

Versorgung und Konsum im Dritten Reich



KAUFEN UNTERM HAKENKREUZ

NS-Zeit und Zweiter Weltkrieg

Einzelhandel im Nationalsozialismus

von Christoph Kreuzmüller

Nach der Machtergreifung Hitlers im Januar 1933 gerät auch der Einzelhandel unter die Kontrolle der nationalsozialistischen Diktatur. Jüdische Händler werden enteignet und vertrieben. Eine bis dahin moderne, selbstbewusste Branche bekommt vom Regime die Aufgabe zugewiesen, den unleugbaren Mangel einer Kriegswirtschaft zu verwalten. Aus Handel wird Notversorgung, die unter Kriegsbedingungen zusammenbricht. Am Ende bleiben nur Ruinen.

Nach einigen wenigen guten Jahren, die der Hungerwirtschaft und Hyperinflation folgten, hatte die sich zur Depression auswachsende Wirtschaftskrise den Einzelhandel ab 1930 erneut in schwere Bedrängnis gebracht. Angesichts von Millionen Arbeitslosen und Kurzarbeitern waren die Umsätze besonders im Autohandel und bei den Luxuswaren dramatisch gesunken. Damit nicht genug, nahmen die politischen Auseinandersetzungen – so der Pressedienst

des Einzelhandels im August 1932 – „Formen des latenten Bürgerkrieges“ an und sorgten für zusätzliche Erschütterungen.¹ Mit der Machtergreifung der Nationalsozialisten am 30. Januar 1933 erhoffen sich viele Menschen in einer von politischen Wirren und Chaos verunsicherten Gesellschaft wieder Stabilität und Sicherheit. Zu dieser Zeit ist in Deutschland die Talsohle durchschritten. Die Konjunktur beginnt – auch infolge der rapiden Aufrüstung – wieder anzuziehen. Die Kaufkraft steigt hingegen nur langsam und wird erst um 1938 wieder annähernd das Niveau von 1928 erreichen. Inmitten der politisch unübersichtlichen Verhältnisse sortieren sich die Einzelhändler derweil neu. Denn auch die Nachfrage passt sich den veränderten Verhältnissen im Land allmählich an.

Die Beitrittswelle von Volksgenossen in die NSDAP und ihre Ableger sorgt für einen starken Bedarf an Uniformen, braunen Stoffen und Kleiderfarbe – bis die Reichszeugmeisterei der NSDAP gegen den zunehmenden Wildwuchs einschreitet und den Absatz 1934 reglementiert. Auch in den Haushalten sieht es zunehmend anders aus: Marschierende, musizierende und salutierende SA- und SS-Männer aus Elastolin halten Einzug in die Spieglecken. Gleichzeitig steigt auch der Umsatz von Hitler-Büsten →





und -Bildern und völkischem Kitsch. Wenn sich auch einige verweigern, gewöhnen sich die meisten nichtjüdischen Einzelhändler offenbar recht schnell daran, politische und rassistische Kategorien in ihre Wirtschaftsplanungen einfließen zu lassen. Sie nutzen Schilder wie „Deutsches Geschäft“, Fahnen oder Grußformeln, um sich zu positionieren – und mit ausgesetzter Gesinnung am Markt Wettbewerbsvorteile zu erlangen. Allerdings herrscht anfangs noch eine gewisse Unsicherheit, in welche sprachlichen Formen die völkischen Argumente verpackt werden sollen. Das Streben nach Angepastheit spiegelt sich in einer großflächigen Annonce der Edeka in der Gau-Zeitung der Berliner NSDAP „Der Angriff“ wider, die überlieferte nationalistische und neue rassistische Schlagworte miteinander vermischt. Schon bald jedoch gibt der neu etablierte Werberat der deutschen Wirtschaft den Ton vor und bestimmt, dass „Werbung in der Gesinnung und Ausdruck deutsch zu sein [habe]. Sie darf das sittliche Empfinden des Deutschen Volkes, insbesondere sein religiöses, vaterländisches und politisches Fühlen und Wollen nicht verletzen.“² Auch die Verbände passen sich schnell an das im Aufbau befindliche nationalsozialistische Regime an und werden so Teil des Systems.

