

Skript

HISTORISCH TIJDSCHRIFT

Artikel: Oostalgie en de decontextualisering van consumptie in de voormalige DDR:
historiografische analyse van de grondvesten van de oostalgie

Auteur: Jannes Deurvorst

Verschenen in *Skript Historisch Tijdschrift*, jaargang 46.1, 36-41.

© 2023 Stichting Skript Historisch Tijdschrift, Amsterdam

ISSN 0165-7518

Skript Historisch Tijdschrift is een wetenschappelijk blad dat viermaal per jaar verschijnt. De redactie, bestaande uit studenten en pas afgestudeerden, wil bijdragen aan actuele historische debatten, en biedt getalenteerde studenten de kans om hun werk aan een breder publiek te presenteren.

OSTALGIE EN DE DECONTEXTUALISERING VAN CONSUMPTIE IN DE VOORMALIGE DDR

HISTORIOGRAFISCHE ANALYSE VAN DE GRONDVESTEN VAN DE OSTALGIE

Jannes Deurvorst

Na de val van de Berlijnse Muur in 1989 en de hereniging van Duitsland in 1990 kwam er een sentiment van Ostalgie op in de gebieden van de voormalige Duitse Democratische Republiek (DDR). Met Ostalgie, een vervoeging van Ost en Nostalgie, wordt de weemoed naar de communistische DDR van de Oost-Duitse bevolking uitgedrukt. Wat was hiervan het onderliggend mechanisme? Aan de hand van secundaire literatuur zal de politieke, economische en sociale voedingsbodem van Ostalgie en de samenhangende consumptie in kaart gebracht worden. Het ideologische fundament van consumptiepatronen, de mislukte integratie en de sociaal-psychologische grondvesten vormen de leidraad in dit historiografische overzicht. Hoe ontwikkelde Ostalgie zich vanaf 1989 als product van het Oost-Duitse materialisme?

Om Ostalgie te kunnen definiëren is het van belang een beeld van de economie en het daaruit voortvloeiende consumentisme in de DDR te schetsen. Veel auteurs die schrijven over dit thema zijn het erover eens dat de consumptie in Oost-Duitsland een belangrijke ideologische functie had. Zo heeft Krisztina Fehérvary het in haar artikel 'Goods and states' (2009) over de politisering van consumptie. Hierbij probeert de regering de economische macht te centraliseren en vervolgens schaarste te creëren om de autoriteit te waarborgen.¹ Door een economie te creëren naar beschikbaarheid en niet naar kapitalistisch voorbeeld, waarbij de vraag van de consument als uitgangspunt dient, werd soberheid omarmd en gezien als onderdeel van het egalitair karakter van communistische staatsinrichting. Hierdoor wordt het integrale staatsbelang benadrukt maar ontmoedigt de staat 'conspicuous consumption', het verschil in status dat ontstaat of wordt verkondigd aan de hand van consumptie.² Fehérvary concludeert



Still uit de film *Goodbye Lenin!*

dat het behoud van autoriteit leidt tot geüniformeerd materialisme en het tegengaan van pluriformiteit in consumptiepatronen.³

In zijn artikel 'The twilight of the idols: East-German memory and material culture' (2000) nuanceert Paul Betts deze bewering. Betts stelt dat het Oost-Duitse materialisme inderdaad gericht was op post-bourgeois functionaliteit.⁴ Er was volgens hem echter wel ruimte voor materialistische hervorming binnen de autoritaire DDR. Zo werd er een diversiteit aan kleurrijk plastic geïntroduceerd in de jaren zestig als onderdeel van een programma om de staat en burger dichter bij elkaar te brengen.⁵ Deze hervormingen hebben bijgedragen aan de creatie van een collectieve Oost-Duitse herinnering. De persoonlijke verhalen van de burgers waren verbonden met universele consumptieproducten die elk een bescheiden detail, zoals een verschil in kleur, droegen.⁶ Door de relatie tussen het Oost-Duitse consumentisme en persoonlijke herinneringen, die verbonden waren aan elkaar, maar toch elk uniek waren, ontstond er na de val van de muur een gemeenschapsgevoel als reactie op de ontmanteling van het monopolie van de staat op het collectieve geheugen.⁷ Terwijl Fehérvary spreekt van een autoritaire top-downconstructie, houdt Betts een sociale bottom-upconstructie aan als mechanisme van Ostalgie.

DE CONTINUÏTEIT VAN DE MUUR

Die Mauer in den Köpfen is een beschrijving voor een verschijnsel dat zich na de val van de Berlijnse Muur voordeed. Hierbij bleef de splitsing van Duitsland doorspelen in de psyche van de bevolking. De Berlijnse Muur staat hierin symbool voor de achtergestelde positie van de voormalige DDR. Verlies van banen, het integreren van de bevolking in een systeem met onbekende wetten en belastingstelsels en algehele economische achtergesteldheid was van invloed op Oostalgie.

