

Fakulta sociálních věd Univerzity Karlovy v Praze

Institut mezinárodních a teritoriálních studií

Katedra německých a rakouských studií

Katarina Kočíšová

Hospodářský zázrak a konzumní společnost ve Spolkové republice

Německo na příkladu Severního Porýní-Vestfálska

(časopis Brigitte a fenomén VW Brouk)

Diplomová práce

Vedoucí diplomové práce: Prof. PhDr. Jiří Pešek, CSc.

PRAHA 2007

Prohlašuji, že jsem uvedenou práci vypracovala samostatně a na základě uvedených pramenů a literatury.

V Praze, dne 10. ledna 2007

Katarina K.

OBSAH:

1. Úvod.....	1
2. Historický přehled situace po II. světové válce.....	6
2.1. Ekonomická situace.....	6
2.2. Sociální otázky	7
2.2.1. Uprchlíci.....	7
2.2.2. Bytová problematika.....	7
2.3. Počátky ekonomické integrace se západem.....	8
2.3.1. Marshallův plán.....	8
2.3.2. Měnová a důchodová reforma.....	8
2.3.3. Montánní unie, EHS a EUROATOM.....	10
2.4. Politická situace v Západních zónách.....	10
2.4.1. Definice pojmu.....	10
2.4.2. Spory o ekonomickou reformu a vítězná koncepce sociálně-tržního hospodářství.....	11
3. Severní Porýní–Vestfálsko.....	12
3.1. Historický přehled po II. světové válce.....	12
3.2. Hospodářský vývoj po II. světové válce	13
3.3. Konzumní společnost v Severním Porýní–Vestfálsku.....	14
4. Konzumní společnost.....	17
4.1. Spotřební kultura – vymezení problematiky.....	17
4.2. Americký kulturní vliv na německou společnost.....	18
4.3. Vývoj konzumní společnosti 1945 – 1970.....	22
5. Časopis „Brigitte“.....	33
5.1. Obecná charakteristika.....	33
5.2. Kategorie reklam a popis reklam.....	34
5.3. Automobil v „Brigitte“.....	44
5.4. Životní náklady dle „Brigitte“.....	48
6. Cesta k sociální stabilitě v SRN.....	56
6.1. Sociální zajištění rodiny od státu.....	56
6.2. Dostupnost bydlení, pořizovací ceny a spoření.....	59
6.3. Stabilita pracovního místa.....	61
7. Fenomén Volkswagen Brouk (Käfer).....	66
7.1. Specifikace výrobku vzhledem ke konzumu.....	66
7.2. Srovnání dostupnosti výrobku pro rodiny v letech 1945 – 1970.....	72
7.3. Ostatní automobilové značky na německém trhu.....	75
7.4. Automobilismus v SRN.....	79
8. Závěr.....	84
9. Shrnutí – Zusammenfassung.....	86
10. Seznam použité literatury a pramenů.....	89
10.1. Tištěné zdroje.....	89
10.2. Časopis.....	92
10.3. Elektronické zdroje.....	92

1. Úvod

Předložená diplomová práce se zabývá problematikou konzumní společnosti ve Spolkové republice Německo v poválečných letech s důrazem na spolkovou zemi Severní Porýní – Vestfálsko v období let 1945 - 1970. V diplomové práci zkoumám vývoj západoněmecké společnosti se zaměřením na konzum, spotřební kulturu¹ a především na změny v životě Němců, týkající se životní úrovně a standardu např. bydlení, způsobu dopravy a trávení volného času. Práce se zaměřuje na vybavení domácností, na podmínky bydlení a dále na nakládání s volnými finančními prostředky. O sociální podmínky a sociální stabilitu jsem se zajímala z toho důvodu, že sociální podmínky obyvatel bezprostředně ovlivňují konzumování zboží a služeb.

Téma mé diplomové práce souvisí s rozsáhlou tematikou sociálních dějin Spolkové republiky Německo. Sociálním dějinám se věnuje obsáhlá literatura např. Fridricha W. Henninga² o hospodářské a sociální historii, dále jsou k sociálním dějinám zajímavé texty z novin z padesátých a šedesátých let, sebrané kolektivem autorů (Kirsten Petrak, Dietmar Petzina a Werner Plumpe)³. Kniha o sociální historii SRN autorů Wenera Conze a M. Rainera Lepsinse⁴, publikace Wolframa Fischera (ed.) o evropské hospodářské a sociální historii⁵ a například publikace autorů Gerolda Ambrosia a Williama H. Hubbarta, jež je rovněž věnovaná sociální a hospodářské historii Evropy ve 20. století⁶, dále knihy Wolfganga Schiedera a Volкера Sellina⁷, mnoho děl historika Hanse-Ulricha Wehlera⁸ nebo Jürgena Kocky⁹ jsou další zdroje informací zabývající se daným tématem.

¹ Sociologický slovník kolektivu autorů pod vedením Miloslava Petruska definuje pouze heslo „konsumerismus“: tendence ke konzumnímu způsobu života spojená s přeceňováním významu spotřeby hmotných statků, vyúsťující až ve „spotřebu pro spotřebu“. In: PETRUSEK, Miloslav – VODÁKOVÁ, Alena – LINHART, Jiří: *Velký sociologický slovník*. Sv. 1, Karolinum, Praha 1996. 747 s.

² HENNING, Fridrich W.: *Wirtschafts- und Sozialgeschichte. Das industrielle Deutschlandand 1914 – 1992*. Ferdinand Schöning Verlag, 1993, 373 s.

³ PETRAK, Kirsten – PETZINA, Dietmar – PLUMPE, Werner: *Adenauers Welt. Ein Lesebuch zur Alltags- und Sozialgeschichte der frühen Republik*. Klartext Verlag, Essen 2006, 542 s.

⁴ CONZE, Werner – LEPSINS, M. Rainer: *Sozialgeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Beiträge zum Kontinuitätsproblem*. Klett – Gotta, Stuttgart 1983, 467 s.

⁵ FISCHER, Wolfram – VAN HOUTE, Jan. A – KELLENBENZ, Hermann – MIECK, Ilja – VITTINGHOFF, Friedrich: *Handbuch der europäischen Wirtschafts- und Sozialgeschichte. Vom Ersten Weltkrieg bis zur Gegenwart*. Klett Verlag, Stuttgart 1987, 1136 s.

⁶ AMBROSIUS, Gerold – HUBBART, William H.: *Sozial- und Wirtschaftsgeschichte Europas im 20. Jahrhundert*. Verlag C.H.Beck, München 1986, 329 s.

⁷ SCHIEDER, Wolfgang – SELLIN, Volker: *Sozialgeschichte in Deutschland I-IV*. Vandenhoeck u. Ruprecht, Göttingen, 1986-2000.

⁸ WEHLER, Hans-Ulrich: *Erweiterung der Sozialgeschichte*. Vandenhoeck u. Ruprecht, Göttingen 1996.

⁹ KOCKA, Jürgen: *Sozialgeschichte im internationalen Überblick. Ergebnisse und Tendenzen der Forschung*. Darmstadt 1989, 252 s.

Prostřednictvím informací v časopise Brigitte jsem se pokusila o zmapování nabídky konzumního zboží v reklamě v uvedeném časopise, sledovala jsem uveřejněné názory a čtenářkám předkládaný životní standard. Uvedený časopis jsem zvolila díky jeho přítomnosti na německém trhu s tiskovinami po celé sledované období a také vzhledem k povaze časopisu. Jedná se o tiskovinu určenou pro ženy nad dvacet let věku a obsahuje kromě pro diplomovou práci důležitých reklam také reportáže a komentáře, pomocí kterých je možné sledovat ekonomický vývoj běžné západoněmecké rodiny a nabízené životní vzory a ideály obyvatel SRN. Při zpracovávání diplomové práce jsem si kladla mj. otázku, kdy se objevily reklamy na určité výrobky a služby, které mohly kopírovat změny v konzumních návycích spotřebitelů.

V předložené diplomové práci jsem se také zabývala vývojem sociálního zajištění obyvatel v souvislosti s „hospodářským zázrakem“ v Německu a v závislosti na základních ekonomických faktorech, které ovlivňovaly příjem a hospodaření rodiny dělníka. Mým cílem bylo zjistit, jaké faktory se podílely na sociální situaci rodiny a jak se měnil podíl těchto faktorů na celkovém příjmu a spotřebě. Za konkrétní příklad jsem zvolila osobní automobil Volkswagen Käfer (Brouk), který je jedním z transparentních příkladů vývoje konzumní společnosti. Automobil VW Brouk je považován za součásti historie Spolkové republiky Německa již od roku 1937¹⁰ (tehdejší název byl KdF-Wagen¹¹) a je mj. obecně považován za symbol hospodářského vzrůstu a součást německé identity. Jedním z cílů práce bylo proto zjistit, zda tento výrobek byl pro obyčejné Němce tak jako pro zbytek světa znakem jejich úspěšného poválečného vývoje. Tento automobil byl považován za „beztrždní“ model, za spotřební výrobek, který se ve Spolkové republice Německo těšil oblibě všech sociálních skupin. Diplomová práce nastíní, zda je tento názor oprávněný nebo zda se jedná pouze o představy ve vnímání tohoto výrobku. Dále jsem se zabývala změnami ve společnosti díky nástupu masového automobilismu, vývojem automobilového průmyslu v Německu a částečně také ostatními automobilovými značkami, konkurenty značky VW.

¹⁰ Rozsáhlá práce Hanse Mommsena o podniku Volkswagen a pracujících ve VW v době Třetí říše 1933 – 1948 se poválečnou historií bohužel nezabývá: MOMMSEN, Hans – GRIEGER, Manfred: *Das Volkswagenwerk und seine Arbeiter im Dritten Reich 1933 - 1948*. Econ, Düsseldorf 1997, 1055 s.

¹¹ KdF – „Kraft durch Freude“ [Radostí k síle]. Označení pro osobní automobil Volkswagen mezi lety 1937 – 1945.

Ke zpracování práce jsem použila literaturu dostupnou v knihovnách Univerzity v Kolíně nad Rýnem v Německu, v knihovnách Univerzity Karlovy v Praze a publikace nakladatelství Bundeszentrale für politische Bildung [Spolková centrála pro politické vzdělávání]¹². K danému tématu bylo možné získat literaturu autorů, kteří se zabývají konzumem, konzumní společností a dalšími souvisejícími tématy, kteří ovšem toto téma zpracovávají pouze z pohledu dělníka, případně z pohledu jeho čtyřčlenné rodiny. Jednalo se o sociologický průzkum, ale s konkrétními ekonomickými daty (například průběhem inflace nebo číslu zahraničního obchodu, které rovněž ovlivňují v konečném důsledku konkrétní ekonomickou situaci rodiny) autoři většinou nepracují. Autoři se zabývají např. nominálními životními náklady rodiny, případně zmiňují náklady jednotlivých životních položek v procentech. Pracovala jsem mj. s díly autorů: André Andersen¹³, jehož publikace „Der Traum vom guten Leben“ [Sen o dobrém životě] byla pro vypracování předložené práce velmi přínosná. Autor zpracovává podstatné ekonomické faktory a popisuje vývoj konzumní společnosti podle změn v kvalitě života německé domácnosti. Kniha Heinze-Gerharda Haupta¹⁴ o evropském konzumu se zabývá masovým konzumem v Západní Evropě a pozastavuje se nad rolí jednotlivých členů rodiny v otázce konzumu a životních nákladů. Axel Schildt¹⁵ zpracovává vývoj konzumní společnosti z různých úhlů pohledu. Práce se zabývá konzumní společností velmi podrobně a také kvalitně. Jednotlivé kapitoly se zaměřují na různé oblasti života západoněmecké rodiny. Jedná se např. o využití rádia a televize, také lze najít kapitolu o automobilismu nebo analýzu změny pracovních podmínek. Publikace Axela Schildta jsou dle mého názoru nejprínosnějším zdrojem pro informace k vývoji konzumní společnosti v SRN. Kniha Dirka Schindelbecka¹⁶: „Illustrierte Konsumgeschichte der Bundesrepublik Deutschland 1945 – 1990“ [Ilustrovaná historie konzumu Spolkové republiky Německo 1945 – 1990] nabízí stručný přehled vývoje konzumní společnosti ve formě popisu všeobecně známých a v mé práci také uváděných „konzumních vlnách“, do kterých lze vývoj konzumu v Německu rozdělit dle pořadí uspokojovaných potřeb a také na základě změny životních

¹² ADAC, www.bpb.de (24.11.2006)

¹³ ANDERSEN, Andre: *Der Traum vom guten Leben. Alltags- und Konsumgeschichte vom Wirtschaftswunder bis heute*. Campus Verlag, Frankfurt/New York 1997, 271 s.

¹⁴ HAUPT, Heinz-Gerhard: *Konsum und Handel. Europa im 19. und 20. Jahrhundert*. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen 2003, 130 s.

¹⁵ SCHILDT, Axel: *Moderne Zeiten: Freizeit, Massenmedien und „Zeitgeist“ in der Bundesrepublik der 50er Jahre*. Christians, Hamburg 1995, 733 s.

¹⁶ SCHINDELBECK, Dirk: *Illustrierte Konsumgeschichte der Bundesrepublik Deutschland 1945-1990*. Landeszentrale für politische Bildung Thüringen 2001, 87 s.

návky obyvatel. Další autor, Hannes Siegrist¹⁷, sestavil sborník, který se zabývá problematikou historie konzumu v Evropě z dlouhodobějšího hlediska a obsahuje obecnější analýzy a názory na vznik a vývoj konzumní společnosti. Pro ucelenější a také objektivnější pohled na ekonomické údaje a v uvedených publikacích citovaná fakta bylo nutné vycházet také z literatury, která pracuje s mnoha statistickými údaji. Jedná se o zdroje pro zpracování sociálního zajištění obyvatel od autorů jako: Günter Schulz¹⁸, Jens Alber¹⁹ a Hermann Berie²⁰. V jejich dílech jsou statistické údaje pro SRN ze Spolkového statistického úřadu citovány a komentovány, proto bylo nutné uveřejnit potřebné informace ověřit ve statistických ročenkách Spolkové republiky Německo, jež vycházejí pro každý kalendářní rok. Tyto ročenky byly dostupné i v knihovnách UK v Praze, např. Statistické ročenky Spolkové republiky Německo z let 1953²¹ a 1959. Co se týká materiálů k tématu automobil Volkswagen, bylo možné najít dostatek kvalitně zpracované literatury v knihovnách v Kolíně nad Rýnem. Použité publikace se zabývají fenoménem VW zevrubně (Knut Hickenthier²², Griffith Borgeson²³ aj.) a je možné, že právě velmi podrobné zpracování historie a významu (včetně rozboru reklamy apod.) tohoto výrobku pro SRN částečně ovlivnilo vznik fenoménu Volkswagenu Brouk.

Při zpracování tématu bylo obtížné najít potřebné informace ke konzumu právě pro spolkovou zemi Severní Porýní – Vestfálsko. V literatuře se objevují konkrétní údaje o této spolkové zemi hlavně v souvislosti s bezprostředním hospodářským vývojem po druhé světové válce. Běžné informační zdroje neobsahují konkrétní údaje např. o finanční podpoře vlastníků automobilů²⁴ (Kilometerpauschale) v SRN, které byly pro Němce jedním z faktorů při rozhodování o koupi osobního automobilu. Je nutné poukázat na fakt, že jsem v dostupných zdrojích nenašla údaje k trhu s ojetými automobily v 50. až 70.

¹⁷ SIEGRIST, Hannes – KAEBLE, Hartmut – KOCKA, Jürgen: Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert. Campus Verlag GmbH, Frankfurt am Main 1997, 815 s.

¹⁸ SCHULZ, Günter (ed.): *Geschichte der Sozialpolitik in Deutschland seit 1945. Band 3 1949 – 1957. Bundesrepublik Deutschland. Bewältigung der Kriegsfolgen, Rückkehr zur sozialpolitischen Normalität.* Bundesministerium für Arbeit und Soziales und Bundesarchiv, Baden-Baden 2005, 1165 s.

¹⁹ ALBER, Jens: *Der Sozialstaat in der Bundesrepublik 1950-1983.* Campus Verlag, Frankfurt/Main 1989, 391 s.

²⁰ BERIE, Hermann (ed.): *Statistische Übersichten zur Geschichte der Sozialpolitik in Deutschland seit 1945.* Band West, Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung, Bonn 1999.

²¹ *Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland 1955.* Statistisches Bundesamt/Wiesbaden, Verlag W. Kohlhammer, Stuttgart-Köln 1955, 1175 s.

²² HICKENTHIER, K. – LÜTZEN, W. D. – REISS, K: *Das deutsche Auto, Volkswagen-werbung und Volkskultur.* Anabas-Verlag Günter Kämpf KG, Wißmar 1974, 255 s.

²³ BORGESON, Griffith – SHULER, Terry – SLONIGER, Jerry: *Volkswagen KÄFER, Das 20-Millionending aus Wolfsburg.* BLV Verlagsgesellschaft mbH, München 1986, 166 s.

²⁴ pro Němce, kteří používali automobil na dojíždění do práce.

letech, je tedy možné, že tyto údaje nejsou k dispozici. Trh s ojetými automobily v Německu existoval a nízké ceny ojetých aut umožňovaly pořízení osobního auta i nemajetnějším lidem, proto je při posuzování automobilismu v Německu nutné zmínit také tento trh. Problematické je rovněž různé vnímání pojmů jako např. kvalita života apod., protože v 50. a 60. letech minulého století byly tyto pojmy chápány obyvateli Západní Evropy jinak, než jak jim rozumíme dnes. Považuji za pozitivní, že se mi podařilo v časopise Brigitte najít a zpracovat mnoho informací o konzumu a vývoji konzumní společnosti, které byly velkým přínosem pro mou práci.

Poděkování za vedení ve vypracování diplomové práce patří vedoucímu práce Prof. Phdr. Jiřímu Peškovi CSc., dále Phdr. Miroslavu Kunštátovi a také kolegům Bc. Janu Zajícovi a Bc. Ondřeji Kučerovi za potřebné rady a korektury.

2. Historický přehled situace po II. světové válce

2.1. Ekonomická situace

Život v poválečném Německu se vyznačoval materiálním nedostatkem, ruinami místo bytů a zcela zničenými centry velkých měst. Přesto se Německo těsně po válce nezdálo být naprosto ekonomicky vyčerpaným, vzhledem k tomu že hospodářský potenciál byl na dostačující úrovni pro pokračování ve výrobě pro civilní provoz. Do konce roku 1946 ještě zásoby nerostných surovin stačily pro nezbytnou produkci. Ovšem zima na přelomu let 1946 a 1947 tento provizorní stav hospodářství naprosto vyčerpala ve všech oblastech. K potravinové nouzi se přidala krize nedostatku uhlí. Uhlí bylo podstatnou energetickou surovinou a spojenci nad ním drželi dohled. I přes masivní podporu těžby uhlí se nepodařilo energetické krizi zabránit.²⁵ V Postupimi bylo v roce 1946 mj. rozhodnuto, že je potřeba dosáhnout utlumení německého hospodářství, tzv. ekonomická demilitarizace odstraněním těžkého průmyslu a demontáží podniků jako válečné reparační. Demontáže ovšem znemožňovaly obnovení civilní výroby a zvýšení produktivity. Mezi obyvatelstvem se prohlubovala skepse z neřešitelné hospodářské krize. Americká a britská okupační zóna chtěly umožnit Němcům postavit se ekonomicky co nejdříve na vlastní nohy a demontáže tuto situaci komplikovaly. Okupační rada povolila průmyslovou výrobu takto: výroba oceli 39% předválečné produkce, chemický průmysl 40%, produkce lehkých kovů 54%, výrobní stroje 11%. Také byl zveřejněn seznam podniků, určených k demontáži. Pokud by se bývaly demontáže, určené v roce 1946, realizovaly v plné výši, došlo by k rozebrání 1800 podniků. V roce 1947 byl zveřejněn opravený seznam firem, určených k demontáži. V Bizóně, která obsahovala 682 podniků, se 496 z nich nacházelo na území britské a americké okupační zóny. Do francouzské zóny spadalo 236 takovýchto podniků. Rozebírání podniků jako válečných reparací pokračovalo za masových protestů obyvatel a zaměstnanců až do roku 1951. Ovšem odstraněné výrobní stroje byly nahrazeny stroji moderními a efektivnějšími a výrobním zařízením dodaným Američany a Brity, tudíž došlo k modernizaci a zrychlení výroby. Dá se tedy říci, že politika demontáží německému průmyslu prospěla.²⁶

²⁵ *Informationen zur Politischen Bildung Nr. 259 Deutschland 1945-1949*, Bundeszentrale für politische Bildung (BpB), Überarbeitete Neuauflage 2005, s. 16-48.

²⁶ Tamtéž.

2.2. Sociální otázky

2.2.2. Uprchlíci

V německých městech byla vybombardována více než polovina bytů, lidé se museli vypořádat nejen s vlastní nouzí a uspokojením základních potřeb, ale i s přílivem uprchlíků z bývalých německých území z východní a střední Evropy a rovněž ze sovětské okupační zóny. Celkem našlo ve čtyřech okupačních zónách domov 9,6 milionů vyhnanců (Heimatvertriebene). Britská zóna přijala 3,67 milionů lidí, americká 3,25 milionů, sovětská 3,16. Francouzská zóna dlouho nechtěla uprchlíky přijímat, nakonec se však počet obyvatel zvýšil o cca. dva milióny lidí. Co se týče celkových čísel, lze se domnívat, že se po válce nacházelo cca. 16 miliónů lidí na útěku ze svých domovů coby vyhnanci nebo odsunutí a evakuovaní, a ti se usadili na území Spolkové republiky Německo nebo v Německé demokratické republice. Do Západního Německa přišlo nejvíce lidí do zemědělských spolkových zemí tj. do Meklenburgska-Předního Pomořanska, Šlesvicka-Holštýnska, Dolního Saska a Bavorska. V těchto oblastech bylo možné zajistit novým obyvatelům jídlo více než v ostatních, průmyslových částech Německa. V Severním Porýní-Vestfálsku bylo ze 100 obyvatel 13 lidí se statutem „vykořeněných“ (Entwurzelt), vyhnanců, uprchlíků a evakuovaných. Noví obyvatelé Spolkové republiky se nesměli organizovat ve vlastních politických organizacích, bylo ovšem požadováno přijímání takových sociálních zákonů v jejich prospěch, aby byla zajištěna co nejrychlejší a pokud možno bezproblémová integrace do německé společnosti. Až v roce 1949 došlo k založení Strany vyhnanců „Blok vyhnanců a zbavených práv“ („Block der Heimatvertriebenen und Entrechteten“ (BHE))²⁷

2.2.2. Bytová problematika

V padesátých letech byly dvě třetiny nově postavených bytů subvencovány státem v rámci výstavby sociálních bytů, postupně se ale tato podpora snižovala. V šedesátých letech to již byla pouze jedna třetina bytů, v sedmdesátých letech jedna čtvrtina až jedna pětina postavených bytů v rámci výstavby sociálních bytů. Z důvodu rychlé bytové výstavby bylo možné rychle uspokojit poptávku po bytech. V roce 1959 počet soukromých domácností převyšoval počet bytů o téměř 6 milionů, tudíž jedna třetina domácností musela bydlet v podnájmu. Do roku 1967 se zdvojnásobil počet bytových jednotek v Německu a tím se snížil podíl podnájemníků na méně než 10 procent

²⁷ Informationen zur Politischen Bildung Nr. 259. c.d: s. 16 - 48.

obyvatel²⁸. V 50. letech bylo normální, že počet lidí v domácnosti daleko převyšoval počet místností v bytě, tato situace se ovšem rychle měnila a na konci 60.let bylo dosaženo stavu, kdy počet obytných místností odpovídal nejméně počtu obyvatel v domácnosti. V 50. letech neměla většina domácností v bytě vlastní koupelnu, ovšem např. v roce 1978 vlastní více než polovina domácností jak koupelnu, také WC a ústřední topení.²⁹

2.3. Počátky ekonomické integrace se Západem

2.3.1. Marshallův plán

Americký ministr zahraničí George C. Marshall představil v roce 1947 v Americe plán na hospodářskou obnovu válkou zničené Evropy, který se začal realizovat v následujícím roce. Marshallův plán sledoval ekonomické cíle Spojených států a měl vybudovat fungující odbytové trhy pro americké výrobky. Byly poskytovány úvěry pro vybudování ekonomik západoevropských států, aby byly státy schopné fungovat samostatně. Zároveň byly státy, které obdržely prostředky z Marshallova plánu, nuceny navzájem své ekonomické systémy sladit, a tak být na fungování ostatních ekonomik závislé. Tímto se mělo zabránit ekonomické izolaci jakéhokoliv státu a případnému válečnému konfliktu. Díky americkým devizám byly nakupovány nezbytné nerostné suroviny. Účast na Marshallově plánu znamenala pro Západní Německo začátek ekonomické integrace se západoevropským hospodářským systémem. Celkem bylo prostřednictvím Marshallova plánu investováno do Spolkové republiky cca tři miliardy amerických dolarů. Bez této pomoci by zřejmě k německému „hospodářskému zázraku“ vůbec nedošlo nebo by přišel až o mnoho později.³⁰

2.3.2. Měnová a důchodová reforma

Vysoká inflace a obrovské množství peněz v oběhu znemožňovaly rychlé ekonomické oživení německého hospodářství. Spojenci proto plánovali co nejrychlejší provedení úspěšné měnové reformy. Nejdříve měly být do reformy zahrnuty všechny čtyři okupační zóny, ovšem kvůli jiným představám o správě společné měny se sovětská zóna na reformě nepodílela. Na začátku roku 1948 byla založena „Banka německých zemí“ (Bank deutscher Länder) jako centrální banka pro tři západní zóny, která byla podstatnou

²⁸ ALBER: *c.d.*, s. 208 - 210.

