

Packen wir's aus

Kofferradios, Römertöpfe, Playstations und immer wieder Socken: Wolfgang Pauser über die Weihnachtsgeschenke der Deutschen in den letzten 60 Jahren

http://www.zeit.de/2004/50/Gabentische_50

50/2004 Die Zeit

Mit den Kolumnen »Dr. Pausers Werbewusstsein«, »Schuhwerk« und »Autozubehör« begleitete er die Leser der ZEIT durch die neunziger Jahre. Mittlerweile verkauft er seine »kulturwissenschaftlichen Produktanalysen« auch an Unternehmen und Kommunikationsagenturen. Unter <http://www.pauser.cc> kann man im Archiv des Autors stöbern

Es war die Stunde null, sagt meine Oma, wenn ich sie nach 45 frage. In dieser Null verschwinden gnädig die Jahre davor, und diese Null erzählt von jenem Zustand der Vernichtung, »als es nichts gab, gar nichts, nicht einmal zu Weihnachten. Aber wir haben trotzdem Weihnachten gefeiert!« Anstatt des fetten Karpfens kam eine Dose Sardinen vom Schwarzmarkt auf den Tisch. Das bisschen Geschmack aufs Brot der Familie blieb als Festmahl unvergessen. Das Gedächtnis nährt sich aus Kontrasten, nicht aus vorhandenen Mengen. Wie gut haben gebratene Zuckerrübenscheiben mit Käfererbsen geschmeckt! Drum meint meine Oma zu Recht, unsere heutigen Feste seien allesamt »undankbar«.

Die christliche Auffassung, das Leben sei ein Geschenk, wurde von den Überlebenden authentisch erfahren und im ersten Weihnachtsfest nach dem Krieg gebührend gefeiert. Lumpen vernähte man zu Fußballen für Jungen, zu Puppen für Mädchen, zu Topflappen für die Mama. Bretter sägte man rund, schon hatte man Kufen für eine Schlittenfahrt. Äpfel und Nüsse waren kostbar. Wir finden sie bis heute auf den Gabentischen – als Dekoration. Luxusgüter ergatterten in der Nachkriegszeit manche Fräuleins und Kinder von den Amerikanern: Zigaretten, Schokolade, last, not least: Nylonstrümpfe! Ihrer wird sich am häufigsten erinnert, obwohl, nein – weil sie zu selten unterm Christbaum lagen.

Weihnachtsgeschenke sind als Forschungsgebiet seltsamerweise Neuland. Der Heilige Abend entzieht sich als einer der letzten Schonräume des Privaten der Statistik. Deutschlands einziger Weihnachtsgeschenkeforscher hat aufgrund der schlechten Quellenlage aufgegeben. Es bleiben *oral history*, Technikarchive und Filmfundi sowie wertvolle Pressedokumente aus 60 Jahren, die von Wünschen und Verkaufserwartungen, Hoffnungen, Mahnungen und Empfehlungen handeln – wie die verstaubten Dezemberausgaben von *Brigitte* und *Quick*.

Socken, Bücher, Lego-Steine. Mit dieser Dreifaltigkeit ließe sich die Frage nach den häufigsten Weihnachtsgeschenken der vergangenen 60 Jahre kurz und vollständig beantworten. Die Weihnachtsbotschaft der Jahrzehnte wird allerdings nicht von den großen Konstanten, sondern vom Filigran der Varianten verkündet. Bruchteile von Millimetern nur trennten den westlichen Lego-Stein von seiner DDR-Kopie PeBe, genug jedoch, um das schlechtere Zusammenpassen der Bauelemente als frühe emotionale Prägung für den Blick aufs Ganze des Projekts »Aufbau-Ost« zu verinnerlichen. Lego, im Westen, spiegelte den Fortschritt: Gebaut wurden erst Häuschen, dann Flieger, dann Raketen. Ob uns das vorwärts gebracht hat, müssen wir erst herausfinden. Drum steht auch dieses Jahr wieder Lego oben auf der Liste.

