

Božo Repe

“TIHOTAPIJO VSE, RAZEN PTIČJEGA MLEKA”

*Vpliv nakupovalnega turizma na kulturne spremembe in
način življenja v Sloveniji po drugi svetovni vojni¹*

Jugoslavija se je od začetka petdesetih let močno razlikovala od vzhodnoevropskih socialističnih držav. Ta razlika ni bila vidna zgolj v drugačnem političnem sistemu, pač pa se je še posebej odražala v osebnem standardu, v turizmu, pri potovanjih, nakupih v tujini in pri posnemanju zahodnega načina življenja. Slovenija znotraj Jugoslavije je imela še dodatno specifičen položaj: bila je njen najbolj razviti in v kulturnem smislu najbolj prozahodno orientiran del. Slovenija meji na Italijo in Avstrijo, v katerih ima tudi močne manjšine. To ji je – z izjemo prvih povojnih let – omogočalo stalne stike s tema dvema državama in s tem možnost realne primerjave standarda. Oblasti v Sloveniji so si zato od srede petdesetih let prizadevale, da bi osebni in družbeni standard približale sosednjima kapitalističnima državama. Seveda pa je sistem kljub nekaterim kapitalističnim elementom v osnovi ostajal socialističen. Temeljl je na egali-

tarizmu, polni zaposlenosti, veliki socialni zaščiti, specifični socialistični ideologiji in morali. V ospredje je postavljala skupnost, ne pa posameznika, čeprav so Slovenci po naravi veliki individualisti. Mešanica socialističnega sistema in posnemanje zahodnih kapitalističnih vplivov sta v Sloveniji ustvarila nenavadno kulturno ozračje. Ljudje so verjeli v Tita, samoupravljanje in neuvrščенost, toda tudi v pralne stroje, hladilnike, televizorje in druge postulate potrošniške družbe. Ker so tržne zakonitosti in tekmovalnost do izraza prihajale le deloma, se je proizvodnja potrebam kupcev in modnim trendom prilagajala okorno in počasi. Zato so bili v petdesetih in šestdesetih, pa tudi še sedemdesetih letih nakupi v tujini za Slovence edini pravi stik s potrošništvom zahodnega tipa, ki so ga z veseljem in na veliko izkoriščali.

Prvo okno v zahodni svet je bila za Slovence (in Jugoslovane) Italija. Meja z njo je bila leta 1947 potegnjena na novo (v korist Jugoslavije) in je zelo boleče zarezala v življenje prebivalcev, ki so do tedaj stoletja živeli skupaj, najprej pod Avstro-Ogrsko in v času med obema vojnama pod Italijo. Ponekod je meja šla med hišami, čez vrtove ali pa je (kot npr. v kraju Miren) presekala na pol pokopališče (znani so primeri, ko so pogrebci, ob provizorični razmejitvi in nav-

¹ Pričujoči prispevek je nastal v okviru mednarodne raziskave *Culture with frontiers: Shopping Tourists and travelling objects in post war Central Europe*, ki jo je financiral Internationales Forschungszentrum Kulturwissenschaften (IFK) z Dunaja, izvedel pa Institute and Graduate School of Sociology and Social Policy z univerze v Budimpešti. V prispevku sem upošteval tudi nekatere seminarske naloge (vse so citirane), ki so nastale v študijskem letu 1997-1998 pri seminarju iz sodobne zgodovine.