²⁹ ALBER: *c.d.*, s. 208 - 210., dále viz kapitola Vývoj spotřebního koše.

³⁰ *Informationen zur Politischen Bildung Nr. 259: c.d.*, s. 47-48.

institucí pro provedení měnové reformy, jejíž podrobnosti se německá veřejnost dozvěděla až 18. července 1948. Zaniknutím říšské marky došlo k vymazání všech dluhů Říše, privátní dluhy a všechny bankovní spořicí vklady byly převedeny, tedy v podstatě znehodnoceny, v poměru deset ku jedné. Jako kvóta na jednoho obyvatele byla stanovena částka 60 německých marek v hotovosti, a to v poměru 1:1. Čtyřicet marek bylo vyměněno okamžitě proti předložení identifikační karty (Kennkarte) a potravinové karty (Lebensmittelkarte) a odevzdání 60 říšských marek. Zbylých 20 marek mělo být vyplaceno během následujících čtyřech týdnů, byly však vypláceny až v srpnu, aby se zabránilo přílišné kupní síle. Drobné mince zůstaly v oběhu, s hodnotou desetiny jejich nominální hodnoty. Po reformě zůstala prakticky jak na účtech, tak v hotovosti hodnota původních peněžních prostředků 100 říšských marek na 6,50 německých marek.³¹ I když byla měnová reforma dlouho utajována, nezabránilo to obchodníkům ve spekulacích a v zadržování zboží na dobu prodeje po reformě za nové německé marky. Výsledkem bylo, že do reformy nebylo možné za říšské marky skoro nic koupit a černý trh jen kvetl. Po provedení reformy byly výkladní skříně plné, ceny stoupaly a černý trh zmizel. Měnová reforma zvýhodnila majitele movitých a nemovitých věcí, ovšem velmi postihla majitele naspořených peněz v bankách a v hotovosti. K částečnému narovnání došlo částečně až v roce 1952, kdy byl přijat Zákon vyrovnání škod (Lastenausgleichsgesetz).³²

Důchodová reforma byla vzhledem ke zvyšujícím se sociálním nákladům státu potřebná. Např. v roce 1955 bylo ještě 20% obyvatel závislých na sociálních dávkách. V té době žilo kolem jednoho milionu Němců pod hranicí chudoby, tj. jejich měsíční příjem nedosahoval ani hranice chudoby DM 130,-. Po debatách zvítězil návrh tzv. „dynamického důchodu“. Princip dynamického důchodu spočívá v příspěvcích z hrubé mzdy pracujících do důchodového systému, a z těchto příspěvků budoucích důchodců jsou financovány nynější starobní důchody. Dle let, kdy pracující přispívali do systému, a dle výše příspěvků byl vypočítáván důchod každého pracujícího. Tato důchodová reforma začala platit v roce 1957. Důchody se tímto zvýšily u dělníků o cca. 65%, u zaměstnanců o cca. 72%. Důchodová reforma byla tedy v SRN velmi úspěšná a populární.³³

³¹ *Informationen zur Politischen Bildung Nr. 259:c.d.*, s. 49-50.

³² Tamtéž.

³³ MÜLLER, Helmut M. : *Schlaglichter der deutschen Geschichte*, Bundeszentrale für politische Bildung (BpB), Zweite Auflage 2003, s. 351-352.

2.3.3. Montánní unie, EHS a EUROATOM

Po válce bylo nutné vyřešit status Porúří, kde se nacházela většina německého průmyslu. Francie měla zájem internacionalizovat tuto oblast, s tím ovšem spojenci nesouhlasili a byl vytvořen kontrolní úřad pro Porúří, které zůstalo německým územím. Na hospodářské kontrole Porúří se podílely státy: Belgie, Francie, Velká Británie, Lucembursko, Nizozemí a USA. V roce 1949 se ke kontrole tohoto německého území chtělo připojit i Německo.

V roce 1950 byl Francií představen projekt spojení německé a francouzské produkce oceli a uhlí, tzv. Schumanův plán. Na základě této myšlenky vzniklo v roce 1952 Evropské společenství uhlí a oceli (Montánní unie), které se považuje za základ evropské hospodářské integrace. Jejími zakládajícími členy byly státy: Belgie, Nizozemí, Lucembursko, Francie, Itálie a Spolková republika Německo. Zároveň zanikl zvláštní status Porúří³⁴. K dalšímu důležitému kroku v oblasti evropské ekonomické integrace došlo v roce 1957, kdy státy Montánní unie podepsaly Římské smlouvy, kterými byly založeny dvě instituce, a to EURATOM, který měl dohlížet na výrobu a použití atomové energie a Evropské hospodářské společenství (EHS), které mělo pomáhat ve společné koordinaci a zefektivnění ekonomik zúčastněných evropských států.³⁵ V roce 1992 se z těchto západoevropských hospodářských institucí stala nynější Evropská Unie, která je kromě hospodářského také politickým uskupením evropských států. Evropská integrace pozitivně ovlivnila ekonomický vývoj v zemích Západní Evropy.

2.4. Politická situace v Západních zónách

2.4.1. Definice pojmu

Na základě rozhodnutí na několika konferencích spojenců bylo Německo i jeho hlavní město Berlín rozděleno do čtyř okupačních zón: britské, americké, francouzské a sovětské. Britové chtěli zabránit rozbití a zchudnutí Německa, jak to požadovali ostatní spojenci, např. Američané. Plán amerického ministra financí Henry Morgenthaua, aby bylo Německo přeměněno v agrární zemi bez průmyslu, tj. totálně ekonomicky závislé na ostatních státech, byl proto zamítnut již na konci roku 1944. Britové chtěli z Německa

³⁴ MÜLLER: *c.d.*, s. 339.

³⁵ MÜLLER: *c.d.*, s. 355.

vytvořit průmyslovou zemi, která by byla ekonomicky kontrolovaná, měl být odstraněn zbrojní průmysl a země měla být demilitarizovaná.

2.4.2. Spory o ekonomickou reformu a vítězná koncepce sociálně-tržního hospodářství

Ludwig Erhard, německý ministr hospodářství, prosazoval koncepci sociálně-tržního ekonomického systému, kdy jsou ve volném kapitalistickém hospodářství umožněny určité zásahy státu, například v sociální oblasti nebo jako regulátora hospodářské soutěže. Tato forma tržní ekonomiky se sociálními komponenty zvítězila nad koncepcí socialistického plánovaného hospodářství, která byla po zkušenosti z hospodářské krize začátku 30. let některými ekonomy schvalována. Stát měl řídit ekonomiku, aby k podobným krachům nemohlo dojít.³⁶ V letech 1946 – 1947 bylo některými zemskými parlamenty zemskou ústavou schválena socialistická ekonomická koncepce, ovšem americká okupační správa s tímto nesouhlasila a požadovala rozhodnutí o ekonomickém směřování jednotlivých spolkových zemí odložit až na dobu, kdy bude jasné hospodářské uspořádání celé Spolkové republiky. Tímto se zabránilo socialistickému směřování byt' jen některých spolkových zemí.³⁷ Co se týče jednotlivých politických stran, CDU a FDP³⁸ schvalovaly socializace některých hospodářských odvětví, ovšem v CDU se prosadil názor především Ludwiga Erharda, tj. již zmíněná koncepce sociálně-tržního hospodářství. Ekonomika je v tomto uspořádání založena na soukromém vlastnictví výrobních prostředků a stát plní funkci dozoru a „korektora“ v případě nežádoucího ekonomického vývoje v nezbytných případech.³⁹

³⁶ *Informationen zur Politischen Bildung Nr. 256: c.d.*, s. 48.

³⁷ ABELSHAUSER, Werner: *Deutsche Wirtschaftsgeschichte seit 1945*. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn 2005, s. 186 – 187.

³⁸ Christlich-Demokratische Union (Křesťanská demokratická strana) a Freie Demokratische Partei (Svobodná demokratická strana).

³⁹ MÜLLER: *c.d.*, s. 318.

3. Severní Porýní-Vestfálsko

3.1. Historický přehled po II. světové válce

Všechny okupační země se už v roce 1944 shodly na nutnosti vytvoření oddělené země Porýní, na mezinárodní kontrole Porúří a Sárska (Ruhr und Saar)⁴⁰. Spolková země Severní Porýní-Vestfálsko, která je nejlidnatější a nejhustěji osídlenou spolkovou zemí Německa, vznikla v roce 1946 z bývalé pruské provincie Vestfálsko, severních částí pruských provincií a země Lippe (Svobodný stát Lippe se musel vzdát samostatnosti na naléhání Britů a rozhodl se přistoupit k Severnímu Porýní-Vestfálsku, přistoupil v roce 1947)⁴¹ pod správou britské okupační zóny. Vznik spolkových zemí v britské zóně (Dolní Sasko, Severní Porýní-Vestfálsko, Šlesvicko-Holštýnsko, Hamburg) probíhal problematicky, protože větší část obsazených území nacházejících se západně od demarkační linie k sovětské zóně patřila formálně německé provincii Prusko až do zániku Pruska 25.2.1947⁴².

Region nynějšího Severního Porýní-Vestfálska byl pro okupační země nejdůležitějším německým regionem z důvodu zbrojařských výrobních kapacit - seznam demontáží v Bizóně z roku 1947 obsahoval 682 podniků, z toho 496 v britské a 166 v americké zóně, na území Severního Porýní-Vestfálska se nacházelo 292 firem, určených k demontáži (Ähre Stahl GmbH, Eichscheidt Theodor Ring, Königswinter, C. Albert GmbH, Wuppertal Barmen, I.G.Metall, I.G.Bergbau Salzgitter aj.).⁴³ Ve francouzské okupační zóně šlo o 236 podniků.⁴⁴ Okupační země chtěly znemožnit znovuvyzbrojení Německa, odstranit výrobní kapacity zbrojního průmyslu. Dle plánu amerického ministra financí H. Morgenthaua z roku 1944 se mělo Německo po 2.s.v. stát agrární zemí, mělo dojít k demontážím, utlumení průmyslu a internacionalizaci tj. mezinárodní správě oblastí Porýní a Porúří.⁴⁵

⁴⁰ FÖRST, W.: *Die Entstehung des Landes Nordrhein-Westfalen*, in: *Nordrhein-Westfalen. Eine politische Landeskunde*, Köln, Landeszentrale für politische Bildung, Verlag W. Kohlhammer, 1984, S. 35-56.

⁴¹ http://de.wikipedia.org/wiki/NRW#Gr.C3.BCndung_des_Landes, 27.05.2006.

⁴² FÖRST: *c.d.*, s. 35-56.

⁴³ HARTWIG, Martin: *Aufbau statt Abbau*. 29.01.2001, <http://www.dradio.de/dlf/sendungen/hintergrundpolitik/124931/> (28.5.2006)

⁴⁴ BENZ, Wolfgang: *Informationen zur Politischen Bildung Nr. 259. Deutschland 1945-1949*, Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn, 2005, Str. 44-52.

⁴⁵ SCHUBERT, K. – KLEIN, M.: *Das Politiklexikon*. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn, 2006, s. 201.

3.2. Hospodářský vývoj po II. světové válce

Porúří je již od 19. století centrem důlního průmyslu, ocelářství a zpracovatelského průmyslu. Již před I. světovou válkou bylo hlavní oblastí těžkého průmyslu Německa a stalo se tak klíčovým regionem německého zbrojařství během obou světových válek. Po II. světové válce následovaly roky znovuvýstavby (1945-1949), pokračovalo období hospodářského růstu, které trvalo přes vznik Německé spolkové republiky, vrcholilo v padesátých letech po provedení měnové reformy v roce 1948. Severní Porýní-Vestfálsko je považováno za hlavní motor poválečné znovuvýstavby Německa, oblastí „hospodářského zázraku“ do roku 1956/57, kdy dochází k utlumení těžby černého uhlí, k omezení výroby v ocelářském průmyslu a restrukturalizaci v textilním a oděvním průmyslu. Konec nepřetržitého hospodářského růstu v primárním sektoru (mezi lety 1957 a 1978 se snížil počet černouhelných dolů ze 173 na 42) měl za následek oživení např. textilního průmyslu, který měl rovněž v této oblasti Německa dlouhou tradici⁴⁶. Hlavními důvody pro utlumení těžebního průmyslu a následný hospodářský vývoj byly příliš vysoké výrobní kapacity podniků, stoupající světová konkurence a také dohody o výrobních kvótách v rámci Evropského Společenství. Snižující se poptávka po černém uhlí byla způsobena nahrazováním černého uhlí v ocelářském průmyslu ropou a levnými dovozy uhlí ze zahraničí⁴⁷. V roce 1957 však činil podíl země Severní Porýní-Vestfálsko na hrubém domácího produktu Německa 31,3 procent, v 80. letech 20. století tvořil již jen 26,7 procenta.⁴⁸ Na místo primárního sektoru se vytvořily po 2. s.v. podmínky pro terciární sektor a další odvětví jako petrochemii, výrobu vozidel (2. polovina 20. století) a elektroprůmysl.⁴⁹

⁴⁶ HESSE, J. J.: *Wirtschaft und Strukturpolitik in Nordrhein-Westfalen*. In: *Nordrhein-Westfalen. Eine politische Landeskunde*. Landeszentrale für politische Bildung, Köln, 1984, S. 210-239.

⁴⁷ GLÄSER, E.: *Nordrhein-Westfalen*, Klett, Stuttgart, 1987, s. 98-108.

⁴⁸ HESSE: *c.d.*, s. 210-239.

⁴⁹ GLÄSER: *c.d.*, s. 98-108.

Pracující dle hospodářského odvětví v Severním Porýní-Vestfálsku v procentech⁵⁰

Rok	Zemědělství	Výrobní sféra (energetika, těžba, zpracovatelský prům., stavebnictví)	Doprava, obchod a ostatní služby
1950	11,7	54,2	34,1
1960	6,4	55,8	37,8
1970	4,3	55,7	40
1975	3,3	51,3	45,4
1980	2,5	48,4	49,1

3.3. Konzumní společnost v Severním Porýní-Vestfálsku

Spolková země Severní Porýní-Vestfálsko byla a je nejdůležitější průmyslovou oblastí Spolkové republiky Německo. Po Druhé světové válce směřovalo především v 50. a 60. letech do této země mnoho pracovníků ze zahraničí (Gastarbeiter), hlavně z Polska. Podíl zahraničních pracovníků překračuje nyní, tj. na začátku 21. století, celoněmecký průměr cizinců 8,5% obyvatelstva a v Porúří a v tamějších městských aglomeracích dosahuje ještě vyšších hodnot. Ve městech jako Kolín, Düsseldorf a Duisburg dosahuje podíl cizinců 15% na celkovém počtu obyvatel.⁵¹

Zaměříme-li se na životní úroveň obyvatel spolkové země Severní Porýní-Vestfálsko, můžeme srovnat např. Index spotřebitelských cen. Údaj, který je dostupný jak pro tuto spolkovou zemi, tak i pro celou Spolkovou republiku Německo. Index spotřebitelských cen reprezentuje cenový vývoj výrobků a služeb soukromé spotřeby. Význam těchto produktů a služeb, jejichž ceny jsou sledovány pro soukromou spotřebu, se mění v čase (přesuny cenových relací mezi výrobky, stále se měnící nabídky zboží, technický pokrok, vliv módy a trendů, změny ve službách). Kromě toho je jejich spotřeba také závislá na změnách v příjmech soukromých domácností. Proto se výpočty spotřebitelského indexu řídí spolkovými jednotnými statistickými spotřebními koši, ve kterých se nacházejí výrobky a služby pro výpočet vývoje cen. Složení spotřebního koše se také časem obměňuje.⁵²

⁵⁰Tamtéž.

⁵¹Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg, http://www.lpb.bwue.de/aktuell/bis/1_2_99/laender12.htm (11.11.2006)

⁵²*Verbraucherpreisindex*. Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein-Westfalen, <https://webshop.lds.nrw.de/webshop/ssearch.php?kategorie=2700&prefix=M129> Verbraucherpreisindex_NRW_2006_PDF, Str. 6, (29.5.2006).

Index spotřebitelských cen (tj. cenový index životních nákladů) v Severním Porýní-Vestfálsku všech soukromých domácností v letech 1962 - 1970

(rok 2000 = 100)⁵³

1962	31,1
1963	32,0
1964	32,8
1965	33,8
1966	35,2
1967	35,8
1968	36,4
1969	37,1
1970	38,4

Z tabulky vyplývá, že cenový index životních nákladů v Severním Porýní-Vestfálsku tvořil v roce 1962 31,1% z cenového indexu životních nákladů z roku 2000, tedy životní náklady v roce 1962 tvořily cca 30% životních nákladů roku 2000 v této spolkové zemi. Na konci sledovaného období, tj. v roce 1970, byl život rodiny již o 8,4% „dražší“ než v roce 1962.

Index spotřebitelských cen (tj. cenový index životních nákladů) v Severním Porýní-Vestfálsku všech soukromých domácností v letech 1962 - 1970

(rok 1995 = 100)⁵⁴

1962	33,5
1963	34,6
1964	35,4
1965	36,6
1966	38,1
1967	38,7
1968	39,2
1969	39,9
1970	41,3

Pokud stejné údaje srovnáme s rokem 1995, lze dojít k závěru, že život pro soukromé domácnosti byl v roce 1970 o cca. o 60% levnější než v roce 1995.

⁵³Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein-Westfalen, <https://webshop.lids.nrw.de/webshop/ssearch.php?kategorie=2700&prefix=M129>, Verbraucherpreisindex_NRW_2006_PDF, Str. 26, (29.5.2006).

⁵⁴ Verbraucherpreisindex, Landeszentrale für politische Bildung Nordrhein-Westfalen, <https://webshop.lids.nrw.de/webshop/ssearch.php?kategorie=2700&prefix=M129>, Verbraucherpreisindex_NRW_2006_PDF, Str. 31, 29.5.2006.

Index spotřebitelských cen (tj. cenový index životních nákladů) v SRN všech soukromých domácností v letech 1962 - 1970

(rok 1995 = 100)⁵⁵

1962	33
1963	34
1964	34,8
1965	35,9
1966	37,1
1967	37,8
1968	38,4
1969	39,1
1970	40,5

Uvedená tabulka ve srovnání s předchozí poskytuje podobné informace, tj. vývoj indexu spotřebitelských cen pro celou Spolkovou republiku Německo byl téměř shodný, jako ve spolkové zemi Severní Porýní-Vestfálsko.

Průměrná hrubá mzda a pracovní doba dělníků (muži i ženy) v Severním Porýní-Vestfálsku (SPV) a v SRN v letech 1950 - 1970 v EUR⁵⁶

Rok	Hodinová mzda (SPV)	Měsíční mzda (SPV)	Měsíční mzda (SRN)	Týdenní pracovní doba (SPV) ⁵⁷
1950	0,71	151	136	49,1
1955	1,0	213	193	48,8
1960	1,45	287	264	45,3
1965	2,30	444	418	44,4
1970	3,28	633	591	44,4

Z uvedeného vyplývá, že průměrná měsíční mzda dělnických profesí byla v SPV vyšší v celém sledovaném období, než v SRN.

⁵⁵ *Verbraucherpreisindex und Index der Einzelhandelpreise. Lange Reihe ab 1948 bis 2005 – Jahresdurchschnitte.* Statistisches Bundesamt, 2006, www.destatis.de (25.11.2006).

⁵⁶ *Verdienste und Arbeitszeiten im Produzierenden Gewerbe und in ausgewählten Dienstleistungsbereichen Nordrhein-Westfalens*, Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf 2005, s. 13 – 15. <http://www.lids.nrw.de> (11.11.2006).

⁵⁷ v hodinách.

4. Konzumní společnost

4.1. Spotřební kultura – vymezení problematiky

Za konzum/spotřebu se považuje využití výrobků a služeb k uspokojení bezprostředních potřeb privátních nebo veřejných domácností.⁵⁸

Úroveň konzumu je dána nabídkou trhu. Politická reprezentace utváří pro konzum jen rámcové podmínky. Co se týká Spolkové republiky Německa, bylo po 2. s.v. vytvořeno prostředí systému tržního hospodářství se sociálními komponenty, které podporovalo konzumování výrobků a služeb většinou obyvatelstva.⁵⁹ Stále více obyvatel bylo schopných nakupovat spotřební zboží, i lidé z nižších sociálních vrstev. Měli k dispozici stále více volných finančních prostředků, jejichž prostřednictvím si mohli pořizovat stále více výrobků a služeb. Na trhu existoval dostatek zboží a služeb, které bylo možné konzumovat.

„Konzumní společnost“ se vyznačuje tím, že se na konzumování výrobků a služeb podílí většina sociálních kategorií společnosti. K tomuto vývoji došlo také ve Spolkové republice. V takové konzumní společnosti jsou vyvinuty komunikační systémy, které sdělují obyvatelstvu informace o zboží a službách a vyvolávají potřebu po nich. Dále se vytváří oblasti objektů jako chuti, módy a stylu. Nemalým znakem konzumní společnosti je také fakt, že se trávení volného času stává společensky důležitější než trávení času v práci a také konzumování výrobků a služeb se stává pro západní Němce podstatnější než produkce jako taková. Vytváří se společenská kategorie „konzument“.⁶⁰ Konzumní

⁵⁸ POLLERT, Achim – KIRCHNER, Bernd – MORATO POLZIN, Javier: *Das Lexikon der Wirtschaft. Grundlegendes Wissen von A bis Z*. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn 2004, s. 28.

⁵⁹ SCHINDELBECK: *c.d.*, s. 1.

⁶⁰ SIEGRIST: *c.d.*, Kap. 1, s. 18 – 27.

„Konsument“: kupující, konečný spotřebitel nebo konečný uživatel výrobků a služeb. V ekonomickém smyslu jsou konzumenty jednotlivé osoby, domácnosti nebo větší skupiny osob. Zdroj: POLLERT, Achim – KIRCHNER, Bernd – MORATO POLZIN, Javier: *Das Lexikon der Wirtschaft. Grundlegendes Wissen von A bis Z*. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn 2004.

Konsument. Bundeszentrale für politische Bildung,
http://www.bpb.de/wissen/H75VXG,html?wis_search_action=search&wis_search_alltext=Konsument&wis_pocketpolitik=4&wis_pocketeuropa=64&wis_schubertklein=1&wis_andersenwoyke=2&wis_wirtschaft=8&wis_islam=16&wis_fischer=32&wis_search_type_buchstaben=4 (11.11.2006).

