *Ökonomie der Zerstörung*, S. 53 f.; dagegen Abelshäuser, *Kriegswirtschaft und Wirtschaftswunder*, S. 505. Dazu auch Ritschl, *Deficit Spending*; Ritschl/Spoerer, *Bruttosozialprodukt*; Spoerer, *Demontage eines Mythos? Im Übrigen steht bereits bei Priester, Das deutsche Wirtschaftswunder*, S. 23 f.: »Die Krise hatte Mitte 1932 ihren Höhepunkt überschritten. [...] Die deutsche Wirtschaft begann das Jahr 1933 mit weit besseren Aussichten, als sie je in den vorangegangenen Krisenjahren auch nur erhofft werden konnten.«

26 *Wirtschaftswachstum: CAGR 1932 bis 1936 des Bruttonationaleinkommens (ehem. Bruttosozialprodukt) in Preisen von 1913 nach Ritschl, Deutschlands Krise, Tabelle B.9 »Die Verwendung des Sozialprodukts 1925-1938, Preise von 1913«*. Da jedoch mit den Zahlen von Hoffmann deflationiert wurde, könnte das reale Bruttonationaleinkommen etwas überschätzt sein. Die gleiche Zahl verwendet jedoch auch Buchheim, *German Industry*, S. 11; *Beschäftigung gemäß Ritschl, Ordentliche Beschäftigungspolitik, Tabelle 6 »Beschäftigung und Arbeitslosigkeit in Deutschland«*; *Vollbeschäftigung durch gegen null tendierende friktionelle Arbeitslosigkeit und unter 1 Million befindlicher struktureller Arbeitslosigkeit*.

27 *Nettonationaleinkommen zu Faktorkosten, als Maßzahl für das in der gesamten Volkswirtschaft erhaltene Gesamteinkommen. Entspricht der Summe aus Löh-*

während beispielsweise die Eisen- und die chemische Industrie einen regelrechten Boom mit zweistelligen Wachstumsraten erlebten, blieb die Konsumgüterindustrie im einstelligen Wachstumsbereich.²⁸ In der Nahrungs- und Genussmittelindustrie variierte das Wachstum je nach Erzeugnis. Die Herstellung von Ersatzkaffee war leicht rückläufig, dafür stieg der Konsum von Bohnenkaffee umso stärker.²⁹ Auch in der Tabakindustrie verzeichneten die Zigaretten- und Zigarrenhersteller zwar Zuwächse von jährlich rund fünf bis neun Prozent, die Produktion in der Rauch-, Kau- und Schnupftabakindustrie sank indessen.³⁰ Hinter einem Großteil der industriellen Produktionssteigerung stand der Staat. Die Staatsquote stieg von 1933 bis 1936 zunächst von 14 auf 20 Prozent und bis 1938 auf 30 Prozent, mit entsprechenden Konsequenzen für die Staatsverschuldung.³¹

Zweistellige Wachstumsraten, hohe Staatsverschuldung und ein rascher Anstieg der Beschäftigung verleiteten mehrfach zu der Annahme, die nationalsozialistische Wirtschaftspolitik sei die erste keynesianische Wirtschaftspolitik gewesen. Doch als der Ökonom John Maynard Keynes 1936 seine Schrift *The General Theory of Employment, Interest, and Money* verfasste, in der er staatliche Investitionen und die Ankurbelung

nen und Gehältern, Miet- und Zinserträgen sowie ausgeschütteten Gewinnen. Eigene Berechnung der Wachstumszahlen (CAGR 1932 bis 1936) basierend auf korrigierter Schätzung von Ritschl, Deutschlands Krise, Tabelle B.1 »Das Volkseinkommen 1913 sowie 1925-1938«; zur Inflation siehe Schätzungen in Steiner, Neuschätzung der Lebenshaltungskosten, S. 146, Tabelle 5. Die Szenarien weisen Inflationsraten von zwei bis fünf Prozent p. a. (errechnet aus dem Index 1933 bis 1938) aus, wobei Steiner die mittlere Schätzung, entsprechend vier Prozent p. a., für am realistischsten hält. Ritschl wies zudem nach, dass sich anhand des Geldmengenwachstums keine reale Inflationsgefahr dokumentieren lässt. Vgl. Ritschl, Deficit Spending, S. 12.

28 Siehe Banken, Edelmetallmangel und Großraubwirtschaft; Höschle, Die deutsche Textilindustrie.

29 Beides gemessen am Verbrauch. Vgl. Statistisches Reichsamt, Statistisches Jahrbuch 1939/40, S. 400.

30 Siehe Tabelle 2 – Herstellung von Tabakwaren, 1932-1945, im Anhang, S. 548f.

31 Eigene Berechnung basierend auf Anteil der Staatskäufe (öffentlicher Konsum und Investitionen) am Bruttonationaleinkommen (ehem. Bruttosozialprodukt), nominal, gemäß Ritschl, Deutschlands Krise, Tabelle A.12 »Die Ausgaben und Einnahmen des öffentlichen Sektors nach Kalenderjahren 1925-1938« und B.5 »Die Ausgabenseite des Sozialprodukts 1925-1938«; zur Staatsverschuldung vgl. Tabelle B.9 »Die Ausgaben und Einnahmen des Reiches nach Kalenderjahren 1924-1938«, ebenda; dazu auch Buchheim, Überwindung der Weltwirtschaftskrise, S. 409.

des privaten Konsums zur Lösung des Arbeitslosenproblems vorschlug, hatte er das Deutsche Reich bereits als Negativfolie vor Augen. In seiner englischen Erstausgabe schrieb er, dass die gegenwärtigen totalitären Staaten – Deutschland und Italien – das Problem der Arbeitslosigkeit nur auf Kosten von Effizienz und Freiheit lösen würden.³² Keynes hatte nie für Eingriffe in den Lohn- und Preismechanismus plädiert – Maßnahmen, zu denen das NS-Regime bereits ab 1933 wegen der »psychologisch-propagandistische[n] Wirkung« der Preise griff und die es ab 1936 verschärfte.³³ Der Schlüssel keynesianischer Wirtschaftspolitik lag zudem im Konsum der privaten Haushalte, auf den der Staat nur einen die Vollbeschäftigung begünstigenden Einfluss ausüben sollte.

Die nationalsozialistische Wirtschaftspolitik folgte dieser Logik nur scheinbar.³⁴ Hitler hatte in einem Aufruf der Reichsregierung an das deutsche Volk, welcher am späten Abend des 1. Februar 1933 im Rundfunk übertragen wurde, verkündet, dass er binnen vier Jahren den deutschen Bauern »aus der Verelendung entrissen« und »die Arbeitslosigkeit endgültig überwunden« haben wolle.³⁵ Dieses vermeintliche Ziel wiederholte er in seiner Regierungserklärung vor dem Reichstag am 23. März 1933 und ergänzte, dass »[d]ie Steigerung der Konsumkraft [der Millionen deutscher Arbeiter, NPF] [...] ein wesentliches Mittel der wirtschaftlichen Belebung sein« würde.³⁶ Doch bereits am 9. Februar 1933 hatte Hitler im Kabinettsausschuss für Arbeitsbeschaffung seine wahre Zielsetzung unmissverständlich offengelegt. Die »Zukunft Deutschlands« hing für ihn »ausschließlich vom Wiederaufbau der Reichswehr ab. Alle anderen Aufgaben müssten hinter der Aufgabe der Wiederaufrüstung zurücktreten«³⁷. Dass zivile Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen dennoch

32 »The authoritarian state systems of today seem to solve the problem of unemployment at the expense of efficiency and of freedom«, Keynes, *General Theory*, S. 381.

33 Dazu Steiner, *Preisüberwachung*, S. 48.

34 Erbe wies schon 1958 darauf hin, dass der Staatsausgabenmultiplikator sehr gering ausfiel, d. h., dass die staatsinduzierte Nachfrage nicht auf die Gesamtwirtschaft in einem Maße übersprang, wie es unter keynesianischen Prämissen zu erwarten gewesen wäre. Vgl. Erbe, *Die nationalsozialistische Wirtschaftspolitik*, S. 163 ff.

35 Aufruf der Reichsregierung an das Deutsche Volk, in: Domarus, *Hitler*, S. 191-195; vgl. auch Abelshauser, *Kriegswirtschaft und Wirtschaftswunder*, S. 511.

36 Regierungserklärung vor dem Reichstag zum Ermächtigungsgesetz am 23. März 1933, in: Domarus, *Hitler*, S. 229-237; vgl. auch James, *German Slump*, S. 348 f.

37 Sitzungsprotokoll des Arbeitsbeschaffungsausschusses am 9. Februar 1933, zit. n. Tooze, *Ökonomie der Zerstörung*, S. 60.

einen wenn auch nur zwölfmonatigen Platz auf der Agenda fanden, war dem planerischen Vorlauf für die Rüstung geschuldet.³⁸ An sich waren Arbeitsbeschaffungsmaßnahmen kein »Kernelement auf der Agenda der nationalistischen Koalition«³⁹.