zočnosti oboroženih graničarjev krsto dobesedno potiskali iz ene države v drugo, da so se od pokojnika lahko poslovali sorodniki na obeh straneh meje).² Dokler niso bili postavljeni mejniki, so ljudje količke tudi premikali, da bi si na tej ali oni strani ohranili košček zemlje. Odnosi z Italijo so bili napeti vse do leta 1954, ko je bilo z londonskim memorandumom dokončno rešeno tržaško vprašanje (razdelitev Svobodnega tržaškega ozemlja med Jugoslavijo in Italijo). Zato so bili do srede petdesetih let prehodi meje redki, pravico do njih pa so imeli ljudje, ki so živeli v stometrskem obmejnem pasu in dvolastniki, se pravi ljudje, ki so imeli zemljo na obeh straneh meje. Ti so lahko šli po najkrajši poti na svojo njivo, niso pa smeli v večje kraje. Kljub strogemu nadzoru na obeh straneh meje so to počeli (na italijanski strani so jih največkrat prepoznavali že po "socialističnih" čevljih ali pa po registrskih tablicah na kolesih). Med iznajdljivejšimi tihotapci je znan primer človeka, ki je preko meje postavil skrivno žičnico in z njo uspešno prenašal blago, dokler ga niso odkrili in obsodili na dve leti zapora.³ Obmejni prebivalci so bili prvi kupci zahodnega blaga, ki so ga nato tihotapili v Slovenijo. Skrivali so ga največ v kolesa ali pod obleko, glavni artikli pa so bili sladkor, kava, riž, limone, zdravila, milo, fotografski aparati in drugo blago, ki ga je v Sloveniji primanjkovalo, modra galica, ki so jo potrebovali pri vzgoji trte, in celo sirkove krtače in sirkove metle. V glavnem je pri teh nakupih šlo za blagovno menjavo, v Italijo so tihotapili meso, žganje, jajca, maslo (še danes pripovedujejo zgodbo o ženski, ki se ji je pod bluzo skrito maslo stopilo in začelo curljati prav na meji).⁴ Nekateri tihotapci so delali tudi v dogovoru s policijo in pomagali oblastem pri nabavi pisarniškega materiala, pisalnih strojev in podobno. V prvi polovici petdesetih let so donosen tihotapski posel postajali že tudi modni artikli, zlasti t. i. "šuškvanci", to je šumeči dežni plašči iz umetnega materiala. Tvegani tihotapski posli so se spla-

čali in marsikdo iz obmejnih krajev si je v prvih povojnih letih s prisluženim denarjem lahko postavil celo hišo.

Poleti (6. avgusta) 1950 je prišlo do srečanja prebivalcev z obeh strani meje na mejnem prehodu v Rožni Dolini. Srečanje naj bi pripomoglo k obnovitvi prijateljskih in sorodnih stikov prebivalcev na obeh straneh meje. Srečanje naj bi se ponovilo naslednjo nedeljo, 13. avgusta, vendar je siloviti val množice z jugoslovanske strani mejo podrl, ljudje pa so se do poznih večernih ur razkropili po trgovinah Gorice, kjer so v glavnem kupovali metle in sirkove krtače. Dogodek je izzval različne komentarje: jugoslovanski tisk je o njem molčal, zamejski je pisal o podrtju krivične meje, nacionalistični italijanski o "pohodu lačnih."⁵

Leta 1955 sta Jugoslavija in Italija podpisali sporazum o obmejnem prometu – t. i. videmski sporazum – prvi tak sporazum med kapitalistično in socialistično državo v času hladne vojne. Pravica prehoda meje je bila razširjena na vse obmejno prebivalstvo v krogu desetih kilometrov in prehodi meje so postali množični. Obmejni prebivalci so zlasti radi obiskovali sejme (npr. sejem na praznik sv. Andreja v Gorici), kjer so na stojnicah kupovali poceni blago. Med najbolj priljubljenimi artikli so bile t. i. "bambole", to je velike otroške punčke v pisanih oblekah, ki so jih nato kot okras postavljali na sredo zakonskih postelj. Kupovali so tudi konfete za poroke, žvečilne gumije in tipične italijanske sladkarije. Blago z obmejnih italijanskih stojnic je v petdesetih pa tudi še kasnejših letih močno oblikovalo okus slovenskih in jugoslovanskih kupcev.

V Avstrijo so dvolastniki lahko začeli hoditi šele leta 1953, ko sta bila podpisana sporazuma o ureditvi obmejnega prometa in o nepremičninah avstrijskih dvolastnikov v jugoslovanskem obmejnem območju. Poleg dvolastnikov so v izjemnih primerih lahko tridnevne dovolilnice za prehod dobili tudi drugi obmejni prebivalci, pravico do stalnega prehoda pa zdravniki, veterinarji in babice (leta 1958 je bilo z jugoslovanske strani v celoti 6000, z avstrijske pa 5000 dovolilnic za prehod meje). Leta 1960 je bil podpisan dodatni sporazum o ureditvi obmejnega prometa in tudi v Avstrijo so lahko prehajali stal-

² Andrej Malnič: *Topografija spomina v Zoni A, referat na mednarodni konferenci Pariška mirovna konferenca, nova jugoslovansko-italijanska meja in priključitev Primorske k Sloveniji, Koper - Nova Gorica, september 1997 (prispevki s posveta bodo objavljeni v reviji Annales).*

³ Izjava T. K. piscu.