In *De Groene Amsterdammer* schrijft Anja Maier over de kloof tussen Oost- en West-Duitsland anno 2019. Zij benoemt dat slechts 1,7 procent van de Oost-Duitsers vertegenwoordigd is in de topfuncties van politiek, bestuur, economie, wetenschap en cultuur en dat er in het voormalige Oost-Duitsland een hogere werkloosheid en een fors lager gemiddeld inkomen heerst ten opzichte van het voormalige West-Duitsland. Veel bedrijven in de DDR werden na de Duitse hereniging in 1990 overgedragen aan West-Duitse bedrijven. Maier schrijft over de valse beloften van de sociale markteconomie van Helmut Kohl. Zij ziet de '*Kohl-onisatie*', het proces van West-Duitse uitbuiting en overname in de voormalige DDR, als een autoritair principe. Volgens haar leidde dit tot een gemis van de paternalistische staat bij veel Oost-Duitse burgers omdat er in de voormalige DDR wel een gemeenschappelijke vorm van 'gezien worden' heerste.⁸

Veel auteurs in het historiografische debat beamen dat de slechte uitgangspositie van Oost-Duitsland bij de Duitse hereniging in aanzienlijke mate heeft bijgedragen aan Oostalgie. Er is echter discussie over de oorzaken van deze slechte uitgangspositie. Zo hebben Zafar Uddin Ahmed en co-auteurs een andere visie dan Maier. In 'Twenty-Five Years after the Fall of the Berlin Wall' (2018) beweren zij dat de economische kloof tussen Oost- en West-Duitsland vooral is ontstaan als gevolg van een etnocentrische houding, het prefereren van de eigen cultuur, van de West-Duitse consument.⁹ De West-Duitse producten zouden een betere kwaliteit hebben, er werd veelal gekozen voor vertrouwde in de consumptiecultuur en de uiterlijke demonstratie van een consumentenproduct zou hebben bijgedragen aan de sociale status van de Duitse burgers. De Oost-Duitse producten werden gestigmatiseerd als verouderd en zodoende was een goede uitgangspositie van de Oost-Duitse bedrijven al op voorhand uitgesloten.¹⁰ Om een beeld te schetsen: in 2018 hebben slechts 120 van de 700 voormalige Oost-Duitse bedrijven de decennia na de val van de muur overleefd.¹¹

Jonathan Bach gaat in 'The Taste Remains' (2011) vooral in op de teleurstelling van de Oost-Duitsers omtrent de onbekwaamheid van West-Duitsland om te voldoen aan de verwachtingen. Hij haalt hier een advertentiecampagne van het sigarettenmerk Karo aan. Deze campagne bestond uit de slogan: 'Een aanval op de uniformiteit van smaak.'¹² Volgens Bach schuilt achter het woord 'uniformiteit' de notie van eenheid.¹³ Bach beweert dat Oost-Duitsland zo de markt gebruikte in een symbolische aanval op het Westen, omdat de West-Duitsers geen behoefte hadden aan eenheid en als gevolg daarvan de Oost-Duitse markt uitbuiten. Het gevoel van verraad en de vervallen collectieve identiteit zijn in de analyse van Bach van grote invloed op Oostalgie.

Milena Veenis stelt in 'Cola in the German Democratic Republic' (2011) dat westerse producten een aanzienlijke positie in de Oost-Duitse fantasie innamen. Zij beweert dat de Oost-Duitsers de westerse producten juist omarmden, het tegenovergestelde van wat Bach betoogt. De westerse producten waren een symbool voor de wens van zelfrepresentatie en zelfbeschikking en verbeterde

levensomstandigheden.¹⁴ Coca-Cola had bijvoorbeeld een grote symbolische rol als boegbeeld voor moderniteit en vrijheid in de DDR.¹⁵ Het model van westerse producten gold dus als bewijs voor het falen van de consumptiecultuur van de DDR. Doordat het westen sneller herstelde na de Tweede Wereldoorlog verloor een deel van de bevolking vertrouwen in het socialistische experiment. Door het gebrek aan competitie bleef de kwaliteit van veel producten laag en er werd relatief veel geïnvesteerd in de zware industriële sectoren terwijl de investeringen in de materiële condities, ondanks beloftes van de autoritaire macht, uitbleven.¹⁶ Dit gemis van moderniteit stimuleerde solidariteit en versterkte het gevoel van een collectieve identiteit. Veenis beweert zelfs dat de Oost-Duitse identiteit het beste uitgedrukt kan worden in de taal van westerse goederen.¹⁷ De westerse producten reikten de instrumenten aan voor de creatie van een gemeenschappelijke Oost-Duitse identiteit.