Die wesentlichen Maßnahmen des Regimes zur Steigerung der Kaufkraft der Arbeiter und zur Ankurbelung des zivilen Konsums beschränkten sich 1933, neben punktuellen Steuererleichterungen, auf die beiden »Gesetz[e] zur Verminderung der Arbeitslosigkeit« vom Juni und September. Diese beiden sogenannten Reinhardt-Programme waren bis zum Jahresende jedoch nur zu einem Bruchteil ausgezahlt worden.⁴⁰ Bereits 1934, als sich der »Propagandafeldzug für die Arbeitsschlacht« fortsetzte, wurden keinerlei Mittel mehr zur Arbeitsbeschaffung freigegeben.⁴¹ Auch der Autobahnbau, der »im Mythos um die NS-Arbeitsbeschaffung« eine »Sonderstellung« einnimmt, beschäftigte durchschnittlich nicht mehr als 80 000 Arbeiter.⁴² Die propagandistisch verwerteten Maßnahmen waren dagegen hinsichtlich ihrer Arbeitsproduktivität regelrecht rückschrittlich und bezüglich ihrer Einkommenseffekte zweifelhaft. So rief der ostpreußische Gauleiter Erich Koch »Alle Mann an die Schaufeln!« und ließ buchstäblich das Land umpflügen.⁴³ Zweifelsohne trat dadurch Beschäftigung ein, aber zu welchem Einkommen? Dieses belief sich im Extremfall auf weniger als die Hälfte des Lohnes eines Facharbeiters, lag stets weit unter dem eines Hilfsarbeiters und nur unwesentlich höher als die zuvor gezahlte Arbeitslosenhilfe; teilweise erfolgte die Vergütung nur in Naturalien.⁴⁴ Auch die Ehestandsdarlehen, eine der Maßnahmen aus dem Ersten Reinhardt-Programm, zeigten wenig Wirkung. Diese sollten über unverzinsliche Darlehen mit besonderen Tilgungsmodalitäten und

38 Vgl. Buchheim, Erholung von der Weltwirtschaftskrise, S. 18. Ebenso bereits bei Barkai, Wirtschaftssystem, S. 16.

39 Tooze, Ökonomie der Zerstörung, S. 46.

40 95 Mio. von 1,5 Mrd. RM; vgl. Buchheim, Erholung von der Weltwirtschaftskrise, S. 18 f.

41 Tooze, Ökonomie der Zerstörung, S. 86.

42 Ebenda, S. 69. Dazu auch: Buchheim, Erholung von der Weltwirtschaftskrise, S. 21; Ritschl, Ordentliche Beschäftigungspolitik, S. 128 ff.; Silverman, Hitler's Economy, S. 244, 261. Dagegen Overy, Nazi Economic Recovery; Overy, Transportation and Rearmament.

43 Dazu Tooze, Ökonomie der Zerstörung, S. 67 f. Detailliert zum »Koch-Plan« Silverman, Hitler's Economy, S. 70-79.

44 Vgl. Priester, Das deutsche Wirtschaftswunder, S. 55 ff.; Silverman, Hitler's Economy, S. 70, 294 (Facharbeiterlohn: 0,78 RM/Std., Hilfsarbeiterlohn: 0,62 RM/Std.)

einer Zweckbindung für Gebrauchsgüter im Rahmen der Erstausrüstung nach Eheschließung den Konsum ankurbeln. Sie äußerten sich zwar in einer vorübergehend gesteigerten Zahl an Eheschließungen, der Nachfrageeffekt wurde jedoch durch den geforderten Wegfall des Einkommens der Ehefrau auf mikroökonomischer Ebene ebenso gedämpft wie durch die zusätzliche Belastung der Ledigen durch die Ehestandshilfe auf makroökonomischer Ebene.⁴⁵ Folglich sprang der Konsum von Gebrauchsgütern nicht wie erwartet an. In Anbetracht der Preissteigerung stagnierte der Konsum privater Haushalte vielmehr sogar.⁴⁶ Der Lebensstandard, vor allem derjenige der Arbeiter, erfuhr somit keine wesentliche Verbesserung.⁴⁷

Um indes den Staatskonsum nicht zu verteuern, wurden Abwertungsrounds für die Reichsmark ausgelassen.⁴⁸ Das verbilligte zwar die Importe, erschwerte jedoch die Exporte und führte zu einer defizitären Außenhandelsbilanz, welche die Devisenreserven des Reiches dahinschmelzen ließ.⁴⁹ Seit Anfang 1934 waren die Devisenbestände der Reichsbank derart gesunken, dass sie kaum mehr ausländische Zahlungsmittel für den Import freigeben konnte, diese sogar nur noch auf Tagesbasis verteilte.⁵⁰ Folglich verknappten sich die importierten Waren, was wiederum zu deren Verteuerung im Inland führte. Hinzu kam eine außergewöhnlich schlechte Ernte, die den gleichen Mengen- und Preiseffekt für inländische Lebensmittel mit sich brachte. Der Zeitpunkt war denkbar ungünstig, schließlich waren 1934 noch immer rund 2,7 Millionen Menschen arbeitslos.⁵¹ Der auf den Wahlplakaten der NSDAP verkündete Dreiklang aus »Arbeit, Freiheit und Brot« wies daher noch einige Disharmonien auf, was nicht ohne Folgen für die Stimmung der

45 Vgl. Buchheim, Überwindung der Weltwirtschaftskrise, S. 392 f.; Buchheim, Erholung von der Weltwirtschaftskrise, S. 20.

46 Preisbereinigtes Wachstum des privaten Konsums auf Basis der Nominalangaben von Ritschl und der Schätzungen des Lebenshaltungskostenindex von Steiner im von Steiner als für am realistischsten gehaltenen mittleren Szenario. Vgl. Steiner, Neuschätzung der Lebenshaltungskosten, S. 147.

47 Dazu Hachtmann, Lebenshaltungskosten und Reallöhne; Spoerer, Demontage eines Mythos? Zum »biologischen Lebensstandard«: Baten/Wagner, Mangeler-nährung; Baten/Wagner, Autarchy; Wagner, Entwicklung des Lebensstandards.

48 Im Herbst 1931 hatte das Pfund Sterling abgewertet, im April 1933 der Dollar. Deutschland hielt an der Überbewertung fest, da dies für den Schuldendienst von Vorteil war. Vgl. Tooze, Ökonomie der Zerstörung, S. 102 f.

49 Vgl. Ritschl, Deutschlands Krise, Tabelle B.7 »Der Außenhandel 1925-1938, Preise von 1913 (Mio. RM)« u. Tooze, Ökonomie der Zerstörung, S. 99.

50 Dazu ausführlicher ebenda, S. 95 f.

51 Vgl. Ritschl, Ordentliche Beschäftigungspolitik, S. 140.

Bevölkerung blieb. Letztere, von anfänglichen »Euphorien des Neuanfangs« bereits zu »Ernüchterung und Depression« übergegangen, verfiel vorübergehend in Apathie, bis sie sich aus dieser befreite und ihre innere Unruhe und Missstimmung mittels öffentlicher Kritik lauthals kundtat.⁵² Propagandaminister Goebbels versuchte zwei Monate lang, gegen die »Miesmacher und Kritikaster, gegen die Gerüchtemacher und Nichtskönnner, gegen Saboteure und Hetzer« zu trommeln. Sein Propagandafeldzug blieb jedoch nicht nur weitgehend erfolglos, sondern verstärkte die Unruhe eher. Die Bevölkerung ließ sich kaum noch aus ihrer »Fixierung auf den Alltag herauslösen«, und ihre »wirtschaftliche Katastrophenstimmung« zeigte sich in ersten Angst- und Hamsterkäufen. Die »geradezu apathisch düstere Stimmung« machte auch vor Unternehmerkreisen nicht Halt, was sich in teils drastisch fallenden Aktienkursen bemerkbar machte.⁵³

Die Devisenkrise 1934 drohte den Außenhandel lahmzulegen. Reichsbankpräsident Hjalmar Schacht stellte dem möglichen Totalausfall im Import mit seinem »Neuen Plan« einen Außenhandel entgegen, der über bilaterale Kompensationsgeschäfte und Verrechnung (Clearing) zwar kaum noch auf Devisen angewiesen, aber dementsprechend eingeschränkt war.⁵⁴ Im- und Export wurden streng kontrolliert, dem Import von Rohstoffen für die Rüstung wurde Vorrang gegeben, und wirtschaftliche Kontrolle über den Warenfluss wurde durch Devisen- und Überwachungsstellen ausgeübt. Die Konsequenzen waren schnell spürbar: Die Qualität solch grundlegender Waren wie Kleidung und Schuhe sank rapide.⁵⁵ In der Ernährungswirtschaft mangelte es trotz der propagierten »Erzeugungsschlacht«, die durch Landflucht und sinkende Produktivität in ihrem Ergebnis geschmälert wurde, im Sommer 1935 vor allem an Fleisch, Butter, Molkereierzeugnissen und tierischen Fetten.⁵⁶ Zur »Fett-« und »Eiweißlücke« gesellte sich im Herbst/Winter 1935/36 die »Brotkrise«.⁵⁷ Das Reich stolperte regelrecht von der Devisen- in die