⁴ *Ustni viri, navedeno po diplomskih nalogah; Sandi Kozorog, Simon Skočir: Nakupovalni turizem med leti 1945 in 1947 v Zoni A in B, Monika Černe, Nataša Prinčič: Nakupi v Italiji po sprejemu videmskega sporazuma 1955-1960, Daša Rebec, Jernej Vidmar: Nakupi v Italiji v letih 1960-1965.*

⁵ Branko Marušič: *Z zahodnega roba. O ljudeh in dogodkih iztekajočega se stoletja: Pohod lačnih, Gorica 1996.*



Pregled maloobmejnih prepustnic sredi petdesetih let. Z videmskim sporazumom iz leta 1955 se je Slovenija začela odpirati proti Italiji, na vsakdanje življenje prebivalcev pa je - najprej ob meji - potem pa tudi drugod - vedno bolj vplival italijanski oz. zahodni vpliv.

ni prebivalci iz desetkilometerskega obmejnega pasu. Prebivalci so dobili stalno obmejno prepustnico, čez mejo so lahko potovali štirikrat mesečno in se lahko tam zadrževali do največ šestdeset ur. Državno mejo so morali obakrat prestopiti na istem mejnem prehodu (maloobmejnih prehodov z Avstrijo je bilo skupaj devetnajst). Pri prehodu so mesečno smeli imeti s sabo 3500 din, kar je znašalo dobrih deset dolarjev.⁶ Sicer pa Avstrija zaradi slabše ponudbe in višjih cen do srede šestdesetih let ni bila tako priljubljena nakupovalna točka kot Italija, edina večja privlačna točka je bil nakup rabljenih strojev za kmetijstvo, ki so jih kmetje lahko odplačevali tudi v obrokih.

Prebivalci, ki niso živeli v obmejnem pasu, so za prehod meje lahko dobili potni list (osebni, družinski ali skupinski). Potne liste so izdajali

sekretariati za notranje zadeve v posameznih okrajih, prošnjo so lahko zavrnil brez obrazložitve (potnih listov npr. niso izdajali moškim, ki še niso odslužili vojaškega roka). Praktično za vse države je bila potrebna viza, za odhod v tujino pa tudi garancijsko pismo iz države, v katero je državljan potoval. Zaradi administrativnih ovir pa tudi nizkega standarda so bila potovanja do začetka šestdesetih let redka, omejena predvsem na poslovna potovanja in obiske pri sorodnikih. Precej ljudi pa je ilegalno prešlo mejo in nato emigriralo v prekomorske države. Se je pa v drugi polovici petdesetih let že začel razvijati turizem, tako da so bili obiski tujcev pogostejši, veliko tujcev iz sosednjih držav so privabili razni obrtni sejmi. Postopno odpiranje zahodni kulturi se je konec petdesetih in v začetku šestdesetih let kazalo tudi v prirejanju modnih revij, popevkarskih festivalih (po vzoru sanremskega festivala v Italiji) in izborih misic. Leta 1958 je v Sloveniji začela redno oddajati televizija, ki je v šestdesetih postala množična in je s

⁶ Urška Kavčič, Mira Jerenec: *Nakupovalni turizem v Avstriji med leti 1955 in 1960, seminarska naloga.*



Znamenita "Bambola", ki je bila v petdesetih in šestdesetih letih eden najbolj iskanih artiklov v italijanskih trgovinah ter stojnicah. (Fotografija rekonstrukcije z razstave Spomini naše mladosti v gradu Kromberg, avtorica Inga Miklavčič - Brezigar, foto Bogdan Skrt)

svojim programom (zahodnimi nadaljevalkami, filmi, glasbenimi oddajami in nenazadnje reklamami) še dodatno vplivala na rast potrošniške miselnosti in privrženosti zahodnim vrednotam ter s tem na željo po odhodih v tujino.⁷ Slovenci so večinoma lahko gledali tudi kakšnega od sosednjih avstrijskih ali italijanskih TV programov in se na osnovi reklam odločali za nakupe v tujini. Nekateri italijanski in avstrijski trgovci (zlasti slovenskega rodu) so postopoma začeli oglaševati tudi v slovenskih časopisih in na radiu.