„Normalverbraucher“: hovorové označení pro průměrného občana, který v ekonomickém smyslu dosahuje průměrného příjmu, má průměrný vkus, vede nenápadný způsob života a spotřebovává běžné zboží a služby. Zdroj: Tamtéž. *Normalverbraucher*, Bundeszentrale für politische Bildung,
http://www.bpb.de/wissen/H75VXG,html?wis_search_action=search&wis_search_alltext=Normalverbraucher&wis_pocketpolitik=4&wis_pocketeuropa=64&wis_schubertklein=1&wis_andersenwoyke=2&wis_wirtschaft=8&wis_islam=16&wis_fischer=32&wis_search_type_buchstaben=4 (11.11.2006).

společnost lze také definovat jako společnost, ve které většina lidí žije v blahobytu, kde lidé nemají problémy se zajištěním statků a služeb nutných k životu, existuje obecná dostupnost dříve exkluzivního zboží. Díky konzumu se mohou lidé lépe realizovat a odlišovat od ostatních (definice dle Norberta Bolze).⁶¹

Je zřejmé, že v západní Evropě bylo v 50. a 60. letech nakupování, spotřeba a požitky z nabytých výrobků a služeb jakési „zadostiučinění“ za léta nacizmu a války. Lidé se seberealizovali v nakupování a spotřebě zboží a služeb, distancovali se od svých válečných zážitků a nepříjemné minulosti. Nyní svobodný konzum poskytoval možnost zapomenout a upnout se např. právě na pořizování nových věcí, které symbolizovaly nový začátek a vlastní schopnost „někam to dotáhnout“. Konzum dal lidem možnost zmírnit hrozná zážitky na ztrátu, hlad, ponížení a nouzi.⁶²

Přechod od normální spotřeby výrobků a služeb, tj. na pouze to, co člověk nezbytně potřebuje, ke „konzumismu“ (přílišnému, nadbytečnému konzumu)⁶³ přišel až se zavedením ve 30. letech a rozšířením pásové výroby v 50. letech ve Spolkové republice Německo, druhým důležitým krokem ke konzumismu byla nabídka levné energie pro výrobní činnost. I když zřídka přesáhly energetické náklady 10% celkových nákladů, pomohla levná energie (zlevnění ropy od roku 1958, což byl tlak SPD) konzumistickému způsobu života. (Např. ústřední topení, levný benzín, levný dopravní benzín pro leteckou dopravu a s tím spojené rozšíření letecké dopravy). Pro chemický průmysl znamenala levná energie cenově výhodný materiál pro výrobu spotřebního zboží (zpracování plastu mezi lety 1950 a 1960 představoval nárůst o 834 procent, tj. nejvyšší nárůst ze všech průmyslových odvětví)⁶⁴

4.2. Americký kulturní vliv na německou konzumní společnost („Amerikanizace“)

„Amerikanizace“ doprovázela změnu německé společnosti od poválečné skepse v normální život v míru. Spoluvytvářela společnost se všemi možnostmi konzumu, trávením volného času, využíváním hromadných sdělovacích prostředků ad. Populárně-kulturní importy ze Spojených států Amerických byly znatelné v celkové modernizaci

⁶¹ *Konsumgesellschaft*, Wikipedia, <http://de.wikipedia.org/wiki/Konsumgesellschaft> (21.12.2006).

BOLZ, Norbert: *Das konsumistische Manifest*. Fink, München 2002, 156 s.

⁶² SIEGRIST: *c.d.*, Kap. 1, s. 18 – 27.

⁶³ *Konsumismus*, Wikipedia, <http://de.wikipedia.org/wiki/Konsumismus> (30. 5. 2006).

⁶⁴ ANDERSEN: *c.d.*, s. 16.

západoněmeckého života a takto se i uchovaly v paměti jako součást západoněmecké poválečné historie. K tomu patří mj. nezbytné symboly svobodné americké společnosti, jako spotřební zboží, např. džíny nebo Coca-cola.⁶⁵ Na jednu stranu byla tehdejší německou společností Amerika, tj. USA, negativně vnímána jako místo, kde se dá všechno koupit, kde je pokrok kompenzován ztrátou kulturních hodnot. Ovšem na druhou stranu byly USA vnímány jako svět, kde neplatí tradiční třídní rozdělení společnosti, kde se může člověk rozvíjet svobodněji. „Amerikanizmem“ nebo „Amerikanizací“ je myšlen tedy i tento styl života. Ovšem americký kulturní vliv na německou společnost je těžko prokazatelný, vzhledem k tomu že se nedá změřit, nakolik ovlivnil smíšený vztah amerického importu, amerického vlivu, napodobování nebo paralelní vývoj západoněmeckou poválečnou společnost.⁶⁶

Vedle americké literatury, která zprostředkovávala západním Němcům americký styl života, cíle a sny, ovlivňoval život v Německu také příliv amerických turistů, jejichž počet rok od roku stoupal. Nejednalo se pouze o obchodní, ale i o soukromé cesty. Američtí turisté přinášeli peníze a obyvatelstvo si proto amerických turistů vážilo. Další pozitivní úroveň „amerikanizace“ tvořil americký kapitál investovaný do německého hospodářství. Od roku 1950 do 1960 se zvýšily americké investice v SRN pětkrát, a to z cca. 200 milionů na cca. jednu miliardu DM.⁶⁷ Americký kapitál tímto tvořil cca. jednu třetinu celkových zahraničních investic do západoněmeckého hospodářství a tento podíl se každoročně zvyšoval. Mezi lety 1958 a 1960 narostl počet amerických firem, které se usazovaly především v oblasti Porýní a Mohanu (Rhein-Main-Gebiet), z 370 firem s 404 pobočkami na 555 společností s 606 pobočkami, tj. nárůst o 50% během dvou let. Americké importy měly podobný vývoj, kdy vzrostly z cca. 1,7 miliard DM v roce 1950 na 6 miliard DM v roce 1960. Celkový podíl amerických importů na bilanci zahraničního obchodu tvořil v roce 1960 14%, což ale bylo o 1,25% méně, než v roce 1950.⁶⁸

Americký životní styl přitahoval především mládež nejen svou masovou kulturou, ale také tím, že se Američané stávali v západoněmecké společnosti oblíbenými a akceptovanými. V očích západních Němců se změnili se z „vojáků“ v „Američany“. Vliv

⁶⁵ SCHILDT: *c.d.*, s. 398.

⁶⁶ Tamtéž.

⁶⁷ SCHILDT: *c.d.*, s. 417.

⁶⁸ Tamtéž.

USA na německou společnost byl obyvatelstvem v SRN posuzován vesměs jako pozitivní.⁶⁹

Spojené státy byly ještě dříve, než začaly být významnou mezinárodní velmocí (od počátku 20. století), velmi schopné definovat konzumní návyky v Evropě. Nedělo se to pouze přes mezistátní kanály na vládní úrovni, ale především přes zprostředkování amerického způsobu života jiným, neamerickým občanským společnostem v rámci uzavírání obchodů na volném trhu a neformálního institucionálního spojení (masmédia, kino). Později to byl už přímý vývoz celých palet konzumních produktů a americké zahraniční investice. Takovýto vývoj se rozšiřoval cca od roku 1920.⁷⁰

Spojené státy Americké už v roce 1943 uvažovaly o Německu také jako o odbytovém trhu masového konzumu a nejen o vojenských nebo politických aspektech poválečného státu. Bývalý německý novinář, emigrant v USA, Eric Woldemar Stoetzner, navrhl poválečné hospodářské uspořádání Německa. Dle jeho návrhu měli odborníci na reklamu využít šanci ovlivnit konzumenty v Německu, a to nejen zprostředkováním produktů, ale i myšlenkami svobodného konzumu, které povedou k „lepšímu životu“.⁷¹ Tyto návrhy uskutečnění „konzumní demokracie“ v poválečném Německu byly v USA přijaty pozitivně. Zřejmě tento koncept ovlivnil americkou veřejnost a politickou reprezentaci natolik, že další návrhy, např. Morgentauův plán (totální přeměnění Německa v neindustriální zemi, závislou hospodářsky na ostatních státech) byly odmítnuty. Německý trh byl nejdříve po válce marketingově formován představami tržního prostředí Spojených států Amerických. Do středu ekonomického uvažování se dostal trh a přes něj nabízející se odbytové možnosti. Marketingový mix (produktová, cenová, distribuční a komunikační politika trhu) utvářel trh, přičemž se pouze produktová politika týkala výrobku jako takového. Ostatní části marketingového mixu se týkaly především konkurenční části tržní situace.⁷²

Základem poválečného hospodářského uspořádání Západního Německa se stal bezesporu Marshallův plán, jehož prostřednictvím se financovala obnova zničené Evropy

⁶⁹ SCHILDT: *c.d.*, s. 422.

⁷⁰ DE GARZIA, Victoria: *Amerikanisierung und wechselnde Leitbilder der Konsum-Moderne in Europa*. In: *Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert)*. Sestavil Hannes Siegrist. Campus Verlag GmbH, Frankfurt am Main 1997, Str. 113.

⁷¹ SCHINDELBECK: *c.d.*, s. 4-5.

⁷² SCHINDELBECK: *c.d.*, s. 4.

z amerických peněz. Čerpání finančních prostředků bylo podmíněno nekomunistickým vedením státu, čímž se zásadně ovlivnilo další politické směřování zemí Západní Evropy. Američané neváhali obětovat vysoké investice a riskovat ztráty, aby si zajistili dlouhodobé odbytové trhy pro své výrobky. Díky americkým devizám bylo možné dovážet do Spolkové republiky suroviny, mohla se tedy nastartovat průmyslová výroba. Marshallův plán způsobil integraci Západního Německa do západního systému tržního hospodářství. Prostředky americké pomoci čerpali Západní Němci od roku 1948 do roku 1953.⁷³

Američané chtěli přesvědčit západoněmecké obyvatelstvo o správnosti konceptu „sociálně-tržního hospodářství“. Kolínský profesor ekonomie Alfred Müller-Armack přizpůsobil myšlenku „fordismu“ (každý pracovník u pásu si může dovolit ze své mzdy koupit výrobek, který vyrábí) na německé poměry a Ludwigem Erhardem propagovaná myšlenka sociálně tržního hospodářství se měla stát ekonomickým heslem celé generace.⁷⁴ Erhard byl zastáncem hospodářského zřízení, kdy je stát nejdůležitějším prvkem, i když s určitými omezeními. Nejdůležitější roli hospodářství viděl v tom, že lidem poskytne materiální bázi k dosažení a splnění jejich cílů.⁷⁵ Vládní strana CDU převzala sociálně tržní hospodářství do svého programu až v roce 1949, v tzv. Düsseldorfských směrnicích (Düsseldorfer Leitsätze).⁷⁶ Ludwig Erhard ve své knize „Wohlstand für Alle“⁷⁷ uvádí, že předpokladem pro optimálně vytižené hospodářství, které se má rozvíjet, je dynamické a v zásadě radostně konzumující obyvatelstvo. Erhard uvádí, že smyslem každého hospodářství je, aby pomáhalo obyvatelstvu osvobodit se od materiální nouze a tísně. Proto si myslí, že čím více se daří zvětšovat blahobyt (Wohlstand), tím méně budou lidé propadat pouze materiálnímu způsobu života. Erhard je přesvědčen, a to uvádí na nejednom místě uvedené zásadní publikace poválečného německého hospodářství, že osvobození lidí od problémů s jejich materiálním zabezpečením činí jejich život lepším, lidé se stávají nezávislejšími na hmotných statcích, tento stav vede ke zvyšování sebevědomí a rozvoji jejich osobnosti a k nezávislosti občanů na státu a jeho sociálních službách.⁷⁸

⁷³ *Informationen zur Politischen Bildung* Nr. 259: c.d., s. 47-48.

⁷⁴ SCHINDELBECK: c.d., s. 6.

⁷⁵ ABELSHAUSER: c.d., s. 98.

⁷⁶ ABELSHAUSER: c.d., s. 188.

⁷⁷ ERHARD, Ludwig: *Wohlstand für Alle*. Aktualisierte Neuauflage 1990, ECON Taschenbuch Verlag GmbH, Düsseldorf 1990, s. 222.

⁷⁸ ERHARD: c.d. s. 223.

4.3. Vývoj konzumní společnosti 1946 – 1970

Válka a následná chudoba způsobily často ztrátu vybavení domácnosti a základních předmětů domácího zařízení, takže poptávka po zboží běžné spotřeby byla obrovská. Ze začátku se jednalo hlavně o nábytek, spotřebiče do domácnosti a oblečení.

Mnoha domácnostem se po skončení války ještě dlouho nevedlo ekonomicky dobře, přitom ale mzdy a platy ve Spolkové republice stoupaly. Čistý příjem například čtyřčlenné dělnické domácnosti se mezi lety 1950 a 1960 zdvojnásobil z 335 na 670 DM měsíčně⁷⁹. Největší položku výdajů tvořily po celé desetiletí potraviny, ovšem s klesajícím podílem (v roce 1950 46,4 procenta, v roce 1960 36 procent), které činily v roce 1950 měsíčně 132,54 DM. V roce 1963 narostly tyto výdaje na 192,75 DM (výdaje uvedené v cenách roku 1950), jež odpovídaly 34,6 procentům ještě stále největší části nákladů z rodinného rozpočtu. Výdaje za požitaviny, tedy např. za zrnkovou kávu, čaj, víno, pivo, tvrdý alkohol a tabák, stoupaly naproti tomu během padesátých let absolutně a i relativně stále více. V roce 1950 dosáhly výdaje na požitaviny podíl 5,8 procent životních nákladů, v roce 1960 činily již 9,5 procenta. Přitom se zvyšovaly výdaje na alkoholické nápoje, v roce 1954 se vydalo na alkoholické nápoje nejvíce peněz z položky požitavin,⁸⁰ za nápoje a tabákové výrobky se vydávalo v roce 1960 relativně více než v roce 1950.

Druhou nejvyšší nákladovou položkou rodinného rozpočtu tvořily výdaje za oblečení. V absolutních číslech se zdvojnásobily do roku 1960 na skoro 82 DM měsíčně. Velký nárůst nákladů byl zaznamenán v letech 1951 až 1953 a 1955/56, kdy výdaje na oblečení stoupaly více než v jiných letech. Na začátku padesátých let lidé vyměňovali staré a improvizované oblečení (např. kabáty z vojenských uniforem) konečně za nové. V polovině padesátých let si hlavně ženy pořizovaly nové kabáty a jiné části oblečení, protože si tehdy už mohly dovolit koupit více než nutné minimum.⁸¹

Dělnické domácnosti vydávaly své finanční prostředky za čištění věcí v domácnosti a péči o tělo, kde platily přes třetinu těchto nákladů za čištění oblečení a

⁷⁹ *Informationen zur Politischen Bildung Nr. 256: c.d.*, s. 8.

⁸⁰ WILDT, Michael: *Die Kunst der Wahl. Zur Entwicklung des Konsums in Westdeutschland in den 1950er Jahren* In: *Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert)*. Sestavil Hannes Siegrist. Campus Verlag GmbH, Frankfurt am Main 1997, s. 309-320.

⁸¹ Tamtéž.

úklid bytu. Prádlo se pralo ve veřejných prádelnách. Teprve tehdy začaly být pračky dostupným zbožím, i když jen pro některé rodiny. Jako druhá největší položka v této skupině nákladů byly náklady za tělovou péči, tj. jak služby péče o tělo tak i zboží jako krémy, mýdla, šampony, holící vody, ústní vody atd., přitom je zřejmý nárůst v letech 1959/1960.⁸²

Další nákladovou položkou byly výdaje na bydlení, které stoupaly sice absolutně, ale jejich relativní hodnota se držela mezi lety 1950 a 1960 téměř konstantně na 9 až 10 procentech životních nákladů, což bylo výsledkem zákonných regulací nájemních cen a státní bytové politiky.

Stejně stabilní zůstaly v letech 1950 – 1960 náklady na elektřinu, ale na konci padesátých let začaly celkové výdaje za potraviny, bydlení, topení a světlo růst⁸³. Vzhledem ke zvyšujícímu se počtu elektrických sporáků a ostatních elektrických přístrojů stoupaly nepřetržitě náklady na elektřinu domácností. V roce 1960 činily náklady na elektrickou energii více než třetinu veškerých energetických nákladů.

Zaměříme-li se na vybavení domácnosti, vydávaly na ně dělnické rodiny nadprůměrně mnoho peněz, vzhledem k ostatním neméně důležitým položkám životních nákladů. V roce 1960 činily náklady na zařízení více než třikrát tolik, než na začátku desetiletí a měly tímto vyšší přírůstek, než celkový příjem rodiny. Mezi lety 1950 a 1954 se jednalo především o pořízení nábytku a předmětů zařízení domácnosti. Vedle výdajů na přístroje do domácnosti, kuchyňských a zahradních přístrojů, záclon a kobereců se objevila v rodinném rozpočtu ještě jedna položka, jejíž význam se stále zvyšoval: elektrické spotřebiče pro domácnost. Výdaje na ně se do roku 1955 ztrojnásobily, v roce 1960 byly v rámci oblasti „vybavení domácnosti“ na druhém místě, ačkoliv výdaje na nábytek kvůli jeho vyšším pořizovacím nákladům činily největší část.⁸⁴

Vybavení domácností v roce 1955 zbožím dlouhodobé spotřeby (dle Institutu pro demoskopii v Allensbachu, a Spolkového statistického úřadu), bylo následující: 80% domácností vlastnilo žehličku a rádio, 39% domácností používalo vysavač, v roce 1953 to bylo jen 26%, v letech 1962/63 vlastnilo již 65% domácností tento výrobek. Pračku

⁸² Tamtéž.

⁸³ *Informationen zur Politischen Bildung Nr. 256: c.d.*, s. 8.

⁸⁴ WILDT: *c.d.*, s. 309-320.

využívalo v roce 1953 10% domácností, 10% vlastnilo motorku, 7% automobil, 1% televizor a 9% ledničku. Vybavenost domácností ledničkami se mezi lety 1958 až 1961 zvýšila z 19% na 39% a v letech 62/63 tento výrobek používalo již 52% domácností.⁸⁵ Co se tedy týká spotřebního výrobku lednice, na začátku padesátých let se ještě vůbec nezdálo reálné, že se jednou stane výrobkem masové spotřeby. Vybavení západoněmeckých kuchyní např. kuchyňskými roboty se na začátku 60. let u čtyřčlenné rodiny pohybovala mezi 13,3 a 16,3%, ovšem např. elektrický kávovar používalo pouhých 3% domácností.⁸⁶

Další podstatnou položkou ve výdajích domácností byl podíl spoření, který v padesátých letech prudce narostl. Kvóta spoření (podíl naspořené na sumu volných peněz), která se během desetiletí skoro ztrojnásobila, tvořila v roce 1960 8,7 %. Stavební spoření se zvýšilo dokonce dvanáctkrát. Domácnosti se úmyslně vzdávaly mnohého, co by si jinak mohly dovolit při stoupajících mzdách. Nejednalo se ovšem o omezování investic rodin do konzumu jako takového, ale o koncentraci volných finančních prostředků na nejdůležitější přání jako získání bytu nebo vlastního domu a pořízení konzumních výrobků z dlouhou životností⁸⁷.

Už začátkem padesátých let měli obyvatelé Spolkové republiky možnost kupovat zboží na splátky, tato forma pořízení ovšem nebyla mezi Němci oblíbenou formou nákupu. Stále převládal názor, že pokud si na něco člověk nevydělá a neuspoří, nemůže si ani nic koupit. Forma splátkového prodeje se prosazovala velmi pomalu také proto, že bylo nutné zaplatit ve splátkách maloobchodní cenu, která byla až o cca. 10-20% vyšší, než cena velkoobchodní. Z toho vyplývá, že si mnoho lidí přes známosti shánělo např. domácí spotřebiče za velkoobchodní ceny, které byly ale splatné ihned při odběru ze skladu výrobce.

Dělnické rodiny začaly investovat některé finanční prostředky také do trávení volného času koncem padesátých a začátkem šedesátých let (0,6% celých životních nákladů v roce 1950, do roku 1958 již 1,5%, od roku 1961 do roku 1962 stouply tyto

⁸⁵ Tamtéž, s. 283.

⁸⁶ Tamtéž.

⁸⁷ *Informationen zur Politischen Bildung Nr. 256: c.d., s. 8.*

náklady o 43% tj. tvořily již 2% celkových životních nákladů).⁸⁸ Rodiny si zatím nemohly dovolit jet na dovolenou do zahraničí, ale trávily dovolenou v kempu nebo v levném penzionu na území SRN. Značný rozdíl vzhledem k prvním poválečným letem byl hlavně v tom, že si rodiny na začátku 60. let vůbec mohly dovolit odjet někam na dovolenou.

Dále bylo nutno počítat v celkových výdajích rodin s výdaji na dopravu, které v roce 1956 tvořily téměř 2% životních nákladů a do roku 1959 se dále zvyšovaly. Logický skok v nárůstu podílu těchto nákladů na veškeré rodinné náklady přišel v letech 1959/60: náklady na dopravu se skoro o polovinu zvýšily oproti předchozímu roku. Rozhodující pro tento nárůst byl nákup privátních dopravních prostředků, tedy motorek, mopedů a především aut. Proporce mezi veřejnou a soukromou dopravou činila v roce 1952 ještě 74:26, již v roce 1958 se otočila ve prospěch privátních dopravních prostředků.⁸⁹

Začátek „blahobytu“⁹⁰ je tedy u dělnických rodin možné pozorovat kolem konce padesátých let. Největší nákladovou položkou zůstaly potraviny, následovalo oblečení, domácnost, kosmetika, doprava a na posledním místě dovolená a volný čas. U výdajů na péči o tělo byl zásadní skok v letech 1959/60. Za dovolenou a elektrické domácí přístroje bylo vynakládáno stále více peněz a náklady za dopravu stoupaly rapidně od roku 1959. Až od konce padesátých let si mohlo více rodin dovolit základní a pro domácnost

⁸⁸ WILDT: *c.d.*, s. 309-320.

⁸⁹ Tamtéž.

⁹⁰ Blahobyť (Wohlstand) V ekonomickém smyslu stupeň zaopatření osob, soukromých domácností nebo celé společnosti zbožím a službami. Tento materiální blahobyť nebo životní standard se měří v ekonomice většinou na základě velikosti sociálního produktu (např. HDP nebo příjem na hlavu). V širším slova smyslu se nyní blahobytem rozumí osobní dobrý stav ve smyslu dobré kvality života (Lebensqualität). Kvalita života znamená obecné životní podmínky, resp. sociální podmínky, jako přiměřeně zaplacená práce, čisté životní prostředí, podílení se na politických rozhodnutích nebo osobní dobrý stav jednotlivce. Zdroj: POLLERT, Achim – KIRCHNER, Bernd – MORATO POLZIN, Javier: *Das Lexikon der Wirtschaft. Grundlegendes Wissen von A bis Z*. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn 2004. Lizenzausgabe Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung 2004.

Blahobyť je pozitivní ekonomický stav člověka, který se sestává z nemateriálního a materiálního dostatku. V hovorové řeči je blahobytem rozuměn takový stav, kdy vlastněný majetek převyšuje průměr a člověk nepociťuje žádný finanční nedostatek. Zdroj: <http://de.wikipedia.org/wiki/Wohlstand> (09.11.2006).

Blahobyť (Wohlfahrt) je obecné blaho a blaho jednotlivce. Zdroj: *Bertelsmann Volkslexikon*. C. Bertelsmann Verlag, Gütersloh 1956, 1966, s. 943.

nepostradatelný domácí spotřebič ledničku, nebo například tehdy „luxusní“⁹¹ výrobky jako televizor nebo další elektrické kuchyňské přístroje. (Mezi Němci panovaly obavy z nových výrobků a jen pomalu si zvykali na fakt, že jsou nové přístroje pro domácnost vůbec užitečné). Lidé si zřejmě pořizovali nové spotřebiče do domácnosti nikoliv vždy proto, že by je potřebovali, ale spíše jako symbol sociálního statutu.

Druhá polovina padesátých a začátek šedesátých let znamenaly přelom mezi „hubenými léty“, kdy se musel každý feník několikrát otočit, a mezi novou formou konzumu, kdy se konzument zaměřil už ne na to, o co přišel, ale na to, po čem po uspokojení nejdůležitějších potřeb touží. Lidé už nepřemýšleli nad tím, jaký z výrobků si koupí, jestli kabát nebo kus nábytku, ale nad tím, jaký druh kabátu a jaký druh nábytku si pořídí. Tím se také začaly od sebe znovu odlišovat jednotlivé sociální vrstvy.

V kuchyních domácností se projevovala zvyšující se životní úroveň tak, že se lednice a jiné kuchyňské přístroje stávaly postupně společensky nezbytným standardem (od poloviny 50. let) a podstatně ulehčily a zkrátily práci žen v domácnosti. Také nakupování potravin zaznamenalo převrat po částečném prosazení samoobsluh na místo pultového prodeje. Počet samoobslužných obchodů s potravinami stoupal z 39 provozoven v roce 1951 na 203 v roce 1955, 17 132 v roce 1960 až na 53 125 obchodů v roce 1965 na území Spolkové republiky Německo.⁹²

Je zřejmé, že další podstatnou příčinkou ve vybavení rodin konzumními výrobky dlouhodobé spotřeby byl osobní automobil, případně moped, který se postupně stával dostupným konzumním zbožím pro širší vrstvy obyvatelstva. Mnoho dělníků a zaměstnanců, dojíždějících denně do zaměstnání, vnímalo dopravní prostředek jako nezbytnost nebo atraktivní alternativu pro dojíždění, kdy náklady na pohonné hmoty a

⁹¹ Definice luxusu: Jako *Luxus* jsou označovány takové způsoby chování nebo náklady při koupi nebo užívání zboží, které daleko přesahují průměrné nebo jako přiměřeně míněné měřítko. Jako „bohatství“ je také „luxus“ relativní, nepřesně měřitelný pojem. Zdroj: POLLERT: *c.d.*

Luxus znamená nadprůměrné výdaje za živobytí, vznešený životní styl. Zdroj: *Bertelsmann Volkslexikon*. C. Bertelsmann Verlag, Gütersloh 1956, 1966, s. 943.

