

„Jetzt kommt das Wirtschaftswunder“
Alltagsleben in den 1950er Jahren
von Ina Jeske

Im Vortrag konzentriere ich mich auf den Einfluss des Wirtschaftswunders auf den Alltag der bundesdeutschen Bevölkerung. Vor allem die Amerikanisierung steht dabei im Mittelpunkt. Da ich nicht aus den Wirtschaftswissenschaften, sondern aus dem kulturwissenschaftlichen Bereich komme, werde ich im Folgenden keine ökonomischen Erklärungsmodelle für das Wirtschaftswunder liefern, sondern dessen Auswirkungen auf die Alltagswelt erkunden, die zum Großteil bis in die heutige Zeit hineinwirken. Um den Rahmen nicht zu sprengen, beziehe ich mich dabei auf ausschließlich auf Westdeutschland. Beispielhaft für den US-amerikanischen Einfluss in der BRD habe ich die Aspekte der Nahrung, Kleidung und der Musik gewählt.

Die hier vorgestellten Erkenntnisse beruhen vor allem auf den Studien von Kaspar Maase (1992), Arne Andersen (1997) und Anselm Doering-Manteuffel (1999).

Gliederung

Den Vortrag habe ich folgendermaßen gegliedert:

- Begriffsklärung und zeitliche Eingrenzung des Wirtschaftswunders
- Ursachen und Hintergründe des Aufschwunges
- Differenzierung der „Wellen“ des Wirtschaftsboom
- Die Amerikanisierung des Alltags und der Jugendkultur
 - Musik, Lebensmittel, Kleidung und Treffpunkte der Jugend
- Schlussbetrachtung

Begriffserklärung

Was aber bedeutet der Begriff „Wirtschaftswunder“? Er bezeichnet die Phase des wirtschaftlichen Aufschwungs in Westdeutschland von der Währungsreform am 21. Juni 1948 bis zur Rezession 1966/67 und der sich anschließenden Studenten- und Jugendbewegung. Der Wirtschaftshistoriker Werner Abelshäuser bezeichnete diese Phase deshalb auch als die „Langen Fünfziger Jahre“.

Diese Jahre waren bedeutend für einen Wertewandel und die Veränderung von Mentalitäten. So trat an die Stelle von elementarer Bedürfnisbefriedigung und

Sparsamkeitsidealen der Komparativ – noch größer, noch schneller, noch schöner – und der Superlativ. Das Beste, Modernste und Schönste musste es sein. Mit dem wachsenden gesellschaftlichen Wohlstand nahm auch die Bedeutung der Klassen- und Schichtzugehörigkeit ab. Durch die neu entstandene Freizeit, war die Arbeit nicht mehr alleiniger Sinn des Lebens. Verzicht und Pflichterfüllung wurden durch Hedonismus und Selbstverwirklichung abgelöst. Diese Entwicklungen prägen bis heute Leben und Alltag in der Bundesrepublik.

Allerdings war in der Nachkriegszeit von einer Aufbruchsstimmung innerhalb der Bevölkerung keine Spur. Die vorangegangenen Krisen wie etwa die Hyperinflation 1923, zwei Weltkriege und die Hungersnöte der Nachkriegsjahre, riefen Misstrauen und Pessimismus gegenüber der Währungsreform hervor. Die politischen Spannungen des Kalten Krieges verstärkten diese Haltung. Der Wirtschaftssenator Gustav Wilhelm Harmssen beschrieb 1947 in einem Bericht an die Ministerpräsidenten der US-amerikanischen und britischen Besatzungsmächte die Stimmung:

„Das Wort >es hat ja doch alles keinen Zweck< hört man in Deutschland in der breiten Masse der Bevölkerung mehr als bei denjenigen, die im wirtschaftlichen und politischen Leben täglich unmittelbar gegen die Hemmungen ankämpfen. Der >Mangel an Initiative< und die >Selbstbemitleidung< [...] sind nur die äußeren Erscheinungsformen der durch den sozialen und politischen Zusammenbruch und durch die Spannungen in der weltpolitischen Lage von außen her in Deutschland bewirkten Lähmung und Hoffnungslosigkeit.“

