

(K)ein Märchen aus Tausendundeiner Nacht

Der kometenhafte Aufstieg der westdeutschen Wirtschaft in den 1950er Jahren mag im Rückblick und auch manchen Zeitgenossen wie ein Wunder erschienen sein. Doch lässt sich dieses „Wunder“ erklären mit dem Zusammenspiel günstiger Konstellationen, der Innovationsfreudigkeit der Unternehmer und dem Fleiß der Arbeiter.

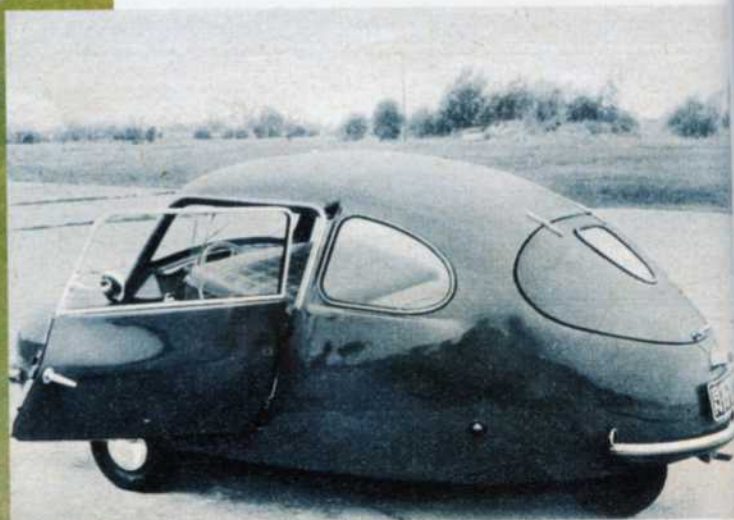
Ostersonntag 1954: In Anspielung auf das Wunder der Auferstehung steht der an diesem Tag vom Westdeutschen Rundfunk (noch als Radio-Sendung) ausgestrahlte und von Werner Höfer moderierte „Internationale Frührschoppen“ mit Journalisten aus mehreren Ländern unter dem Thema „Das deutsche Wirtschaftswunder“. Erstmals wurde ein Begriff diskutiert, der ursprünglich von der ausländischen Presse in Umlauf gebracht, inzwischen auch in der Bundesrepublik Widerhall gefunden

hatte und schon bald Karriere als Etikett des ganzen Jahrzehnts machen sollte. Zwei Jahre zuvor wäre dieses Schlagwort noch nicht einmal denkbar gewesen – nun fragte sich die Journalistenrunde, worin dieses Wunder eigentlich bestand und wann es seinen Anfang genommen habe. Immerhin herrschte Einigkeit darüber, dass es sich ohne die Währungsreform vom 20. Juni 1948 nie hätte ereignen können. Sie hatte erst die Voraussetzungen dafür geschaffen, dass die Kräfte des freien Wett-

bewerbs und damit der „sozialen Marktwirtschaft“ zur raschen Entfaltung kommen konnten – mit dem neuen „guten“ Geld als nunmehr einzig gültigem „Bezugsschein“ für Waren und Dienstleistungen aller Art. Den westdeutschen Verbrauchern erschien die wundersame Verwandlung des öffentlichen Raums wie ein Märchen aus Tausendundeiner Nacht – für jeden nüchtern denkenden Kaufmann bedeutete dieser Montag jedoch nichts anderes als die Rückkehr zum normalen, von Angebot und Nach-



Kultur- und werbegeschichtliches Archiv Freiburg KWAF [3]



Der Strumpfhersteller ARWA startete 1951 eine „Marktanalyse“. 100000 Frauen wollten deutsche „Beinkönigin“ werden und sandten ihre Maße ein. Oben: Stolz 75 Kilometer pro Stunde erreichte dieses Fuldamobil mit seinen 10,5 PS.

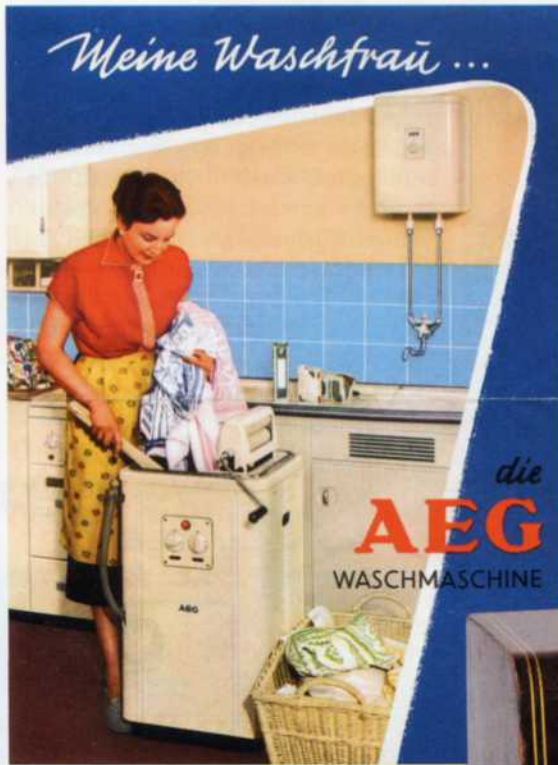
frage bestimmten Marktgeschehen – mit historisch einmaligen Wachstumspotentialen.