Jedes Weihnachtsgeschenk ist ein Medium, auch wenn es sich ausnahmsweise mal nicht um ein Buch (den deutschen *all time number one hit*) handelt. Selbst die Socke verrät mehr als die Einfallslosigkeit ihrer Schenker, wenn man sie näher zu Gesicht nimmt. In den ersten Jahren nach dem Krieg war die handgestrickte Socke Anzeichen jener Not, die man durch weihnachtliche Gaben lindern wollte. In den Siebzigern der BRD tauchte die Selbstgestrickte wieder auf, nun aber als Zeichen, um den Konsumismus zu geißeln oder für sich zu dementieren. Als fußlahme DDR-Socke konnte das gleiche Ding im Osten erst erfahren werden, als der Westen in den Fünfzigern den Osten im Wettlauf um die »moderne Perlonsocke« überholte. Im Gang durch die Geschichte laden sich die Dinge erst aus dem Wechsel ihres Kontexts mit Geschichten auf.

Die weiße Herrensocke etwa durchlief eine abwechslungsreiche Karriere. Das Prestige der Tennisplätze transferierte sie Ende der Siebziger an die Füße der Popper. Eine solche Signifikanz steht bei (zu Weihnachten verschenkten) Modeartikeln im schärfsten Gegensatz zur Verkaufsstatistik. Kaum hat ein Accessoire breiten Erfolg, verliert es seinen modischen Charakter. In den Neunzigern, dem Jahrzehnt der Marken- und Motivsocke, war die weiße allgegenwärtig im Gespräch, obwohl sie niemand mehr am Fuße trug. Ihr übergroßer Erfolg in den Achtzigern hatte sie zum dinglichen Inbegriff des Unmöglichen gestempelt. Als dieser ist sie bis heute präsent, während sie auf dem Gabentisch all jener fehlt, die sich nicht gerade als Achtziger-Retro-Avantgardisten zu profilieren versuchen. Wer dieses Jahr unterm Christbaum weiße Socken findet, muss erst fragen, von wem sie ihm geschenkt wurden, um den Code zu bestimmen, der ihren Sinn ausmacht. Die Oma schenkt sie noch immer, die Geliebte schon wieder. In der Stunde null hatte man inmitten des realen Mangels mit viel Mühe nach Dingen gesucht, die im rituellen Rahmen des Fests als Zeichen eines Überschusses fungieren konnten. Damit etwas zum Geschenk taugt, muss es die alltägliche Ökonomie überschreiten. Es war nicht leicht, innerhalb des Notdürftigen eine Differenz des Überschüssigen zu markieren. Gegenwärtig verhält es sich gerade umgekehrt. Inmitten der Fülle jagen wir möglichen Mängeln an Warenversorgung nach. Wo es an nichts fehlt, beginnt das Fehlen zu fehlen. Dieses muss man nämlich dem Empfänger eines Geschenks zumindest pro forma unterstellen, um ihm »eine Freude zu machen«.

Andernfalls geht man das Risiko ein, mit einem langen Gesicht für allzu Überflüssiges bedankt zu werden. Aus diesem Grund wird immer öfter ein Gutschein oder gleich Bargeld zu Weihnachten geschenkt. Zwischen den beiden Extremen einer Verknüpfung von Überschuss und Mangel liegen die Jahrzehnte des Übergangs. Die Nachkriegszeit dauert im Westen bis 1955, im Osten bis 1958. Als Phase der Konsumgeschichte ist sie durch Kompensation vorausgegangener Entbehrungen gekennzeichnet. Nur langsam steigt der Versorgungsgrad. Im Osten werden immer noch bürgerliche Lebensstile imitiert, das »Spitzendeckchen« ziert wiederholt die Erinnerungsliteratur. Erst allmählich driften die Wirtschaftswelten auseinander. Hier wie dort ist jedes Weihnachtsgeschenk ein Stück Wiederherstellung, ein Trostpflaster der Entbehrung und ein Gut, das darlegt, dass es einem wieder gut geht.