An dieser Stimmung änderte auch das im Juni 1947 von US-Außenminister George C. Marshall verkündete European Recovery Program, auch Marshall-Plan genannt, vorerst nichts. Die Befürchtungen der Bevölkerung waren nicht unbegründet. Beispielweise wurde der Strom noch Jahre nach Kriegsende regelmäßig abgeschaltet. Aufgrund akuten Kohlemangels musste das Bundeswirtschaftsministerium noch im Oktober 1951 massive Stromeinschränkungen verhängen. Nichtsdestotrotz gilt 1951 als das Jahr der Wende hin zum langanhaltenden Wachstum.

Ursachen für den Aufschwung

Für den ab 1950/51 anhaltenden Aufschwung gab es mehrere Faktoren:

1. Ein Faktor war der Ausbruch des Koreakriegs im Juni 1950 und die danach folgende Koreakrise. Sie erhöhte die Nachfrage nach Investitionsgütern, was der deutschen Wirtschaft wiederum einen Exportboom bescherte.
2. Weitere Ursachen für den Aufschwung waren neben den Subventionen in die Investitionsgüterindustrie auch Ludwig Erhards Position gegenüber der Herstellung von Konsumgütern. In seiner Bundestagsrede am 14. März 1951 bezeichnete er die freie Konsumwahl als eines der „wesentlichen demokratischen Grundrechte“ (das Erhardsche Grundrecht). Durch sinkende Arbeitslosigkeit und steigende Löhne fanden Konsumgüter auch steigenden Absatz. So nahm die Industrieproduktion von 1950 bis 63 real um 185 Prozent zu. Dadurch fand ein Strukturwandel der westdeutschen Industrie statt und es entstanden vier Leitsektoren: die chemische Produktion, der Maschinen- und Fahrzeugbau sowie die Elektroindustrie. Der Fahrzeugbestand etwa stieg von 500.000 im Jahr 1950 auf 4 Mio. Autos im Jahr 1960.
Die Massenmotorisierung, der wachsende Haushaltsgerätepark und der ansteigende Einsatz von chemischen Verfahren bei der Herstellung von Alltagsprodukten, veränderten die Lebensweise der Bevölkerung nachhaltig. Durch die enge Verbindung von Konsum und Produktion wurde eine Industriegesellschaft zur Konsumgesellschaft. Bis 1950 entwickelte sich der Lohn- und Lebenshaltungsindex nahezu parallel, danach steigen die Löhne deutlich mehr als die Lebenshaltungskosten. Dies beförderte wiederum die Massenkaufkraft und verstärkte die Entwicklung zur Konsumgesellschaft.
3. Neben der schnell wachsenden Kaufkraft erleichterte die Durchsetzung der Massenproduktion den Übergang zum Konsumismus. 1950 beginnend setzte sich die Fließbandproduktion und -arbeit im betrieblichen Alltag durch. Die Einführung der nahezu vollautomatischen Schokokuss-Produktion bei Dickmann in Iserlohn läutete 1950 die Rationalisierung in der Konsumgüterproduktion ein.

4. Ein weiterer Faktor, der den wirtschaftlichen Aufschwung beeinflusste war das preiswerte Energieangebot. Das günstige Erdöl förderte (ab 1958) die konsumistische Lebensweise, denn preiswertes Öl ließ sich in Zentralheizungen nutzen und billiges Benzin wurde zum Treibstoff der Massenmotorisierung.

5. Sozialpolitische Weichenstellungen der Jahre 56 und 57 trugen maßgeblich dazu bei, dass der Aufschwung für Arbeiter zum persönlichen Gewinn an Lebensqualität wurde. Mit ihrem längsten Streik der Geschichte der BRD hatten die Schleswig-Holsteiner Werftarbeiter die Lohnfortzahlung bei Krankheit erkämpft. Damit hatten sie eine wichtige Angleichung an die Angestellten erreicht. Das Gesetz zur Verbesserung der wirtschaftlichen Sicherung im Krankheitsfalle verbesserte die versicherungsrechtliche Stellung der Arbeiter immens.

