

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 vertrat 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!«; Volkmann, 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 gespaltene 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 Verbrauchlenkung 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 Rücker, *Wirtschaftswerbung*; Schug, *»Deutsche Kultur« und Werbung*; Swett/Wiesen/Zatlin, *Selling Modernity*; Sennebogen, *Zwischen Kommerz und Ideologie*; Berghoff, *Von der »Reklame« zur Verbrauchlenkung*; Berghoff/Kolbow, *Konsumgütermarketing im Rüstungsboom*; Wiesen, *Marketplace*; ders., *Driving*. Dazu auch grundlegend Berghoff, *Enticement and Deprivation*; ders., *Methoden der Verbrauchlenkung*; 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/Wünderich, *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. Pffiffer, »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.