Luxus je nadprůměrné utrácení nad normální životní standard, plýtvání. Přepych sice hezký a příjemný, ale k životu není nutný. Zdroj: WAHRING, Gerhard: *Deutsches Wörterbuch*. Bertelsmann Lexikon Verlag, Wien 1972.

⁹² WILDT: *c.d.*, s. 309 – 320.

údržbu dopravního prostředku o mnoho nepřesahovaly náklady na veřejnou dopravu. Lidé se stěhovali z malých městských bytů na venkov, toužili po vlastním domě a auto se tak stávalo nezbytným vybavením skoro každé západoněmecké domácnosti.

Zatímco v roce 1959 si mohla dovolit vlastní auto jen každá čtvrtá rodina zaměstnance, úředníka nebo dokonce každá osmá dělnická domácnost, už o tři roky později, v roce 1962, vlastnila auto jedna třetina zaměstnaneckých domácností. Jednalo se většinou o malý, dostupný automobil. Ačkoliv se počet přihlášených automobilů ve Spolkové republice během padesátých let zosminásobil, bylo Západní Německo se svými čtyřmi miliony přihlášených automobilů v roce 1960 teprve na začátku automobilového boomu.⁹³

Na začátku padesátých let byly veškeré konzumní výrobky velmi drahé. Dělník v průmyslu musel např. na pánskou košili pracovat více než jeden den, na pár bot musel průměrně vydělávající pracovník pracovat dva dny, na lehkou motorku 56,5 pracovních dní. V roce 1959 stála pánská košile pět průměrných pracovních hodin a 14 minut, pár bot 10 hodin a 42 minut a lehká motorka 21 pracovních dní. Na pořízení automobilu Volkswagen by dělník musel v roce 1950 vynaložit 493 dní. V roce 1960 to za „Brouka“ byla mzda jen za 174 odpracovaných dní. V průměru si mohl pracovník v průmyslu na konci padesátých let za svůj pracovní výkon koupit dvakrát tolik konzumního zboží než na začátku desetiletí.⁹⁴

Nové výrobky nových odvětví měnily od padesátých let způsob života obyvatelstva. Rozšiřovala se konzumní společnost, tj. stále více obyvatel se nechalo ovlivňovat podřízením společnosti konzumu a produkci. Nová průmyslová odvětví nemohla přežít bez konečného zákazníka, který jako hlavní určoval, zda výrobek přežije či nikoliv. Stále se zvyšující kupní síla obyvatelstva přispěla nemalou mírou k hospodářsky silnému Německu.⁹⁵

Do roku 1950 měl index životních nákladů (Lebenshaltungsindex) skoro paralelní průběh, tj. poměr jednotlivých životních nákladů se podstatně neměnil, ovšem do roku

⁹³ *Informationen zur Politischen Bildung* Nr. 259, c.d., s. 9.

⁹⁴ Tamtéž.

⁹⁵ ANDERSEN: c. d., s. 16.

1990 se zčtyřnásobily mzdy vzhledem k životním nákladům, což představovalo „senzační“ šanci pro masový konzum.⁹⁶

Celá padesátá léta a i následující období probíhala ve znamení částečně za sebou následujících nebo se překrývajících konzumních „vln“, kdy chtělo obyvatelstvo dohnat zameškanou spotřebu. Došlo k samozřejmému postupu ve státě s tržní ekonomikou, tj. od uspokojování základních potřeb obyvatelstva prostřednictvím nakupování spotřebních výrobků a služeb k stále větším nárokům a požadavkům na životní úroveň.

Začátek 50. let lze označit za „žravou vlnu“ (Fresswelle), následovalo období „oblékačích vln“ (Bekleidungswelle) (1949-1952), doplněné „nábytkovou vlnou“ (Möblierungswelle) a „vlnou vybavení domácnosti“ (Einrichtungswelle), která vládla v Německu cca. v letech 1952 – 1957.⁹⁷ „Motorizační vlna a vlna cestování“ (Motorisierungs- und Reisewelle) (1962 – 1966 a 1972 – 1980), byla nakonec vystřídána „vlnou bytů a nájmu“ (Wohnungswelle) (1963 – 1969, a od roku 1979).⁹⁸

Na „vlnách“ ve spolkové historii konzumu lze také ukázat způsob fungování systému „sociálně-tržního hospodářství“. Konečně lze nejen kupovat a konzumovat to, co se nabízí. Musí tedy být někdo, kdo předpokládá měnící se přání spotřebitelů a konzumní návyky a má prostředky a možnosti tyto prostřednictvím vhodných produktů uspokojovat. V tržním hospodářství lze reagovat flexibilně a rychle na přání a změny na trhu. Tuto funkci přebírají podniky, které naslouchají spotřebiteli a na vlastní riziko, také na vlastní zisk, určují produkci.⁹⁹

První z konzumních vln, tzv. „žravá“, druhá „oblékačích“ a třetí „vybavení domácnosti“, znamenaly uspokojení základních potřeb, od 60. let se tyto potřeby rozrostly o životní standard blahobytu.¹⁰⁰

⁹⁶ ANDERSEN: *c. d.*, s. 16.

⁹⁷ SCHINDELBECK: *c. d.*, s. 8.

⁹⁸ ANDERSEN: *c. d.*, s. 21.

⁹⁹ SCHINDELBECK: *c. d.*, s. 9.

¹⁰⁰ ANDERSEN: *c. d.*, s. 21.

V následující tabulce můžeme srovnat procentický podíl jednotlivých životních nákladů čtyřčlenné rodiny zaměstnance vzhledem k jeho příjmům v letech 1949 - 1990.¹⁰¹

ROKY	1949	1950	1955	1960	1965	1970	1975	1980	1985	1990
Potraviny	48,5	46,5	41,5	38	34	30	25,5	24	22	20
Nápoje, Tabák	4,5	6	6,5	6,5	6	5	4	4	3	4,5
Oblečení, Boty	12,5	13,5	13,5	13,5	12	11	10	9,5	8	8
Nájem	10	10,5	9,5	10,5	11	15,5	15,5	16,5	19,5	21,5
Energie	4,5	5,5	5,5	4,5	4,5	4,5	5	6,5	7,5	5,5
Vybavení domácnosti	4,5	6,5	9,5	10	10	9	10	9,5	8	7
Zdraví, Péče o tělo	2	2,5	2,5	3	3,5	3,5	3	3	3	3,5
Doprava, Přenos zpráv	2,5	2	3	5	9,5	11	14	14	15	16
Vzdělání, Volný čas	2,5	7	8,5	8,5	6,5	7,5	9	8,5	9	10,5
Osobní zboží, Cestování	-	-	-	-	3	3	4	5	4	3,5

Z přehledu vyplývá, že podíl výdajů na potraviny klesal ze všech položek nejvíce. Dále se například do vybavení domácnosti investovalo během padesátých a šedesátých let podobným podílem čistých příjmů, zato za dopravu a dopravní prostředky musely rodiny vydávat stále více volných peněz. Cestování přišlo na řadu až jako poslední položka spotřeby domácností, kdy již byly všechny ostatní, tj. spotřební výrobky koupeny.

Po „hladových“ poválečných letech si lidé jako první nakoupili slušné oblečení, což bylo považováno za prestižní záležitost, za důležitější než vlastnictví auta nebo hezkého vybavení domova. V roce 1955 měla již rodina dobře vybavený šatník.¹⁰²

Třetí konzumní vlna, tj. vlna vybavení domácnosti (nábytek a domácí přístroje), přišla po „žravé vlně“ a „oblékačích vlně“. Tento vývoj v uspokojování potřeb je logický vzhledem k tomu, že lidé začali konečně bydlet „normálně“. Tj. nejen v rozbombardovaných domech a bytech, které byly v havarijním stavu, ale např. v „nouzových“¹⁰³ bytech, jejichž výstavba byla státem zvýhodňována. V letech 1949 – 1950 bylo postaveno 503 900 nových bytů, z toho cca. 400 000 v rámci veřejně podporované bytové výstavby. V roce 1950 byl stále ještě nedostatek bytových jednotek. Chybělo jich cca. 4,8 milionu. Z veřejných peněz bylo v následujícím roce financováno 20% z

¹⁰¹ ANDERSEN: c. d., s. 25.

¹⁰² ANDERSEN: c. d., s. 21.

¹⁰³ Sociální byt tj. byt, který velikostí, vybavením a nájmem odpovídá potřebám a možnostem co nejširší vrstvy obyvatelstva. Zdroj: MÜLLER, Helmut M. : *Schlaglichter der deutschen Geschichte*. Bundeszentrale für politische Bildung (BpB), Zweite Auflage 2003, s. 341-342.

postavených 850 000 bytových jednotek. Rodinné domky začal stát více podporovat od roku 1956.¹⁰⁴ Regulace cen nájmu byla zachována až do roku 1960. Situace bydlení se tedy postupně zlepšovala hlavně díky výstavbě domů a bytů podporované státem. V roce 1956 bylo nuceno žít v „nouzových“ bytech už „jen“ 25 procent obyvatel Německa.¹⁰⁵ Během prvního desetiletí trvání Spolkové republiky Německo bylo tedy postaveno více než 5 milionů bytových jednotek. Více než jedna třetina všech bytů v roce 1960 byla nových, postavených po válce, čímž byl překonán počet bytů v meziválečném období.¹⁰⁶

Co se týká vybavení domácnosti nábytkem a dalším zařízením, se dalo např. vybavení ložnice pořídít za 1200 DM, což se rovnalo dvaceti dělnickým platům v roce 1950, přitom ložnice patřila k představě standardního, normálního vybavení domácnosti. Elektrické spotřebiče tvořily v roce 1950 1,5%, v roce 1960 1,8% výdajů. Pračka a lednička byly přístroje, vnímané jako nejdůležitější z vybavení domácnosti.¹⁰⁷

„Vlna motorizace“, tj. čtvrtá vlna poválečného konzumismu, zasáhla Západní Německo také během padesátých let, kdy byla ze začátku ve znaku dvou kol. Mopedy byly až cca. do roku 1954 velice populární. Nabízelo se mnoho značek: Achilles, Dürkopp, Goggo, Heinkel, NSU, Progress, Triumph, Vespa, Victoria nebo Zündapp.¹⁰⁸ Lidé si zatím nemohli dovolit koupit automobil, také nabídka malých dostupných a na provozní náklady nenáročných automobilů se začala objevovat až ve druhé polovině 50. let. Např. malý automobil BMW Isetta se objevil na německém trhu v roce 1955, přičemž pro něj bylo vymyšleno nové označení „Motocoupe“, tj. ani motocykl, ani automobil. Isetta byla velmi levné auto, pořizovací cena v roce 1955 činila DM 2550,- a náklady na jeden kilometr byly cca. 2 - 3 feniky.¹⁰⁹ Těchto pro širokou veřejnost finančně dostupných „autíček“ Isetta se v letech 1954 – 1964 vyrobilo 217 390.¹¹⁰

¹⁰⁴ MÜLLER: *c.d.*, s. 341-342.

¹⁰⁵ ANDERSEN: *c. d.*, s. 28.

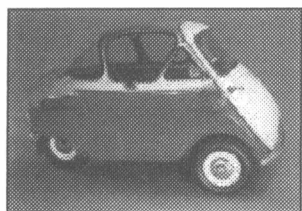
¹⁰⁶ SCHILDT: *c.d.*, s. 50 – 51.

¹⁰⁷ ANDERSEN: *c. d.*, s. 29.

¹⁰⁸ SCHINDELBECK: *c.d.*, s. 9-15.

¹⁰⁹ *Geschichte*, Isetta Club e.v., <http://www.isetta-club.de/fahrzeuge/geschichte/geschichteseite5.php> (12.10.2006).

¹¹⁰ *Produktionszahlen*, Isetta Club e.v., <http://www.isetta-club.de/fahrzeuge/bmwisetta/produktionszahlen/index.php> (12.10.2006).



BMW Standard Isetta¹¹¹

Celková produkce osobních aut se zvýšila v prvním desetiletí trvání Spolkové republiky z 104 000 na 369 000 kusů – tedy vždy šlo o dvaapůlkrát větší výrobu. Naproti tomu rostly spořicí vklady z 2,5 miliardy (1949) na 13,8 miliardy DM v roce 1953 (skoro šestkrát). Důvěra lidí v pozitivní hospodářský vývoj rostla vzhledem k těmto rostoucím vkladům spoření. Produkce domácích spotřebičů se dokonce zesedminásobila z 3,9 milionů DM (1950) na 27,4 milionů DM v roce 1953. Zjevně se konal v letech 1951-1953 první velký posun ve vybavení v západoněmeckých kuchyních, přičemž se většinou jednalo o opravdu nepostradatelné kuchyňské přístroje jako sporáky a ještě vůbec ne o chladničky nebo myčky na nádobí.¹¹² Až teprve nyní, tj. začátkem 50. let, mohly ženy věnovat více času domácnosti po dlouhé době vykonávání např. fyzicky náročných činností za muže, kteří byli ve válce nebo v zajetí. Po odklizení trosk z rozbombardovaných měst začaly ženy vést „normální“ život.¹¹³

V polovině padesátých let se lidé pořád ještě starali hlavně o svůj vlastní privátní blahobyt, řídili se reklamou, většina obyvatel si vytvořila svůj „standard“, i když určité konzumní výrobky platily ještě stále za „luxus“. Čím většího blahobytu lidé dosahovali, tím méně je zatěžovaly problémy válečné minulosti, jako například problém kolektivní viny. Konzum tedy převzal tuto hlavní psychologickou funkci.¹¹⁴ Aby obyvatelé Spolkové republiky v první polovině padesátých let uznali, že se jim vede dobře, museli by vlastnit pračku, ledničku a vysavač. V 60. letech už tento standard požívala většina západoněmeckých domácností. Mechanický šicí stroj byl pořizován už od roku 1949.¹¹⁵

Lidé si pořizovali především výrobky s dlouhou životností, a proto se u každého dalšího pořízení vytvářela jakási „aura“ kolem těchto výrobků a jedinečnost zboží se stala

¹¹¹ *Geschichte*, Isetta Club e.v., <http://www.isetta-club.de/fahrzeuge/bmwisetta/geschichte/index.php> (12.10.2006).

¹¹² SCHINDELBECK: *c.d.*, s. 8.

¹¹³ SCHINDELBECK: *c.d.*, s. 8.

¹¹⁴ SCHINDELBECK: *c.d.*, s. 8.

¹¹⁵ ANDERSEN: *c. d.*, s. 29.

hlavním reklamním sloganem výrobců. Spotřební výrobky, jako např. lednice nebo televizor, byly ve druhé polovině padesátých let přijímány obyvateli Západního Německa jako „nový člen rodiny“. Nové přístroje v domácnostech byly zřejmými symboly hospodářského vzrůstu. Lidé si mohli dovolit pořídit stále více spotřebních výrobků, které se stávaly spíše symbolem statusu než potřebnými pomocníky do domácnosti. Lidé si je mohli dovolit koupit, a proto je možná také kupovali. Čím více se výroba stávala masovější, tím levnější výrobky byly, tj. dostupnější pro širší okruh obyvatel. V průběhu let 1953 až 1957 to byla průměrně polovina pořizovací ceny.¹¹⁶ Výrobky, které se v minulosti osvědčily, na které si konzumenti zvykli, se staly součástí běžného života obyvatel. I když se jednalo o sériové produkty, oblíbenost u lidí a jejich „vzácnost“ prvního pořízení z nich vytvořila pro každého uživatele jedinečné věci.¹¹⁷

Životní úroveň se mezi lety 1954 a 1964 výrazně zvýšila. Např. spotřeba dámských punčoch se v letech 1954 až 1964 zvedla z pěti na dvacet pět párů ročně, cikorková káva již nehrála žádnou roli a spotřeba zrnkové kávy stoupla na tři šálky denně. Produkce spotřebního zboží se začala utlumovat, trh byl již skoro nasycen. Spotřební výrobky byly stále dostupnější a levnější, např. cena chladniček se mezi lety 1953 a 1957 (-58) snížila o cca. polovinu.¹¹⁸

V šedesátých letech stála hospodářská konjunktura na soukromém konzumu, přičemž přání spotřebitelů stále rostla. Už se nepožadovaly věci jen účelné, ale i hezké, ne věci nové za rozbité, ale vyměňovaly se věci méně kvalitní, avšak ještě funkční za kvalitní zboží. (např. nábytková stěna do obývacího pokoje za mahagonovou, sporák a lednice za vestavěnou kuchyň apod.) Se vzrůstající tendencí konzumu se zvyšovaly nároky spotřebitelů na design, i když se jednalo třeba jen o kuchyňské vybavení.¹¹⁹

¹¹⁶ SCHINDELBECK: *c.d.*, s. 8.

¹¹⁷ SCHINDELBECK: *c.d.*, s. 12.

¹¹⁸ SCHINDELBECK: *c.d.*, s. 8., viz kapitola Časopis Brigitte.

¹¹⁹ SCHINDELBECK: *c.d.*, s. 18.

5. Časopis „Brigitte“

5.1. Obecná charakteristika

Ve své diplomové práci jsem sledovala v časopise Brigitte v letech 1949 – 1969 uveřejněné reklamy, články a tabulky, týkající se vývoje konzumní společnosti, nabízených produktů a změn v životní úrovni ve Spolkové republice Německo. Sledovaným obdobím se prolínaly jednotlivé vlny vývoje konzumní společnosti, za které jsou považované: „žravá“ vlna na začátku 50. let, doplněná „nábytkovou“ vlnou a vlnou „vybavení domácnosti“, ovládající potřeby a spotřebu západoněmeckých domácností v letech 1952 – 1957.¹²⁰ „Motorizační vlna a vlna cestování“ (1962 – 1966 a 1972 – 1980), byla nakonec vystřídána „vlnou bytů a nájmu (1963 – 1969, a od roku 1979).¹²¹

Časopis Brigitte (v letech 1949 – 1953 vycházel pod názvem „Das Blatt der Hausfrau“ tj. „Časopis ženy v domácnosti“, od roku 1954 nese název „Brigitte“) prochází téměř celou poválečnou historií Německa a odráží společenské, kulturní a hospodářské změny v západoněmecké společnosti. Brigitte začala vycházet ve vysokých nákladech 177 483 výtisků každých čtrnáct dní v roce 1954 a četly ji ženy ve věku 20 – 49 let.¹²² Už jen název „Brigitte“ se svými dvěma výraznými samohláskami má vyvolávat zájem a „provokovat“ rázným zvukem svého jména. Noviny „Süddeutsche Zeitung“ v jedné reportáži o tomto ženském časopise popisují typickou čtenářku Brigitte: „Brigitte se líbí, když se prohlíží v zrcadle. Zdůrazňuje, že je její práce je stejně tak důležitá, jako práce jejího manžela. Ráda zkouší recepty, ale také občas sáhne k polotovaru. Chodí k nejlepšímu kadeřníkovi ve městě a doma si myje vlasy heřmánkovým šamponem. Jí v drahých restauracích a pije dobré víno.“¹²³ Ve zmíněném časopise lze dobře sledovat na bázi inzerovaných výrobků a služeb žádaný životní standard tehdejších obyvatel Spolkové republiky. Je ovšem nezjistitelné, nakolik byl v reklamách uveden spotřebiteli žádaný životní styl a na druhou stranu výrobky a služby, které jim byly nuceny právě výrobci.

¹²⁰ SCHINDELBECK: *c.d.*, s. 8.

¹²¹ ANDERSEN: *c.d.*, s. 21.

¹²² SCHLAFFER, Hannelore, *Fasten, joggen, selber nähen [postit se, běhat, sama šít]*, <http://zeit.de/2004/20/Brigitte?page=all> (06.05.2004).

¹²³ KÖGEL, Christiane: „Brigitte wird 50“, <http://www.sueddeutsche.de/panorama/artikel/956/29927/article.html> (10.06.2006).

5.2. Kategorie reklam a popis reklam

V reklamách, které se objevovaly ve sledovaném časopise Brigitte od konce čtyřicátých let do konce šedesátých let dvacátého století, lze sledovat několik kategorií výrobků, propagovaných na stránkách tohoto čtrnáctidenníku.

Reklamy jsem rozdělila do následujících kategorií:

Léky, kosmetika, nábytek a bydlení, přístroje do domácnosti, potraviny a pochutiny, služby, oblečení, dopravní prostředky a ostatní zboží.

Kategorie „Léky“ zůstává zastoupena po celé sledované období. Nejvíce se koncem 40. a začátkem 50. let objevuje reklama na léky na hubnutí, na bolesti hlavy a migrénu, jejichž nabídka se stále více rozšiřuje od roku 1959. Je možné sledovat reklamy na léky proti nachlazení, na první zuby, na zácpu (tato reklama koncem 60. let ubývá). Méně jsou zastoupeny postupem času reklamy na léky na přibrání, na krém na dásně, na léky na kašel, na bolesti nohou, na žlučové kameny (od roku 1952) nebo na hemeroidy. Zato reklamu na náplast je vidět skoro v každém vydání od roku 1952. Doplňkové vitamínové a hormonové preparáty lze najít především ve vydáních na začátku padesátých let.

Naprosto nepřehlédnutelnou reklamou byla v Brigitte reklama na různé kosmetické přípravky a pomůcky, jejichž sortiment se pochopitelně obměňoval a velmi rozšiřoval. Dle názoru autorky práce měly největší podíl na tomto druhu reklamy krémy na ruce a pleťové krémy (v roce 1952 se obohatila také inzeráty na krémy a oleje na opalování). Dekorativní kosmetika nastoupila do reklamy v masové míře od roku 1953. Vlasovou kosmetiku můžeme najít ve sledovaném časopise hlavně od roku 1959, sortiment se rozšířil o barvy a laky na vlasy. Od roku 1952 se objevují inzeráty na pleťovou vodu a tělové přípravky na mytí. Velký podíl tohoto druhu reklamy zabírá dětská (kojenecká) tělová kosmetika. Kosmetika pro děti je masivně zastoupena po celou dobu sledování časopisu. Různé parfémované tuhé deodoranty, parfémy apod. se začínají v reklamě prosazovat od roku 1952. Například papírové kapesníky se propagovaly od roku 1956, kartáček na zuby od roku 1958, o deset let později se objevila reklama na jednorázové dětské pleny. U některých výrobků, jako např. u papírových kapesníků, se nejednalo o nové výrobky na německém trhu. Papírové kapesníky byly běžným spotřebním zbožím před Druhou světovou válkou, patentovány byly v Německu již v roce

1929 papírnami G. Krumm z Göppingengu pod značkou „Tempo“. Spotřebitelé se tedy navraceli do starých kolejí spotřeby před válkou a reklamy se jim snažily zprostředkovat tento návrat k normálu, tj. ke spotřebě v dobách dostatku.¹²⁴

Rok 1952 se zdá být v reklamách v Brigitte přelomový. V tomto roce se objevuje daleko více reklam na větší sortiment výrobků zřejmě proto, že se od roku předcházejícího u spotřebitelů projevila příznivá ekonomická situace SRN, tj. ochota kupovat více, než jen výrobky základní potřeby. Od roku 1951 je zřejmý nárůst mezd, o 16% oproti předcházejícímu roku, v roce 1952 je nárůst mezd o cca. 8%. Co se týká celkové ekonomické situace Západního Německa, HDP vzrostl v roce 1951 o 10,5%, v následujícím roce o 8,3%. Úroveň cen stoupla o dost méně, jen o 7,8% v roce 1951 vzhledem k roku 1950 a v roce 1952 už jen o 2%. Spotřebitelé tedy těží ze začínajícího „hospodářského zázraku“ větším množstvím peněz, které mohou utratit za spotřební zboží.¹²⁵

Co se týče standardu bydlení, kromě článků o bydlení a informačních přehledů cen, lze v časopise najít také reklamy na různá zařízení bytu. Jde například hlavně o sériové obývací stěny (od roku 1951), tapety, podlahové krytiny, svítidla, ložní prádlo a peřiny (do 60. let běžně, později už pouze zřídka), v padesátých letech látky a vlnu, ručníky a župany cca do konce 60.let. Vestavěná kuchyně se hromadně propaguje od roku 1961. Od roku 1966 je velmi zastoupena reklama na prostředky na ošetřování podlahových krytin.