Een mogelijke interpretatie zou kunnen zijn dat dit proces ook de voedingsbodem voor Ostalgie legde. Na een proces van desillusie bij de teleurstellende Oost-Duitse integratie vanaf 1991 moest er gezocht worden naar alternatieve fundamenteën voor een collectieve identiteit. Oost-Duits materialisme vervulde deze vacante functie. Als reactie op achterstelling ontstond er dus paradoxaalwijs weemoed naar een oorzaak van deze marginalisering.

SOCIOLOGISCHE VERKLARINGEN VAN OSTALGIE

De moralistische zienswijze over de DDR kantelde drastisch na de Duitse hereniging. De psychologische grondvesten van Ostalgie zijn onderwerp van onenigheid. Een deel van de historici betoogt dat Ostalgie vooral een verrichting van verzet is.

Tot deze school behoort Martin Blum. In 'Remaking the East German Past' (2000) schrijft hij over veranderende 'biografieën' van producten die correleren met de identiteit van de Oost-Duitsers. Hiermee doelt Blum op een proces van decontextualisering van de Oost-Duitse consumptieproducten.¹⁸ Hij betoogt dat veel producten zorgden voor een vergroot solidariteitsgevoel. De gedeelde ervaringen met de biografieën van de voormalige Oost-Duitse producten waren volgens Blum een belangrijke variabele in het creëren van een symbolisch bondgenootschap.¹⁹ Door de westerse consumptie maatschappij te declasseren tot betekenisloze massaconsumptie, refereerden de Oost-Duitsers naar de alledaagse, functionele biografieën van de oude DDR-producten. Hij beschouwt de herwaardering van de consumptieproducten uit de voormalige DDR als een proces van materialisering van een gedeelde verdwenen identiteit. Hierbij is Ostalgie dus een belangrijk copingmechanisme en een onderdeel van verzet ten opzichte van de West-Duitsers na de val van de Muur.

Ook in de perceptie van Jonathan Bach speelt de teleurstelling in de Oost-Duitse integratie na de Duitse hereniging een grote rol in het ontstaan van Ostalgie. Volgens hem is Ostalgie echter eerder een verlangen naar de mogelijkheid om te verlangen naar moderniteit en naar de socialistische belofte van een harmonieuze toekomst.²⁰ Ostalgie is dus volgens hem een verlangen naar de periode voordat de illusie van voorspoed naar westers model werd weerlegd. Het prevaleren van *Echt*, de ongefilterde, kwalitatieve grondstoffen, over *Ersatz*, een surrogaat, was coherent in het verlangen naar moderniteit. Na de val van de Muur ontstond er een proces van desillusionering. *Echt* en *Ersatz* bleken niet twee categorische tegenpolen; het verschil bleek diffuus te zijn.²¹ Deze ontgoocheling werd versterkt door de achtergestelde positie van Oost-Duitsland, waardoor er een sentiment van verraad opkwam. Het vertrouwde materialisme van de DDR verleende zo de instrumenten voor een verlangen naar de fantasieën van het verleden. Bach stelt dat dit een strategie is van de

Oost-Duitser om zich niet de mond te laten snoeren in een veld van culturele productie dat gedomineerd wordt door West-Duitsers.²² Bach haalt aan dat de West-Duitse markt hier ironischerwijs op anticipeerde. Westerse bedrijven begonnen met het produceren van producten uit de voormalige DDR als marktstrategie. Ter illustratie, de fabrikant van de f6, een emblematisch sigarettenmerk uit de DDR, werd overgekocht door Phillip Morris om vervolgens nostalgisch getinte reclame te maken met de Oost-Duitsers als doelgroep.²³

Oana Godeanu-Kenworthy gebruikt in 'Deconstructing Ostalgia' (2003) de sociologische analyse van Jean Baudrillard om Ostalgie te definiëren. Ostalgie ziet Godeanu-Kenworthy niet als een reproductie van het verleden maar als de vervorming van herinneringen en mythevorming om de gaten van het heden te vullen.²⁴ Dit is volgens haar een herschrijving van de geschiedenis om de Oost-Duitse toekomst te simuleren. Net als de andere auteurs haalt zij de kloof tussen Oost- en West-Duitsland aan als component in identiteitsvorming en de romantisering van de DDR. Zij hanteert echter een ander uitgangspunt. De semiotiek, de betekenissen van tekens en symbolen, van de DDR is hierbij een manier om de achtergestelde positie te negeren en een alternatief scenario voor Oost-Duitsland te simuleren.²⁵ Volgens Baudrillard is de culturele werkelijkheid gefundeerd op de context en manipulatie van symbolen. De werkelijkheid is dus een bewerkbaar construct dat aangepast kan worden naargelang de gewenste context. Aan de hand van de symbolen van de DDR wordt het verleden van Oost-Duitsland gereconstrueerd in een geïdealiseerde vorm als reactie op de dominantie en haast imperialistische positie van West-Duitsland.²⁶

Ostalgie is dus een manier om de collectieve Oost-Duitse identiteit te valoriseren en het biedt de mogelijkheden voor een subjectieve, persoonlijke herinnering van de DDR, of deze gedachtenis nu accuraat is of niet. In deze staat de decontextualisering van het Oost-Duitse materialisme centraal.