Der Einzelhandelsverband bringt sich – wie auch der Verband des ambulanten Handels – auf Linie und verkündet im November 1933, dass nun in der Hauptgemeinschaft Einzelhandel das „Führerprinzip“ eingeführt worden sei.³ Umbenannt in „Reichsgruppe Einzelhandel“, übernimmt die Zwangsvereinigung zunehmend staatliche Kontrollfunktionen. Zusammen mit den Industrie- und Handelskammern, die seit 1934 de facto dem Reichswirtschaftsminister unterstehen, kontrollieren die Reichsgruppen das Wettbewerbsgebaren der Einzelhändler bei Saison- oder Ausverkäufen und wirken bei der Entziehung der Handelserlaubnis mit. Die Grundlage dieses Engagements ist das Gesetz zum Schutz des Einzelhandels, das der – so die Präambel – „Sicherung des Bestandes der mittelständischen Betriebe im Einzelhandel“⁴ dienen soll. Es ermöglicht weitreichende Eingriffe. So wird für die Neuerrichtung, Erweiterung, aber auch die Übernahme eines

bestehenden Einzelhandelsgeschäfts eine Genehmigung erforderlich. Und die Genehmigung wird nicht länger nur von einer fachlichen, sondern auch von der „persönlichen Zuverlässigkeit“ des Antragstellers abhängig gemacht, die von den neu gegründeten Einzelhandelsämtern der Industrie- und Handelskammern überprüft wird. In einem Kommentar des Gesetzes führt der Syndikus der Industrie- und Handelskammer zu Berlin aus, dass die Probleme im Einzelhandel darauf zurückzuführen gewesen seien, dass „eine dem urdeutschen Denken fremde Art der Auffassung von der Art des Wirtschaftens auch im Einzelhandel zur Abkehr von der Überlieferung und zur Vernachlässigung des Gemeinnutzes“ geführt habe.⁵ Ohne dass der Syndikus dies näher ausführen muss, wissen die Leser, wer damit gemeint ist. Denn die Einzelhandelsämter erfassen von Anfang an systematisch, ob und welche Händler jüdisch sind.

Als neue Kontrollinstanz etabliert sich die Nationalsozialistische Handwerks-, Handels- und Gewerbeorganisation (NS-HAGO), die 1935 von der Deutschen Arbeitsfront geschluckt wird. In der NS-HAGO geht im Herbst 1933 auch der Nationalsozialistische Kampfbund für den gewerblichen Mittelstand auf, der Ende 1932 gegründet worden war, um die Warenhäuser zu zerschlagen. Dieses Ziel kann der Kampfbund gegen den Widerstand der um die Beschäftigungszahlen besorgten Reichsregierung zwar nicht erreichen, doch umso aktiver strebt erst der Kampfbund, später dann auch die NS-HAGO, danach, die Juden aus dem Einzelhandel zu verdrängen. Dafür arbeitet die NS-HAGO eng mit der radikal antisemitischen Zeitung „Der Stürmer“ zusammen und finanziert oft auch deren „Stürmer-Kästen“.

Zerstörung und Plünderung

Schon vor 1933 war es zu Übergriffen auf Juden und deren Betriebe sowie zu Blockaden gekommen. Diese Entwicklung erreicht am 1. April 1933 einen neuen Tiefpunkt, als im gesamten Deutschen Reich – unscharfen Kriterien folgend – die jüdischen Einzelhändler öffentlich und medienwirksam „boykottiert“ werden. Der „Boykott“, der eine staatlich sanktionierte Blockadeaktion war, wird zwar mit Blick auf die wirtschaftlichen Folgekosten offiziell →



Einkauf als völkischer Akt:
In Anzeigen wirbt der Handel offen mit Naziparolen. Deutsches Geld soll deutschen Händlern zugute kommen. Die Branche passt sich der neuen Herrscherideologie an. Im Mai 1933 führt sogar der jüdische Textilhändler Herrmann Gerson aus Berlin SA- und SS-Uniformen.