Sredi šestdesetih let se je Jugoslavija odprla svetu, precej pa se je zvišal tudi standard. Potni list je brez posebnih administrativnih težav postal dosegljiv večini ljudi (tudi vzroki za zavrnitev so bili zakonsko določeni), vize za sosednje države so bile postopoma ukinjene. Leta 1962 se je prvič po vojni zgodilo, da je jugoslovanski državljani lahko legalno kupil devize do zneska 15 000 din (to je petdeset ameriških dolarjev,

več pa le za zdravljenje v tujini ali za mednarodna srečanja).⁸ Ljudje so začeli množično odhajati na delo v Avstrijo in Nemčijo (v letih 1964 - 1969 se je organizirano - preko zavodov za zaposlovanje - na zahod preselilo 62 347 Slovencev, ki so se ob praznikih vračali in s sabo prinašali zahodne artikle). Modni nakupovani trend v tujini niso bili več le kavbojke (znani slovenski igralec Janez Hočevnar nosi še danes vzdevek Rifle, ker je bil v petdesetih letih eden prvih Ljubljancev, ki jih je nosil), teniške copate (v Sloveniji se jim še danes reče kar "superge", ker so to znamko Slovenci v Italiji najbolj kupovali), kozmetika, pralni praški. Slovenci so v tujini začeli kupovati pralne stroje, sesalnike za prah in druge gospodinjske pripomočke, pa tudi avtomobile. Sam se spominjam, kako smo sredi šestdesetih let s sosedom, ki je že imel avto, šli kupiti pralni stroj Candy (tedaj najbolj priljubljeno italijansko znamko) v Trbiž (Tarvisio). Mama je si-

⁷ Slovenska kronika 20. stoletja, drugi del, Nova revija, Ljubljana 1996.

⁸ Božo Repe: Turizma ni mogoče zavreti, čeprav bi ga prepovedali z zakonom, v: Razvoj turizma v Sloveniji, Zveza zgodovinskih društev Slovenije, Ljubljana 1996, str. 157-164.

cer imela komaj polovico denarja zanj, toda slovenski trgovec ji ga je dal na besedo, v celoti ga je odplačala šele čez nekaj mesecev. Tudi slovenska trgovina in proizvodnja sta se v tem času že prilagajali zahtevam kupcev: Gorenje je začelo proizvajati gospodinske aparate, ki so v naslednjih desetletjih postali modni tudi v vzhodnoevropskih državah, odpirale so se samopostrežne trgovine in veleblagovnice. Toda ponudba je bila bistveno skromnejša kot na zahodu in večinoma tudi dražja.

Konec šestdesetih let je, podobno kot v svetu, tudi v Sloveniji tinejdžerska generacija začela postajati izjemno močna potrošniška skupina. Njenih zahtev po pisanih zvezkih s fotografijami filmskih zvezd, flomastrih, šolskih torbah, modnih oblačilih, ploščah in drugih artiklih socialistična ponudba ni zmogla zadovoljiti. Pa tudi če jih je (kot npr. v primeru vrhunskih smuči Elan), domači izdelki niso bili "pravi" in so starši pač morali s skromnimi socialističnimi plačami po tuje znamke čez mejo.