52 Hier wie im Folgenden vgl. Morsch, Arbeit und Brot, S. 178-181 bzw. zit. n. ebenda, S. 178 f., 186 f., 192 ff.

53 Tooze, Ökonomie der Zerstörung, S. 125 u. vgl. ebenda, S. 95, 125.

54 Ausführlich zum Inhalt des »Neuen Plans« u. a. Volkmann, NS-Wirtschaft, S. 254-259.

55 Dazu ausführlich Höschle, Die deutsche Textilindustrie; Sudrow, Der Schuh.

56 Dazu zuletzt die quantitative Analyse von Spoerer/Streb, Guns and Butter.

57 Dazu Corni/Gies, Brot – Butter – Kanonen, S. 362 f.; Steiner, Brotpreis, S. 393-418, v. a. 406 ff.; Reith, »Hurra die Butter ist alle!«; Pelzer-Reith/Reith, Fischkonsum und »Eiweißlücke«.

Ernährungskrise. Dabei lag die Arbeitslosigkeit 1935 noch immer bei knapp über zwei Millionen, und die Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt ließ nach wie vor auf kein selbsttragendes, »natürliches« Wachstum schließen.⁵⁸ In der Bevölkerung kursierten vielmehr Inflationsgerüchte und Ängste vor einem wirtschaftlichen »Rückschlag«, einhergehend mit einem erneuten Anstieg der Arbeitslosigkeit.⁵⁹

Angesichts der prekären Versorgungslage waren in der zweiten Jahreshälfte 1935 noch größere Devisenbeträge für die Einfuhr von Lebensmitteln freigegeben worden, wodurch das Reich aber geradewegs auf die nächste Devisenkrise zusteuerte, die sich im Sommer 1936 zu einer umfassenden Versorgungskrise mit Versorgungsengpässen und massiven Preissteigerungen im Lebensmittelsektor auswuchs.⁶⁰ Selbst im Rüstungssektor kam es zu Einbrüchen in der Produktion. Vor diesem Hintergrund wurde Carl Goerdeler, Leipziger Oberbürgermeister und einstiger Reichskommissar für Preisüberwachung, durch Hermann Göring als »Beauftragter des Reichs für Rohstoff- und Devisenfragen« gebeten, eine Einschätzung der nun noch verbleibenden Handlungsoptionen zu verfassen.⁶¹ Goerdeler, der seinen Posten als Reichskommissar ein Jahr zuvor infolge der gescheiterten Preispolitik im Agrarsektor verloren hatte, verwarf Schachts System des »Neuen Plans« und plädierte für eine Abwertung der Reichsmark, die gemeinsam mit einer fiskalischen Konsolidierung Einschränkungen für die Rüstung bedeutet hätte. Diese gewissermaßen letzte Alternative zum konsequenten Weg in den Krieg wurde von Göring, der selbstbekennend nicht viel von Wirtschaft verstand, jedoch für »Blödsinn«⁶² gehalten und durch Hitlers im August/September verfasste geheime »Denkschrift zum Vierjahresplan« endgültig verworfen.

Für Hitler ließ die wirtschaftliche Lage des Reiches nur noch eine Lösung zu – die »Erweiterung des Lebensraumes«.⁶³ Interessanterweise hatte Keynes, der im September 1936 das Vorwort für die deutsche Ausgabe seiner *Allgemeine[n] Theorie der Beschäftigung, des Zinses und des Geldes* verfasste, seine Leser davor gewarnt, dass es für kriegsaffine Dik-

58 Vgl. Silverman, *Hitler's Economy*, S. 224 f. Im Original »self-sustained natural growth«.

59 Morsch, *Arbeit und Brot*, S. 327 f.

60 Dazu v. a. Hachtmann, *Lebenshaltungskosten und Reallöhne*, S. 50-62.

61 Vgl. Tooze, *Ökonomie der Zerstörung*, S. 251, 256-260.

62 Ebenda, S. 261.

63 Denkschrift Hitlers über die Aufgaben eines Vierjahresplanes, in *Treue, Denkschrift zum Vierjahresplan*, S. 204-210, hier 204 ff.

tatoren ein Leichtes sei, über wirtschaftliche Kräfte wie den »Druck der Bevölkerung« und den »Konkurrenzkampf um Märkte« die Menschen von der Notwendigkeit eines Krieges zu überzeugen, die so gar nicht gegeben sei.⁶⁴ Genau dieser beiden Argumente bediente sich Hitler: Das Deutsche Reich sei überbevölkert und könne sich nicht selbst ernähren (»Bevölkerungsdruck«), und die Sicherung der notwendigen Importe sei über einen Anstieg der Exporte nicht möglich (»Konkurrenzdruck«). Die Wettbewerbsfähigkeit durch Abwertung der Reichsmark und auf Kosten der »nationalen Aufrüstung« zu steigern, wie es Goerdeler vorgeschlagen hatte, betrachtete Hitler jedoch als unmöglich, da der »Krieg im Frieden vorzubereiten« sei.⁶⁵ Es müssten daher vorübergehend Devisen gespart werden (Autarkie), bis die »Erweiterung des Lebensraumes bzw. der Rohstoff- und Ernährungsbasis unseres Volkes« umgesetzt werden könne – bis also die deutsche Armee in vier Jahren »einsatzfähig« und die deutsche Wirtschaft »kriegsfähig« sein würde.⁶⁶

In der Literatur wird die Hitler'sche Denkschrift zum Vierjahresplan vordringlich im Hinblick auf Rüstung und Autarkie analysiert, wohingegen die Absichten bezüglich der Sicherung der Lebensmittelversorgung in den Hintergrund treten. Dabei hatte die Wirtschaft laut der Denkschrift eine »Doppelfunktion« (Petzina) zu erfüllen: einerseits die wirtschaftliche Existenz zu garantieren und andererseits die Voraussetzung für die »endgültige Behauptung«, sprich: Krieg zu schaffen.⁶⁷ Hitler identifiziert zudem gerade die wirtschaftliche Lage als den Schwachpunkt in der »Abwehrfähigkeit« Deutschlands. Es ist daher vor allem der letzte, wirtschaftspolitische Teil der geheimen Denkschrift, der ebenso eine konsumzentrischere Interpretation erlaubt. Denn Hitler gibt dort als »das oberste Gebot [der] Wirtschaftspolitik« an, »dafür zu sorgen, dass durch die Eingliederung aller Deutschen in den Wirtschaftsprozess die Voraussetzung für einen normalen Konsum geschaffen wird«, wodurch »die Lebensmitteleinfuhr im großen gesehen überhaupt keine wesentliche Senkung verträgt, sondern eher steigt«.⁶⁸ Hinsichtlich der Autarkiebestrebungen sollte daher nur auf »all den Gebieten eine 100 [-prozentige] Selbstversorgung [eintreten], auf denen diese *möglich* ist«⁶⁹ – nicht nur, wie zu erwarten wäre –, um die vom Ausland un-

64 Keynes, Allgemeine Theorie, S. 322.

65 Treue, Denkschrift zum Vierjahresplan, S. 207.

66 Ebenda, S. 206, 210.

67 Petzina, Autarkiepolitik, S. 48-53, hier 50.

68 Hier wie im Folgenden Treue, Denkschrift zum Vierjahresplan, S. 206 f., 209.

69 Eigene Hervorhebung.

abhängige Versorgung mit rüstungsnahen Rohstoffen zu ermöglichen, sondern damit »jene Devisen eingespart werden, die [...] im Frieden für die Einfuhr [der, NPF] Nahrungsmittel benötig[t]« werden.

Der »Schlüssel zum Verständnis der Denkschrift«⁷⁰ liegt Petzina zufolge zwar zweifellos im Bezug auf den bevorstehenden Krieg, der in Hitlers Wahrnehmung Deutschlands unausweichliches »Schicksal« war.⁷¹ Doch die Lesart der Denkschrift ist nicht Rüstung und Autarkie, sondern Rüstung und Konsum unter dem Gebot der Autarkie. Um hierin aber nicht nur die Widersprüche zu erkennen, muss die von Hitler angestrebte »Abwehrfähigkeit« Deutschlands nicht als eine rein militärische verstanden werden, sondern als eine unabdingbare Kombination aus militärischer Schlagkraft und innerer »Wehrhaftigkeit«, sprich: Zufriedenheit durch (begrenzten) wirtschaftlichen Wohlstand. Werner Abels hauser bringt den Vierjahresplan an dieser Stelle auf die griffige und bisweilen zu wörtlich genommene Formel »Kanonen *und* Butter«⁷².