Im Westen rollten nach der Fresswelle die Bekleidungswelle, Möblierungs-, Motorisierungs- und Reisewelle. Die Frauen kehrten in die Küchen zurück und wurden mit Küchengeräten belohnt. Der obligate Mixer mit zehn Zusätzen versprach nahezu automatische Haushaltsführung. Gehalten hat er sein Versprechen nicht. Bohnenkaffee gab es außer zu Weihnachten nur sonntags, ansonsten trank man Zichorienkaffee von Linde's. Musik erklang aus dem neuen Kofferradio, man schenkte, las und befolgte *Das Buch der Etikette* (»Reizend sei Eva – und Adam korrekt!«). Nützliches oder zumindest dem ersten Eindruck nach Nützliches wie eine mit der Hand zu kurbelnde Brotschneidemaschine erscheint auf dem Gabentisch überhöht zur Monstranz der wiedergewonnenen Produktivität. Der Elektronenblitz von Braun hilft, das Lichterfest gebührend festzuhalten. Das Wirtschaftswunder tritt im Weihnachtswunder der auratisierten Hab-Seligkeiten auf dem Gabentisch doppelt deutlich hervor. Sogar die Brüste wurden spitzer, dank neuartiger BHs. Alles wies nach vorn.

Ulbricht wetterte gegen den unwürdigen Weihnachtsbrauch

Nicht nur das Wirtschaftswachstum, auch die dazugehörige Weihnachtsideologie entwickelte sich im Osten anders. 1961 erklärte Walter Ulbricht auf einer ZK-Sitzung, nicht länger mit ansehen zu wollen, »wie erwachsene Menschen grünes Kropfzeug in ihre Stube schleifen, dort mit Stanniol und Krimskrums behängen und einen Götzendienst davor tun«. Schon die sächsischen Kurfürsten hatten für die niederen Stände zu Weihnachten ein striktes Schenkverbot erlassen, das bis ins 17. Jahrhundert in Kraft blieb. Doch Weihnachtsverbote erwiesen sich als schwer durchsetzbar. Die Bräuche widerstanden auch in der DDR, der Kompromiss artikulierte sich in einer neuen Nomenklatur. Für die Jahresendprämie kaufte man Rotstern-Pralinen. Die »geflügelte Jahresendfigur« jedoch ist eine Erfindung der Satirezeitschrift *Eulenspiegel*. Weihnachtsengel blieb Weihnachtsengel, ein heroisches Standbild der inneren Emigration. Das West-Paket auf dem Gabentisch darunter milderte die Versorgungsengpässe und wirkte damit gleichermaßen stabilisierend wie verlockend. Peter-Stuyvesant-Zigaretten verbreiteten nicht nur im Westen den Duft der großen weiten Welt.

Kritik am System wurde nun im Westen laut. 1965 erfolgte die erste drastische Spaltung der Konsumstile in »Freizeitwelle und Konsumaskese«. Man interpretierte diesen ersten Schritt damals politisch, als »dagegen«. Wer jung war, brauchte dringend eine Gitarre, am besten elektrisch. Aus dem Plattenspieler tönte laut und kratzig das Lied des Protests. Poster zeigten die neuen Vorbilder, Langhaarpflegemittel formten die Nachbilder. Der erste Spannteppich wurde vom Weihnachtsbaum mit Wachsflecken verziert. Der elektrische Toaster war weit genug vom Notwendigen entfernt, um in ihm reinen »Konsumterror« erblicken zu können.

Während Anfang der Siebziger die jungen Leute über die Grenzen des Wachstums zu diskutieren begannen, schufen sie – gewollt oder ungewollt – mit dem »alternativen Lebensstil« das Rezept zu einem grenzenlosen Kapitalismus: Für die Vermehrung von »Lifestyles«, wie man später sagte, kann es kein Limit geben. Und jeder Protest gegen den Konsumismus erforderte eine neue Komplettausrüstung, die diesen Protest zum Ausdruck brachte. Das PLO-Tuch wurde schon damals industriell hergestellt. Clarks, Clogs und die lila Latzhose verhalfen dem Kapital dank flächendeckender Nachfrage zu einer Sternstunde der Rationalisierung. Negation-Innovation-Konsumtion lautete ab nun der dialektische Dreischritt des Postmaterialismus. Selbst wer 2004 einen Gutschein für Yoga – zwecks asketischer Besinnung nach einem allzu üppigen Fest der Besinnlichkeit – schenkt, kann der Warenform seines Antikonsumkonsums nur in der Fantasie entsteigen.