In diesem Zusammenhang ist vor allem auch die Rentenreform von 1957 wichtig. Während die Rente bisher nur den Absturz in die finanzielle Not verhindern und ein Existenzminimum sichern sollte, bestand nun die Chance, den erreichten Lebensstandard auch als Rentner beizubehalten. Die Bindung der Beiträge an die Lohn- und Gehaltshöhe sowie die Dynamisierung der Renten machten dies möglich. Durch die Reform stiegen die Renten der Arbeiter um 65, die der Angestellten um 72 Prozent. Angestelltenwitwen erhielten nun fast das Doppelte.

Das Wirtschaftswunder erfasste nach und nach alle Bevölkerungsschichten. Die Parole „Wohlstand für alle“, die der damalige Wirtschaftsminister Ludwig Erhard am Vorabend der Bundestagswahl 1957 auf dem CDU-Parteitag in seiner Rede verkündete, schien sich zu bewahrheiten.

Seit 1959 findet auch die Wirtschaftsordnung der sozialen Marktwirtschaft breite Akzeptanz. Spätestens mit der Übernahme der SPD im Godesberger Programm beginnt die Erfolgsgeschichte dieses Wirtschaftsmodells in der Bundesrepublik.

Konsumwellen

Diese Veränderungen der Lebensgewohnheiten in der BRD verliefen eher schubförmig als gleichmäßig. Deshalb kann man den Verlauf der Konsumententwicklung in Konsumwellen differenzieren:

1. Als erste und im Bewusstsein der Bundesbürger auch die markanteste ist die so genannte Fresswelle in den frühen 50ern.
2. Die zweite Welle betraf den (Be-)Kleidungskonsum von ca. 1949 bis 52
3. Hausrat 1952-57
4. Verkehr 1960-79
5. Reisen 1962-66

Die ersten drei Konsumwellen befriedigten in erster Linie die Grundbedürfnisse. Die Massenmotorisierung und Reisewelle ab den 1960ern jedoch erweiterten den Lebensstandard hin zum Wohlstand. Ende der 50er und Anfang der 60er konnten sich immer mehr Familien etwas leisten, das über die lebensnotwendigen Bedürfnisse hinaus ging.

Die Not der Nachkriegsjahre prägte die Bundesbürger derart, dass zu Beginn der 1950er Jahre die Ernährungssituation im Mittelpunkt stand. Die starke und wohlgenährte Figur (wie hier bei Ludwig Erhard) wurde zum Idealbild und Statussymbol des Erfolgs. „Lass den Dicken ran!“ lautete deshalb der Wahlkampfeslogan der CDU (in den 60ern) für Ludwig Erhard als Kanzlerspitzenkandidat.

Nachdem das Überleben gesichert war, würden weitere Bedürfnisse geweckt. Man kann auch vom „demonstrativen Konsum“ sprechen, da Bekleidung, Wohnungseinrichtung, Autos etc. zur Demonstration des neuen Lebensgefühls dienten.

Zunächst wurde die zerschlissene Kleidung und Wäsche ersetzt. Man wollte endlich wieder anständige Kleidung tragen. Laut einer Umfrage besaß die bundesdeutsche Durchschnittsfamilie im Jahr 1955 einen relativ gut bestückten Kleiderschrank: Männer hatten drei, Frauen fünf „gute“ Kleidungsstücke. Lediglich zwei Prozent

verfügten nicht über eine Sonntagskleidung. Zwei Drittel aller Bundesdeutschen besaßen drei Paar Schuhe.

Für die Damen war der Tag, an dem sie das erste Paar Nylonstrümpfe erstanden, von besonderer Bedeutung. Bereits Ende der 50er waren Nylonstrümpfe selbstverständlich geworden, da Materialien wie Perlon, Dralon oder Nyltest auf den Markt kamen und erheblich preiswerter angeboten wurden. Kostete ein Paar Nylons 1950 noch ca. 8 Mark, so fiel der Preis bis 1964 auf 2,75 DM.