Sedemdeseta leta so bila kar zadeva standard za Jugoslavijo (in Slovenijo) najboljša v vsem povojnem obdobju. Neuvrščeni arabski prijatelji so poskrbeli, da država ni občutila naftnega šoka, mednarodni krediti so bili poceni, Jugoslaviji so jih zaradi njenega specifičnega položaja dobesedno vsiljevali, politika, ki je obračunala z liberalno usmeritvijo šestdesetih let, pa je hotela dokazati, da je samoupravni socializem najboljši sistem na svetu. Slovenci so v sedemdesetih s pomočjo poceni kreditov množično gradili hiše. To se je kazalo tudi pri nakupih v sosednjih državah. V avtomobilskih prtljažnikih in prikolicah so čez mejo romali razni gradbeni materiali, ki so bili ali boljši ali cenejši od domačih ali pa se jih doma sploh ni dalo dobiti. Italijanske ploščice za kopalnice, umivalniki, pipe in pohištvo, pa tudi razna vrtna in druga orodja (tja do mešalnikov betona) so bili najpopularnejši nabavni artikli. Še vedno je bila močno iskana tudi bela tehnika, obleke in obutev (italijanski čevlji so – kljub solidni slovenski proizvodnji – ostajali pojem), živila, žgane pijače in stvari, ki se v Sloveniji niso dobile iz ideoloških razlogov (obhajilne in birmanske obleke, venčki, beli čevlji in torbice ipd.).

Drugi fenomen sedemdesetih je bil tržaški trg "Ponterosso". Tam so prodajali poceni blago in kič, na Ponterosso so se zgrinjali tisoči in tisoči kupcev iz Jugoslavije. Prihajali so z organizira-

nimi izleti, rednimi vlaki in avtobusi iz najbolj oddaljenih krajev in avtomobili. Že sredi šestdesetih let je ob jugoslovanskem državnem prazniku 29. novembru v Trst prihajalo kupovat po 250 000 in več Jugoslovancev. Za Tržačane, vaje ne kulturno sorodnih Slovencev, so sprva pomenili šok, saj so za njimi ostajali kupi praznih konzerv in steklenic slivovke, pogoste pa so bile tudi tatvine v trgovinah. Vendar denar ne smrdi in kljub zaničevanju so bili Jugoslovani, vedno pogostejše pa tudi kupci iz vzhodnoevropskih držav, dobrodošli gosti, saj so pokupili vsakršno, tudi najbolj ničvredno blago. "Ponterosso" je v sedemdesetih postal simbol potrošniške miselnosti, prilagojene socialističnim kupcem s plitvimi žepi. Skrivanje blaga pred cariniki (uvoz blaga je bil brez carine dovoljen do približno sto dolarjev) je bilo eden najpopularnejših jugoslovanskih športov sedemdesetih let, in to ne glede na spol ali starost. Na vseh mejah najpogostejše izrečeno vprašanje: "Kaj imate za prijavit?", je doživljalo klasičen odgovor: "Nič". Cinični, vsega naveličani cariniki seveda niso verjeli zatrjevanjem potnikov, kar nazorno kaže komentar enega od njih, zapisali pa smo ga v naslovu: "Tihotapijo vse, razen ptičjega mleka."

Množični nakupi so bili tudi posledica t. i. osimskih sporazumov, ki sta jih Italija in Jugoslavija v duhu helsinške miselnosti podpisali leta 1975. Z njimi je jugoslovansko-italijanska meja postala daleč najbolj odprta meja med kako kapitalistično in socialistično državo.⁹ Leta 1976 je v tržaški pokrajini mejo prestopilo več kot 40 milijonov ljudi, od tega 21 milijonov s potnimi listi in 19 milijonov s prepustnicami. Odprti so bili novi mejni prehodi, maloobmejni pas pa se je zvečal na trideset kilometrov (prebivalci občine Jesenice, ki meji na Avstrijo in Italijo, so tako npr. imeli pravico do avstrijske in italijanske maloobmejne prepustnice). Kljub temu pa so bile na meji zlasti čez vikend velike gneče (kar je bila sicer značilnost že v šestdesetih letih).

Oblastem množični nakupi čez mejo niso bili ravno všeč, saj so pomenili velik odliv denarja (čeprav so tudi Italijani veliko kupovali v Jugoslaviji, zlasti cenejši bencin, meso in prehrabene izdelke). Še važnejši je bil seveda ideološki razlog: kako se more dogajati, da ljudje iz "najboljšega sistema na svetu" hodijo kupovat k

⁹ *Slovenija, Italija, Bela knjiga o diplomatskih odnosih, Ministrstvo za zunanje zadeve Republike Slovenije, Ljubljana 1996.*

italijanskim trgovcem? Zato so se občasno pojavljali časopisni komentarji, ki so nakupe v tujini kritizirali in poudarjali, da jugoslovanske kupce kapitalistični trgovci izkoriščajo. Zlasti komunisti in ljudje v javnih službah naj ne bi podlegali tej potrošniški mrzlici, čeprav kakšnih sankcij ni bilo, prav tako kot tudi ne prizadevanj, da bi nakupe čez mejo omejili (razen s carinskimi ukrepi).