Auch in der DDR hatte es während der sechziger Jahre eine Modernisierungswelle gegeben mit neuen Kameras, Fernsehgeräten und Kofferradios, die Welle verebbte jedoch zusehends. Unregelmäßigkeiten der Versorgung nährten Resignation und Unzufriedenheit. Daran konnte auch die WM66 – die Waschmaschine des Sozialismus – nichts ändern. Dominosteine, selbst gebügeltes Lametta und eine Büchse Ananas unterm Weihnachtsbaum empfand zunehmend als defizitär, wer West-Fernsehen empfangen konnte. Im viel gepriesenen Leseland DDR waren auch Bücher kontingentiert (wenn nicht zensiert). Ohne Schlangestehen und wochenlanges Warten auf Bestelltes war Christa Wolfs *Kindheitsmuster* nicht zu erwerben, wohl aber Lenins Werke. Die aber passten nicht auf den Gabentisch. Wer Glück hatte, hatte Bananen.

Ende der siebziger Jahre verbreiteten sich im Westen wundersame Heilmittel gegen die wachsenden gesellschaftlichen Risse – Popkultur und Medien vermochten jedes Aufbegehren in neues Konsumbegehren umzumünzen. Auf den Gabentischen der BRD bekam der knatternde Super-8-Projektor Konkurrenz vom Videorekorder mit Betasystem. Ein neongelber Musikkassetten-Halter aus Kunststoff (mit runden Ecken!) verwandelte jedes Jugendzimmer in einen Projektionsraum hedonistischer Fortschrittserwartung. Es störte nicht, wenn auf dem gleichen Gabentisch der Römertopf, den man nicht richtig waschen durfte, den Geruch des Erdigen und Natürlichen verbreitete.

Das schlechte Gewissen ist ein ständiger Begleiter des Konsums, doch die Gründe sind austauschbar. Mit einem voll gepackten Gabentisch versündigte man sich erst gegen das religiöse Gebot der Askese, dann gegen die ökonomistische Tugend der Sparsamkeit, schließlich gegen die Dritte Welt und die geforderte Gerechtigkeit gegenüber dem heimischen Proletariat. In den Achtzigern konnte sich dann ein neuer Opfertott etablieren: die Natur. Bis heute ist sie die Adressatin jenes Verzichts, der den Konsumismus als moralische Idee begleitet.

Mit dem Fortschritt der Technik wurden die Päckchen immer kleiner

Das Wünschen wurde in den Achtzigern zunehmend schwieriger. Materialwechsel half: Krawatten aus Leder hatten noch gefehlt. Cashmere statt Baumwolle lautete die Devise der einen, Jute statt Plastik die der anderen. Klassischer Luxus einerseits, Flohmarktplunder andererseits erlaubten noch Expansionen am oberen und am unteren Rand des Ausstattungswesens. Gegen Ende des Jahrzehnts schlossen sich Yuppie- und Müsli-Utensilien immer weniger aus, eine teure Getreidemühle und ein Fläschchen Dom Perignon konnten widerspruchsfrei auf dem selben Gabentisch Platz finden.

Ein letzter Blick in die östliche Parallelwelt enthüllt wenig Neues. Mit dem Pkw-Bestellveränderungsformular konnte die Anwartschaft auf einen Trabi übertragen werden. Wer schon einen hatte und noch höher und weiter hinauswollte, schmückte das Dach mit dem Zubehör Dachzelt. Auch wenn dieses nicht eben geräumig war, umfing es doch ein Stück Luftraum. Es bot die letzte Zuflucht für den Geist der Utopie.

Sony-Walkman und Atari-Computer waren die Vorläufer des Medienbooms, der den neunziger Jahren ihr Gepräge gab. Der erste Laptop, groß wie ein Koffer, besaß eine gewaltige Leistungsfähigkeit in Sachen Prestige. Das Tamagotchi hysterisierte 1997 Kinder und Kulturkritiker. Während die Elektronik voranschritt und eine Fülle von Repräsentationsmaschinen hervorbrachte, die in immer kleineren Weihnachtspäckchen Platz fanden, wandten sich die kommunizierten Inhalte rückwärts. Cocktailshaker und Humidor für daheim, Harley-Davidson als Parfum im Badezimmer – die postmoderne Ware hatte ihren Gebrauchswert im Vergegenwärtigen eines Mythos.