Der Vierjahresplan brachte das Reich freilich nicht aus der Lage, ein auf dem Weltmarkt nicht mehr wettbewerbsfähiges Land zu sein, dem es zudem an Devisen und eigenen Rohstoffvorkommen mangelte, um den Staatskonsum und den Konsum der Haushalte ausreichend befriedigen zu können. Selbstverständlich barg der Anspruch des Vierjahresplans angesichts knapper Ressourcen im Bereich der Devisen, Rohstoffe, Produktions- und Transportkapazitäten sowie unter Vollbeschäftigung Konfliktpotenzial. Vor diesem Hintergrund entbehrten die vermeintlich widersprüchlichen Lenkungsimpulse im Konsum dann aber auch nicht einer gewissen Logik. Konsum erfüllte vor allem stets auch einen gewissen Zweck.

Dass hinter der Entwicklung und Verbreitung des »Volksempfängers« und des »Deutschen Kleinempfängers« auch eine propagandistische Absicht stand, liegt auf der Hand.⁷³ Ebenso naheliegend scheint, dass hinter dem Autobahnbau und der steuerbegünstigten Motorisierung auch militärische Interessen steckten. Für die Wehrmacht blieb die Autobahn zwar bedeutungslos, die Fahrzeuge der privaten Wirtschaft bildeten

70 Petzina, Autarkiepolitik, S. 51.

71 Hier wie im Folgenden zit. aus: Treue, Denkschrift zum Vierjahresplan, S. 204 f.

72 Abels hauser, Kriegswirtschaft und Wirtschaftswunder, S. 525. Thamer urteilt, dass das NS-Regime seinen »riskanten Balanceakt zwischen der Befriedigung des privaten Konsums und der Steigerung der Rüstungsausgaben im großen und ganzen erfolgreich durchstehen« konnte; Thamer, Verführung und Gewalt, S. 489 f.

73 Dazu König, Volkswagen, S. 25-99.

hingegen in der Tat einen »militärischen Reservefuhrpark«, welcher dem Staat zunächst keine Kosten verursachte, der aber mit Kriegsbeginn durch Beschlagnahme umgehend für die Wehrmacht aktiviert wurde.⁷⁴ Selbst *das* Symbol von Modernität und Massenkonsum, der als »Volkswagen« konzipierte KdF-Wagen, blieb eine bloße Illusion. Unter den Sparern fanden sich kaum Arbeiter, und vom Band des Volkswagenwerks rollten bis Kriegsende nur Kübelwagen für die Wehrmacht.⁷⁵ Davon abgesehen war die Aussicht auf ein eigenes Auto jedoch ein »sehr wirksamer Anreiz zum Sparen«⁷⁶. Dies galt auch für alle anderen Volksprodukte – vom »Volkskühlschrank« bis zum »Volksfernseher«.⁷⁷ Sie blieben weitgehend illusorische Versprechen mit dennoch sehr realem Sparanreiz, welcher die Kaufkraft abzuschöpfen vermochte. Selbst die KdF-Reisen fungierten somit als »Mittler zwischen Konsum und Rüstung«⁷⁸. Zwar zählten Arbeiter nur selten zu den Nutznießern dieser Reisen, dennoch boten sie ihnen die Illusion – und der einkommensstärkeren Mittelschicht das Vergnügen – eines gefühlt höheren Lebensstandards. Die realen Spannungen aus verheißenem und tatsächlichem Wohlstand wurden auf diese Weise vorübergehend überbrückt, ohne durch die Inanspruchnahme von Produktionskapazitäten die Rüstung zu gefährden.⁷⁹

Nicht nur im Nahrungsmittelsektor galt die Devise »Anpassung an die deutschen Erzeugungsmöglichkeiten«⁸⁰ und somit die Umstellung von Mangelwaren auf solche, die ausreichend hergestellt werden konnten und dabei wenig Devisen, Produktionskapazitäten und Arbeitskräfte in An-

74 Fritz Todt hielt eine militärische Nutzung der Autobahnen zwar für möglich, zu einer solchen Nutzung kam es jedoch nie. Mit Einstellung des Baubetriebs Ende 1941 waren gerade einmal nicht zusammenhängende 3819 km ausgebaut, und aufgrund der teils starken Neigungen und der dünnen Fahrbahndecke war die Autobahn für Kettenfahrzeuge ungeeignet. Vgl. Schütz/Gruber, *Mythos Reichsautobahnen*, S. 12. Priester hat bereits 1936 auf die militärische Bedeutung der Motorisierung aufmerksam gemacht. Vgl. Priester, *Das deutsche Wirtschaftswunder*, S. 36 f.

75 Vgl. Pätzold, *Legende vom üppigen Leben*, S. 137; Tooze, *Ökonomie der Zerstörung*, S. 190 f.; ausführlich zum Volkswagenwerk Mommsen/Grieger, *Volkswagenwerk*.

76 Barkai, *Wirtschaftssystem*, S. 218. Dazu auch Petzina, *Wirtschaft in der Zwischenkriegszeit*, S. 144; Overy, *Nazi Economic Recovery*, S. 30 f.

77 Zum Scheitern der Volksprodukte ausführlich König, *Volkswagen*.

78 »Mediator between consumption and rearmament«, Baranowski, *Strength through Joy*, S. 142.

79 Vgl. ebenda, S. 39, 72, 233.

80 Corni/Gies, *Brot – Butter – Kanonen*, S. 353 f.

sprach nahmen. Im Endeffekt hieß dies, den Konsum umzulenken: von zu importierenden Waren und Lebensmitteln auf heimische Produkte, von Verbrauchsgütern oder kurzlebigen Gebrauchsgütern wie Kleidung auf langlebige Gebrauchsgüter wie Radios, von zu produzierenden Produkten wie Haushaltswaren auf Dienstleistungen wie KdF-Reisen und von der Gegenwart auf die Zukunft. Letzteres ist weit mehr als »virtueller Konsum«⁸¹. Die intertemporale Konsumverschiebung entfaltete eine ganz reale Sparwirkung, und auch die Fiktionalität von »Visionen des Überflusses«⁸² blieb nicht ohne Wirkung auf die Bevölkerung. Gemäß der Definition einer »Konsumgesellschaft« ist das NS-Regime mit seiner Politik zwar gescheitert, da die »Volkprodukte das Volk nicht erreichten«⁸³. Aber vielleicht liegt der Erfolg der nationalsozialistischen »Konsumgemeinschaft«⁸⁴ ja gerade darin, dass das NS-Regime den Konsum der Arbeiter zu drosseln, die Kaufkraft der einkommensstärkeren Schichten zu kanalisieren und dennoch die gesamte Bevölkerung allein mit der Verheißung eines letztlich nie realisierten Wohlstands einzubinden vermochte.

Rüstung und Konsum waren jedenfalls keine sich gegenseitig ausschließenden Alternativen.⁸⁵ Der Konsum sollte und konnte weiter erfolgen – sogar in einem größeren Ausmaß, als es vielleicht in einer Kriegswirtschaft zu erwarten gewesen wäre –, war dabei aber ebenso auf den Krieg auszurichten wie die Wirtschaft selbst. Der Konsum durfte die Rüstung nur nicht gefährden und musste sich den Anforderungen der Autarkieziele anpassen. Die Formel Rüstung *und* Konsum ändert daher nichts an der Aussage, dass »Konsumdrosselung und -steuerung zugunsten der Rüstungsproduktion [...] fundamentale Grundlagen der NS-Wehrwirtschaft«⁸⁶ waren. Auch schließt die unterstellte Logik in der Absicht nicht aus, dass die Umsetzung von »eklatante[m] Ressourcenmangel, extreme[r] Koordinierungs- und Entscheidungsschwäche, maßlose[r] Selbstüberschätzung, sprunghafte[n] Wechsel[n] der Prioritä-

81 Berghoff, Methoden der Verbrauchlenkung, S. 283, 287.

82 Dazu v. a. Heßler, Visionen des Überflusses, S. 475, Thamer, Verführung und Gewalt, S. 503.

83 Zu diesem Schluss kommt König, Volkswagen, S. 258-262; ders., Volksgemeinschaft und Konsumgesellschaft, S. 92 ff.

84 Niemann, »Volksgemeinschaft« als Konsumgemeinschaft?

85 Diese Argumentation auch bei Tooze, Ökonomie der Zerstörung, S. 197 f. Dort nur mit einer anderen Schlussfolgerung, wonach Rüstung als eine »spezifische Form des kollektiven Massenkonsums« zu sehen sei.