Die dritte Konsumwelle betraf den Hausrat, vor allem Möbel und elektrische Haushaltshilfen. Noch 1950 wohnten 40 Prozent zur Untermiete oder in Mietwohnungen, 1956 waren es nur noch knapp 25 Prozent der Bundesbürger. Hinzu kam, dass die Wohnungen größer wurden und mit dem zusätzlichen Wohnraum, der nun zur Verfügung stand, wuchs der Wunsch, eine neue und gut ausgestattete Einrichtung zu besitzen. Ab 1952 waren immer mehr Bundesbürger bereit, ihr Geld für Möbel auszugeben oder einen entsprechenden Kredit aufzunehmen. Vor allem Wohn- und Schlafzimmernaturen wurden angeschafft.

In unserer heutigen Vorstellung über die 50er Jahre erscheinen häufig Nierentisch, Tütenlampe und Cocktailsessel als zeitgenössische Wohnlandschaften. Allerdings dominierten in der Anfangsphase noch die Vorstellungen von bürgerlicher Repräsentationskultur, wie etwa massige Couchgarnituren, dunkle Bücher- oder Schrankwände und Ölgemälde über dem Sofa. (Bezug auf Folie!)

Mit der dritten Konsumwelle begann für viele Familien auch die Phase der elektrischen Haushaltsgeräte. Bei der Frage „Was meinen Sie, was von diesen Dingen müßten Sie noch besitzen, um sagen zu können: jetzt habe ich einen angemessenen Lebensstandard?“ standen 1955 mit Abstand der elektrische Kühlschrank und der Waschvollautomat an der Spitze der Wunschliste, gefolgt vom Staubsauger. Allerdings hielten die beiden letztgenannten erst Anfang der 60er Jahre Einzug in die meisten Haushalte.

Eine Ausnahme war die Nähmaschine. Sie wurde zum Teil sogar schon vor 1949 angeschafft und war bei der Improvisation mit alten Stoffresten und später beim Nachschneiden der teuren Mode ein wichtiges Hilfsmittel.

Das Auto stand 1955 erst auf Platz 13 der männlichen und Platz 17 der weiblichen Wunschliste. Dies änderte sich allerdings zunehmend mit Beginn der 60er Jahre. Sie

gingen als Jahrzehnt der Massenmotorisierung in die Geschichte der Bundesrepublik ein. Während 1954 noch 4 von 5 Autos geschäftlich angeschafft wurden, hatte sich dieses Verhältnis Ende der 60er umgekehrt. Die zunehmende räumliche Trennung von Wohnen und Arbeiten, die wachsende Bevölkerungsdichte und die Verlagerung der Einkaufsmöglichkeiten machten es immer schwieriger auf einen Privat-PKW zu verzichten. Die Automobilisierungswelle endete 1979. Bis zu diesem Jahr stieg der Anteil des Einkommens, der für ein Auto ausgegeben werden konnte, kontinuierlich. Lediglich in der ersten Krise 1966/67 sanken die Ausgaben für einen Privatwagen kurzfristig.

Die letzte große Konsumwelle betraf das Reisen, sie setzte ca. 1962 ein. In den 50er Jahren hatten nur wenige Familien Geld für Urlaubsreisen. Das Fernweh fand seinen Ausdruck zunächst in Schlagern wie „Die Capri-Fischer“, die diese Sehnsucht beschrieben und so ein Millionenpublikum erreichten. Mitte der 50er wurden Reiseziele in Deutschland bevorzugt, wie etwa Bayern oder der Schwarzwald. Oft wurde der Urlaub auch mit Verwandtschaftsbesuchen verbunden, wodurch man das Geld für die Unterkunft sparen konnte. Allerdings lag der Anteil derjenigen, die sich einen Urlaub leisten konnten noch im Jahr 1962 bei 30 Prozent. Hierbei handelte es sich hauptsächlich um deutsche Reiseziele, die entweder mit der Bahn oder dem Auto bereist wurden. Erst in den 70er Jahren setzte in einer zweiten Reisewelle das große Fernreisen ein.