Schließlich hatten die deutschen Verbraucher ein ganzes Jahrzehnt lang das zum Überleben Notwendige nur unter Vorlage von Bezugsscheinen ergattern können. Die Verwaltung des Mangels, als Kalorienzuteilung auf Lebensmittelkarten und im endlosen Schlangestehen vor den

planwirtschaftlichen Verwaltungsmaßnahmen oder gar Enteignung konfrontiert sahen und dadurch geradezu aus dem Land getrieben wurden. Volkswirtschaftlich gesehen bedeutete dies für die Bundesrepublik, dass neben den schon immer hier ansässigen Firmen nicht nur eine Reihe von neuen Betrieben, sondern ganze Industriebranchen, die es zuvor so hier gar nicht gegeben hatte, entstanden. So war etwa die deutsche Strumpfindustrie vor dem Zweiten Weltkrieg in Sachsen und der Lausitz konzentriert gewesen. Mit der Währungsreform hatte sich in der Bundesrepublik vom einen auf den anderen Tag auch für ein Produkt wie Strümpfe – insbesondere solche aus den neuen Zauberfasern Nylon bzw. Perlon – ein Markt von fast 20 Millionen Nachfragerinnen eröffnet.

Produktionskapazitäten auch die etwa 1,3 Milliarden Dollar an Finanzmitteln aus dem Marshall-Plan hilfreich. Schwerer wog hingegen, dass es im westlichen Teil Deutschlands wesentlich weniger Demontagen von Produktionsmitteln gab als in der sowjetischen Zone. Zudem zeigte sich, dass bei einer genaueren Inspektion längst nicht so viele Anlagen durch Kriegseinwirkungen unbrauchbar geworden waren wie zunächst befürchtet. Und was zerstört oder demontiert worden war, konnte in kurzer Zeit nicht nur wieder instand gesetzt, sondern durch modernere und bessere Anlagen ersetzt werden. Dadurch stieg die Produktivität der westdeutschen Industrie überdurchschnittlich stark an – und ihre Erzeugnisse wurden bald auch im internationalen Wettbewerb konkurrenzfähig.

Beim Verbraucher schlug sich der ungeheure Nachholbedarf in den bekannten Wellenphänomenen der sogenannten „Fress-“, „Bekleidungs-“, „Einrichtungs-“, „Motorisierungs-“ oder „Reisewelle“ nieder. Vom heutigen Blickwinkel aus betrachtet,



Die in den 50ern zu kaufenden halbautomatischen Waschmaschinen konnten zwar noch nicht selbstständig schleudern, erleichterten aber trotzdem den Alltag der Hausfrauen erheblich.

Ausgabestellen tagtäglich erlitten, hatte ihr Dasein über Jahre hin geprägt. Ludwig Erhard wusste sehr wohl, welch große symbolische Bedeutung allein schon in der Wiederverfügbarkeit solcher Produkte liegen musste, auch wenn diese noch längst nicht für jeden Geldbeutel erreichbar waren: „Als Persil und die anderen Henkelprodukte“ wieder in den Schaufenstern auslagen, hätten die Leute Vertrauen gefasst, „dass nun wieder Frieden eingekehrt“ sei.

Das neue, „gute“ Geld wirkte auf viele Unternehmer wie ein Magnet. Dies galt umso mehr für diejenigen, die sich auf dem Gebiet der DDR mit



1954 kostete den Käufer ein solches Kaiser-Radio, Modell W 1140 mit vier Wellenbereichen und Edelholzgehäuse, im Laden noch um 300 Mark, ein Luxus, den sich zu dieser Zeit längst nicht jeder Bundesbürger leisten konnte.

In fast allen Branchen sollte der geradezu jungfräulich zu nennende Markt die Grundlage für eine außerordentliche Wachstumsdynamik der westdeutschen Wirtschaft mit teilweise zweistelligen jährlichen Zuwachsraten werden. Es war ein Bündel von Faktoren, welche die Unternehmen in die Lage versetzten, diesen Markt schnell und gut zu bedienen. Sicherlich waren zur Wiederherstellung der

wird dabei gern übersehen, wie sehr die Unternehmen auch damals schon gefordert waren, auf Marktveränderungen schnell und entschieden zu reagieren. Wer etwa als Perlonstrumpfproduzent seinen Betrieb nicht rechtzeitig von Flach- auf Rundstrickmaschinen – die zur Herstellung von nahtlosen Strümpfen notwendig waren – umstellte, musste bald Konkurs anmelden.