86 Volkmann, NS-Wirtschaft, S. 297.

ten und vielfache[n] Widerstände[n] gegen eine totale Mobilisierung«⁸⁷ geprägt war. Nach wie vor kann die Rüstung auch als eine »Investition in den künftigen Wohlstand«⁸⁸ verstanden werden. Konsum war aber nicht nur Zweck, sondern auch Mittel der Kriegsführung.⁸⁹

Vor diesem Hintergrund einer auf den Krieg ausgerichteten und um Autarkie bemühten Konsumpolitik stellt sich folglich die Frage, welche Rolle der Konsum von Tabak und Kaffee spielen würde – der Konsum zweier Genussmittel wohlgerne, die schließlich als zu importierende Verbrauchsgüter Devisen, Produktionskapazitäten und Arbeitskräfte beanspruchten, ohne dass dafür ein Zweck fern des reinen Genusses unmittelbar erkennbar wäre. Das Argument der »Ernährungssicherung« galt freilich nicht. Ganz im Gegenteil: Der Genuss von Tabak und Bohnenkaffee war mit der nationalsozialistischen Gesundheitspolitik nur schwer vereinbar. Demnach sprach kaum etwas für den weiteren Import von Rohtabak und Kaffeebohnen und ebenso wenig für den Konsum von Tabakwaren und Bohnenkaffee. Abseits ökonomischer Kalküle galt es für das NS-Regime somit den Stellenwert der Genussmittel, besonders den des Tabaks, in der Gesellschaft neu zu verorten.

2. Genuss und Gift

Im Mai 1933 ließ der Ulmer Staatskommissar in württembergischen Gaststätten Plakate mit der Aufschrift »Die deutsche Frau raucht nicht!« aufhängen.⁹⁰ Auch in Erfurt hieß es bald in Gaststätten, Cafés und Weinstuben: »Damen werden gebeten, nicht zu rauchen!«⁹¹ Der dortige Polizeipräsident rief darüber hinaus alle »Volksgenossen« dazu auf, bei der »Bekämpfung dieser Unsitte mitzuwirken und Frauen, die auf der Straße rauchend angetroffen werden, an ihre Pflicht als deutsche Frau und Mutter zu erinnern«⁹². Im Frühjahr und Sommer 1933 häuften sich

87 Berghoff, *Träume und Alpträume*, S. 280.

88 Tooze, *Ökonomie der Zerstörung*, S. 198.

89 Swett/Ross/d'Almeida, *Pleasure and Power*, S. 1, argumentieren ähnlich für den Begriff »Pleasure«.

90 Verband der Deutschen Zigaretten-Industrie an RMF vom 13. Mai 1933, BArch R 2/59013/4/2/-.

91 Verband der Deutschen Zigaretten-Industrie an RMF vom 23. August 1933, BArch R 2/59013/4/3/-. Vgl. auch Merki, *Die nationalsozialistische Tabakpolitik*, S. 25f.

92 *Morgenblatt der Frankfurter Zeitung* vom 20. August 1933, zit. n. ebenda.

derartige Aktionen gegen das Rauchen der Frauen vor allem in Süd- und Mitteldeutschland. Die Tabakwarenhersteller und -händler beschwerten sich darüber beim Verband der Deutschen Zigaretten-Industrie in Berlin, und dessen Vertreter wandten sich an das Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda sowie an das Reichsfinanzministerium. Reichsminister der Finanzen Johann Ludwig Graf Schwerin von Krosigk erklärte daraufhin umgehend sowohl gegenüber dem Ulmer Staatskommissar als auch gegenüber dem Reichsstatthalter, dass »[e]ine derartige Agitation gegen das Tabakrauchen der deutschen Frauen [...] nicht in der Absicht der Reichsregierung« liege, und forderte, die Kundgebungen einzustellen.⁹³

Die Aktionen einiger übereifriger Polizeipräsidenten waren mit der neuen Reichsregierung nicht abgestimmt und zeigten überdies wenig Erfolg.⁹⁴ Dennoch hat sich der Satz »Die deutsche Frau raucht nicht!« nachdrücklich in das kollektive Gedächtnis eingepägt und wird im Rückblick meist als *die* Devise nationalsozialistischer Tabakpolitik herausgestellt. Zweifellos gab es das Bestreben, den Konsum von Genussmitteln innerhalb der NS-Gesellschaft neu zu verorten, und das Rauchen von Frauen war dabei besonders umstritten. Doch wer waren die zentralen Akteure im Kampf gegen den Tabakkonsum? Was waren ihre Beweggründe? Und welche Folgen ergaben sich aus ihrem Handeln? In Konflikt mit jenen Akteuren geriet auch der größte Zigarettenhersteller auf dem deutschen Markt – das Unternehmen H. F. & Ph. F. Reemtsma.

Sturm gegen das »System Reemtsma«

Der Aufstieg der Firma Reemtsma begann in den 1920er Jahren, nachdem die deutschen Zigarettenhersteller einen 15 Jahre dauernden »Trustkampf«⁹⁵ gegen die aggressive Absatz- und Expansionsstrategie des zur British American Tobacco Company (BAT) gehörenden Dresdner Zigarettenherstellers Jasmatzki hatten beenden können. 1920 noch ein kleiner Familienbetrieb mit nicht einmal einem Prozent Marktanteil, dominierte Reemtsma ab 1929 den deutschen Zigarettenmarkt. Das Er-

93 RMF an Staatskommissar Dreher in Ulm (durch die Hand des Reichsstatthalters in Stuttgart) vom Mai 1933, BArch R 2/59013/4/1/-. Merki behauptet hier fälschlicherweise, dass das RMF nicht intervenierte. Vgl. Merki, Die nationalsozialistische Tabakpolitik, S. 26.

94 Vgl. Vermerk des RMF vom 26. August 1936, BArch R 2/59013/4/5/-.

95 Trust ist der englische Begriff für Konzern/Treuhandgesellschaft/Kartell und stand hier für den BAT-Konzern. Dazu Jacobs, Rauch und Macht, S. 34 f.

folgsgeheimnis des raschen Aufstiegs war eine Mischung aus moderner Markenstrategie, Innovation und Rationalisierung in der Produktion. Hinzu kamen hohe Qualitätsstandards, die Qualitätssicherung mittels eigener Einkaufs- und Vertriebsorganisation sowie eine radikale Expansionsstrategie durch Kooperationen, Beteiligungen, Fusionen und Übernahmen.⁹⁶ Dabei waren wiederholt Vorwürfe des Steuerbetrugs laut geworden, und Philipp F. Reemtsma hatte durch eine parteiübergreifende Spendenpraxis auf breiter Basis Lobbyarbeit betrieben. Begünstigt wurde die Marktberreinigung durch die Hyperinflation der Nachkriegszeit und eine Neuregelung der Tabaksteuer im August 1925. Viele kleinere Zigarettenhersteller wurden zahlungsunfähig, auch weil sie sich in einem ruinösen Preiskampf mit Preisnachlässen und Beilagen jedweder Gewinnspanne beraubten. Seit 1929 war die Zigarettenindustrie – ganz im Gegensatz zu den anderen Tabakindustriezweigen, allen voran die Zigarrenindustrie – stark konzentriert und vom Unternehmen Reemtsma dominiert. Gemeinsam mit den Kooperationspartnern Haus Neuerburg, Greiling und Garbáty lag der Marktanteil bei 78 Prozent.⁹⁷ Die führenden Gegner des BAT/Jasmatzi-Trusts gehörten nun, wie auch Jasmatzi selbst, dem neuen »deutschen Zigaretten-Trust« (Ph. F. Reemtsma), sprich: dem Reemtsma-Konzern an.⁹⁸ Darüber hinaus war ein Markteintritt aufgrund des Wettbewerbsvorteils größerer Betriebe und der für die maschinelle Produktion notwendigen Vorabinvestitionen kaum noch erfolversprechend.

Dennoch gründeten Arthur Dressler, ein Freund von SA-Stabschef Ernst Röhm, und NSDAP-Schatzmeister Franz Xaver Schwarz 1929 in Dresden die Zigarettenfabrik »Sturm«. Mit der Sturmabteilung der NSDAP gingen sie eine ebenso lukrative wie gewalttätige Zusammenarbeit ein. Die SA, die in der Weimarer »Kampfzeit« gegen Großkonzerne und ausländische Unternehmen trommelte, bekam mit den Sturm-Zigaretten, die unter den Marken *Alarm*, *Trommler*, *Sturm* und *Neue Front* firmierten, ihre Trust- und Konzern-freien »Standardzigaretten«.⁹⁹ Am sicheren Umsatz für Dressler war die SA beteiligt, wodurch Stabschef

96 Dazu ausführlich Lindner, Die Reemtsmas, S. 13-67; Jacobs, Rauch und Macht, Kap. 2. Zeitgenössisch Hausberg, Zigaretten-Industrie.

97 Es existieren abweichende Zahlen zum Marktanteil. Hier wie Jacobs, Rauch und Macht, S. 143. Der Umsatz bezieht sich auf den Pool, zu dem, obwohl bei Jacobs an der Stelle nicht explizit erwähnt, auch Greiling (40 Prozent Reemtsma) gehörte.

