

teine seien vorläufig nur als Mischfut-terzusatz geeignet. Anrufern in seinem Hamburger Büro verrät er, daß bei Sojaschrot sogar mit einer Preisstabilisierung zu rechnen sei. Ein Doppelzentner Sojaschrot schwankte in den letzten Jahren zwischen 39 und 45 Mark.

In ihren Labors visieren BP-Forscher inzwischen schon das nächste Ziel an: die Aufbereitung des Konzentrats für Kochtopf und Bratpfannen. Durch aromatische Zusätze wollen sie ihr Produkt so weit veredeln, daß es mit dem Soja-Kunstfleisch TVP konkurrieren kann. Champagnat: „Möglicherweise werden wir das Zeug aber auch wie Trockenmilch verkaufen.“

## DDR

### MODE

#### Mehr Mut

Im volkseigenen „Centrum“-Warenhaus in Dresdens Thälmannstraße erklang Beat. Zwischen Schiffsglocken und Seekisten präsentierten Mannequins die neuesten Kreationen des jüngsten Zweiges der DDR-Konfektion: Jugendmode für diesen Sommer.

Wie in Dresden, so eröffneten die Warenhaus-Manager kurz nach Frühlings-Beginn mit Musik und Laufsteg-Paraden auch in den übrigen acht Filialen ihres Hauses knallbunte Teenager-Boutiquen für Mode und Modeschmuck.

Das Angebot der sozialistischen Konfektionäre entspricht westlichem Repertoire: Twen-Uniformen, Mini-Faltenröcke, Blümchen- und Reißverschluß-Mode, Military- und Western-Look. Und die Preise der Modelle entsprechen ostdeutschem Teenager-Einkommen: Ein Jeans-Anzug kostet 56 Mark, ein Langkragen-Oberhemd zwischen 24 und 45 Mark, ein dreiteiliger Hosenanzug im Uniformstil 112 Mark.

Doch nur das Design importieren die DDR-Couturiers aus dem Westen, nicht aber das dazu passende Mode-Vokabular. So werden Mantelkleider französischer Provenienz als simple „Winter-Kleider“, Bermudas als „kniekurze Shorts“ und der Jeans-Dress als „sportlich-praktischer Anzug mit derben Steppereien und großen aufgesetzten Taschen aus strapazierfähiger Baumwolle“ angeboten.

Denn ihrem neu gewonnenen modischen Internationalismus zum Trotz hegen die DDR-Konfektionäre weiter ihren traditionellen Argwohn gegen die „dekadenten Spielereien der westlichen Modewelt“ — so das Organ des Ost-Berliner Deutschen Modeinstituts, „Sibylle“.

Die Gefahren ideologischer Aufweichung durch kapitalistische Kapricen erläutert auch das „ökonomische Lexikon“ der DDR: „Vor allem üben die ökonomischen und politischen Auffassungen und Interessen der herrschenden Klasse auf die Mode einen wesentlichen Einfluß aus.“

An Marx geschult („... die inhaltlosen... dem System der großen Indu-



Mode-Tip im DDR-Journal „Sibylle“  
„Unangemessene Flatterlaunen“

strie unangemessenen Flatterlaunen der Mode“), war DDR-Marxisten die Welt der Mode jahrelang suspekt. Noch in den fünfziger Jahren, als in Paris Christian Dior mit extravaganten A- und H-Linien aufwartete, dominierte in Ost-Berlin die puritanische Partei-Linie: Im DDR-Lexikon „A-Z“ von 1955 fehlte gar das Stichwort Mode.

Selbst die 1952 per Regierungs-Anordnung gebildete staatliche Instanz für DDR-Mode wurde von der Staatspartei puristisch „Institut für Bekleidungskultur“ genannt. Partei-Auftrag: „Gestaltung einer fortschrittlichen, unserer gesellschaftlichen Entwicklung entsprechenden und an unser nationales Kulturerbe anknüpfenden Bekleidungskultur“.

Doch weder die „Moderichtlinien“ der mittlerweile in „Deutsches Mo-



Ost-Berliner Boutique „Jugendmode“  
„Nichts mit Gamlertum gemein“

deinstitut“ umbenannten Bekleidungszentrale noch die staatlichen Wirtschaftspläne verhalten der SED zu einem sozialistischen New Look. Stets fanden sich auch in DDR-Kollektionen Spuren westlicher Mode-Trends. Walter Ulbricht rügte: „Wenn im Westen jemand hustet, bekommen einige unserer Modeschöpfer den Schnupfen.“

Auch die Gewerkschafts-Parole aus dem Jahre 1961 — „Im friedlichen Wettbewerb mit dem Kapitalismus, vor allem im Wettstreit mit Westdeutschland, muß auch die Mode in historisch kurzer Zeit beweisen, daß dem Sozialismus die Zukunft gehört“ — blieb blanke Illusion. Die Mode-Konkurrenz gewann der Westen.

Den Anstoß für die Eröffnung der revolutionären Mode-Zentren, bekannte selbstkritisch „Sibylle“, gab das, „was in den letzten Jahren auf den Kleiderständern der Konfektionsgeschäfte hing“.

Dieses triste Angebot suchte seit 1963 ein 25-Mann-Kollektiv — Einkäufer, Ökonomen und Modegestalter — mit neuen Ideen aufzulockern. Der Wahlspruch des Team-Chefs Karl-Heinz Grünbeck „Es ist längst an der Zeit, daß unsere junge Republik auch eine attraktive Jugendmode erhält“ fand jedoch erst vier Jahre später, 1967, bei der Obrigkeit Gehör.

Seither firmiert die Arbeitsgruppe als „Zentrales Entwicklungs- und Vertriebsbüro Jugendmode“. Es versorgt rund 40 nunmehr auf Jugendmode spezialisierte Konfektionsbetriebe samt deren Zulieferern mit Entwürfen und besichert auf diese Weise ostdeutschen FDJlern westliche Kluff.

Die im letzten Jahr in einigen DDR-Städten gegründeten etwa 20 „Jugend-Modezentren“ konnten die Nachfrage der rund zwei Millionen modehungrigen Jungbürger zwischen 15 und 21 Jahren freilich nicht befriedigen. Der Umsatz der eigens für diese Zentren geschneiderten Konfektion westlichen Zuschnitts war, so klagte der stellvertretende Minister für Handel und Versorgung Dr. Kurt Bernheier, „fünf- bis zehnmal höher als erst angenommen“.

Die DDR-Jugend stand Schlange, und einige besonders begehrte Stücke wie Kleider aus dem DDR-Gewebe „Malimo“ (Preis: 16 Mark) gingen, so registrierte „Neues Deutschland“, „weg wie warme Semmeln“.

Frellich: Trotz der neuen Toleranz der Einheitspartei und eines Plädoyers des renommierten Magdeburger Couturiers Heinz Bormann für den ganz kurzen Mini-Rock gelten nackte Knie und grelle Farben älteren Bürgern im pruden Arbeiter-und-Bauernstaat noch immer als unschicklich.

Doch der Staatshandel denkt an die Jugend. „Ein Mini-Rock oder ein buntes Hemd“, belehrte der Leiter der Suhler Jugend-Boutique „Sonniee“, Riedel, die DDR-Erzieher, „hat noch lange nichts mit Gamlertum gemein.“ Und den Käufern riet der Verkäufer: „Ruhig mehr Mut.“