Propagandaschaufenster:
Die Stürmer-Kästen mit den aktuellen Aushängen der gleichnamigen Tageszeitung hetzen an Hauswänden im ganzen Land gegen jüdische Mitbürger und verstärken die Ressentiments gegen jüdische Händler.



bereits nach einem Tag wieder abgeblasen. Doch die Blockaden gehen vor allem in kleineren Städten und Gemeinden nahezu unvermindert weiter. In der Folge wird „auf dem flachen Land“ bereits in den Jahren 1935/36 die Substanz der jüdischen Einzelhändler weitgehend zerstört. In den Metropolen mit großen jüdischen Gemeinden, insbesondere in Berlin, Breslau und Frankfurt/Main, sind die jüdischen Einzelhändler durch die städtische Anonymität besser geschützt und entwickeln vielfältige Behauptungsstrategien, die anfangs durchaus Erfolg haben. Der Pogrom im November 1938 setzt dieser Form des Widerstands ein brutales Ende. Dort, wo noch Geschäfte sind, kommt es zu ausgedehnten Plünderungen, die allein in Berlin mehrere Tage andauern.

Am 12. November 1938 verhängt der amtierende Wirtschaftsminister und Beauftragte für den Vierjahresplan, Hermann Göring, ein Gewerbeverbot für jüdische Einzelhändler. Die Propaganda feiert dieses Verbot als letzten Schritt einer grundlegenden Säuberung der Wirtschaft. Im Zuge der Vernichtung jüdischer Gewerbetätigkeit werden zahlreiche nichtjüdische Einzelhändler zu Nutznießern. Sie übernehmen gut eingeführte Häuser zu Spottpreisen oder profitieren passiv und stillschweigend vom Wegfall der lästigen Konkurrenz.

So gibt „Der Angriff“ in einem Beitrag im Jahr 1936 den Einzelhändlern einen Ratschlag mit auf den Weg. Sie sollen sich hüten, den Kunden etwa vorzuhalten: „Früher haben Sie mich nicht gekannt, jetzt, wo Sie in Ihren jüdischen Geschäften keine Butter mehr bekommen, da kommen Sie wieder zu mir.“⁶

Gegängelter Handel

Doch angesichts des eklatanten Devisenmangels und der völlig einseitigen Konzentration auf den Import von rüstungsrelevanten Waren kommt es schnell zu Versorgungsengpässen – nicht nur bei englischen Tuchen, französischem Parfum oder amerikanischen Autos. Auf die 1935 von Hermann Göring lauthals gestellte Frage, ob die Bevölkerung „Butter oder Kanonen“ haben wolle, gibt der Alltag eine klägliche Antwort. Butter, Fleisch und Eier sind in Berlin bereits im Herbst 1935 oft Mangelware, und in den Markthalen sind frisches Obst und Gemüse häufig schon



Kriegsvorbereitung geht vor: Der Einzelhandel gehört zu den ersten Branchen, die als „nicht kriegswichtig“ eingestuft werden. Viele Geschäfte schließen. Viele Beschäftigte des Handels wechseln vom Ladentisch an die Fließbänder der Rüstungsfabriken.

morgens ausverkauft. Zuteilungssysteme und Kundenlisten treten an die Stelle des freien Handels. So bekommt der schon im Herbst 1933 gegründete Reichsnährstand die Aufgabe, Produktion und Absatz von Grundnahrungsmitteln zu steuern. Mithilfe eines auf festgesetzten Preisen und Preisspannen beruhenden, umfassenden Kontingentierungssystems werden die Handlungsspielräume der Einzelhändler, insbesondere bei Brotgetreide, empfindlich eingeschränkt. Sie werden dadurch quasi zu Instanzen einer regulierten Nahrungsmittelerfassung und -verwaltung degradiert.