98 Vgl. ebenda, S. 106.

99 Lindner, Die Reemtsmas, S. 69. Dazu ausführlich ebenda, S. 69-95.

Röhm die SA aus der finanziellen Abhängigkeit von der NSDAP zu lösen vermochte. Ab 1931 wurden Röhm und andere Mitglieder der SA-Führung durch Teilhaberschaft zudem persönlich am Gewinn beteiligt.¹⁰⁰ SA-Männer mussten dafür beim Appell schon mal die Taschen leeren und ihre Zigarettenpackungen vorzeigen. Die Werbetrommel für Sturm wurde in Straßenkampf-Manier gerührt: Die SA demolierte Schaufenster und griff Ladenbesitzer an, wenn diese die Waren der Großindustrie in ihren Auslagen präsentierten. Gleichzeitig agitierte die Parteipresse der NSDAP wiederholt gegen das »unter jüdischem Einfluss« stehende Unternehmen Reemtsma, welches die Folgen schließlich im Sommer 1931 in einer nicht unerheblichen Absatzkrise zu spüren bekam.¹⁰¹ Ein Jahr später hatte das Unternehmen etwa zehn Prozent Marktanteil verloren.¹⁰²

Doch zur selben Zeit, als sich der Druck durch Sturm für Reemtsma wirtschaftlich bemerkbar zu machen begann, signalisierte der finanziell klamme, NSDAP-eigene Franz Eher Verlag Interesse am millionenschweren Reemtsma-Werbeetat für Zeitungs- und Zeitschriftenreklame.¹⁰³ Nach einem Treffen zwischen Philipp F. Reemtsma und zwei Vertretern der NSDAP-Parteipresse, darunter der Leiter der nationalsozialistischen Anzeigenzentrale Erwin Finkenzeller, wurde im *Völkischen Beobachter* vom 6./7. Januar 1932 das Ende des Kampfes gegen »Trust und Konzernen« ausgerufen. Das zentrale Parteiblatt der NSDAP führte die Firma Reemtsma nun als ein Unternehmen, welches »weitestgehend« frei von den »Einflüssen des internationalen Finanzkapitals« sei, und druckte Reemtsma-Werbeanzeigen. Der Empörung sächsischer Funktionäre trat Max Amann, Reichsleiter für die Presse der NSDAP und Chef des Franz Eher Verlags, vehement entgegen. Der Kampf richte sich nun nicht mehr gegen Großkonzerne, sondern gegen ausländische Konzerne sowie jüdi-

100 Das Unternehmen firmierte laut einem Plakat von 1933 als Sturm Zigaretten GmbH; Röhm und andere SA-Führer wurden 1931 nicht persönlich haftende Gesellschafter der Dressler KG, die aber auch 1935 noch existierte. Vgl. Jacobs, Rauch und Macht, S. 115; Lindner, Die Reemtsmas, S. 75.

101 Vgl. Lindner, Die Reemtsmas, S. 73. Eine Absatzkrise galt aufgrund einer Steuererhöhung, die den Preis der Zigaretten um zehn Prozent erhöhte, für den gesamten Markt. Vgl. Hausberg, Zigaretten-Industrie, S. 26-35.

102 Laut Lindner, Die Reemtsmas, S. 82, sank der Marktanteil von 65,1 Prozent (1931) auf 53,2 Prozent (1932). Davon abweichende Marktanteilszahlen jedoch bei Jacobs, Rauch und Macht, S. 143. Zudem sank der Absatz nicht allein durch Sturm, sondern auch aufgrund der Einführung der neuen Preisklasse von 3¹/₃ Reichspfennig, die auf Bitten des RMF von Reemtsma nicht eingeführt wurde. Vgl. Schürmann, Unternehmenskommunikation, S. 122.

103 Hier wie im Folgenden Lindner, Die Reemtsmas, S. 71 f., 74, 78.

sche Unternehmen, und könne eben nicht mit kleinen und kleinsten Zigarettenfabriken geführt werden. Die NSDAP brauchte schlichtweg das Anzeigengeld für den Wahlkampf, den Hitler mit seinen Deutschlandflügen und reichsweiten Plakatierungen ausgesprochen kostenintensiv führte. Reemtsma wiederum hoffte, mit Werbeaufträgen die Kampagne der SA beenden zu können.

Im Sommer 1932 veröffentlichte Reemtsmas schärfster Kritiker, der Däne Friedrich Tetens, der für Sturm arbeitete, eine Broschüre unter dem Titel »Der Reemtsma-Skandal. Die Korruption im deutschen Zigarettengewerbe und ihre volkswirtschaftlichen Folgen«. ¹⁰⁴ Der unglaublich schnelle Aufstieg der Firma Reemtsma vom kleinen Unternehmen zum marktbeherrschenden Konzern in den 1920er Jahren ließ sich aus Tetens' Sicht nur durch unlautere Methoden wie Korruption erklären. Diese Auffassung fußte auch auf persönlichen Ressentiments. Tetens hatte schon 1927 als Chefredakteur der *Tabakzeitung* gegen das »System Reemtsma« angeschrieben und daraufhin von Reemtsma das Angebot bekommen, ein Viertel der Reemtsma-Anzeigenaufträge zu erhalten, wenn er den Kurs seiner Zeitung ändern würde. ¹⁰⁵ Als Tetens dies ablehnte, erwirkte Reemtsma über Tetens' Verleger dessen Entlassung, beeinflusste Tetens' Anwalt und versuchte eine Zeugenaussage Tetens vor Gericht zu verhindern. ¹⁰⁶ Nun ging Reemtsma juristisch gegen die zweite Auflage von Tetens Schrift »Der Reemtsma-Skandal« vor, die in der Erstauflage von 50 000 bis 60 000 Stück schnell vergriffen war. ¹⁰⁷ Die darin enthaltenen Vorwürfe belasteten die Werbekooperation mit Amann. Einige NS-Zeitungen weigerten sich, Reemtsma-Anzeigen zu drucken, woraufhin Reemtsma alle Anzeigenaufträge stornieren ließ. Schließlich schaltete Amann Hitler ein und arrangierte im Juli 1932 ein Treffen zwischen Philipp F. Reemtsma und dem »Führer«, der von seinem Privatsekretär Rudolf Heß sowie von Amann und Finkenzeller begleitet wurde. ¹⁰⁸ Am Ende des Gesprächs standen Anzeigenaufträge in Höhe von zunächst einer halben Million Reichsmark, die sich bald auf 15 bis 20 Prozent des Reemtsma-Werbeetats von 20 Millionen Reichsmark

104 Ebenda, S. 80.

105 Vgl. Jacobs, Rauch und Macht, S. 112. Zum »System Reemtsma« schrieb Tetens 1929/32.

106 Dazu ausführlicher ebenda, S. 112-115.

107 Vgl. ebenda, S. 115.

108 Vgl. Lindner, Die Reemtsmas, S. 84.

beliefen und Reemtsma zum größten Inserenten des Franz Eher Verlags werden ließen.¹⁰⁹

Die Angriffe durch Sturm und die SA waren dennoch nicht beendet. Auch 1933 warfen SA-Männer Schaufenster mit Reemtsma-Werbematerialien ein, bedrohten Firmenvertreter oder verprügelten Zigarettenhändler und Gastwirte, die Reemtsma-Zigaretten führten.¹¹⁰ Auch vom Boykott jüdischer Geschäfte war das Unternehmen betroffen. Aber es zeichnete sich eine Unstimmigkeit zwischen NSDAP und SA ab. Amann warf Sturm-Fabrikant Dressler vor, er degradiere die SA zu »Akquisiteuren für eine Zigarettenmarke«, um einen persönlichen Konkurrenzkampf gegen Reemtsma auszutragen, den er durch »ehrliche Leistung« nie gewinnen würde.¹¹¹ Gleichzeitig ging Amann gerichtlich gegen die Behauptung vor, er habe sich mit einer Million Reichsmark von Reemtsma kaufen lassen.¹¹² Der offene Bruch zwischen NSDAP und SA erfolgte im Sommer 1934. Die SA war mit dem Anspruch ihres Stabschefs Röhm auf Militarisierung, ihrer Selbstinszenierung als »Schicksal Deutschlands«¹¹³ und ihren Forderungen nach einer »zweiten Revolution« für die um Machtsicherung bemühte NSDAP unbequem geworden. In der Nacht vom 30. Juni auf den 1. Juli 1934 ließ Hitler die SA-Führung samt seinem Duzfreund Röhm sowie weiteren politischen Gegnern verhaften und erschießen.¹¹⁴ Reemtsma profitierte von den veränderten Machtverhältnissen inner- wie außerhalb der SA. Viktor Lutze, der neue SA-Stabschef und Duzfreund eines Generalvertreters des mittlerweile zum Reemtsma-Konzern gehörenden Zigarettenherstellers Haus Neuerburg, beendete die für die SA durchaus lukrative Kooperation mit Sturm – zum Preis von 250 000 Reichsmark, die Reemtsma als »Übergangshilfe« an die SA zahlte.¹¹⁵ Die Umsätze Sturms brachen ein, und Dressler, der es bereits zu einem Marktanteil von zehn Prozent gebracht hatte, stellte 1936 die Produktion ein.¹¹⁶

109 Vgl. ebenda, S. 85, 90.

110 Vgl. ebenda, S. 94.

111 Vgl. u. zit. n. ebenda, S. 86.

112 Vgl. ebenda, S. 87.

113 Befehl des Stabschefs an die SA, in *Völkischer Beobachter* (10. Juni 1934), zit. n. Fallois, *Kalkül und Illusion*, S. 130.