Amerikanisierung des Alltags

Nun möchte ich genauer auf den Aspekt der Amerikanisierung der bundesdeutschen Alltagskultur eingehen. Die Amerikanisierung in der Bundesrepublik hatte viele Facetten. Ich werde diesen Prozess anhand einiger Beispiele aus den Bereichen Nahrung, Mode und Musik, vor allem innerhalb der Jugendkultur aufzeigen.

Begriff Amerikanisierung

Der Begriff Amerikanisierung kam in den USA Ende des 19. Jahrhunderts auf. Damals bezeichnete er den Versuch, eine homogene Nation unter dem Wertehimmel amerikanischer Ideale zu formen. Im Kontext der 50er in Westdeutschland Jahre kann der Begriff Amerikanisierung nicht nur im Sinne einer Prägung von außen

verwendet werden, sondern auch als kreative Verarbeitung, Umwandlung und Aneignung der US-amerikanischen Lebensweise und Haltungen.

Im Laufe des 20. Jahrhunderts haben die USA international die ökonomische Führungsposition errungen. Infolge dessen genossen die weißen US-Bürger weltweit den höchsten materiellen Wohlstand. Zudem entstanden ein Kulturmarkt und eine Kulturindustrie, die über die Grenzen der Vereinigten Staaten vor allem im Bereich der Populärkultur breite Wirkung hatten. US-Amerikanische Filme und Unterhaltungskünstler präsentierten schon in den 20er Jahren den American Way of Life. Die Sehnsüchte der Massen nach einem besseren Leben orientierten sich auch in Deutschland am US-amerikanischen Wohlstandsmodell. Diese Entwicklungen kamen aber auch durch die ökonomische und politische Machtstellung und durch eine aufwendige Propaganda seitens der USA zu Stande. Seit 1938 wurden die Instrumente der kulturellen Außenpolitik systematisch ausgebaut. Der militärische und politische Einfluss in Deutschland nach dem Zweiten Weltkrieg verstärkten den Prozess der Amerikanisierung.

Polarisierende Amerikabilder

Die starke politische Position der USA als Weltmacht führte aber auch dazu, dass die deutschen Amerikabilder nicht nur positiv waren.

Kaspar Maase stellt zwei polarisierende Amerikabilder innerhalb der deutschen Gesellschaft fest:

- Unter den Bildungsschichten dominierte die Vorstellung mangelnder Kultur und bedrohlicher Vereinheitlichung der materialistisch-kommerziell geprägten US-Gesellschaft
- Innerhalb der niedrigeren Bevölkerungsschichten war eine positive Sichtweise gegenüber der Lebensqualität in den USA verbreitet.

In den 1950er Jahren fand der amerikanische Lebensstil aber vor allem bei der Jugend großen Anklang. Die Begeisterung für Power, Lässigkeit und Erfolg von Idolen wie Elvis Presley, Marlon Brando und James Dean, die Übernahme von Frisuren und Kleidung, das Leben in der Teeager-Kultur unter der Devise „Jung sein macht Spaß“, die Sehnsucht nach Ami-Schlitten und anderem transatlantischen Komfort prägten eine ganze Generation.

Erste Einflüsse gingen von den amerikanischen Militäreinheiten aus. Es kam zu den ersten Begegnungen mit ungewohnten, andersartigen Verhaltensmustern, Kleidungsstilen sowie Freizeit- und Konsumverhalten. Wie sehr die Amerikanisierung der breiten Bevölkerung im Materiellen begann und zuerst im Alltag wirkte, zeigen die Erinnerungen derer, die das Kriegsende als Kinder erlebten. So erzählte ein Zeitzeuge:

„Nach den verbissenen, verzweifelten, ausgezehrten Rückzugsdeutschen hatten wir Kinder angesichts der wohlgenährten, sportlichen und großmütigen Amerikaner (die freundlichsten waren die Schwarzen) ein wahres Griechenerlebnis. Sie verteilten haufenweise Lebensmittel, warfen das, was sie nicht brauchten, aus den Panzern. Ihre Müllkippen wurden zum Mekka für die versprengte hungernde Bevölkerung. Es bedurfte keiner Umerziehung, die Westbindung wurde schnell zur Überlebens-, ja zur Herzenssache.“

Im Bild des freundlichen schwarzen GI war alles enthalten, was Neugierde weckte, aber auch Befremden hervorrief. Deshalb spricht Kaspar Masse, vor allem im Bereich der Populärkultur, auch von einer **Afro**amerikanisierung.