Tretji fenomen sedemdesetih je bil razvoj agencijskega turizma. Že od začetka sedemdesetih let so jugoslovanske turistične agencije organizirale dopuste v tujih državah, zlasti v Španiji in Italiji ter Tuniziji, pa tudi turistične in nakupovalne izlete v glavne evropske metropole, pa tudi v ZDA (zlasti New York). Ciljni nakupovalni izleti so bili osredotočeni na zabavno tehniko (za najcenejši center je veljal München) ali obleke in usnjene izdelke (Istanbul).

Osemdeseta leta so bila za Jugoslavijo krizna. Standard je padel na raven iz sredine šestdesetih let. Na trgu ni bilo vrste artiklov ali pa so se dobili le na bone: bencin, olje, sladkor, pralni praški, južno sadje. Zato so bili nakupi v tujini osredotočeni zlasti na živilske artikle, kaj dosti več si Jugoslovani ob naraščajoči inflaciji, ki je sredi osemdesetih let prešla v hiperinflacijo, niso mogli privoščiti. Slovenci so zaradi svoje geografske lege pomanjkanje lahko blažili s tedenskimi nakupi čez mejo (tudi sicer je preskrba v Sloveniji funkcionirala precej bolje kot drugod po Jugoslaviji). Kupna moč se je okrepila leta 1990, ko je jugoslovanski premier Ante Marković zamrznil dinar v razmerju do marke 1:7. Tedaj so slovenske plače za nekaj mesecev postale primerljive z italijanskimi in avstrijskimi, kar se je močno poznalo tudi v zamejskih trgovinah.

Po krizi, ki jo je prinesel razpad Jugoslavije in osamosvojitve, se je nakupovanje normaliziralo. Ponudbe je bilo dovolj v domačih trgovinah, tako da današnje nakupovanje ni več posledica pomanjkanja, pač pa predvsem stvar nižjih cen in (ali) prestiža.

Prehodi meje, nakupovanja v tujini in potovanja so pomembno sooblikovali življenjski slog Slovencev v povojnih desetletjih. Izostri so njihovi čuti za kvaliteto in vplivali na domačo proizvodnjo in trgovino, da se je vsaj poskušala približati zahodnim standardom. Nakupi so posredno tudi pritiskali na politiko, ki je vsaj delo-

ma morala upoštevati potrošniške zahteve in se jim prilagajati. Seveda pa so bili nakupi – še zlasti v petdesetih letih in prvi polovici šestdesetih let – omejeni z nizkim standardom. Sčasoma so se oblikovali v poseben potrošniški ritual, neke vrste nakupovalno mrzlico, ki mu je podlegel velik del Slovencev (in še več Jugoslovancev). Zanj ni bilo značilno le kupovanje stvari, ki so jih ljudje dejansko potrebovali, ampak tudi kupovanje vsega povprek, zato ker so bili ljudje pač v tujini in je bilo treba "izkoristiti priložnost", da se je pot "splachala." Ta filozofija se je imenitno ujela s prepričanjem, da varčevanje in racionalno ravnanje z denarjem nimata smisla, saj je v socializmu država tista, ki je dolžna reševati stanovanjske in druge probleme državljanov ter skrbeti za to, da dobivajo plače (tega prepričanja se sicer ne da v celoti generalizirati, saj so bili zlasti Slovenci v Jugoslaviji tisti, ki so ravnali najbolj varčno in tudi sami kupovali stanovanja ali gradili hiše).