114 Vgl. Frei, *Führerstaat*, S. 17-25, 29-36. Dazu auch sehr ausführlich, aber in den Thesen politisch-ideologisch eingefärbt Gossweiler, *Putsch*.

115 Dazu ausführlicher Lindner, *Die Reemtsmas*, S. 131-137.

116 Vgl. ebenda, S. 94, 132; Jacobs, *Rauch und Macht*, S. 146. 1935 lag der Umsatzanteil Dresslers bereits nur noch bei 1,3 Prozent (laut IG-Quotenberichtigung vom 1. April 1945, HIS/PFR 620,32-40/39).

Dass Philipp F. Reemtsma immer wieder mit Geldzahlungen Probleme löste, erstaunt vor allem hinsichtlich der Kontinuität, mit der er sein »System« nahtlos von einer politischen Ordnung in die nächste überführen konnte. Dabei war dieses Geschäftsgebaren noch im Frühjahr 1933 durch die neuen Machthaber öffentlich angeprangert worden, die mit einer »Korruptionsliste«, auf der auch die Firma Reemtsma stand, Korruptionen zu Zeiten der Weimarer Republik strafrechtlich verfolgen ließen. Während Hitler schon im Mai SA-Drangsalierungen und Korruptionsstrafverfahren wegen vor 1933 begangener Delikte zur Beruhigung der Wirtschaft für beendet erklärt hatte, waren die Vorermittlungen gegen Reemtsma weitergelaufen. Die Anschuldigungen lauteten dabei unter anderem auf Steuerbetrug zum Nachteil des Reiches und Anstiftung zur Untreue.¹¹⁷ Ganz von der Hand zu weisen waren diese Vorwürfe nicht. Reemtsma hatte 1929 die Anteile Richard Greilings an dessen gleichnamigem Unternehmen unter Geheimhaltung aufgekauft und ihn als Strohhalm eingesetzt, der – für eine Provision von einer halben Million Reichsmark – die Mehrheitseigner vom Verkauf an den Reemtsma-Konzern überzeugen sollte. Zugleich installierte Reemtsma einen Verkaufsleiter, der die aktuelle Werbekampagne Greilings herunterfuhr. Der so herbeigeführte Umsatzeinbruch war schlichtweg Sabotage und sollte den Verkauf für die Eigner attraktiver erscheinen lassen.¹¹⁸ Ein anderer Vorwurf betraf die Liquidation des Badener Zigarettenherstellers Batschari, der ebenfalls 1929 im Reemtsma-Konzern aufgegangen war, woraufhin das Reichsfinanzministerium die offene Steuerschuld Batscharis von über 14 Millionen Reichsmark gestrichen hatte. Es blieb die Frage, warum.¹¹⁹ Doch Anfang Februar 1934 ließ niemand Geringerer als der preußische Ministerpräsident Hermann Göring die Vorermittlungen und das Verfahren einstellen – nach vier Treffen mit Reemtsma und zum Preis von zunächst 3 Millionen Reichsmark.¹²⁰ Reemtsma bekämpfte Korruptionsvorwürfe mit Korruption. Das Wissen um Reemtsmas Bereitschaft, Probleme mit Geld zu lösen, fiel beim bereicherungsfreudigen Göring

117 Dazu auch ausführlich Jacobs, Rauch und Macht, S. 116-122, Lindner, Die Reemtsmas, S. 114-123.

118 Vgl. Jacobs, Rauch und Macht, S. 117 ff.

119 Vermutlich jedoch aufgrund der Bemühung der badischen Regierung, damit der Betrieb mit Beschäftigung vor Ort weitergeführt wurde. Dazu ausführlich Lindner, Die Reemtsmas, S. 60 f.; Jacobs, Rauch und Macht, S. 112 f.

120 Der offizielle Einstellungsbeschluss des Landgerichts Berlin erging am 30. April 1934. Dazu ausführlich Lindner, Die Reemtsmas, S. 114-123.

zwar auf fruchtbaren Boden. Um eine »abgepresste ›Spende«¹²¹ handelte es sich aber eher nicht.¹²²

Nicht zu verkennen ist jedoch, dass der Hamburger Geschäftsmann stets bemüht blieb, sein Unternehmen nach außen hin sichtbar auf Kurs und fern von Konflikten mit dem NS-Regime zu halten, während er intern so lange wie möglich an jüdischen Teilhabern und leitenden Mitarbeitern festhielt.¹²³ Im Sinne dieser unternehmerischen Anpassung aus betriebswirtschaftlichen (Schutz-)Interessen erfolgte auch die Zusammenarbeit mit dem Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda bei den Zigarettenbilderalben.¹²⁴ Vor allem aber flossen reichlich »Geld- und Sachspenden«¹²⁵ an zahlreiche Parteiorganisationen, von der NSDAP, SS und SA bis hin zur Reichsjugendführung und zum Reichsarbeitsdienst. Sie erreichten ebenso Gauleiter wie Adjutanten und beispielsweise in der Zeit der Ermittlungen gegen Reemtsma mit Kurt Daluege auch den Chef der Polizei im Preußischen Innenministerium. Ausgerechnet im Juli 1934 erhielt auch der Kommandeur der Leibstandarte-SS Adolf Hitler, Josef »Sepp« Dietrich, eine einmalige Zahlung von 40 000 Reichsmark.¹²⁶ Dietrich hatte in der »Nacht der langen Messer« das Erschießungskommando gegen die SA-Führung angeführt. Der »Deal« mit Göring sollte Reemtsma in den Folgejahren zwar jährlich eine Million Reichsmark kosten, aber für ein Opfer politischer Willkür trat Reemtsma eigenen Bekundungen zufolge viel zu resolut gegenüber Göring auf.¹²⁷ Vielmehr ermöglichte Reemtsmas amoralischer Umgang mit Geld dem Unternehmen eine gewisse Art der »politischen Versicherung«¹²⁸. Die »Beziehung« zum preußischen Ministerpräsidenten

121 Ebenda, S. 123.

122 Die Unterredungen mit Göring sind zwar nur durch Reemtsma überliefert, dennoch hat das Landgericht Hamburg 1948 die Erfüllung des Tatbestandes der Bestechung eindeutig festgestellt. Vgl. Jacobs, Rauch und Macht, S. 123. Ausführlich dazu ebenda, S. 119-122.

123 Das betraf v. a. den Teilhaber und Tabakeinkäufer David Schnur, Mitglied der Geschäftsführung, sowie Verkaufsleiter Kurt Heldern. Dazu Lindner, Die Reemtsmas, S. 134, 185 f.

124 Vgl. Kapitel II.4. Dazu ebenda, S. 110-113, 154 f.; Jacobs, Rauch und Macht, S. 131-137; Sennebogen, Zwischen Kommerz und Ideologie, S. 202-223; Schürmann, Unternehmenskommunikation, S. 126 ff.

125 Diese Euphemismen sehr häufig bei Lindner, Die Reemtsmas, u. a. S. 100 ff.

126 Vgl. ebenda, S. 101, 137.

127 Siehe die Aussagen Reemtsmas vor Gericht 1948, teilweise abgedruckt in Jacobs, Rauch und Macht, S. 120 f.

128 Im Original »political insurance«, Bajohr, Industry and Corruption, S. 141.

ten und späteren Beauftragten für den Vierjahresplan sollte auch nicht zu Reemtsmas Nachteil sein – zumindest nicht bis zum Kriegsende.