Nach jahrzehntelangen Auseinandersetzungen um den Amerikanismus, zuletzt durch die rassistische Hetze der Nationalsozialisten waren die ehemaligen Kriegsgegner nicht länger abstrakt. Man begegnete nicht dem „Nigger“ aus der Nazi-Propaganda, sondern einem Menschen.

Die lässige Körperhaltung und unverkrampfte Gebärdensprache der GIs standen im Gegensatz zum deutschen Gehorsam. Nun stießen die gegensätzlichen Kulturmuster unmittelbar zusammen. Viele empfanden das als Befreiungsschlag, der zugleich die Barrieren zwischen den sozialen Schichten weiter relativierte. Die Jugend wurde zum Träger dieser Entwicklung, so wuchsen die neuen Verhaltensstile allmählich in die Gesellschaft hinein.

(Ausschnitt aus WDR Dokumentation über die 50er Jahre wird gezeigt)

Dieser Ausschnitt zeigt nicht nur den afroamerikanischen Einfluss, sondern auch die Auswirkungen auf die Jugend über die Grenzen der US-Besatzungszone hinaus, wobei die Erwachsenenwelt dem gesellschaftlichen Wandel noch sehr kritisch gegenüberstand.

Amerikanisierung der Lebensmittel

Der Ausschnitt, in dem die GIs Schokolade verteilen, spielt auch auf die Rolle der Nahrung in Bezug auf die Amerikanisierung an. Direkt nach Kriegsende, machten die Kinder ihre ersten Begegnungen mit Hersheys Schokolade. Die Erwachsenen kamen mit amerikanischen Zigaretten in Berührung. Zwar waren Zigaretten kein originär amerikanisches Produkt, ihnen kam aber als Ersatzwährung große Bedeutung zu. Dementsprechend verlagerte sich der Rauchergeschmack: Statt der Orientzigarette war nun die Lucky Strike gefragt.

Ein weiteres Produkt, dass den American Way of Life symbolisierte war der Kaugummi. Für die GIs gehörten sie zur Kampf- und Feldverpflegung. Jeder Soldat verbrauchte 5-mal so viel, wie ein amerikanischer Zivilist. Als Kind profitierte man in den US-Besatzungszonen von den großzügig verteilten Wrigleys Spaermints. Die kleinen Streifen stillten zwar nicht den Hunger, aber durch das Kauen entstand die Illusion, etwas zu sich zu nehmen. Zwar gab es schon in der Weimarer Republik den so genannten „Kau-Boy“, er blieb jedoch erfolglos. Erst in der Nachkriegszeit wurde der Kaugummi zum beliebten Genussmittel. Für Kinder war er zudem Ersatzwährung.

Die Erfolgsgeschichte des Wrigleys-Spaermint-Kaugummis verweist nicht nur auf die Internationalisierung des Geschmacks, sondern auch auf die künftige Synthetisierung der Lebensmittel. Während der erste Kaugummi noch aus natürlichen Rohstoffen bestand, wurden diese in den 50er Jahren durch synthetische Stoffe wie Polyäthylen ersetzt.