Vybavení domácnosti různými přístroji dlouhodobé životnosti se objevovalo v mnoha reklamách ve sledovaném časopise. Od roku 1949 lze konstantně pozorovat reklamu na šicí stroj. Pračku lze v Brigitte najít od roku 1956. Lednička je v reklamě zastoupena již od roku 1951, ovšem masivně až od roku 1953, kdy se začal propagovat také prodej na splátky. Velmi často je v reklamě vidět kuchyňský robot/kráječ cca od roku 1954, od roku 1957 pak ruční kuchyňský mixér. Ruční pletací stroj se objevuje pouze v padesátých letech, dále již nikoliv. Velmi často je v reklamě zastoupen elektrický sporák, a sice od roku 1952. Vysavač lze najít téměř v každém čísle Brigitte od roku 1952, elektrickou žehličku od roku 1955, napařovací od roku 1961. V polovině

¹²⁴ *Taschentuch*, Wikipedia, <http://de.wikipedia.org/wiki/Taschentuch> (11.11.2006).

¹²⁵ *Informationen zur Politischen Bildung Nr. 256: c.d.*, s. 36.

padesátých let až do 60. let lze často najít reklamy na bojler a průtokový ohřívač na vodu. Radiový přijímač se objevil v roce 1956, zřejmě kvůli stále více se prosazující konkurenci televizoru, kdy rok 1954 znamenal pro televizi průlom. (např. při televizním přenosu vítězství Německa v mistrovství světa ve fotbale.)¹²⁶ Televizor najdeme na stránkách reklamy v Brigitte od roku 1957. První reklamu na fotoaparát lze najít v časopise v roce 1958. Ve stejném roce se objevuje inzerát na elektrický depilátor nebo např. elektrický mlýnek na kávu. O dva roky později se objevuje výrobek toustovač. V roce 1962 jsem v reklamách zaznamenala upoutávku na radiomagnetofon, od roku 1965 na elektrický psací stroj. Fén na vlasy se propagoval od roku 1962. Velký nárůst zájmu o myčku na nádobí lze sledovat v reklamě v časopise Brigitte od roku 1964. Asi stejnou měrou je inzerován i spotřebič mrazicí box, a to od roku 1968.

Pokud se zaměříme na prezentaci jídla a pití v reklamě, na začátku padesátých let byly propagovány hlavně dochucovadla a koření, ocet, olivový olej apod. Do 60. let se v reklamě objevovalo kvasové pivo, pouze v 50. letech lze pozorovat reklamu na marmelády a džemy. Do 60. let se také objevují přísady do pečení. Po celá dvě sledované desetiletí se konstantně objevují reklamy na mléčné výrobky a kávu (od roku 1953 i bez kofeinu). Stále více reklamního prostoru, který je věnován reklamě na jídlo a pití, zabírá dětská výživa, cca. od roku 1952. Jiné polotovary, především instantní polévky, lze najít od roku 1958, hlavní jídla ve formě polotovaru („tischfertige Hauptgerichte“) se objevují konstantně od roku 1961. Co se týče pochutin, čokoláda je v Brigitte inzerována v padesátých letech a pak opět od roku 1966. Alkohol je v reklamě přítomen pouze sporadicky, a to např. víno od roku 1953, aperitiv od roku 1956 a sekt o tři roky později. Reklama na čaj se poprvé objevila v roce 1958. Zajímavé je, že reklama na ovoce je zastoupena pouze dvěma druhy inzerátu, a to na pomeranče v roce 1960 a od roku 1962, a na ovoce konzervované v plechovce, který se objevuje od roku 1964, tentokrát se jedná o hrušky. Bonbóny pro děti jsou zastoupeny jen zřídka reklamou („Nimm Zwei“), a to v několika vydáních v roce 1962. Od roku 1966 lze v Brigitte najít celostránkové reklamy na Coca colu.

Nejen zboží bylo propagováno ve sledovaném časopise. Nelze opomenout reklamu na různé služby, které se netýkaly pouze domácnosti. Jedná se například o služby

¹²⁶ *Tabellarischer Ereignisablauf von Tefi*, <http://www.r-a-d-i-o-s.de/te/te2.html> (13.10.2006), *Rundfunk in Deutschland nach 1945*, Epoche 3, <http://epoche-3.de/rundfunk.html> (14.10.2006).

prádelen a žehlíren, čištění peří (oba dva typy služeb jsou zastoupeny pouze v 50. letech), dále jsou to nabídky různých výučných míst, které se objevují více také v padesátých letech. Služby jako zásilkový prodej textilu a taneční kurzy byly nabízeny také v padesátých letech, ale například různé kosmetické služby po celé dvě dekády. Poštovní služby byly inzerovány jen od roku 1952 do konce padesátých let, ale od roku 1959 se stále více prezentuje reklama na Sparkasse (spořitelna), od roku 1960 také na Bausparkasse (stavební spořitelna) a různá pojištění. Co se týká trávení volného času, lze k reklamám na služby přiřadit různé inzeráty a komentáře o penzionech v Německu (např. v roce 1952), a dále reportáže o dovolené letecky (např. na ostrovy Rhodos a Mallorcu, do Francie), od roku 1961 se propagovala a komentovala dovolená např. na ostrov Tenerife, do Rakouska, Paříže, Londýna, Severního Irsku, od roku 1961 do Itálie, obecně dovolená u moře od roku 1962. V letech 1963 – 1965 inzeráty a texty, propagující trávení dovolené, nebyly mnoho v časopise zastoupeny. Zato se od roku 1965 objevují stále více inzeráty na služby leteckých společností (od roku 1966 na Lufthansa). Reklamy na různé soutěže a loterie se začínají objevovat od roku 1967, stejně tak jako reklama na službu určení toho pravého partnera (Constanze – Computer), o rok později se jako první cena v loterii poprvé propaguje auto.

Oblečení a doplňky byly nabízeny konstantně, např. dámské spodní prádlo (pánské spodní prádlo sporadicky, např. v roce 1966) nebo dámská konfekce (kabáty, halenky, sukně, šaty atd.) procházely všemi sledovanými ročníky. Od roku 1949 asi cca. do roku 1954 byly propagovány kožichy. Stále se nabízely boty (i dětské hlavně od roku 1966) a kožené zboží, např. rukavice. Nelze opomenout reklamu na punčochové kalhoty, která se masivně objevovala od roku 1953. Méně lze najít inzeráty např. na šperky a hodinky. Zřídkakdy se objevila reklama na předměty dlouhodobé spotřeby nebo dražší spotřební zboží.

Reklama na různé dopravní prostředky se objevovala v časopise velmi často. V roce 1951 se ještě nabízelo jízdní kolo, které v polovině 50. let v reklamě „nahradil“ moped a automobil. Reklama na automobily různých značek nastoupila do časopisu hlavně v letech 1955, 1961 – 1969. Například v roce 1955 byly různé značky aut a modely komentovány v článcích, porovnávány ceny, výkon, výhody a nevýhody koupě vozu (pořizovací cena, spotřeba na 1km, daně, celkové roční náklady atd.). Tyto reklamy obsahovaly podrobný technický popis auta včetně výhod právě pro ženy, např. vybavení

interiéru apod. (Např. v roce 1964 v reklamě na automobil Auto Union DKW: „Jak je dobře, že má máma auto“.) V roce 1959 a v roce 1967 se kromě automobilů propagovaly pneumatiky.

Ostatní produkty, nabízené v časopise Brigitte, se nedají zařadit do žádných kategorií. Jedná se například o reklamy na: naslouchadla (do roku 1953), dětské kočárky (pouze během 50. let), knihy (v 50. letech, později už méně), velmi často zastoupená reklama na různé druhy pracího prášku během celého sledovaného období, dále reklama od roku 1957 na cigarety. O rok později se začal na stránkách Brigitte nabízet jiný časopis: „Schöner Wohnen“ („Bydlet krásněji/pěkněji“) ovšem stejného vydavatelství Gruner + Jahr AG & Co KG z Hamburku¹²⁷. Od druhé poloviny padesátých let se začaly inzerovat deštníky, například v pozadí s autem. V roce 1958 se v reklamě objevily dámské brýle. Od roku 1959 neopustily reklamní stránky reklamy na prostředky na mytí nádobí. Na začátku sledovaného období si nelze nevšimnout inzerátů: „Wer kennt dieses Kind?“ („Kdo zná tohle dítě?“), které se objevují ještě na začátku 50. let. Tyto inzeráty pomáhaly najít rodiče německým sirotkům po válce. V roce 1957 a v roce 1961 lze najít v Brigitte inzeráty volební kampaně, např. v roce 1957 strany CDU, v roce 1961 strany FDP.

Vývoj cen u vybraných výrobků (ceny nebyly u většiny výrobků uváděny) v reklamách v časopise Brigitte v letech 1949 - 1969¹²⁸:

Pračka

rok	Celková cena ¹²⁹	Měsíční splátky ¹³⁰
1955, 1956	550,- ¹³¹	-
1956	898,-	Od 51,-
1957	927,-	Od 41,-
1957	1580,- ¹³²	Ano
1959	Od 1200,-	- ¹³³
1959	995,-	-
1960	1080,- ¹³⁴	-
1960	980,- ¹³⁵	-

¹²⁷ Gruner+Jahr AG & Co KG Druck- und Verlagshaus Hamburg, <http://www.guj.de/> (11.11.2006)

¹²⁸ Brigitte, 1949 – 1969. Ceny byly v inzerátech uvedeny bez upozornění, že se jedná o doporučenou cenu.

¹²⁹ uvedeno v DM.

¹³⁰ uvedeno v DM.

¹³¹ pračka se ždímačkou, bez ždímačky cena 310 – 390,-.

¹³² Automatická pračka.

¹³³ neuvedeno, zda byly vůbec možné splátky.

¹³⁴ se ždímacím programem.

1961	995,-	-
1961	1485,-	-

U pračky, propagované v roce 1969, nebyla cena uvedena. V inzerátu byla popisována jako „nejužší pračka“, 40cm široká na 4kg prádla. Z uvedené tabulky vyplývá, že se cena pračky pohybovala nominálně kolem DM 1000,-. Protože se jednalo o dražší produkt, do roku 1957 jej bylo možné pořídit na splátky.

Lednička

Rok	Celková cena	Měsíční splátky
1953	770,-	Možných 36 splátek
1953	970,-	Dtto
1953	1185,-	Dtto
1955	398,-	-
1955	865,-	-
1955	730 – 638,-	První splátka 63,-, dalších 23 splátek á 28,-
1956	368 – 598,-	Od 13,- nebo 26,-
1958	692,-	-
1958	535,-	-
1958	592,-	-
1958	692,-	-
1959	495,-	-
1960	Od 384,-	-
1961	368,-	-
1968	218 – 388,-	-

Lednička byla v prvních inzerátech uvedena bez ceny, např. v roce 1952. V následujícím roce se objevovaly některé inzeráty na ledničku také bez ceny, ovšem s informací, že lze produkt pořídit na splátky (36 splátek). V roce 1955 byl zveřejněn inzerát na ledničku bez celkové ceny, ovšem s inzerovanými splátkami á 36,-DM. Z přehledu vyplývá, že se nominální cena ledničky během sledovaných 20 let o polovinu snížila. Jednalo se tedy o čím dál tím častější a rozšířenější domácí spotřebič, cena klesala.

Sporák elektrický

Rok	Celková cena	Měsíční splátky
1956	418,-	Od 24,-
1956	281,-	-
1957	438,-	Od 25,-

Elektrický sporák se propagoval na stránkách Brigitte už od roku 1952, ovšem bez uvedení pořizovací ceny. Takovéto inzeráty bylo možno v časopise najít také v letech 1966 a 1969.

¹³⁵ bez ždímacího programu.

Vysavač

Rok	Celková cena
1954	129,-
1955	125,-
1955	183,-
1955	225,-
1955	287,-
1956	144,-
1957	132,-
1958	132 – 289,-
1958	164,-
1960	148,-
1961	148,-
1962	156 – 188,-
1967	185 – 325,-
1969	203,-

Vysavač se objevoval v reklamě v Brigitte také bez ceny, a to v letech 1952 a 1953. V žádném inzerátu nebyla uvedena možnost pořízení tohoto domácího spotřebiče na splátky.

Myčka na nádobí se objevila v reklamách pouze několikrát, např. v roce 1964 a v roce 1967, vždy bez uvedení pořizovací ceny.

Kuchyňský robot (vícefunkční domácí spotřebič)

Rok	Celková cena	Měsíční splátky
1954	295,-	-
1954	295,-	První splátka 33,- dalších 24 splátek po 13,-
1957	297,-	-
1961	178,-	-

Cena kuchyňského robota stále klesala, objevovala se u všech inzerátů, které ovšem z Brigitte zmizely v roce 1961.

Mixér

Rok	Celková cena
1960	98,-
1963	64 – 84,-
1968	77,50

Až v roce 1960 se objevila reklama na domácí kuchyňský spotřebič mixér, který se přestal propagovat v roce 1968.

Dámské spodní prádlo (podprsenka)

Rok	Cena ks
1952	2,95
1953	12,90
1953	4,95
1954	12,90
1954	3,95 – 6,90
1955	5,95
1956	6,95
1956	10,75
1956	9,75
1956	6,95
1956	10,75
1956	9,75
1956	5,95 – 8,90
1957	4,50 – 9,75
1958	5,90 – 7,90
1958	8,50 – 14,90
1959	Od 9,90
1959	8,50
1960	7,90 – 10,90
1961	10,90 – 14,90
1961	19,75
1961	9,90
1962	9,90
1962	12,75
1963	19,75
1963	11,75
1964	17,90
1965	16,90 – 17,90
1966	18,75
1967	Od 7,90
1969	Od 19,90
1969	14,90 – 16,50

Po celé období sledování reklam se objevovaly inzeráty na dámské spodní prádlo. Zaměříme-li se na část spodního prádla: podprsenku, nelze vypočítat žádný trend ve změně ceny. Ceny sledovaného produktu se po celé období pohybovaly od cca DM 3,- do cca DM 20,-. Lze usuzovat, že dražší produkty byly luxusnější, kterých se propagovalo později více, než levných výrobků. Záleželo samozřejmě také na materiálu, ze kterého bylo dámské spodní prádlo vyrobeno. Je zřejmé, že tomuto druhu reklamy byl po celých 20 sledovaných let poskytován na reklamních stránkách časopisu podobně velký prostor, tj. 2-3 půlstránkové reklamy.

Punčochové kalhoty

Rok	Celková cena
1954	6,90
1955	4,90 – 7,90
1956	3,90 – 7,90
1957	3,90 – 5,90
1958	2,95 – 4,90
1960	18,50
1961	1,95 – 3,90
1962	1,95 – 3,90
1963	1,95 – 3,90
1964	2,-
1965	3,90
1966	1,95 – 2,95
1968	3,95
1969	3,95

Punčochové kalhoty, jeden z výrobků dámské módy, které byly rovněž jako spodní prádlo inzerovány po celé sledované období v Brigitte, stály po celých 20 let přibližně stejně. Ceny se pohybovaly mezi cca DM 2,- a cca DM 8,-. V roce 1960 byly několikrát inzerovány mnohem dražší punčochové kalhoty tj. za DM 18,50, zřejmě se jednalo o luxusní výrobek. Ceny tohoto v době 50. až 70. let v Západním Německu pro ženy „nepostradatelného“ kusu oděvu zůstávaly tedy podobné, i když se samozřejmě na trhu objevilo velké množství firem, nabízejících tento výrobek. Ovšem neklesající poptávka po punčochových kalhotách zřejmě způsobovala i neklesající nabídku, tj. ceny mohly zůstat na své úrovni a kvalita výrobku se zvyšovala.

Televizor

Rok	Celková cena
1957	886,-
1957	1298,-
1957	1348,-
1960	Od 828,-
1962	996 – 1330,-
1962	1225 – 1538,-

V letech 1959, 1961 a 1968 nebyla cena televizoru u některých inzerátů uvedena. Stále se rozšiřující domácí spotřebič televizor se kupodivu v reklamě v Brigitte příliš neobjevoval. V roce 1957, kdy se objevila v Brigitte první reklama na televizor, byl už 3 roky mezi obyvateli velmi populární a pomalu vytlačoval radiopřijímač. Reklamy na televizor v Brigitte zmizely v roce 1962. Cena, pokud byla ovšem vůbec uvedena, v čase nominálně stoupala.

Automobil / moped

Značka automobilu	Rok	Celková cena
Messerschmitt Kabinenroller	1955	2125,-
		2195,-
		2550,-
Lambretta Moped	1955	1678,- ¹³⁶
Malá Lambretta (125 cm ³)	1955	1375,-
Malá Lambretta (ojetá)	1955	800 – 900,-
Zündapp moped (150 cm ³)	1955	1595,-
Zündapp moped (200 cm ³)	1955	1725,-
BMW Isetta moped	1955	1595,-
Vespa moped	1956	1390,-
Lloyd 600	1958	3580,-
Lloyd Alexander	1958	3780,-
BMW 600	1958	-
Auto Union	1958	-
BMW Isetta	1959	2860,-
BMW 700 Coupé	1959	-
VW	1960	4600,-
BMW 700	1960	-
Isar 61	1960	-
Daf 600	1961	4490,-
DKW Junior	1961	-
Auto Union	1961	Od 5995,-
Auto Union 1000	1961	6950,-
Daf	1961	4290,-
	1961	4475,-
	1961	4950,-
Opel Kadett	1963	5075,-
Opel Rekord	1963	6830,-
Opel Kapitän	1963	10095,-
Auto Union DKW	1964	-
Auto Union DKW F 12	1964	-
Opel Kadett Coupé	1964	5775,-
Zündapp moped	1965	-
Citroen DYANE 6	1968	-
Peugeot 204	1969	-
Ford Escort	1969	5395,-

V inzerátech na automobily, většinou zabírajících polovinu nebo celou stránku v časopise, se objevovaly i různé reklamní slogany, např. u BMW 600: „jako ušité ženě na míru“. U této reklamy se v roce 1958 a v roce 1959 na BMW 700 Coupé neuváděla cena, stejně jako na auto značky Auto Union, rovněž v roce 1958. Reklama na Volkswagen v roce 1960 obsahovala kromě ceny také reklamní slogan: „VW by člověk musel mít“, „...také ženě se v něm lehce jede...“. Reklama na BMW 700 v roce 1959 propaguje: „o této linii

¹³⁶ Možné koupit i na splátky: první splátka 418,-, měsíčně 89,-.

se říká: elegantní, obdivuhodná, dokonalého tvaru“. V reklamě na automobil Isar 61, na který byla uvedena reklama v roce 1960, se uvádí: „Život je hezký, ale ještě hezčí s novým Isarem 61“. Daf 600 v roce 1961 předvádí reklama takto: „potíže se zavazadly na dovolenou? Ne s Daf 600!“. Automobil DKW Junior od automobilky Auto Union DKW v roce 1961 automobilka představuje jako „Auto k zamilování“. Další vozy stejné firmy, v inzerátech v Brigitte v roce 1961, modely Auto Union a Auto Union 1000, jsou na celé straně časopisu uvedeny v dialogu nazvaném „ne pro ženy?...“ – následuje dialog mezi mužem a ženou vysvětlující proč může a má žena také mít a řídit automobil právě této značky. Automobilka Opel ve svých inzerátech v letech 1963 a 1964 vysvětluje spíše technické parametry automobilu. Model Opel Kadett je v roce 1963 představován jako: „mladý a plný elánu,...Opel Kadett krátce řečeno O.K.,...Ten spolehlivý“

5.3. Automobil v „Brigitte“

V článku v Brigitte z roku 1954 je zpracováno téma „bezpodmínečný sen – Vlastní auto“. Je zde představován automobil Messerschmidt Kabinenroller, který se prezentuje jako auto, které dobylo evropské silnice. Dále Lloyd nebo značka Champion. Brigitte popisuje, jak si člověk jedoucí v tramvaji nebo v autobuse představuje, jaké by to bylo jet ve vlastním autě na dovolenou či do práce. Popisuje dále, že člověk má snad i radost, když si kupuje za 8, 12 nebo 15 marek měsíční lístek na hromadnou dopravu a říká si, že vlastníci auta mají daleko větší náklady. Brigitte touto nákladovou analýzou chce čtenářkám ukázat, že vlastnit automobil a běžně jej používat není jen drahý koníček. Pořizovací cena osobních aut se pohybuje mezi 3000 až 4000 marek. Dle citovaných výrobců aut by měl stát podporovat více konjunkturu, aby si auto mohlo dovolit koupit více lidí. Představují si to tak, že by měli být soukromí vlastníci aut daňově zvýhodněni. Brigitte podotýká, že je škoda, že je vlastnictví auta považováno za luxus a že je stále na německých silnicích oproti ostatním evropským státům stále málo aut. Málo automobilů je v Německu vidět i přes stálý hospodářský růst a úspěšnou měnovou reformu.

Brigitte poznamenává, že přes přání ministra hospodářství Erharda v první polovině 50. let, že automobily už nesmí být luxusem, jsou automobily pro většinu obyvatel nedostupným zbožím. V článku z roku 1954 je dále kritizován ministr financí Fritz Schäffer, který nehodlá zrušit daň na osobní automobily. Dle časopisu to ale ministr financí nemá v úmyslu, protože ekonomika roste a není důvod se vzdávat příjmů z této daně. Podíl privátních vlastníků aut na celkovém počtu vlastníků aut je pouhých šest až

osm procent. Výrobci aut snižují obsahy motorů a zlepšují vybavení osobních automobilů, aby byly atraktivnější pro privátní osoby.¹³⁷

V časopise je zpracován přehled cen osobních automobilů v roce 1954, aby si mohl kupující lépe vybrat¹³⁸:

Značka auta	Cena (DM)	Obsah mot. (cm ³)	Výkon (KS)	Spotřeba (l/100km)	Max. rychlost (km)	Pojištění (DM)	Daň (DM)	Garáž (DM)	Pohon. hmoty na 1500 km (DM)	Ostat. náklady (DM)	Celk. měs. nákl. (DM)
Messerschmitt Kabinenroller	2375	174	9	2,5	90	2,-	5,80	20	25	20	72,80
Fuldomobil Dreirad	2780	200	9	4,0	75	2,-	5,80	25	40	25	97,80
Lloyd LP 400 S	3450	386	13	5,4	75	6,-	7,50	25	54	45	137,50
Champion 400 H	3850	400	15	4,5	95	6,-	7,50	25	45	45	128,50
NSU Fiat 500 C	4450	570	16,5	5,0	95	9,-	10,50	25	50	50	144,50
Gutbrod Superior 600	4490	593	20	5,8	100	9,-	10,-	25	58	50	153,-
Gollath G P 700	4850	688	25	7,5	100	10,50	14,00	30	75	60	189,50
DKW Sonderklasse	5385	896	34	8,5	110	13,50	17,-	30	85	60	205,6
Volkswagen	3950	1200	30	6,5	110	18,-	14,-	30	65	60	187,-

Daně a pojištění jsou uvedeny za předchozí rok, tj. za rok 1953. Brigitte popisuje tyto malé automobily, když zmiňuje, že Volkswagen patří spíše do střední třídy automobilů. Je zmiňována možnost pořízení na splátky, kdy při zaplacení čtvrtiny pořizovací ceny je možných 12 až 18 splátek. Za zbývající cenu je nutné zaplatit sedm až 12 procent navíc. Brigitte popisuje čtenářkám a čtenářům možnost pořídit si ojetý automobil, jaké jsou výhody a nevýhody takového nákupu. Doporučuje se nenechat se nalákat na dobře vypadající lak na autě a provést zkušební jízdu.¹³⁹ Z komentářů v časopise Brigitte je zřejmé, že se trh s ojetými automobily v SRN rychle rozvíjel a výjimkou nebyly ani podvody při pokusech o prodej např. bouraných aut. Konkrétní údaje o trhu s ojetými automobily (prodejní čísla aj.) v SRN v letech 1950 – 1970 nejsou k dispozici.

¹³⁷ *Das eigene Auto*. [vlastní auto], Brigitte č.25, 1954, s. 4-5.

¹³⁸ Tamtéž.

¹³⁹ *Das eigene Auto*. [vlastní auto] Brigitte, č.25, 1954, s. 4-5.