Nakupovalni turizem pa je bil le eden od vplivov, ki je oblikoval povojno socialistično - potrošniško mentaliteto Slovencev. Njegov vpliv je treba upoštevati v širšem kontekstu, skupaj s filmi, glasbo, televizijo, množično motorizacijo, razvojem tujskega turizma v Sloveniji in ekonomsko emigracijo. Posledica vseh teh dejavnikov je bila, da so Slovenci že v "liberalnih" šestdesetih letih v stanovanjski kulturi, načinu oblačenja in preživljanju prostega časa sprejeli zahodne standarde in vzorce vedenja (v drugi polovici sedemdesetih let so premožnejši že lahko imeli mednarodne kreditne kartice). Od socializma so ljudje jemali tisto, kar jim je bilo v korist (brezplačno šolanje, dober zdravstveni standard, polno zaposlenost), ideologijo, ki je polnila govore politikov, časopisne stolpce in televizijska poročila pa so sprejemali kot nujno zlo. Pretirano zares je v zadnjih dveh desetletjih samoupravnega socializma tako ni jemal nihče. Najbrž tudi zato, ker so na shoppingu v zamejskih trgovinah srečevali tako kritiki režima kot partijski funkcionarji.

Zusammenfassung

"Alles wird geschmuggelt, außer Vogelmilch"

Der Einfluß des Einkaufstourismus auf die kulturellen Veränderungen und den Lebensstil in Slowenien nach dem Zweiten Weltkrieg

In seinem Beitrag behandelt der Autor die Auswirkungen des Einkaufstourismus in Italien

und Österreich auf den Lebensstil und die kulturellen Veränderungen in Slowenien. Die Grenzübertritte, der Einkauf im Ausland und Reisen haben den Lebensstil der Slowenen in den Nachkriegsjahrzehnten wesentlich mitgeformt. Sie schärften ihre Qualitätsansprüche und beeinflussten die heimische Produktion und den Handel, die sich den westlichen Standards zumindest anzunähern versuchten. Mittelbar übten die Einkäufe auch Druck auf die Politik aus, die die Forderungen der Konsumenten zumindest teilweise beachten und sich ihnen anpassen mußte. Natürlich aber war der Einkaufstourismus - besonders in den fünfziger Jahren und in der ersten Hälfte der Sechziger - durch den niedrigen Lebensstandard in Slowenien eingeschränkt. Allmählich entwickelte sich ein eigenes Konsumritual, einer Art Einkaufsfieber, dem ein großer Teil der Slowenen (und noch mehr Jugoslawen) unterlag. Charakteristisch war nicht nur der Einkauf von tatsächlich benötigten Waren, sondern der Kauf von allem möglichen, weil man eben im Ausland war und "die Gelegenheit nützen mußte", damit sich der Weg "auszahlte". Diese Philosophie stand im Einklang mit der Überzeugung, daß Sparsamkeit und rationales Geldgebaren keinen Sinn haben, war doch im Sozialismus der Staat derjenige, der verpflichtet war, Wohnungs- und sonstige Probleme der Staatsbürger zu lösen und dafür zu sorgen, daß die Löhne ausgezahlt wurden (allerdings kann

diese Überzeugung nicht generalisiert werden, denn in Jugoslawien waren es gerade die Slowenen, die am sparsamsten haushielten und auch selbst Wohnungen kauften oder Häuser bauten).

Der Einkaufstourismus war aber nur einer der Faktoren, die die sozialistisch-konsumorientierte Mentalität der Slowenen in der Nachkriegszeit formten, zusammen mit anderen Einflüssen wie Film, Fernsehen, Musik, Massenmotorisierung, Entwicklung des Fremdenverkehrs in Slowenien und ökonomische Migration. Als Folge all dieser Einflüsse übernahmen die Slowenen bereits in den "liberalen" sechziger Jahren die westlichen Standards und Verhaltensmuster in der Wohnkultur, der Mode und im Freizeitbereich (in der zweiten Hälfte der siebziger Jahre konnten Wohlhabendere bereits internationale Kreditkarten besitzen). Die Leute nahmen vom Sozialismus, was ihnen nützte (kostenloses Schulwesen, hoher Gesundheitsstandard, Vollbeschäftigung), während sie die Ideologie, die die Politikerreden, Zeitungspalten und Fernsehnachrichten füllte, als notwendiges Übel akzeptierten. Ernst genommen wurde diese Ideologie in den letzten zwei Jahrzehnten des Selbstverwaltungssozialismus ja von niemandem mehr. Wahrscheinlich auch deshalb nicht, weil sich beim "Shopping" in den ausländischen Geschäften Regimekritiker und Parteifunktionäre trafen.