Ähnlich sah es auf dem Gebiet der Massenmotorisierung aus, die sich als erdrutschartiger Wechsel vom zwei-

auf das vierrädrige Fahrzeug vollzog. Bis 1953 wiesen die Zulassungszahlen bei Motorrädern (wozu auch größere Motorroller zählten) noch einen jährlichen Zuwachs aus. Von 1954 an sanken diese kontinuierlich. Auf den gesamten Fahrzeugbestand bezogen, fiel der Anteil der Motorräder von knapp 50 Prozent im Jahr 1950 auf gerade einmal 4,2 Prozent im Jahr 1960. Umgekehrt stieg der Anteil der Personenwagen am Gesamtbestand im selben Zeitraum von 29 auf 80 Prozent an.

Gleichwohl bedeutete der Umstieg vom zwei- auf vierrädrige Fahrzeug für den Normalverbraucher einen Kraftakt, vor dem er lange zurückscheute, weil er ihn als große psychologische Barriere empfand. Diese Übergangszeit vom Motorrad zum Auto war vom kurzen, heftigen Boom der sogenannten Roller-Mobile gekennzeichnet, die in der Statistik als „PKW unter 500 Kubikzentimeter“ geführt wurden. Auf sie entfielen in den Jahren zwischen 1954 und 1958 über zehn Prozent der PKW-Neuzulassungen (mit dem Spitzenwert 1956, als sie mit 16,5 Prozent etwa ein Sechstel aller Fahrzeuge ausmachten). Doch schon 1960 waren sie mit 5,7 Prozent eine Quantität négligeable geworden. Auch der „kleine Mann“ hatte an der Schwelle des neuen Jahrzehnts die Angst vor der Anschaffung eines „richtigen“ Autos (und damit deutlich höherer monatlicher Fixkosten als beim Zweirad) endgültig abgelegt.

Die Tatsache, dass sich immer größere Bevölkerungskreise nun „etwas leisten“ konnten – von Ludwig Erhard als Durchbruch zur „Mengenkonjunktur“ bezeichnet (mit einhergehendem Preisverfall bei vielen Artikeln wie bei Perlonstrümpfen von zwölf Mark das Paar 1950 auf durchschnittlich nur noch drei Mark 1959) –, dokumentierte die „soziale“ Seite des marktwirtschaftlichen Systems. Parallel zu diesem Übergang



Die Werbung der 50er

Diese vollkommen überarbeitete Version der beliebten DKW Hummel, das Modell DKW Hummel Super (oben), brachte die Auto Union noch 1958 heraus, kurz bevor sie die gesamte Zweiradproduktion einstellte.



Interfoto / TV-yesterday (2)

vom Nachholkonsum zur „Anschaffungskultur“ vollzog sich Mitte der 50er Jahre der Wandel vom Verkäufer- zum Kundenmarkt.

Doch das Wirtschaftswunder war nicht nur ein Produktions- und ein Konsum-, sondern ebenso sehr auch ein Beschäftigungswunder. Allein aus der DDR floh jedes Jahr eine Viertelmillion Menschen in die Bundesrepublik. In den meisten Fällen waren sie jung, gut ausgebildet und suchten dort ihre Aufstiegschancen, die ihnen im anderen Teil Deutschlands verwehrt zu sein schienen. Dazu kamen zehn Millionen Kriegsflüchtlinge, von denen die meisten schon bald Beschäftigung fanden. Vor diesem Hintergrund kommt den ständig fallenden Arbeitslosenzahlen während der 50er Jahre eine noch höhere Bedeutung zu: Die Quote sank von etwa zehn Prozent 1950 auf 0,5 Prozent 1960. An der Schwelle der 60er Jahre war die Vollbeschäftigung erreicht.



Cinetext / Richter

Links: Bedienungsanleitung für den Staubsauger „Robold“ der Firma Vorwerk. Seit 1954 wurden seine Zubehörteile nicht mehr festgeschraubt, sondern direkt ineinandergesteckt. Oben: Den 1951 gedrehten Heimatfilm „Grün ist die Heide“ mit Rudolf Prack, Willy Fritsch und Sonja Ziemann in den Hauptrollen sahen insgesamt 16 Millionen Menschen im Kino.