Přehled cen osobních aut a nákladů na jejich provoz v roce 1954: „Welches Auto passt zu Ihnen?“ (Které auto se k Vám hodí?)¹⁴⁰

Značka auta	Obsah motoru cm ³ , KS	Max. rychlost (km/hod)	Požizovací cena (DM)	Roční náklady údržba (DM) ¹⁴¹	Náklady na 1km (DM) ¹⁴²
NSU - Prinx	583, 20 KS	100	3584	895	0,179
Fiat 600	633, 20 KS	90	4245	1032	0,203
BMW 700	696, 30 KS	120	4760	1110	0,211
DKW Junior	741, 34 KS	115	4950	1203	0,240
Lloyd Arabella	897, 38 KS	120	5250	1320	0,252
Ford 12 M	1172, 38 KS	-	5555	1414	0,276
Auto Union 1000 S	980, 50 KS	-	7630	1812	0,331
Peugeot 405	1468, 53 KS	-	7630	1812	0,331
Ford 17 M	1698, 60 KS	-	6645	1755	0,336
Fiat 500	479, 15 KS	-	3070	737	0,150
Citroen 2 CV	425, 12,5 KS	80	3650	837	0,158
Renault Dauphina	845, 27 KS	113	3185	1185	0,218
Isar 700 ¹⁴³	688, 30 KS	110	4470	1140	0,220
VW-Expert	1192, 30 KS	115	4600	1202	0,230
Fiat 1100	1089, 40 KS	-	5800	1456	0,276
Hansa 1100	1093, 40 KS	-	6135	1499	0,290
Opel 1200	1196, 40 KS	-	5835	1463	0,291
Borgward Isabella TS	1493, 75 KS	150	8305	2008	0,370
Mercedes 180	1897, 68 PS	135	8700	2154	0,416
Volvo 122	1582, 85 PS	-	9800	2276	0,403

Ve srovnání jednotlivých nabídek osobních aut v Brigitte jsou komentovány také jízdní vlastnosti auta jako: spolehlivost, jak dobře se s ním parkuje, jak lehce lze řadit, zda se jede pohodlně při plném obsazení auta a jestli je auto již vyzkoušené a na jakých silnicích. Například VW je prezentován: „...Rozumný automobil. Živý. Velmi solidně zpracován. Nezpůsobuje žádné mrzutosti/starosti. Dosahuje maximální rychlosti 115 km/hod při obsazení auta čtyřmi osobami. Pro velkou prázdninovou cestu příliš málo místa na zavazadla. ...“¹⁴⁴

¹⁴⁰ Tamtéž.

¹⁴¹ Roční náklady bez nákladů na garážování auta.

¹⁴² Náklady na jeden kilometr při ročním výkonu 10 000 km.

¹⁴³ „das große Goggomobil“ [velký Goggomobil].

¹⁴⁴ *Welches Auto passt zu Ihnen?* Brigitte, č.13, 1960, s. 42-43.

Pořizovací ceny vybraných automobilů se pohybují mezi nejnižšími až středními, kdy se jedná o nejlevnější a nejmenší automobily na tehdejším německém trhu. Pokud srovnáme také výkon motoru a roční náklady na údržbu auta, patřil VW v roce 1960 k levným autům s odpovídajícím výkonem a obsahem motoru, tj. s výkonem 30 koňských sil a obsahem motoru 1192 cm³. Další značky aut se srovnatelným obsahem motoru jsou již podstatně dražší, například Opel 1200 s obsahem motoru 1196 cm³ a výkonem 40 koňských sil bylo možné pořídit za cenu 5835,- marek, což je o 1235,- marek více, než za VW.

Z výše uvedeného přehledu cen a komentáře k jednotlivým nabídkám na tehdejším německém automobilovém trhu v roce 1960 lze usuzovat, že VW nebyl nejoblíbenější ani nejlevnější automobil pro běžné Němce, ale patřil mezi možnou variantu, stejně tak jako dalších 16 automobilových značek, které jsou uvedeny v přehledu výše.

5.4. Životní náklady dle „Brigitte“

Srovnání životních nákladů rodin ve státech Západní Evropy a USA v časopise Brigitte v roce 1953¹⁴⁵. Ceny jsou uvedeny v DM.

Životní náklady¹⁴⁶

Stát	Brutto plat	Pracovní týden ¹⁴⁷	Daně, pojištění ¹⁴⁸	Netto plat ¹⁴⁹	Nájem ¹⁵⁰	Energie ¹⁵¹	Ostat.	Potraviny	Netto příjem ¹⁵²	Nábytek ¹⁵³	Vol. prostředky
SRN	314,10 ¹⁵⁴	50	34,-	280,-	42,-	15,-	32,- ¹⁵⁵	120,-	71,-	50,-	21,-
I	285,60 ¹⁵⁶	25 ¹⁵⁷	0,-	285,60	51,-	10,20	51,- ¹⁵⁸	136,-	0,-	-	0,-
F	442,80 ¹⁵⁹	43	0,-	442,80	17,55	13,50	128,25 ¹⁶⁰	270,-	13,30	-	13,30
CH	620,50		61,20	560,58	105,-	45,-	134,58 ¹⁶¹	276,-	59,92	-	59,92
NL	246,50	40	5,-	241,50	27,50	- ¹⁶²	55,- ¹⁶³	132,-	27,-	-	27,-
USA	297,70	40,5	60,-	237,70	138,6	-	-	-	99,- (cca)	-	99,- (cca)

¹⁴⁵ AUREDEN, Lilo: *So lebt Familie Jedermann*. [Tak bydlí rodina Jedermann/běžná rodina] Brigitte, č. 13 a č. 14, 1953, s. 24-25.

¹⁴⁶ Tamtéž.

¹⁴⁷ uvedeno v hodinách pouze pro pracujícího muže.

¹⁴⁸ V Německu: „Versicherungsbeiträge“, „Notopfer“, daně. V Nizozemí pouze pojištění.

¹⁴⁹ Plat po odečtení pojištění, „Notopfer“ a daní.

¹⁵⁰ Nájem v Německu a ve Francii za dvoupokojový byt, v Nizozemí a v Itálii za třípokojový byt.

¹⁵¹ Náklady za světlo a plyn.

¹⁵² Příjem, který má rodina po odečtení životních nákladů k dispozici.

¹⁵³ Měsíční splátka.

¹⁵⁴ Měsíční plat pracujícího muže, dělníka, který živí rodinu se čtyřmi dětmi a manželkou v domácnosti.

¹⁵⁵ Rádio, praní a opravy.

¹⁵⁶ Měsíční plat pracujících manželů, taxikáře a prodavačky, kteří živí dvě děti a tchyni.

¹⁵⁷ Pracovní týden pouze manžela, manželky není uveden.

¹⁵⁸ Oblečení a boty.

¹⁵⁹ Měsíční plat pracujícího muže, dělníka, který živí rodinu se dvěma dětmi a manželkou v domácnosti, včetně státní sociální podpory na obě děti (plat 337,50DM, podpora na děti 105,30DM).

¹⁶⁰ Oblečení a boty a ostatní výdaje.

¹⁶¹ Tamtéž.

¹⁶² Neuvedeno.

¹⁶³ Oblečení a boty a ostatní výdaje.

Srovnání životních nákladů rodin v SRN a v některých ostatních zemích Západní Evropy
v roce 1953

Stát	Brutto příjmy	Pracovní týden ¹⁶⁴	Daně, pojištění ¹⁶⁵	Netto plat ¹⁶⁶	Nájem ¹⁶⁷	Energie ¹⁶⁸	Ostatní	Potraviny	Netto příjmy ¹⁶⁹
SRN	370,- ¹⁷⁰	48 ¹⁷¹	57,- ¹⁷²	277,- ¹⁷³					
SRN ¹⁷⁴	477,42	48	55,75	421,67	37,19	19,99		194,91	23,08
F		45,7 ¹⁷⁵							
NL		48,8 ¹⁷⁶							
USA		39,7 ¹⁷⁷							

Komentář¹⁷⁸:

Životní náklady šestičlenné německé rodiny popisuje Brigitte takto: ...zbývající 21,-DM z rodinného rozpočtu otec rodiny rozdělí mezi členy rodiny jako kapesné na nedělní nákupy a na cigaretový tabák. A na to pracuje Heinrich Müller 50 hodin týdně!, ..., rodina má zahrádku, na které se pěstuje veškerá zelenina a krmení pro domácí zvířata (králíky). Jen jednou týdně má rodina k jídlu maso. Oblečení pro sebe a děti manželka nekupuje, ale šije sama. Některé části oblečení dostala rodina z amerických humanitárních balíčků. Drobné opravy obuvi obstarává otec, ..., mimo pracovního oblečení vlastní otec ještě jeden oblek a jeden plášť do deště. Na zimní kabát zatím nestačily peníze. Do kina chodí rodina jen zřídkakdy, do divadla vůbec. V zimě chodí otec občas na fotbalový zápas nebo kulečnick. V létě musí svůj volný čas věnovat zahradě. V létě jezdí děti na 14 dní na venkov k babičce, za cestovní náklady dá rodina veškeré roční úspory, ..., rodina si nemůže dovolit koupit pravou zrnkovou kávu. Komentář Brigitte zdůrazňuje, že toto jsou životní podmínky lidí v čase světového obchodu a

¹⁶⁴ uvedeno v hodinách pouze pro pracujícího muže

¹⁶⁵ V Německu: „Versicherungsbeiträge“, „Notopfer“, daně. V Nizozemí pouze pojištění.

¹⁶⁶ Plat po odečtení pojištění, „Notopfer“ a daní.

¹⁶⁷ Nájem v Německu a ve Francii za dvoupokojový byt, v Nizozemí a v Itálii za třípokojový byt.

¹⁶⁸ Náklady za světlo a plyn

¹⁶⁹ Příjem, který má rodina po odečtení životních nákladů k dispozici.

¹⁷⁰ BERIE: c.d., s. 29, 56, 79.

¹⁷¹ POLLERT: c.d., s. 345.

¹⁷² BERIE: c.d., s. 146.

¹⁷³ BERIE: c.d., s. 29.

¹⁷⁴ *Wirtschaftsrechnungen in privaten Haushaltungen*, Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland 1955, Statistisches Bundesamt Wiesbaden, Verlag W. Kohlhammer, Stuttgart/Köln, 1955, S. 497. Údaje pro celou domácnost.

¹⁷⁵ BERIE: c.d., s. 29. Údaj pro rok 1960.

¹⁷⁶ Tamtéž.

¹⁷⁷ Tamtéž.

¹⁷⁸ AUREDEN, Lilo: *So lebt Familie Jedermann*. Brigitte, č.13 a č.14, 1953, s. 24-25.

pokroku. „Toto je život skromného pořádného německého dělníka: mnoho práce, málo mzdy a ještě méně zábavy.“

Co se týče italské rodiny, je popisován hlavně odlišný jídelníček, např. víno ke každému jídlu, sice také maso jako hlavní jídlo jen jednou týdně, ale denně těstoviny se šunkou apod. Brigitte si všímá také toho, že se vaří na olivovém oleji a jí se mnoho ovoce. Otec rodiny má jako koníček hraní na kytaru a kouření dýmky. Rádio tato italská rodina nevlastní a ani nemá v úmyslu si jej pořídit, na rozdíl od německé rodiny, která rádio má. Rodina nemá spořicí účet. Jednou do měsíce chodí do kina, velmi zřídka chodí do restaurace nebo do kavárny. Dovolenu tráví Italové doma. Kromě nedělního obleku má otec rodiny v šatníku ještě dva svetry, jednu větrovku a zimní kabát. Jeho žena má dost oblečení, které jí ale šije matka, která obstarává vlastnoručně oblečení i pro děti. Brigitte podotýká, že by bylo pro tuto italskou rodinu velmi špatné, kdyby matka nepracovala, pak by se z platu otce nedalo uživit pět lidí.

Francouzská čtyřčlenná rodina má k dispozici skoro dvě třetiny příjmu na potraviny, včetně vína. Jednou do měsíce navštěvuje rodina kino nebo s dětmi cirkus. Ve svém volném čase hraje otec na violu a rybaří, kouří 8 – 10 cigaret denně. Otec má k oblečení nedělní oblek a pracovní oblečení. Jeho manželka šije a plete sama pro sebe a pro děti. Na dovolenou jezdí francouzská rodina k příbuzným, na 24 dní, náklady cca 202,-DM, radiopřijímač zakoupila rodina na splátky za 199,80DM. Rodina nemá spořicí účet.

Švýcarská domácnost se třemi dětmi má k dispozici po odečtení životních nákladů ještě téměř 60,-DM, což je ze srovnávaných dostupných informací největší částka ze všech porovnávaných evropských a americké domácnosti. Maso připravují Švýcaři k jídlu třikrát týdně, denní samozřejmostí je ovoce, zelenina, mléko a máslo. Otec vykouří cca 80 cigaret týdně a za to vydá 15,-DM měsíčně. Se svojí manželkou mají předplatné do divadla a jednou za měsíc navštíví kino. To dohromady stojí 12,- DM. Za noviny a časopisy vydají měsíčně 6,50DM. Dvakrát do měsíce jde manželka ke kadeřníkovi. Otec má v šatníku dva obleky, kabát do deště a zimní kabát. Manželka šije sama pracovní oblečení pro svého muže a běžné oblečení pro sebe a pro děti. Jednou ročně každý člen rodiny dostane nový pár bot. Každé dva roky stráví švýcarská rodina čtrnáctidenní dovolenou na horské chatě, tato dovolená je stojí 750,-DM. Ani tato rodina nevlastní

spořicí konto, protože příjem otce stačí právě na pokrytí životních nákladů jeho pětičlenné rodiny. Brigitte si všímá, že i když žije rodina ve Švýcarsku na daleko vyšší úrovni než zbytek sledovaných domácností v ostatních evropských zemích, je to výsledek tvrdé práce. „Blahobyt trvá do té doby, pokud má člověk práci.“¹⁷⁹ Pokud by došlo ke ztrátě zaměstnání, není tato rodina na takovou situaci dostatečně připravena.

Rodina žijící v Nizozemí má jednou týdně k hlavnímu jídlu maso, ovoce a moučnick. Rodina vlastní radiopřijímač, který si pořídila za 242,-DM na splátky. Otec rodiny má ve skříni jeden jednoduchý oblek, zimní kabát a plášť do deště, služební uniformu a tři páry bot. Jeho žena má v šatníku troje šaty, jeden kostým, čtyři halenky, jeden letní a jeden zimní kabát, a také troje boty. Na děti šije matka sama. Otec kouří 200 cigaret měsíčně, to jej stojí 6,93DM. Dvakrát do měsíce jde rodina do kina. Starší dcera chodí na hodiny klavíru a jednou do měsíce může jít na koncert. Dovolenu tráví nizozemská rodina v Holandsku, čtrnáct dní dovolené si mohli dovolit ale jen proto, že otec dostává ke mzdě i příspěvek na dovolenou. Tato rodina také nespoří.

Ve Spojených státech amerických má dělnická rodina, dle názoru Brigitte, vysoký životní standard už jen proto, že vlastní osobní automobil (ojetý), který si rodina zakoupila za v přepočtu 2856,-DM (tj. cca deset týdenních dělnických platů v USA). Rodina odpočívá u hry v kuželky, na dovolenou jezdí k moři vlastním autem. U moře stanují 14 dní v roce, za což vydají jeden týdenní plat. Otec vlastní čtyři dobré obleky, pracovní oblečení, čtyři páry bot, tři kabáty. Jeho žena a děti se dvakrát do roka kompletně nově obléknou v obchodním domě.

Časopis Brigitte porovnával také ostatní země světa, co se týče dosaženého standardu a životních podmínek pracujících obyvatel s průměrnými příjmy. Je srovnávána Anglie, Austrálie, Francie, Nizozemí, Itálie, Rakousko, Švédsko, Španělsko, Jihoafrická republika, Spojené státy Americké a Kanada.

Austrálie měla vysoký životní standard, který byl ale vykoupen vysokým podílem druhého a dalšího zaměstnání, které bylo běžné i pro státní zaměstnance. Mimo těchto vedlejších příjmů si lidé vydělávali také pronajímáním pokojů. V Austrálii byla velmi

¹⁷⁹ AUREDEN, Lilo: *So lebt Familie Jedermann*. Brigitte, č.13, 1953, s. 24-25.

špatná bytová situace. O Anglii autor článku uvedl, že by stát bez pomoci svého plánovaného hospodářství těžko běžný život obyvatel zvládl. Přídělovým systémem na potraviny byl zabezpečen dostačující životní standard. (V Anglii byl po válce zestátněny některé části průmyslu a služeb, např. Bank of England nebo ocelářství a hutnictví, v roce 1946 byla schválena obsáhlá sociální reforma. Přídělový systém na potraviny fungoval až do roku 1953.¹⁸⁰) Francie je popisována jako země, která patřila mezi státy s největší kupní silou před Druhou světovou válkou. Po válce měla Francie problémy s vysokou inflací, proto se reportérovi Brigitte těžko ve Francii zjišťovaly ceny a životní úroveň obyvatel. Byly vysoké ceny při nízkých platech, ale vyplácely se státní přídatky na děti. Manželka byla většinou také zaměstnaná, alespoň na částečný úvazek. Byty s regulovaným nájmem nebyly skoro vůbec k dispozici, za volné byty se muselo platit vysoké odstupné. Nizozemí bylo představováno jako jedna z nejlevnějších zemí v Evropě. Potraviny byly obzvláště levné, stejně tak textilie a boty. Velmi drahé byty (bytová nouze) bylo možné pořídit pouze při zaplacení velkého odstupného. Nápadný byl malý rozdíl mezi výdělky nevyučených a odborníků. Itálie se zdála Brigitte v podobné ekonomické situaci jako Francie. Měla malou kupní sílu a byty byly velmi drahé. Kanada měla vysoké mzdy, práce manuální byla více ohodnocena než práce v kanceláři. Potraviny byly o mnoho levnější než v USA. Regionální rozdíly v Kanadě způsobovaly, že na západě bydlelo daleko více lidí ve vlastních domech než na východě. Rakousko bylo považováno za velmi levnou zemi. Ceny nebyly vysoké, ale ani mzdy. Toto bylo dle Brigitte zapříčiněno ještě neskončeným vyrovnáním měny na její hodnotu na světových trzích a dodávkami z Marshallova plánu. Ve Švédsku byly velmi vysoké platy, k tomu byly vypláceny ještě prémie. Tam, kde byl nedostatek pracovních sil, byli pracovníci podporováni různými výhodami, například na severu Švédska. Potraviny a pochutiny byly cenově kontrolovány. Textilie a boty se prodávaly v regulované a volné kategorii. Španělsko se vyznačovalo systémem přidělu potravin, který ale nefungoval velmi dobře, takže všechno zboží bylo k dostání ještě na volném trhu. Mzdy byly velmi nízké. Byly vypláceny dávky na děti, důchody a podpory rodiny, ale stejně bylo třeba mít ještě druhé nebo více zaměstnání. Pracovní doba nepřekračovala pět hodin denně. V Jihoafrické republice Brigitte komentovala, že na jednoho bílého pracovníka připadali čtyři barevní pracující, kteří ale pobírali několikrát menší mzdu za stejnou práci. Také v této zemi se platilo za dělnickou práci více než za úřednickou. Celkově byly příjmy obyvatel

¹⁸⁰ *Geschichte des Vereinigten Königreiches*, Wikipedia, http://de.wikipedia.org/wiki/Geschichte_des_Vereinigten_K%C3%B6nigreiches (14.10.2006)

Jihoafrické republiky považovány za daleko nižší než stoupající životní náklady. Spojené státy americké měly největší životní úroveň ze sledovaných států. Při velmi vysokých mzdách a platech, zároveň nízkých životních nákladech na potraviny, nájem, oblečení, musel Američan pracovat v průměru 40 hodin týdně. I když zaplatil na daních cca 20 procent příjmu, zůstávalo mu ještě dost na to, aby si mohl dovolit pořídit různé výrobky a služby, které byly v ostatním světě považovány za luxus.¹⁸¹

„Tabulka výdělků – jinak viděno“¹⁸²: Za jednu hodinu práce si může pracující dovolit koupit...v roce 1953

Produkty	Němec	Francouz	Ital	Angličan	Američan
Chléb (g)	2000	4940	1500	8182	5000
Cigarety (ks)	14,5	48	19	34	200
Zrnková káva (g)	45	220	143	500	1000

Za jednu hodinu práce si může například německý dělník dovolit koupit 2000 gramů chleba, Francouz ovšem více než dvakrát tolik, tj. skoro 5kg chleba. Nejvíce této potraviny si může za odpracovanou hodinu koupit Angličan, více než 8kg chleba.

V roce 1953 byl směnný kurz marky k dolaru 4,20. Německý pracující by musel vydělávat za hodinu asi DM 7,35, aby dosáhl kupní síly jedné pracovní hodiny v USA. Pokud se srovná hodinová mzda v Německu DM 1,45 a hodinová mzda v USA USD 1,75, lze dojít k následujícímu srovnání kupní síly:¹⁸³

Srovnání odpracovaného času, který je nutný pro pořízení uvedených potravin a ostatních výrobků v roce 1953¹⁸⁴

Produkty	USA (odpracované minuty)	SRN (odpracované minuty)
500g brambor	2	3
500g cukru	4	28
500g chleba	6	11
500g másla	31	135
500g hovězího masa	46	93
1l mléka	6	19
10 vajec	20	93
1ks mýdla	3	14

¹⁸¹ AUREDEN, Lilo: *So lebt Familie Jedermann*. Brigitte, č.13, 1953, s. 24-25.

¹⁸² Tamtéž.

¹⁸³ Tamtéž.

¹⁸⁴ AUREDEN, Lilo: *So lebt Familie Jedermann*. Brigitte, č.14, 1953, s. 24-25.

1 konfekční oblek	1440	5700
1 dámské šaty (konfekce)	117	750
1 pár pánských bot (kůže)	320	990
1 pár dámských bot (kůže)	210	840
1 pár pánských ponožek	12	150
20 cigaret	8	84
1 láhev piva	5	22
1 lístek do kina	12	68

Tato tabulka uvádí, o kolik se vede dělníkovi v USA lépe, než německému pracujícím, tj. jak dlouho musí pracovat, aby si za odpracovanou mzdu mohl dovolit koupit výše uvedené výrobky. Skoro stejnou pracovní dobu je nutné věnovat jak Němci, tak Američanovi na např. půl kila brambor nebo chleba. Velké rozdíly ovšem vykazuje čas, nutný na výdělek pro pořízení nábytku nebo oblečení, kde je rozdíl mezi Německem a USA cca 400% u nákupu konferenčního stolku nebo páru dámských bot.

Mzdy a platy v různých státech v roce 1953, přepočítané do DM¹⁸⁵

Suma v DM	SRN	Rakousko	Švédsko	Španělsko	Jihoafrická Republika	Austrálie
Nevyučený dělník ¹⁸⁶	251,-	150,-	432,-	66,25	235,-	350,-
Horník	330,-	185,-	630,-	127,-	590,-	480,-
Vyučený odborný pracovník ¹⁸⁷	326,-	190,-	648,-	102,-	590,-	480,-
Úředník (střední)	358,-	400,-	800,-	159,-	530,-	600,-
Nevyučená dělnice	166,-	106,-	360,-	51,-	175,-	250,-
Vyučená dělnice ¹⁸⁸	236,-	170,-	416,-	85,-	290,-	350,-
Zaměstnankyně v kanceláři	240,-	160,-	424,-	74,-	350,-	260,-

Z této tabulky lze vyčíst, že platy Němců byly v roce 1953 vyšší než např. platy v Rakousku nebo ve Španělsku.

¹⁸⁵ AUREDEN, Lilo: *So lebt Familie Jedermann*. Brigitte, č.14, 1953, s. 24-25.

¹⁸⁶ v továrně.

¹⁸⁷ Obráběč.

¹⁸⁸ dámská krejčová.

V dalších ročnících sledovaného časopisu se již podobná srovnávání a tabulky neobjevovaly. Je možné, že v roce 1953 redaktorky a redaktoři Brigitte chtěli čtenářkám a čtenářům zprostředkovat informace o životních nákladech a podmínkách v jiných státech Evropy a světa. Zřejmě měli v úmyslu ukázat, že se Němcům i přes nelehkou situaci poválečného uspořádání nevede ekonomicky nejhůře, ale srovnatelně s evropskými státy, které byly také zasaženy válkou. Srovnání s USA bylo pravděpodobně zvoleno kvůli nutnému vzoru pro ekonomické uspořádání, aby lidé podporovali tržní ekonomiku a viděli v ní správnou cestu německého hospodářství.