Der Retrokult machte Weihnachten zur Wiederaufbereitungsanlage

Kritische Aufarbeitung der Geschichte wich Kulturen privaten Erinnerens. Die Nostalgie der achtziger Jahre konstruierte aus Elementen bürgerlicher Vergangenheiten (wie Burlington-Socken) ein Warensortiment, das »klassisch« genannt wurde. Die Retro-Bewegung der Neunziger dagegen entdeckte die Ironie als erfrischende (und bald obligatorische) Haltung gegenüber allerlei Abgeschmacktem – etwa den bunt blubbernden Öllampen in Raketenform. Raumschiff Orion kehrte zurück! Nicht angeboten, sondern lustvoll verhöhnt kamen die Gimmicks der siebziger Jahre erneut auf den Gabentisch. Die Warenproduktion verwandelte sich in eine gewaltige Wiederaufbereitungsanlage des Altbackenen und Randständigen. Der Recycling-Gedanke verschob sich vom Alternativkonsum ins Gegenteil, den Kult-Konsum.

Und heuer, Kinder, was wird's geben? Den Liederzyklus *Traumzauberbaum* auf CD von Reinhard Lakomy und Monika Ehrhardt? Oder das TM 100 Handy von Sharp? Der Handel rechnet mit Playstation 2. Gewünscht werden Notebooks, geschenkt wird wieder mehr Holzspielzeug. Zwischen Wunsch und Wirklichkeit klafft die pädagogische Differenz, und der leere Geldbeutel macht Knecht Ruprecht das Tragen leichter. Es gibt wieder Wünsche im Land! Schön auch: Die elektrische Tchibo-Universalreibe. Wer wünschte sich nicht ein Stück Universalität zurück nach all den Spezialisierungen mit ihren Reibungsverlusten.

Auch Bücher bleiben empfehlenswert. Meine persönlicher Tipp: Francks *Ökonomie der Aufmerksamkeit* und Priddats *Moralischer Konsum*. Diese Empfehlungen gehen gewiss ins Leere, sie sind zu theoretisch. Zum Glück wird in der Gabenpraxis wieder mehr fairer Kaffee beschert, der hebt die Moral und den Preis, steigert die Aufmerksamkeit und lässt die Wangen glühen wie einst in jenen Kindertagen, als wir am Gabentisch lernen durften, dass in Buntpapier verpackte Waren heilig sind. Ihr Konsum schenkte uns eine tief religiöse Erfahrung.

Wolfgang Pauser, 45, lebt als Essayist in Wien. Mit den Kolumnen »Dr. Pausers Werbebewusstsein«, »Schuhwerk« und »Autozubehör« begleitete er die Leser der ZEIT durch die neunziger Jahre. Mittlerweile verkauft er seine »kulturwissenschaftlichen Produktanalysen« auch an Unternehmen und Kommunikationsagenturen. Unter <http://www.pauser.cc> kann man im Archiv des Autors stöbern

http://zeus.zeit.de/text/2004/50/Gabentische_50

Liebe Freunde, Partner, Kunden und Kollegen,

heute erscheint in der ZEIT meine Weihnachtsgeschichte: sechs Seiten lang „Die Geschichte der Weihnachtsgeschenke,“

Was lag die letzten 60 Jahre unter deutschem Christbaum? „Im Spiegel unserer Güte(r)“, zeigt sich mehr als die Summe der Konsumobjekte und Habseligkeiten. Vom Wirtschaftswunder zur wunden Wirtschaft 2004...

Stark ausgebaut wurde meine Homepage:

jetzt gibt es regelmäßig aktuelle Neuigkeiten aus der Denk- und Schreibwerkstatt, ausserdem ein wachsendes Archiv von Texten über

Konsumkulturen und Künste.
Dank blogger-Software kann ich endlich
in Minutenschnelle publizieren.
Öfter mal reinschauen lohnt sich:
www.pauser.cc unter "News"

Die allerbesten Weihnachtswünsche vom Jahresendflügler und von Eurem Wolfgang Pauser