Eine weitere wichtige Rolle in Bezug auf die Amerikanisierung der Lebensmittel spielten die Care-Pakete. Auch sie waren Vorbote der neuen Lebensweise, mit der sich deutsche Hausfrauen erst vertraut machen mussten. Deshalb lieferte die Süddeutsche Zeitung Tipps zur Verarbeitung der ungewohnten Zutaten. So konnte man dort 1946 lesen:

„Der Mais ist schon als fertige Mahlzeit in der Dose, er schmeckt süß und ist wohl für den Großteil der Bevölkerung etwas komisches Neues. Der Blattspinat muss gekocht, ja nach Art und Belieben zubereitet werden. Der köstliche Inhalt der Dosen macht es verständlich, daß die Amerikanerin viele Zutaten für ihre Mahlzeiten aus Dosen nimmt.“

Innerhalb weniger Jahre verzehnfachte sich der monatliche Verbrauch von Gemüsekonserven. Dementsprechend wuchs die Konservenindustrie. 1950 produzierte sie knapp 52 Mio., fünf Jahre später verließen mit 140 Mio. mehr als doppelt so viele Dosen die Fabriken. Die Dosenvariante der Ananas erleichterte dann auch die Zubereitung des beliebten Toast Hawaii.

Wenn man von der Amerikanisierung der Nahrung geht, darf Coca Cola nicht fehlen. Obwohl das Getränk in Deutschland schon seit 1929 auf dem Markt war, wurde es erst nach dem Zweite Weltkrieg zu einer weltweiten Ikone des American Way of Life. Bereits 1947 war Coca Cola nach einer Umfrage zum bekanntesten alkoholfreien Getränk avanciert.

(Werbespot von Coca Cola 1959 wird gezeigt)

Mit diesem Werbeslogan traf das Unternehmen das Lebensgefühl der Deutschen, die für ihren Wiederaufbau hart arbeiten mussten und sich nun eine Pause verdient hatten. Coca Cola veränderte die Trinkgewohnheiten der Bundesbürger nachhaltig. Das industrielle Produkt hatte den regional erzeugten Fruchtsaft verdrängt und die Brausehersteller mussten den nationalen und globalen Marken weichen.

Eine weitere wichtige Entwicklung aus den USA im Bereich der Lebensmittel waren die Supermärkte. Anfangs noch SB-Märkte genannt, stießen sie zu Beginn der Fünfziger noch auf großes Misstrauen beim deutschen Einzelhandel und innerhalb der Bevölkerung. Das kleine Einzelhandelsgeschäft konnte die Menge und Vielfalt neuer, überregionaler Markenartikel nicht mehr bewältigen. Der Einzelhandel hatte Angst um seine Selbständigkeit und wehrte sich anfangs heftig gegen die neue Verkaufsform. Den Händler verband ein fast persönliches Verhältnis zu seinen Kunden. Der Laden im Dorf oder auf der Straße war gleichzeitig Kommunikationstreff und Nachrichtenbörse der einkaufenden Frauen. Als sich in der zweiten Hälfte der 50er Jahre abzeichnete, dass das Wirtschaftswunder andauern würde und der Handel wachsende Umsätze registrierte, setzte sich die Selbstbedienung durch.

Nun möchte ich nochmal auf die vorhin gezeigte Dokumentation und die Amerikanisierung der Jugend zurückkommen. Neben der Musik, gehörte auch die Kleidung zum Lebensgefühl des Rock n Roll. Wie die Vorbilder Marlon Brando, James Dean und Elvis Presley wollte man auch eine Nietenhose mit Collegejacke tragen.

Amerikanisierung der Kleidung

Anfänglich als Symbol des Protestes von den Halbstarken getragen, entwickelte sich die Jeanshose während der 60er immer mehr zur Alltagskleidung. Die deutsche Bevölkerung kam erstmals durch die GIs damit in Kontakt und bereits 1949 wurde die erste deutsche Blue Jeans von der Hermann Kleiderfabrik unter dem Markennamen Mustang hergestellt.

1953 wurde dann die erste Jeans für Frauen hergestellt. Bis in die 60er Jahre hinein, trugen nur jedoch nur die mutigen Mädchen und Frauen eine Nietenhose. Der bunt gemusterte, taillenbetonte Rock über dem Pettycoat entsprach noch eher dem weiblichen Rollenideal 50er und dem Geschmack der Teenager. Die für weibliche Jugendliche angebotene Mode, fand zudem immer mehr bei älteren Frauen Zuspruch. Leichte Parfümierung und helle Farben bei Lippenstiften, gefielen nicht nur den Töchtern, sondern wurden auch von den Müttern getragen.