Das Jahr 1934 markierte eine Wende für die Stellung des größten Zigarettenherstellers im NS-Staat. Dass Reemtsma zu Weihnachten sowohl von Hitler als auch von Göring jeweils ein handsigniertes Porträt erhielt, war Ausdruck ihrer Anerkennung. Reemtsma hatte sein Unternehmen, welches zunächst als jüdisch, großkapitalistisch und bisweilen auch als katholisch¹²⁹ angefeindet worden war, aus den unruhigen Fahrwassern in die neue Mitte der »Volksgemeinschaft« geholt. Selbst als 1936 plötzlich bekannt wurde, dass Reemtsma zur Hälfte am ansonsten in jüdischem Besitz befindlichen Zigarettenhersteller Garbáty beteiligt war, blieb jedwede Kritik am Unternehmen oder an der Person Reemtsma aus.¹³⁰ Philipp F. Reemtsma mag sich dem Regime nicht aus Überzeugung angedient haben, und die Zahlungen an Göring mögen auch nicht mit Freiwilligkeit korrekt umschrieben sein. Aber er meinte bei seinem ersten Treffen mit Hitler im Juli 1932 erkannt zu haben, dass dieser der »kommende Mann« in Deutschland sei.¹³¹ Wie es Reemtsmas jüdischer Verkaufsleiter Kurt Heldern ausdrückte, sei es für einen Kaufmann nur entscheidend, dass die Ware abgesetzt werde, ganz gleichgültig welcher Überzeugung der Abnehmer sei.¹³² Dieser gewissermaßen amoralische »Zweckopportunismus« ermöglichte es Reemtsma, seine unternehmerische Vormachtstellung, die er durch Expansion im Wettbewerb der 1920er Jahre erreicht hatte, durch eine persönliche Vormachtstellung institutionell zu festigen. Dass der Geschäftsführer des größten Zigarettenherstellers im Deutschen Reich einflussreiche Kontakte in die oberste NS-Führungsebene hatte und dort als erfahrener Geschäftsmann geschätzt wurde, blieb auch für die Ausgestaltung des Warenangebots und für den Tabakkonsum nicht ohne Folgen.

Die Angriffe gegen die Tabakindustrie in den ersten anderthalb Jahren der nationalsozialistischen Herrschaft hatten sich nicht gegen den Konsum als solchen gerichtet. Fern der antisemitischen Hetze ging es der SA mit ihrem antikapitalistisch-revolutionären Duktus um Mittelstandspolitik und Unternehmensgewinne. Reemtsma hatte die Gefahr für sich und sein Unternehmen abgewehrt und damit auch der gesamten

129 Wegen der Kooperation mit dem Kölner Zigarettenhersteller Haus Neuerburg, der 1933 mit Reemtsma fusionierte. Vgl. Lindner, *Die Reemtsmas*, S. 123, 146; Jacobs, *Rauch und Macht*, S. 106.

130 Dazu auch Lindner, *Die Reemtsmas*, S. 156.

131 Vgl. ebenda, S. 90.

132 Vgl. ebenda, S. 72.

Tabakindustrie einen Gefallen getan. Letztlich war dem NS-Regime aber auch bewusst, dass sich mit der Tabakindustrie Geld verdienen ließ. Vor allem für den Reichsfinanzminister war die Umsatzstärke der Tabakindustrie und das damit verbundene Steueraufkommen das gewichtigste Argument für den Tabakkonsum. Diese Finanzkraft hatte von Krosigk auch angeführt, als er sich gegen den antifeministischen Aktionismus vom Frühjahr/Sommer 1933 ausgesprochen hatte. Die Einnahmen aus Tabaksteuer, Materialsteuer, Tabakersatzstoffabgabe sowie Zöllen auf Rohtabak und Tabakerzeugnisse beliefen sich 1933 auf rund 892 Millionen Reichsmark. Das entsprach 32 Prozent aller Einnahmen an Verbrauchssteuern und Zöllen oder 13 Prozent aller Einnahmen des Reiches.¹³³ 1936 verfehlten die Einnahmen durch Tabak nur knapp 1 Milliarde Reichsmark und summierten sich 1939 bereits auf 1,4 Milliarden. Bis 1941 stiegen sie durch zusätzlich erhobene Kriegszuschläge auf 3,2 Milliarden Reichsmark.¹³⁴ An dieser für den Reichsfinanzhaushalt gewichtigen Rolle der Tabakindustrie sollte sich daher nichts ändern. Reemtsma bestätigte noch 1948 vor Gericht, dass das Reichsfinanzministerium »ein Geschäftsfreund der Zigarettenfabriken« und als »Einzieher der Tabaksteuer [...] wirtschaftsfreundlich« gewesen sei.¹³⁵

Ein nicht minder gewichtiges, aber schwer taxierbares Argument gegen den Tabakkonsum (wie gegen den übermäßigen Konsum jedweder Genussmittel) ließ sich aus den gesundheitlichen Folgen des Konsums ableiten.¹³⁶ Das galt besonders vor dem Hintergrund einer auf Prävention

133 Vgl. Statistisches Reichsamt, *Verbrauchsbesteuerung 1933/34 und 1934/35*, S. 10.

134 Bzw. 1,9 Mrd. inklusive eines 20-prozentigen Kriegszuschlags auf die Kleinverkaufspreise ab September 1939. Vgl. Länderrat des Amerikanischen Besatzungsgebiets, *Statistisches Handbuch von Deutschland*, S. 541; Statistisches Reichsamt, *Verbrauchsbesteuerung 1935/36 bis 1937/38*, S. 30f.; Präsident des Statistischen Reichsamts an Reichskommissar für die Preisbildung vom 10. Juni 1943 (Tabelle Nr. 15: Die Gesamteinnahmen aus den Tabakabgaben 1937-41), in BArch R 3102/10213, *Monatlicher Absatz von Zigarren, Zigaretten und Rauchtabak in den Rechnungsjahren 1938/39 bis 1944/45*, in BArch R 3102/10292 u. Steuerwerte, Fabrikatmengen, Kleinverkaufswerte, durchschnittliche Kleinverkaufspreise, Rohstoffmengen und Materialsteuersoll, 1939-1944, in BArch R 3102/10302-10308 bzw. vgl. Tabelle 6 in Petrick-Felber, *Kriegswichtiger Genuss [Diss.]*, S. 510.

135 Aussage Ph. F. Reemtsma am 12. Juli 1948, zit. n. Jacobs, *Rauch und Macht*, S. 143.

136 Die Zeitschrift *Reine Luft* taxierte die Kosten des Rauchens 1939 dennoch auf 2,35 Mrd. RM. Unklar ist allerdings, wie diese Zahl berechnet wurde. Vgl. Proctor, *Blitzkrieg gegen den Krebs*, S. 253.

setzenden und auf Rassenhygiene basierenden Gesundheitspolitik, in der das Wohl des Einzelnen hinter den Gedanken der »Volksundheit« als Ganzes zurückzutreten hatte. Diese Beweggründe spielten auch bei der antifeministischen Kampagne gegen das Rauchen von Frauen 1933 bereits eine Rolle. Dann nämlich, wenn Frauen nicht nur als »deutsche Frau«, sondern auf ihre Rolle als »Mutter« angesprochen wurden. Hierin lag zwar auch ein antifeministisches Moment, da das Bestreben nach erbgesundem Nachwuchs Frauen in ihrer Selbstbestimmung einzuschränken versuchte.¹³⁷ Doch die Kernfrage war viel abstrakter: Wie sollte sich das Konzept des liberalistischen, individuellen Genusses mit dem einer kollektiven »Gesundheitspflicht« vertragen?¹³⁸ Dass sich diese Frage gerade im »Dritten Reich« so explizit stellte, war eine unmittelbare Folge medizinischer Forschungen und eines Paradigmenwechsels in der Gesundheitspolitik, der bereits vor 1933 einsetzte.

»Ihr habt die Pflicht, gesund zu sein!«

Seit den 1920er Jahren war die Eugenik oder Rassenhygiene in die Mitte der europäischen Wissenschaft gerückt.¹³⁹ Als eine im Umfeld des Darwinismus entstandene Sozialtheorie beinhaltete sie den Glauben an eine streng den Naturgesetzen folgende biologische Evolution des Menschen. Doch für Eugeniker war es vorstellbar, dass gesellschaftliche Verhältnisse und Entwicklungen die Evolution beeinflussten. Demnach entwickelten sie den Anspruch, die Gefahr einer biologischen »Degeneration« zu verhindern, indem sie soziale Entwicklungen mit der biologischen Evolution in Einklang zu bringen versuchten. Im »Dritten Reich« war die Rassenhygiene »Richtschnur des öffentlichen Gesundheitswesens und der parteiamtlichen Gesundheitsführung«, sie stand »im Mittelpunkt der Propaganda zur Bevölkerungs-, Sozial- und Gesundheitspolitik und hatte sich fest an Schulen und Hochschulen etabliert.«¹⁴⁰ Die Hauptaufgaben der deutschen »Gesundheitsführung« drehten sich um das Erbgut, erklärte der Präsident des Reichsgesundheitsamtes, Hans Reiter, und nannte dabei zuerst den Schutz des Erbgutes vor Schädigung durch

137 Dazu Hix/Bab, Erbpflege, S. 217.

138 Diesen Widerspruch formulierte bereits Proctor, Racial Hygiene, S. 240.

139 Hier wie im Folgenden vgl. Jütte u. a., Medizin und Nationalsozialismus, S. 26f., 29f.

140 Ebenda.