Handel als Mangelverwaltung

Weil die Zuteilungssysteme hinter den Kulissen längst etabliert sind, ändert sich an den Strukturen zunächst wenig – sie treten nur stärker in den Vordergrund. Wenige Tage vor dem Überfall der Wehrmacht auf Polen am 1. September 1939 werden an die Bevölkerung Bezugskarten ausgeteilt. Wichtige Lebensmittel und Textilien sind von nun an nur noch nach Vorlage dieser Karten erhältlich. Wie selbstverständlich sind die Karten für Juden entsprechend gekennzeichnet und berechtigen nur zu einem deutlich reduzierten Bezug von Waren. Die Aufgabe der Einzelhändler besteht nun darin, die Käufer zu kontrollieren und ihre Marken zu sammeln, um sie bei den Großhändlern gegen neue Ware abzuliefern.

Gleichzeitig werden viele männliche Beschäftigte der Branche und Geschäftsinhaber des Einzelhandels nach und nach zum Kriegsdienst eingezogen. An ihre Stelle treten verstärkt Frauen und altgediente Pensionäre. Doch in den kundenabgewandten Bereichen vieler Einzelhandelsbetriebe werden oft, nachweislich zumindest in Berlin, auch Zwangsarbeiter ausgebeutet.

Der Sold der Soldaten und die Einkommen der Daheimgebliebenen hätten in einer freien Wirtschaft zu steigendem Konsum – möglicherweise auch zu steigenden Investitionen – geführt. Doch weil der potenziellen Nachfrage infolge der Konzentration auf Rüstungsgüter aber kein Angebot gegenübersteht, sorgt die auflaufende Überliquidität nur für eine Aufblähung der Bilanzen der Banken. Das spärliche Angebot im Inland wird freilich teilweise durch

ausgiebige Shopping- und Plünderungen der Wehrmachtssoldaten im Ausland aufgebossert. So stehen in nicht wenigen deutschen Haushalten plötzlich Zigaretten aus den Niederlanden, Cognac aus Frankreich und Wurstwaren aus Polen auf dem Tisch. Auch das zurückbleibende Eigentum der deportierten Juden – aus Deutschland, aber auch aus Frankreich, Belgien und den Niederlanden – wird teilweise als willkommene Extraration betrachtet. Selbst wenn solche Geschäfte den Einzelhändlern nur in geringem Maße zugutekommen, werden sie in Einzelfällen durchaus mit der Verwertung von zurückbleibenden Habseligkeiten jüdischer Familien betraut. Im rheinischen Hemmerden wird der gesamte Hausrat der jüdischen Familie Winter freihändig versteigert. Für ein paar Reichsmark kaufen Nachbarn selbst die eingemachten Kirschen.

Am Ende des Krieges

Wenngleich die Lebensmittelrationen im April 1942 zum ersten Mal gekürzt werden müssen und viele Ersatzstoffe in den Regalen stehen, kann die Versorgung der deutschen Mehrheitsbevölkerung bis Ende 1944 auf einem relativ hohen Niveau gehalten werden – vor allem auf Kosten der besetzten Gebiete Europas. Erst nach der Ausrufung des „Totalen Krieges“ folgt die Stilllegung vieler Einzelhandelsbetriebe. Deren Belegschaft wird in den Rüstungsfabriken dringender benötigt. Selbst in der Leipziger Straße oder auf dem Kurfürstendamm in Berlin stehen Geschäfte, Kaffeehäuser und Restaurants schon leer, lange bevor sie durch Bombenangriffe zerstört werden. Handel findet nun fast ausschließlich in der Illegalität des Schwarzmarkts statt.

Am Ende des Krieges stehen die überlebenden Einzelhändler nicht nur vor den Trümmern ihrer Geschäfte, sondern häufig auch vor einem moralischen Scherbenhaufen. ■



Linientreu: Nicht wenige Händler rüsten vor allem propagandistisch auf. Auslagen verkommen zur Agitation für das NS-Regime.