Amerikanisierung der Jugend

In der Zeitschrift BRAVO wurde diese Mode transportiert. Sie berichtete von den Stars und Sternchen aus der Kino- und Musikbranche. Dabei spielten die Hollywood-Produktionen und deren Schauspieler eine große Rolle. Dadurch trug auch die BRAVO zur Amerikanisierung der Jugendkultur bei.

Anselm Doering-Manteuffel stellt fest, dass der Wandel der Verhaltensstile und somit auch das Kleidungsverhalten zuerst im Milieu der städtischen Arbeiterjugend greifbar wurden. Hier waren es vor allem die rebellischen Halbstarken, die den neuen Lebenswandel durch ihre Kleidung, Frisuren und Mopeds zur Schau stellten. Im Laufe der 50er Jahre weiteten sich die neue Jugendkultur und ihre Ausdruckformen bis ins bürgerliche Lager aus.

Eisdielen und Milchbars wurden zu den Treffpunkten der Heranwachsenden. Der nachmittägliche Milchmix ersetzte für die Jugendlichen das alkoholische Getränk der Nachtbar. In der Milchbar konnte man darüber hinaus auch Erfahrungen mit dem anderen Geschlecht sammeln. Nur wer sich einen Milchshake erlauben konnte, durfte eintreten. Wer 50 Pfennig in die Musikbox stecken konnte, war bei den anderen Besuchern beliebt. Die Musikbox, auch Jukebox genannt, wurde zum wichtigsten und meistbenutzten Requisit in diesen Treffpunkten.

Ein weiterer zentraler Begegnungsort war das Kino. Die Jugendlichen besuchten es durchschnittlich 2mal im Monat. Während sie sich anfangs noch Heimatfilme ansahen, bevorzugten sie schon bald amerikanische Streifen. „Denn sie wissen nicht, was sie tun,“ mit James Dean (1955) inspirierte zahlreiche Jugendliche und wurde zum Ausgangspunkt von Jugendrevolten und Gewaltausbrüchen auf Konzerten (Bill Haley 1957). Die „Teenager“ revoltierten so auch gegen die Verständnislosigkeit der Elterngeneration. In der zweiten Hälfte der 50er erfreuten sich die Westernfilme immer größeren Interesses – vor allem bei den männlichen Jugendlichen

Der Kinobesuch oder das Bestellen eines Milchshakes waren jedoch nur mit dem nötigen Kleingeld möglich. Kinder und Jugendliche wurden in den 50er Jahren der Wirtschaft als neue Zielgruppe entdeckt. Seit der Mitte der 50er war die Jugendarbeitslosigkeit fast vollständig verschwunden, nichterwerbstätige Teenager bekamen immer häufiger Taschengeld. Nur so konnten auch sie sich am Konsum beteiligen und profitierten vom Wirtschaftswunder.

Abschlussbetrachtung

Zusammenfassend lässt sich feststellen, dass das Wirtschaftswunder erst Ende der 50er Auswirkung auf den Großteil der Bevölkerung hatte. Den Luxus eines Urlaubs im Ausland oder eines Privat-PKW's konnten sich die meisten Bundesbürger erst in den 60er Jahren leisten.

In Bezug auf die Amerikanisierung des Alltags und der Jugendkultur, zeigt sich, dass Elemente aus der US-Populärkultur zwar großen Anklang fanden, oft aber auch neu interpretiert und in das deutsche Umfeld integriert wurden. Ein anschauliches Beispiel für diesen Prozess etwa sind die Lieder von Peter Kraus. Sie waren meistens Coverversionen des US-amerikanischen Originals. Während also die Musik unverändert blieb wurden die Lieder mit deutschen Texten neu produziert.

Ziel des Vortrags war es, die Auswirkungen des Wirtschaftswunders und den US-Amerikanischen Einfluss auf den Alltag darzustellen. Ich hoffe, das ist mir gelungen und sie konnten dabei Elemente erkennen, die unseren Alltag bis heute prägen.

Ich bedanke mich sehr herzlich für ihre Aufmerksamkeit!