6. Cesta k sociální stabilitě v SRN

6.1. Sociální zajištění rodiny státem

Sociální systém byl v Německu funkční již od dob kancléře Bismarcka. Po válce a po zhroucení státní správy bylo jako první nutné vypořádat se s životní situací miliónů lidí bez přístřeší a bez zdroje obživy. Celkem se nacházelo na území SRN v poválečných letech cca. 9 miliónů lidí, o které se musel stát bezprostředně postarat.¹⁸⁹

První kroky Adenauera kabinetu v oblasti sociální politiky směřovaly proto ke zlepšení sociální situace uprchlíků a obyvatel německých měst, kteří přišli o střechu nad hlavou. Jednalo se o začátek výstavby sociálních bytů, zaopatření a odškodnění obětí války, vyrovnání ztrát (*Lastenausgleich*) a náprava/restituce (*Wiedergutmachung*).¹⁹⁰ Rokem 1957 bylo budování „sociálního státu“ formálně ukončeno. Všechny potřebné zákony platily. Bylo uzákoněno spolurozhodování (*Mitbestimmung*) v podnicích a zlepšilo podmínky pracujících. Hospodářský zázrak byl nastartován, důchodová reforma zajišťovala pracujícím finanční jistotu po ukončení práce, princip sociálního pojištění s odvody dle výše platu a dávkami na základě příspěvků do systému sociálních dávek přispěly ke zlepšení sociálního uspořádání v SRN.

Zaopatření obětí války proběhlo na základě spolkového zaopatřovacího zákona (*Bundesversorgungsgesetz*) z roku 1950. Vytvořil podmínky pro jednotné zaopatření lidí, kteří se kvůli válce dostali do špatné sociální situace. V roce 1957 byla schválena důchodová reforma, tzv. princip dynamického důchodu, kdy pracující přispívají do systému důchodového zabezpečení. Zdravotní pojištění bylo uspořádáno částečně jako státní pojištění a částečně jako soukromé pojištění. Jen lidé, kteří měli příjem vyšší, než byla stanovena hranice povinná pro pojištění, se mohli pojistit soukromě. V roce 1949 byla tato hranice zvýšena z DM 3600,- na 4500,- měsíčně. V roce 1952 stoupla na DM 6000,- a v roce 1957 na DM 7920,-.¹⁹¹

Velmi důležitou částí systému sociálních dávek se staly přídavky na děti (*Kindergeld*), které byly zavedeny až od roku 1955. Byly ovšem vypláceny ze začátku jen

¹⁸⁹ *Informationen zur Politischen Bildung Nr. 259: c.d.*, s. 16-48. viz kapitola Historický přehled po 2. světové válce.

¹⁹⁰ *In die Zukunft gedacht. Bilder und Dokumente zur Deutschen Sozialgeschichte*. Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales, Bonn, 6. Auflage 2006, S. 191.

¹⁹¹ *In die Zukunft gedacht. Bilder und Dokumente zur Deutschen Sozialgeschichte: c.d.*, s. 192.

pro třetí a další děti v rodině.¹⁹² Od roku 1955 do konce září 1957 pro třetí a každé další dítě obdrželi rodiče přídatky na děti ve výši 25,- DM měsíčně. V roce 1957 se zvedla tato částka na 30,- DM, v této výši i rozsahu zůstala až do začátku roku 1959. Od března téhož roku se vyplácelo pro třetí a každé další dítě 40,- DM, a to až do roku 1961, do dubna, kdy byla zavedena úhrada příspěvku i pro druhé dítě, a to ve výši 25,- DM, pro třetí a každé další dítě již zmíněných 40,- DM. V lednu 1964¹⁹³ byla částka navýšena pro třetí dítě na 50,- DM, pro čtvrté na 60,- DM a pro každého dalšího potomka na 70,- DM. Uvedené sumy příspěvku na dítě zůstaly na této úrovni až do konce roku 1974.¹⁹⁴ Výplata sociálních dávek matkám tzv. týdenní a kojné prostředky (Wochen- und Stillgeld) byla po válce zastavena. V roce 1952 byly tyto dávky znovu zavedeny zákonem o ochraně matek (Mutterschutzgesetz).¹⁹⁵

Dalším stupínkem v budování sociálního státu pro co nejširší vrstvu obyvatelstva bylo vyplácení mzdy zaměstnavatelem po dobu pracovní neschopnosti (Lohnfortzahlung), které bylo v roce 1957 zavedeno i pro dělníky (pro zaměstnance platilo již od roku 1931). Dělníci měli od uvedeného roku nárok v případě nemoci na šestitýdenní vyšší úhradu za ušlý výdělek, a to ve výši 65 procent mzdy a také od zaměstnavatele částku, která tvořila rozdíl mezi úhradou za nemoc a 90 procenty částky čisté mzdy.¹⁹⁶

Bydlení začalo být veřejně podporováno výstavbou sociálních bytů, která byla zahájena v roce 1950 zákonem o výstavbě bytů (Wohnungsbaugesetz). V roce 1953 byl zákon přepsán a v roce 1956 rozšířen. Tento zákon o „výstavbě bytů a rodinném bydlení“ podporoval soukromou výstavbu bytových jednotek zvláště pro rodiny s dětmi, sociálně slabší a těžce poškozené obyvatele SRN. V roce 1950 se odhadovalo, že bylo třeba postavit pět až šest milionů nových bytů.¹⁹⁷

Po válce došlo k poklesu počtu nezaměstnaných a zaopatření obětí války již nevyžadovalo tak vysoké částky ze sociálního pojištění. Začínající hospodářský zázrak a stoupající porodnost se postaraly o velký podíl plátců pojistného oproti malému podílu

¹⁹² *In die Zukunft gedacht Bilder und Dokumente zur Deutschen Sozialgeschichte: c.d.*, s. 192.

¹⁹³ 1964 – 1974 uvedená sociální dávka byla vyplácena pouze v případě, že nebyl překročen maximální měsíční příjem domácnosti.

¹⁹⁴ BERIE: c.d., S. 242

¹⁹⁵ *In die Zukunft gedacht Bilder und Dokumente zur Deutschen Sozialgeschichte: c.d.*, s. 193.

¹⁹⁶ *In die Zukunft gedacht Bilder und Dokumente zur Deutschen Sozialgeschichte: c.d.*, s. 197-198.

¹⁹⁷ *In die Zukunft gedacht Bilder und Dokumente zur Deutschen Sozialgeschichte: c.d.*, s. 199-200.

lidí, pobírajících dávky. Cílená plná zaměstnanost byla z větší části splněna. Postupně došlo ke stabilnímu systému dávek. V polovině 60. let dosáhl systém sociálního pojištění nového kvalitativního a kvantitativního vrcholu. Tento vývoj se projevil ve vysoké kvótě sociálních dávek 17,4 procent s příspěvků okolo 25 procent v roce 1966. Nehledě na to byla takováto expanze vzhledem k doprovodným hospodářským okolnostem obhájitelná a snesitelná.¹⁹⁸ Neustálý hospodářský růst a vzrůstající náklady na sociální stát způsobovaly od roku 1957 úvahy o omezení sociálních dávek a závislosti obyvatel na státu, reforma nebo omezení sociálních výdajů ovšem neproběhla.¹⁹⁹

Mnoho zákonných úprav bylo schváleno v 60. letech, došlo dokonce k rozšíření „sociálního státu“. Například k rozšíření zákonné ochrany práce mladistvých (Jugendarbeitsschutz) došlo v roce 1960, kdy zákon mladistvým zakázal obzvláště zatěžující činnosti jako práci u pásu. Minimální věk pro zaměstnávání mladistvých byl stanoven na 15 let. V roce 1963 proběhla také zákonná reforma úrazového pojištění, kdy byla zavedena valorizace invalidního důchodu. Podniková ochrana práce se zlepšila. Úrazové pojištění bylo změněno z pomoci až po pracovnímu úrazu nebo při nástupu nemoci z povolání na prevenci úrazů a nemocí. V 60. letech také docházelo k zákonným změnám ve vztahu k mateřství. Do té doby platné výkony jako dávky v mateřství (Mutterschaftsgeld) a podpora v mateřství se začaly platit zcela z nemocenského pojištění, a tím se staly součástí dávek zákonného nemocenského pojištění. Co se týká sociálních dávek (Sozialhilfe), byl v roce 1961 zaveden právní nárok na sociální dávky. Tyto se začaly vyplácet, pokud se člověk dostal do nouze a nebyl sám schopen svou životní situaci zlepšit. Spolkový zákon o dovolené z roku 1963 zajišťoval obyvatelům SRN starším než 35 let minimálně 15 pracovních dní dovolené v kalendářním roce. Zákonem bylo rovněž podporováno vlastní bydlení obyvatel, kdy bylo umožněno každému pracovníkovi odečtení DM 312,- ročně od základu daně, např. z důvodu stavebního spoření. V roce 1970 byla tato částka navýšena na DM 624,-. Další sociální dávkou byl příspěvek na bydlení (Wohngeld), zavedený v roce 1960. Tehdy byly totiž uvolněny státem regulované ceny nájemného a pro mnoho lidí tvořilo nájemné stále vyšší částku jeho čistého příjmu. Příspěvek na bydlení je od té doby vyplácen přímo lidem, kteří na něj mají zákonný nárok. Od roku 1961 začal stát platit rodinám dětské přídavky také již pro

¹⁹⁸ PILZ, Franz: *Der Sozialstaat, Ausbau – Kontroversen – Umbau*. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn 2004, Band 452, s. 36.

¹⁹⁹ *In die Zukunft gedacht Bilder und Dokumente zur Deutschen Sozialgeschichte: c.d.*, s. 204.

druhé dítě těm rodičům, kteří mají malé příjmy (od roku 1975 tvořil příspěvek pro první dítě DM 50,-, pro druhé dítě DM 70,- a DM 120,- pro každé další dítě v rodině). Od roku 1964 se začala tato sociální platba financovat zcela z daní poplatníků, do té doby ji pracující spolufinancovali z pojistných odvodů.²⁰⁰

6.2. Dostupnost a kvalita bydlení

Postupně se kvalita a dostupnost bydlení zlepšovala, stejně jako ostatní sociální podmínky obyvatel Spolkové republiky Německa. V průměru byly byty stále větší, bydlelo v nich čím dál tím méně lidí a byly stále lépe vybavené tj. vlastním sociálním zařízením, koupelnou, ústředním topením, dále nábytkem, kuchyňskými spotřebiči atd. Přibližně na konci šedesátých let bylo dosaženo cílového počtu lidí, obývajících jednu bytovou jednotku, a to jedna osoba na jeden pokoj. Od té doby počet místností převyšoval počet lidí v bytě. Současně se disponibilní obytná plocha na jednu osobu výrazně zvýšila. Mezi lety 1950 a 1978 se téměř zdvojnásobila. Zvýšení kvantitativního standardu bydlení šlo ruku v ruce s kvalitativním zlepšením bydlení. Zatímco v roce 1950 většina bytů neměla vlastní koupelnu, v roce 1978 měla více než polovina bytů nejen koupelnu, ale i samostatné WC a ústřední topení.²⁰¹ Co se týká počtu osob obývajících jednu bytovou jednotku, v roce 1950 jich bylo v průměru 4,7, o pět let později již 3,7, v roce 1960 3,6 osob, v roce 1968 jen tři osoby, v roce 1972 2,8 osob a v roce 1978 tento průměr dosáhl hodnoty 2,6 lidí na jeden byt. Průměrná plocha bytu se pohybovala v roce 1950 kolem 68m², v letech 1960 a 1961 to bylo 67 m², v roce 1968 tato plocha stoupla o čtyři metry čtvereční, v roce 1972 byl byt velký 74 m² a v roce 1978 byl průměrný byt ještě o 5 m² větší. Zajímavé je srovnání průměrné bytové plochy na jednu osobu ve sledovaném období. V roce 1950 měla jedna osoba k dispozici téměř 15 m², o deset let později již téměř 20 m², v roce 1968 mohl jeden člen rodiny využívat v průměru téměř 24 m², v roce 1972 již více než 25 m² a v roce 1978 cca. 28 m². Počet místností na osobu se z necelých 0,63 pokoje v roce 1950, přes 0,73 v roce 1956 dostal na 1,04 místnosti v roce 1968, až na 1,21 pokoje pro jednoho člena rodiny v roce 1978. Co se týče vybavení bytů koupelnou, toaletou a ústředním topením, v letech 1950 – 1956 této úrovně dosáhlo 11,4% bytů, v roce 1960 10,3%, v roce 1968 již cca. 30%, o čtyři roky později požívalo tento standard víc než 40% bytů, v roce 1978 již téměř 60% bytů. Bytů, které nebyly vybaveny koupelnou, bylo v roce 1950 80,3 procenta, v roce 1956 53 procent, v roce 1968 28,5

²⁰⁰ *In die Zukunft gedacht Bilder und Dokumente zur Deutschen Sozialgeschichte: c.d.*, s. 205-207.

²⁰¹ ALBER: *c.d.*, s. 212-213.

procenta, v roce 1972 17,7 procenta a v roce 1978 už jen 11 procent bytů nemělo vlastní koupelnu.²⁰²

V rámci státem dotované výstavby sociálních bytů byla v první polovině 50. let stanovena cena nájmu cca. 1DM/m², což bylo daleko nad průměrem ceny porovnatelných nájemních bytů ve staré zástavbě. Například rodině s příjmem 400,- DM měsíčně způsobila taková výše nájemného více než desetiprocentní finanční zatížení. Výhodnější byly tedy pro rodiny s nižšími příjmy byty ve staré zástavbě, ovšem ty už byly většinou obývány majetnějšími rodinami a opravdu potřební se k nim nedostali. V roce 1953 byl schválen první zákon o výstavbě bytů (Wohnungsbaugesetz) a jím došlo k rozvětvení podpory výstavby pro průměrně vydělávající obyvatele (cca. 500,- DM/měsíčně) na čtyřčlennou rodinu a pro lidi, kteří vydělávají více. Ve druhém zákoně o bytové výstavbě byla zkombinována priorita výstavby vlastního bydlení s podporou sociálně slabých.²⁰³

Výše nájmu se během sledovaného období posouvala směrem nahoru. Od roku 1950 do roku 1955 se zvyšovala cena za metr čtvereční ve staré a v nové zástavbě, ještě bez sociálních bytů, ročně od 0,5 do 3,5% a měsíční nájem stál pracujícího cca. 10% jeho příjmů (čistý příjem čtyřčlenné rodiny). V roce 1956 (začátek bydlení v sociálních bytech) byla v tomto typu bytu průměrná cena za 1m² 1,23 DM. Mezi lety 1956 až 1960 stoupaly ceny nájmu v sociálních bytech ročně kolem 6%, v roce 1960 stál m² 1,55 DM, celkově v tomto roce zaplatil v průměru za nájem (tedy v sociálním bytě, ve staré zástavbě nebo v nové zástavbě) pracující 9,6% ze svého disponibilního příjmu. V následujícím roce stouply nájemní veškerých typech nájemních bytů cca. o 8%, v roce 1962 byly navýšeny až o průměrných 13%. V následujícím roce zaplatil nájemník v sociálním bytě 2,1 DM za 1m², což byl nárůst o 7% vzhledem k roku 1962. V roce 1965 za ten samý byt Němci platili 2,36 DM za 1m², což bylo cca. o 10% více, než v roce 1964. Rok 1966 znamenal nárůst nájmu o 13% v sociálním bytě. V roce 1968 platili nájemníci již 2,99 DM za metr čtvereční měsíčně. Na konci sledovaného období, tj. v roce 1970, to bylo 3,12 DM (již druhý rok po sobě nárůst jen okolo 2%) a nájemní tvořily průměrně 13,4% čistých příjmů pracujícího. Až tedy v roce 1967 se podíl nájmu na příjmech zvýšil z průměrných 10% na

²⁰² Tamtéž.

²⁰³ SCHULZ, Günter (ed.): *Geschichte der Sozialpolitik in Deutschland seit 1945. Band 3 1949 – 1957. Bundesrepublik Deutschland. Bewältigung der Kriegsfolgen, Rückkehr zur sozialpolitischen Normalität*, Bundesministerium für Arbeit und Soziales und Bundesarchiv, Baden-Baden 2005, s. 848 – 849.

cca. 13%.²⁰⁴ Za celé sledované období stoupaly nájemní práva v sociálních bytech nejrychleji, ve staré nebo v nové zástavbě se nárůst ceny nájmu pohyboval přibližně jedno a více procent pod procentickým nárůstem platby za nájem u sociálních bytů.

6.3. Stabilita pracovního místa

Pracující měli v poválečných letech daleko horší podmínky práce, co se týká např. délky pracovního týdne, který byl v roce 1945 ještě 39,5 hodin, stoupl v roce 1949 na 46,3 hodiny – tedy i na délce pracovního týdne bylo znát hospodářský růst a bylo potřeba zvýšit nejen délku, ale také produktivitu práce. V první polovině 50. let až do roku 1956 se pracovalo ještě průměrných 48 hodin týdně (v roce 1955 dosáhla průměrná délka práce dokonce nejvyšších 49 hodin týdně v průmyslových odvětvích).²⁰⁵ V roce 1955 došlo ke změně, a to k přechodu od šestidenního pracovního týdne k pětidennímu pracovnímu týdnu z důvodu tlaku odborových svazů. V roce 1960 pracující trávili v práci už jen 44,6 hodin týdně, v roce 1965 už jen 42,8 hodin. V tomtéž roce došlo k uzákonění snížení pracovní doby na 40-ti hodinový pracovní týden, ale ještě v roce 1970 pracující pracovali v průměru 41,5 hodiny. V roce 1975 bylo dosaženo v průměru týdenní pracovní doby 40,3 hodiny.²⁰⁶ Z uvedeného lze usuzovat, že snižování tarifní²⁰⁷ pracovní doby přispívalo ke snižování nezaměstnanosti, tedy že při stále kratší pracovní době bylo nutné zaměstnat více pracovníků.

Vývoj nezaměstnanosti v Německu odpovídá hospodářskému vývoji během sledovaného období, tj. 1950 – 1970 (-1975). Ještě v roce 1950 dosahovala nezaměstnanost 10,3 procenta práceschopného obyvatelstva, ale již v roce následujícím byla o sedm desetin nižší. V roce 1952 tvořila 8,4%, v roce 1955 už jen 5,1%, o dva roky později bylo nezaměstnaných jen 3,4%, v roce 1959 jen 2,5% a v následujících dvou letech, tj. 1961 a 1962 bylo dosaženo téměř stoprocentní zaměstnanosti v Západním Německu, tj. počet nezaměstnaných tvořil cca. jedno procento práceschopných Němců. Až v roce 1967 stoupl počet nezaměstnaných nad dvě procenta, poté se v následujících šesti letech (1968 – 1973) kvóta nezaměstnanosti pohybovala kolem jednoho procenta. Počet nezaměstnaných začal růst v roce 1974, kdy bylo ale nezaměstnaných také pouhých

²⁰⁴ BERIE: *c.d.*, s. 297.

²⁰⁵ SCHULZ: *c.d.*, s. 52.

²⁰⁶ POLLERT: *c.d.*, s. 345.

²⁰⁷ dle tarifních vyjednávání odborových svazů se zaměstnavateli

2,6 procent lidí. V následujícím roce 1975 bylo bez práce již cca. pět procent Němců.²⁰⁸ Je zřejmé, že během strmého hospodářského růstu bylo potřeba všech volných pracovních sil, rychle byli zaměstnání uprchlíci z bývalých německých území a z NDR, dále ženy (pracovaly jen jako svobodné, po sňatku musely zaměstnání opustit – představa ženy v poválečném SRN odpovídala roli matky a manželky v domácnosti²⁰⁹) Ovšem lze se domnívat, že právě vymezení pracovních sil jen na muže a svobodné ženy také přispělo k velice nízkým číslům nezaměstnanosti ve Spolkové republice. Nedostatek pracovních sil koncem 50. let vedl k podepsání bilaterálních smluv o nábore pracovníků z jiných států Západní Evropy. Jako první byla podepsána smlouva s Itálií v roce 1955, o pět let později následovaly ostatní státy Středomoří: Portugalsko, Španělsko, Řecko a Turecko. V roce 1964 pracovalo v SRN již milion „Gastarbeiterů“²¹⁰ (hostujících pracovníků)²¹¹.

Nezaměstnanost se v jednotlivých spolkových zemích o mnoho nelišila, např. v roce 1960 byla při celkové nezaměstnanosti 1,3% v SRN nezaměstnanost v Severním Porýní – Vestfálsku pouhých 0,8%, ještě méně nezaměstnaných bylo ve spolkové zemi Bádensko – Württembergsko, a to 0,3% lidí bez práce. Nejvíce nezaměstnaných bylo v roce 1960 v Západním Berlíně, 3,7%. V roce 1967, kdy celková nezaměstnanost v SRN stoupla lehce nad dvě procenta, bylo v Severním Porýní – Vestfálsku 2,2% nezaměstnaných, více jich bylo zaznamenáno ve spolkových zemích Dolním Sasku 2,9%, V Severním Bavorsku 3,6% a v Porýní – Falci 2,8%.²¹² Celkově lze konstatovat, že nezaměstnanost ve spolkové zemi Severní Porýní – Vestfálsko dosahovala nejmenších čísel ze všech spolkových zemí SRN během sledovaného období.

²⁰⁸ *Informationen zur Politischen Bildung* Nr. 256: c.d., s. 36.

²⁰⁹ KRIWET, Hildegard: *Wirtschaftswunder*. www.planet-wissen.de, 24.05.2004. <http://www.planet-wissen.de/pw/Artikel,,,,,,,,,DA106708F46D24A6E030DB95FBC3053C,,,,,,,,,,,,,html> (21.11.2006).

²¹⁰ Označení „hostující pracovník“ z toho důvodu, že se dle původního plánu měli pracovníci ze zahraničí po určité době vrátit do svých rodných zemí.

²¹¹ Problematika „Gastarbeiterů“ v Německu je velice rozsáhlá, proto se autorka tomuto tématu v diplomové práci blíže nevěnuje.

²¹² BERIE: c.d., s. 125.

Přehled měsíčních čistých²¹³ příjmů (mzda/plat, v DM) pracujících v SRN a změna v procentech oproti předcházejícímu roku²¹⁴

Rok	Čistý měsíční příjem v DM	Změna v %
1950	213	-
1951	243	+14,5
1952	261	+7,1
1953	277	+6,3
1954	292	+5,5
1955	315	+7,7
1956	338	+7,5
1957	358	+5,8
1958	377	+5,4
1959	399	+5,8
1960	431	+8,0
1961	472	+9,3
1962	512	+8,6
1963	541	+5,7
1964	586	+8,4
1965	645	+9,9
1966	683	+5,9
1967	702	+2,9
1968	736	+4,8
1969	791	+7,5
1970	894	+13,0

Hrubé mzdy a platy během deseti let 1950 – 1960 nominálně nepřetržitě stoupaly, oproti předchozímu roku následovně: v roce 1951 o 16,3% (v tabulce viz výše jsou uvedeny čisté příjmy), v roce 1952 o cca. 7,9%, v roce 1954 o 5,2%, následující dva roky byl podobný vzrůst o cca. 8%, v roce 1957 jen o 5%, následující dva roky téměř stejný nárůst brutto platů, ovšem v roce 1960 vzrostly oproti roku 1959 až o 6,6%.²¹⁵ Tedy celkový nárůst finančního příjmu (netto, nominální) dělníka byl mezi lety 1950 – 1957 cca. o 68%, z 213,- na 358,- DM měsíčně (v roce 1959 již 410,- DM – tedy dvakrát tolik, než v roce 1950). Reálný nárůst mzdy/platu byl ovšem vzhledem k růstu cen na trhu nižší. Inflace dosahovala nižšího růstu než mzdy a platy, tj. za svůj čistý příjem si pracující mohli dovolit koupit stále více. Nominální růst mezd a platů při růstu produktivity hospodářství o cca. 6,9% a inflaci cca. 2,7% mezi lety 1949 a 1959 znamenal zásadní růst reálných příjmů obyvatelstva.²¹⁶

²¹³ čistý příjem je hrubá mzda/plat po odečtení daní z příjmu ze závislé činnosti a po odečtení povinných příspěvků (Beiträge)

²¹⁴ BERIE: c.d., s. 49.

²¹⁵ Informationen zur Politischen Bildung Nr. 256: c.d., s. 36, viz Kapitola: Časopis Brigitte

²¹⁶ SCHULZ: c.d., S. 50.