CONCLUSIE

In de bestaande historiografie is men het erover eens dat Ostalgie niet een verlangen is naar het werkelijke socialistische verleden. Ostalgie is volgens de hier besproken auteurs eerder een projectie van verschijnselen in het heden, met het verleden als manier om de misstanden van het heden te verwerken. Dit kan dus verklaard worden als nostalgie naar de hoop in het verleden op een harmonieuze toekomst of als een verwoede poging om het achterstallig onderhoud in Oost-Duitsland te maskeren met de creatie van een collectieve identiteit. Door terug te vallen op het houvast van de voormalige materiële cultuur in de DDR poogden de Oost-Duitsers zich te distantiëren van een verenigde kapitalistische consumptiemaatschappij na de Duitse hereniging.

Feit is dat Oost-Duitsland nog altijd worstelt met de eigen identiteit en de erfenis van de DDR. Ostalgie biedt enige houvast. Het terugverlangen naar de oorzaak van het achtergesteld zijn als reactie op het achtergesteld zijn klinkt misschien als een discrepantie. En zeker, dat is het ook. Maar Ostalgie is vooral een reactie op het wegvallen van een collectieve identiteit. Zodoende is Ostalgie misschien vooral een streven naar solidariteit.

Jannes Deurvorst zit in het tweede jaar van de bachelor Geschiedenis. Zijn interesse gaat vooral uit naar de Oost-Europese geschiedenis van de twintigste eeuw. Hij focust zich hierbij op sociaal-politieke machtsverhoudingen, ideologische consolidatie van macht en cultureel-maatschappelijke uitwisseling.

Eindnoten

- 1 Krisztina Fehérvary, 'Goods and States', *Comparative studies in society and history* V.51 (New York 2009), 426-459, aldaar 432.
- 2 Fehérvary, Goods and States, 438.
- 3 Ibidem, 455.
- 4 Paul Betts, 'The Twilight of the Idols: East-German Memory and Material Culture', *The Journal of modern history* V.72 (Chicago 2000) 731-765, aldaar 755.
- 5 Betts, The Twilight of the Idols, 756-7.
- 6 Ibidem, 754.
- 7 Ibidem, 760.
- 8 Anja Maier, 'Fantoompijn in het Oosten', *De Groene Amsterdammer* V.30 (Amsterdam 2019).
- 9 Zafar Uddin Ahmed e.a., 'Twenty-Five Years after the Fall of the Berlin Wall: An Empirical Revisit of West German Consumers' Attitude Towards Products and Brands from Former East Germany', *Journal of promotion management* V. 24 (Binghampton 2018) 895-910, aldaar 896-902.
- 10 Ahmed e.a., Twenty-Five Years after the Fall of the Berlin Wall, 897.
- 11 Ibidem, 899.
- 12 'Anschlag auf den Einheitsgeschmack'
- 13 Jonathan Bach, 'The Taste Remains', *Public culture* V.14 (Durham 2002) 545-556, aldaar 549-550.
- 14 Milena Veenis, 'Cola in the German Democratic Republic. East German Fantasies on Western Consumption', *Enterprise & Society* V.12 (Cambridge 2011) 489-524, aldaar 493.
- 15 Veenis, Cola in the German Democratic Republic, 500.
- 16 Ibidem, 505.
- 17 Ibidem, 515.
- 18 Martin Blum, 'Remaking of the East German Past: Ostalgie, Identity, and Material Culture', *Journal of popular culture* V.34 (Oxford 2000) 229-253, aldaar 242.
- 19 Blum, Remaking of the East German Past, 242.
- 20 Bach, The Taste Remains, 547.
- 21 Ibidem, 550-1.
- 22 Ibidem, 554.
- 23 Bach, The Taste Remains, 552.
- 24 Oana Godeanu-Kenworthy, 'Deconstructing Ostalgie: The national past between commodity and simulacrum in Wolfgang Becker's Good Bye Lenin!', *Journal of European studies*, Vol.41 (Londen 2003) 161-177, aldaar 162.
- 25 Godeanu-Kenworthy, Deconstructing Ostalgie, 168.
- 26 Ibidem, 172.