Den Unternehmen war jede zusätzliche Arbeitskraft willkommen. Wie in keinem anderen europäischen Land ermöglichten sie eine enorme Ausweitung der Produktion nicht nur für den Binnenmarkt, sondern bald auch für den Export. Mitte 1954 überstieg dessen Wert, der sich seit 1949 schon verfünffacht hatte, den Wert aller Einfuhren. Der Produktionsindex, vor der Währungsreform auf 40 Prozent des Niveaus von 1936 abgesunken, hatte sich demgegenüber 1954 wieder verdoppelt. 1955 lief der millionste Käfer vom Band. Auch im Binnenmarkt ging es atemlos weiter aufwärts: Im Sommer 1957 überstieg die Zahl der angemeldeten Fernsehgeräte, die zum Zeitpunkt des Höfer'schen Journalistenstammtischs noch bei wenigen tausend Geräten gelegen hatte, die Millionengrenze.

Die Phase außerordentlichen Wirtschaftswachstums, die das Prädikat „Wunder“ rechtfertigte, konnte freilich erst im Frühsommer 1951 einsetzen, nachdem abzusehen war, dass sich der Korea-Konflikt nicht zu einem dritten Weltkrieg ausweiten

würde. Seit seinem Beginn im Juni 1950 hatte es monatelang so ausgesehen, als wäre die seit der Währungsreform friedensmäßige Ausrichtung der westdeutschen Industrie auf die Konsumgüterproduktion verfrüht gewesen. Vor allem im Winter 1950/51 sorgte der schwelende Korea-Konflikt für eine Verknappung der Rohstoffe mit entsprechend explodierenden Preisen – Gift für eine sich formierende Konsumgüterindustrie. Für den Fall einer längeren militärischen Auseinandersetzung war die Bundesrepublik als Teil des westlichen Lagers nicht dazu ausersehen, Autos oder Küchenmaschinen zu liefern, sondern den einzigen Rohstoff, über den sie ausreichend verfügte: Kohle.

Doch der Korea-Konflikt flaute ab, und so konnte das Wirtschaftswachstum eine Dynamik annehmen, die durch die

richtet. Dadurch stiegen Produktivität und Konkurrenzfähigkeit der westdeutschen Wirtschaft weiter an.

Mitte 1959 äußerte sich Ludwig Erhard in einer seiner bekannten Zeitungskolumnen zur nationalen Bedeutung der Kohle. Trotz seiner Beateuerungen, sie sei ja „kein verlorener Posten“, zeigte die heraufziehende Kohlekrise den Paradigmenwechsel deutlich an: Aus dem zu Zeiten des Korea-Konflikts heißbegehrten Rohstoff war binnen weniger Jahre ein den Staatshaushalt belastender Subventionsfall geworden.

Mit dem Bau der Berliner Mauer im August 1961, die dem kontinuierlichen Zustrom gut ausgebildeter Facharbeiter aus der DDR in die Bundesrepublik ein abruptes Ende setzte, und dem Konkurs der Bremer Borgward-Werke Ende 1961 – markantes Signal einer verschärften Konkurrenzsituation – war die Phase der zweistelligen jährlichen Wachstumsraten der westdeutschen

Wirtschaft unwiederbringlich beendet.

Davon konnte die Journalistenrunde an Ostern 1954 noch nicht einmal etwas ahnen. Als man bei der Suche nach dem Kern des Wunders auf den Faktor Mensch kam, fiel der bezeichnende Satz: „Zweifellos müssen wir uns verbeugen vor der Anständigkeit des deutschen Arbeiters, der in seinen Lohnforderungen sehr zurückhaltend war.“ Selbst ein westdeutscher Unternehmer hätte den Wahrheitsgehalt dieser Aussage kaum bestreiten können; wohl hätte er sich aber gehütet, das jemals so auszudrücken.



Die Gewerkschaften richteten ihr Augenmerk in den 50er Jahren vor allem auf die Verkürzung der Arbeitszeit bzw. die Einführung der Fünf-Tage-Woche (ganz oben). Sehr beliebt waren Campingurlaube (oben an einem Bergsee in den bayerischen Alpen), die den nach wie vor schmalen Geldbeutel nicht über Gebühr belasteten.

Arbeitswilligkeit und Bescheidenheit der Arbeiter in den Betrieben verstärkt wurde. Streiks gab es kaum; zudem war die Politik der Gewerkschaften eher auf die Verkürzung der Arbeitszeit („Samstags gehört Vati mir!“) als auf Lohnerhöhungen ge-

Dr. Dirk Schindelbeck

Literatur

Dirk Schindelbeck/Volker Ilgen, „Haste was, biste was!“ Werbung für die soziale Marktwirtschaft. Darmstadt 1999.
Dirk Schindelbeck, *Marken, Moden und Kampagnen*. Illustrierte deutsche Konsumgeschichte. Darmstadt 2003.