Část nespotřebovaných čistých finančních prostředků ukládali obyvatelé SRN do peněžních ústavů jako spoření. Spoření jsou peníze, kterých se domácnosti momentálně vzdávají, aby je mohly využívat v budoucnosti. Pro státní hospodářství znamená stoupající spořicí kvóta²¹⁷ domácností jejich nižší spotřebu, na druhou stranu jsou bankám těmito penězi dány k dispozici finanční prostředky, které v ekonomice obíhají a jsou prostřednictvím bank půjčovány např. podnikům. Firmy opět půjčené peníze investují, tj. zvyšující se spořicí kvóta způsobuje vyšší investice do ekonomiky, a tím se zvyšuje celkový hospodářský produkční potenciál. S rostoucím finančním příjmem domácností zpravidla klesají konzumní výdaje a zvyšuje se tendence ke spoření.²¹⁸ Zvyšující se reálný příjem dovozoval obyvatelům Německa část vydělaných čistých příjmů investovat například právě do spoření (další oblíbené cíle volných finančních prostředků byly různá pojištění nebo nákup vlastního domu či bytu). Po první konzumní vlně, tj. asi v roce 1952, mohly domácnosti poprvé svoje roční úspory zdvojnásobit.²¹⁹ Do roku 1957 se zvýšila spořicí kvóta na osm procent, tento trend sílil, v roce 1959 se zvýšila na 9,4%, v roce 1965 již tvořil podíl úspor na disponibilním příjmu soukromých domácností 12,2%, v roce 1967 11,5%, o rok později již 14%, v roce 1970 dosáhla tato kvóta již 14,2%.²²⁰ V roce 1975 dosáhl podíl spoření domácností na jejich disponibilních finančních prostředcích již více než 15 procent.²²¹ Spoření bylo vlastně přípravou domácností na pozdější konzum, neznamenalo tedy tvoření kapitálového majetku. Státem bylo sice spoření podporováno, ovšem stát více financoval kumulaci finančních prostředků u podnikatelů. Spoření také samozřejmě záviselo na sociální skupině, ten, kdo měl více disponibilních peněz také víc našetřil. Soukromí podnikatelé (živnostníci – „Selbstständige“) například mezi lety 1950 – 1959 naspořili v průměru 1500,- DM na domácnost, ovšem domácnosti zaměstnanců, na které připadalo 40% tvorby majetku (Vermögensbildung) soukromých domácností, mohli naproti tomu vytvořit ve stejném období jen majetek o hodnotě 323,- DM.²²²

Z výše uvedeného vyplývá, že během sledovaného období probíhala hospodářská konjunktura Spolkové republiky Německo, lidé vydělávali více, mohli si dovolit nakupovat a spotřebovávat více zboží a služeb, jejich podmínky bydlení se zlepšovaly. Za

²¹⁷ podíl naspořených prostředků na disponibilním čistém příjmu

²¹⁸ POLLERT: *c.d.*, s. 47.

²¹⁹ SCHULZ: *c.d.*, s. 51-52.

²²⁰ POLLERT: *c.d.*, s. 48.

²²¹ SCHULZ: *c.d.*, s. 51-52.

²²² Tamtéž.

nájem v různých typech nájemních bytů platili sice každý rok o něco více, ovšem platba za nájem vždy tvořila cca. 10% čistého příjmu a při rostoucích mzdách a platech a nízké inflaci to znamenalo stále více volných finančních prostředků. Pracovní týden se zkracoval, i když se výdělek vzhledem ke stále kratší pracovní době nesnižoval, ale naopak zvyšoval. Pracující měli díky zkracující se pracovní době také více volného času, který mohli věnovat mj. konzumu a masové kultuře. Lze tedy usuzovat, že se lidem vedlo stále lépe a kvalita života se nepřetržitě zvyšovala.

7. Fenomén Volkswagen Brouk (Käfer)

7.1. Specifikace výrobku vzhledem ke konzumu

Osobní automobil Volkswagen (VW, lidový vůz) byl a je synonymem pro „německý hospodářský zázrak“ a stále ještě doznívá jeho sláva v podání posledních aut tohoto typu, do roku 2003 vyráběných v Mexiku.

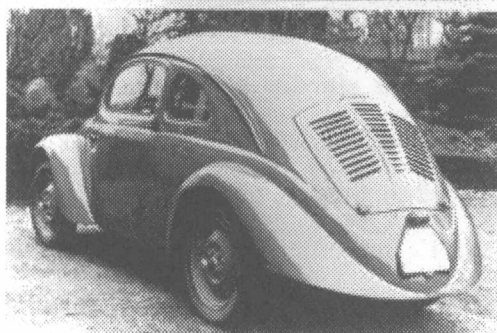
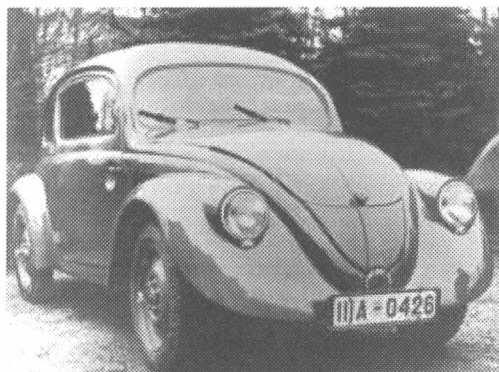
Sláva Volkswagenu začala již v roce 1936, kdy se začala testovat nová auta VW, která měla být vhodná především pro dopravu po dálnicích.²²³ V roce 1938 se začíná budovat město „KdF-Wagens“²²⁴, Wolfsburg, nedaleko města Fallersleben. Osobní automobil VW (KdF-Wagen) měl být dostupný pro co nejširší okruh Němců, proto si každý zájemce o VW platil splátky na svou „VW-spořicí knížku“ (VW-Sparkarte), které byly v hodnotě alespoň 5 říšských marek. Bylo nutné naspořit na své spořicí konto VW kupní cenu automobilu, tedy 990,- říšských marek (Hitlerem pevně stanovená maximální cena za KdF-Wagen). Bohužel druhá světová válka překazila naději střadatelů (v letech 1938 a 1939 jich bylo 336000), kteří se svých vysněných aut nikdy nedočkali. Pásová výroba VW díky válce nezačala, naopak ji nahradila v roce 1940 sériová produkce jednoduchého terénního vozu.²²⁵

²²³ KNECHT, Jochen: *Mythos Käfer*, http://www.stern.de/sport-otor/autoservice/index.html?id=502474&p=2&nv=ct_cb&eid=502462 (01.07.2006)

²²⁴ KdF je zkratka pro „Kraft durch Freude“ [radostí k síle]

²²⁵ KNECHT, c.d.,

Ferdinandův Volkswagen



© Volkswagen 

Zezadu i zepředu pěkný. VW „Brouk“ série 30, ještě bez zadního okénka.

Až o pět let později spojenci zahájili ve Wolfsburgu znovu výrobu. Výroba aut se postupně zvyšovala, v roce 1946 byl vyroben již desetitisící Volkswagen. Když v roce 1978 opustil poslední v Německu vyrobený VW výrobní haly Wolfsburgu, byl to 16 255 500cí automobil.²²⁶

Po celém světě platil VW Brouk za plechovou karoserii na čtyřech kolech, který se zrodil během fašismu, byl symbolem německého hospodářského zázraku, kulturní objekt generace Hippies a především základní kámen světově proslulé automobilky Volkswagen.²²⁷ Přitom se po válce uvažovalo o zrušení výroby kvůli špatnému výkonu a provedení, že se jedná o „ošklivé“ a „příliš hlučné auto“, že by byla úplná hloupost chtít tohle auto vyrábět pro komerční účely²²⁸.

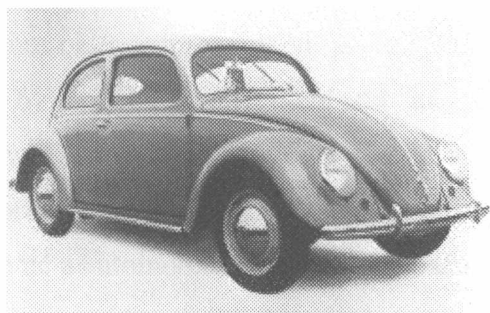
²²⁶ KNECHT, *c.d.*

²²⁷ Tamtéž.

²²⁸ ANDERSEN: *c.d.*, s. 162.

VW „Brouk“ (Käfer) dostal své specifické jméno až v roce 1968 v Americe (Beetle), kdy se objevilo v reklamním textu. V Německu se toto označení pro VW: „Käfer“ prosadilo až poté.²²⁹

O Broukovi je rozšířeno velmi mnoho mýtů, kterým lidé nejen v Německu rádi věří. Například se traduje, že byl VW „motorem“ německého hospodářského zázraku. Spíše je pravdou, že VW byl „symbolem“ tohoto období, jakousi reklamní značkou poválečného Německa. Samozřejmě byl německý automobilový průmysl důležitou součástí německého průmyslového rozvoje, ovšem co se týče klíčových průmyslových odvětví, neméně ovlivňovaly německý hospodářský růst například stavební průmysl a ocelářství. Další z obecně akceptovaných mýtů je, že byl Brouk nejlevnějším dopravním prostředkem. Pravdou ovšem je, že byly k dostání daleko levnější a menší auta, např. Messerschmitt Kabinenroller (také známý jako „sněhurčina rakev“ tj. „Schneewittchensarg“) aj. Dále se stále traduje, že Brouk byl vozidlem pro všechny sociální skupiny západoněmeckého obyvatelstva. Ani to ovšem nebyla pravda, protože lidé movitější, dbající na prestiž, si pořizovali nákladná vozidla vyšší třídy, tj. např. z německé produkce automobily značky Mercedes nebo velký vůz Opel Diplomat.²³⁰ Brouk byl především dostupným a dlouho používaným autem nižší střední vrstvy, ze začátku své historie jako spíše dražší auto, ale se slušným výkonem a k tomu adekvátní cenou. Oproti konkurenci ostatních osobních aut střední třídy byl autem levnějším, ovšem se stejnou spotřebou jako auta dražší. Výkonem motoru a trvanlivostí většinou kupující přesvědčil.

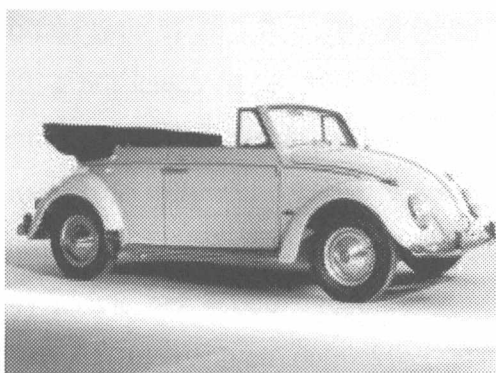


© Volkswagen 

Typ1-Brouk z roku 1950

²²⁹ KNECHT, c. d..


²³⁰ Tamtéž.



© Volkswagen 

Nezaměnitelný, velmi žádaný: Brouk Cabrio



© Volkswagen 

„Vezmi mě s sebou“, Brouk na cestě.

Mnoho skupin obyvatelstva si v 60. a 70. letech nemohlo představit silnice bez Brouka. Rodiny s dětmi se do něj vždy vešly, policisté si s ním také na německých silnicích dlouho vystačili, maminky s dětmi ho využívaly na nákupy, nemusely se stydět s tímto oblíbeným vozítkem přijet ke zrovna otevřenému obchodnímu domu, pro studenty to bylo nejdostupnější ojeté auto, kdy se dalo zaplatit z občasných brigád ze třetí nebo ze čtvrté ruky a dalo se na něj přes to všechno, co už mělo za sebou, s občasnými malými opravami spolehnout. Kutilové si jej také oblíbili, protože vlastnoruční tvořivá práce na domě a automobilu: tzv. „udělej si sám“ byla v době, kdy se Brouk proháněl po silnicích, velkou módou. Na vrakovištích sehnané náhradní díly stačily i pro nepříliš nadané kutily. Prodejci ojetých aut měli tedy vždy zaručenou poptávku, pokud se na jejich parkovišti objevil VW Brouk. Oblíbenost tohoto vozidla neklesala. Věděli, že Brouk s najetými 50 000 nebo 60 000 kilometry byl právě dobře zajetý, a proto velmi žádaný vůz. Šlo o proniknutí tohoto výrobku do podvědomí lidí jako univerzálního automobilu pro „všechny“ vrstvy obyvatelstva, jako skoro „nezničitelný“ (unzerstörbar) nebo „nerozbitný“ (unkaputtbar) vůz, který nikoho nenechá na holičkách a také naskočí za

nepříznivých klimatických podmínek, např. za jakéhokoliv mrazu.²³¹ VW Brouk byl v 50. a 60. letech nejprodávanější auto v Západním Německu a dominoval na silnicích. Tento model VW neměl v nižší třídě (1000 – 1300 cm³) zřejmě velkou konkurenci. V roce 1955 připadalo 93,5% všech nových uvedených do provozu právě této kategorii automobilů. Automobilka ve Wolfsburgu zvýšila denní výrobu ze skoro 30 Brouků v roce 1947 na víc než 4 000 v roce 1960. V roce 1950 bylo zapotřebí na zakoupení Brouka obětovat 70 týdenních dělnických platů v průmyslu, v roce 1970 bylo na něj nutné pracovat „jen“ 20 týdnů²³².

Brouk se stal tedy jedním ze „synonym“ hospodářského zázraku, jeho robustnost, solidní a čisté provedení, spolehlivost a vysoká životnost z něj udělali auto, kterého si cenily všechny sociální vrstvy, protože skoro každý Němec s ním měl zkušenosti, byla to jakási „osobní záležitost“ Němců, jejich auto, jehož produkce se znovuzrodila z poválečného popela a prachu a jako oni sami dosáhla ekonomického úspěchu a celosvětového uznání. Kdekoliv na světě bylo za „Německo“ považováno jen několik málo věcí, a to Brandenburská brána, Kolínský dóm a právě VW Brouk. Automobilová novináři ho považovali za „beztrždní model“²³³.

Chronologie VW Brouka:²³⁴

Rok	Událost
1934	22. července dostává automobilový konstruktér Ferdinand Porsche od „Říšského spolku německého automobilového průmyslu“ ("Reichsverband der Deutschen Automobilindustrie") zakázku, postavit "Volkswagen".
1935	Porsche prezentuje 3. července první prototypy limuzíny, o půl roku později také verzi Cabrio.
1936	V červenci jsou první exempláře hotové. Typ "V3" ujedou při testu trvalého zatížení (Dauerbelastungstests) každé 50 000 kilometrů.
1937	V dubnu je vyrobeno prvních 30 "W30"- předseriových vozů. Musí při testech ujet dohromady 2,315 milionů kilometrů. Do té doby bylo investováno 1,7 Mil. Říšských marek do vývoje.
1938	Vůz připraven pro sériovou výrobu. Je vybaven 4-cylindrovým motorem (Boxenmotor) chlazeným vzduchem, který se nachází v zadní části auta. Z 985cm ³ vytvoří motor při 3000 otáčkách za minutu skoro 24 PS. Běžná rychlost je kolem

²³¹ KNECHT, c.d.

²³² ANDERSEN: c. d., s. 161.

²³³ Tamtéž.

²³⁴ KNECHT, c.d.

	(Dauergeschwindigkeit) 100 km/hod. 26. května pokládá Adolf Hitler blízko města Fallersleben základní kámen automobilky VW.
1939	Místo plánovaného tzv. KdF (Kraft durch Freude)- automobilu „Radostí k síle“ byly montovány terénní auta (Kübelwagen) pro Hitlerova vyhlazovací tažení. Během let byly ve Wolfsburgu nasazeny tisíce nuceně nasazených. Noviny "New York Times" nazvaly poprvé tento vůz jako „Brouka“ – ale spíše jako nadávku než jako přezdívku.
1945	Britská vojenská vláda objednala v dubnu prvních 20 000 limuzín. Výroba VW může začít. Ze začátku ale nebylo dost materiálu. V prosinci začíná sériová produkce s prvními 55 vozidly.
1947	8. dubna byly exportovány první auta typu Brouk do zahraničí, 56 kusů do Nizozemí.
1950	Poprvé exportováno 328 Brouků do USA lodí.
1951	Otec Brouka, Ferdinand Porsche, umírá 31. ledna. Od 22. listopadu se nedávají na zadní sedadla ruční podpěrky.
1953	10. března střídá Brouk tzv. "Ovali" s oválným zadním okénkem „Brouka-preclík“ („Brezel-Käfer“) tj. Brouka s rozděleným zadním okénkem ve tvaru preclíku.
1954	Po vyhraném mistrovství světa v Bernu dostávají hráči německého národního fotbalového týmu Brouka jako dárek.
1958	Pětimiliontý Brouk je vyroben 5. dubna.
1960	Brouk dostává opravdové směrové světlo. Do té doby běžná postranní směrovka (Seitenwinker) se přestal používat.
1964	Ve městě Emden začíná 8. prosince produkce Brouka na export.
1967	Další výrobní rekord: Deset milionů Brouků.
1970	V USA prodáno 569 696 Volkswagenů.
1972	Brouk je od 17. února nejvíce vyráběným autem světa a pokořil svými 15 007 034 kusy rekord T- Modelu Fordu, "Tin Lizzy".
1974	1. července 11.49 zastavuje VW ve Wolfsburgu výrobu Brouka.
1978	V Emden - 19. ledna končí také tam výroba Brouka v Německu.
1985	Brouk se objevuje v ceníku VW naposledy v dubnu.
1997	V mexickém Puebla začíná výroba aut "New Beetle".
1998	Nejsilnější Brouk je představen. Sedan 1800i běží rychlostí 152 km a má 72 KS.
2002	Der Golf číslo 21.517415 předběhl Brouka v produkci VW.
2003	Volkswagen ukončil 10. července produkci Brouka v Mexiku.

7.2. Srovnání dostupnosti výrobku pro rodiny v letech 1945 – 1970

Ceny VW 1949 – 1973 v DM²³⁵

Rok výroby	Standard	Export	Cabrio
1949	5300,-	5450,-	7500,-
1950	4400,-	5150,-	6950,-
1951	4600,-	5400,-	6950,-
1952	4400,-	5400,-	6950,-
1954-1955-1956	3790,-	4600,-	5990,-
1957	3750,-	4600,-	5990,-
1958-1959	3810,-	4740,-	6010,-
1960	3790,-	4740,-	6010,-
1961	3810,-	4740,-	5990,-
1962	4200,-	4900,-	6230,-
1963	4200,-	4980,-	6230,-
1964	4290,-	4980,-	6230,-
1965	4485,-	4980,-	6490,-
1966	4635,-	5150,-	6670,-
1967	4485,-	5200,-	6910,-
1968-1969	4485,-	5150,-	5895,-
1970	4695,-	5495,-	7490,-

Nejen zvyšující se platy, ale i klesající pořizovací cena a snižující se životní náklady přispěly k automobilovému boomu a masové motorizaci. Přes množství technických zlepšení (od roku 1953 synchronizovaná převodovka, od roku 1954 místo 25 KS, 31 KS) se snížila cena VW exportního modelu z 5 450 DM (v roce 1950) během 10ti let o 15%. Benzín jako největší nákladová položka automobilisty rovněž v padesátých letech zlevnil. Cena klesla z 64 až 69 feniků za litr do roku 1960 na 60 feniků. (Schell AG)²³⁶

Po měnové reformě v roce 1948 a zavedení německé marky se začal obrázek silnic v SRN měnit. Na silnicích bylo vidět daleko více druhů dopravních prostředků. Mopedy, motorová kola (Motorroller) a motorky nastoupily jako první. Velmi málo lidí mělo

²³⁵ BORGESON, Griffith. – SHULER, Terry – SLONIGER, Jerry: *Volkswagen KÄFER, Das 20-Millionending aus Wolfsburg*. München 1986, s. 153-159.

²³⁶ ANDERSEN, Andre: *Der Traum vom guten Leben Alltags- und Konsumgeschichte vom Wirtschaftswunder bis heute*, Campus Verlag, Frankfurt/New York 1997, s. 162.

peníze na osobní automobil, také proto automobiloví výrobci přemýšleli o levných, pro většinu obyvatel dostupných autech. Kleinschnittger F 250, Zündapp Janus, Lloyd LP 300 („Kdo se neobává smrti, jezdí Lloydem!“), Gutbrod Superior, BMW Isetta („Knutschkugel“) a Kabinenroller od firmy Messerschmidt a Heinkel byly dostupné automobily pro lidi, kteří vydělávali průměrně. Pro movitější Němce se nabízely modely jako např. VW „Brouk“, DKW 1000 a Ford Taunus. Ještě zámožnější Němci si mohli dovolit koupit auta jako Mercedes 180, Borgward Isabella nebo Opel Kapitän.²³⁷

Dle jednoho průzkumu v 50. letech v SRN se auto umístilo až na 13. místě v pořadí mužských přání, u žen bylo až na 17. místě. Auto bylo také symbolem svobody a demokracie. Na trhu byla velká nabídka automobilů, která se měnila podle poptávky spotřebitelů, tj. lidé měli svobodu volby, na který automobil mají peníze a mohli si tedy svobodně vybrat a koupit. Byly nabízeny různé značky aut, typy a výkony motorů, různý design apod.²³⁸ První nákup auta znamenal pro každého Němce velkou událost a podílelo se na ní celé příbuzenstvo. Vlastnit automobil znamenalo celkovou změnu trávení volného času, auto se stalo součástí rodiny a „potřebovalo“ také střechu nad hlavou.

Co se týče prodávaných aut, do roku 1956 si Němci kupovali nejčastěji vůz s obsahem motoru do 1000 cm³. Dá se tedy usuzovat, že v polovině 50. let nepatřil VW Brouk k nejoblíbenějším automobilům a už vůbec ne k nejprodávanějším osobním vozům v Německu. Úspěšným tedy byl např. vůz s 300 cm³ - automobil Lloyd Brémské automobilky Borgward Auto. Od roku 1956 se vyráběl dokonce s motorem o obsahu 600 cm³. Tento vůz dosáhl v roce 1957 v kategorii 500 – 1000 cm³ přes 42% podílu na trhu, což byl jeho nejlepší výsledek na trhu vůbec. Automobilka v Zwickau si auto Lloyd, tzv. „bombardér z leukoplastu“ (Leukoplast-Bomber), jak se mu mezi lidmi říkalo, se svou překližkovou karoserií (Sperrholzkarosserie) a umělohmotným potahem (Kunststoffüberzeug), vzala jako vzor pro svůj produkt: Trabanta, který se v Zwickau vyráběl kvůli nedostatku alternativ až do konce trvání Německé demokratické republiky. Ještě menší než Lloyd bylo třístopé auto Messerschmidt-Kabinenroller, kvůli odklápěcí a pro nastoupení používané skleněné kupoli se mu říkalo „Sněhurčina rakev“ (Schneewitchensarg). Díky nízkému odporu vzduchu platil za „tryskovou stíhačku

²³⁷ *Rundfunk in Deutschland nach 1945*, Epoche 3, <http://epoche-3.de/strasse.php> (15.10.2006)

²³⁸ ANDERSEN: *c. d.*, s. 29.

malého muže²³⁹ Velmi oblíbeným bylo také auto produkce BMW - Isetta, obsahu 250 a 300 cm³, jehož podíl na trhu v roce 1956 tvořil téměř pět procent nově registrovaných aut v SRN. Isetta se v Německu prodávala mezi lety 1955 – 1963 a celkově tvořila 1,3% automobilů v SRN v uvedeném období²⁴⁰. Oblíbenost automobilů s obsahem motoru do 1000 cm³ klesala od roku 1957, a to zřejmě kvůli měnícím se požadavkům spotřebitelů na výkon a velikost soukromého dopravního prostředku. Pozitivní ekonomická situace SRN se projevovala na stoupající životní úrovni obyvatel, více lidí si mohlo dovolit dražší, tj. větší a výkonnější auta. Tento trend zapříčinil klesající poptávku po malých, úsporných autech a postupné ukončení jejich výroby v šedesátých letech.

Příklad další automobilové značky, která neměla dlouhého trvání na západoněmeckém automobilovém trhu, opět dokazuje změnu v nárocích a požadavcích automobilistů. V roce 1961 došlo k prvnímu mimořádnému konkurzu ve zpracovatelském průmyslu: Brémský výrobce automobilů Borgward musel kvůli velmi slabému kapitálovému vybavení a neúspěšným modelům zastavit výrobu. Především prodejní čísla kdysi velmi úspěšného malého vozu Lloyd na začátku nového desetiletí ztlačila: V roce 1959 opustilo ještě 34 565 Lloydů řady 600 („Alexander“) halu v Bremen-Neustadt, v roce 1960 to bylo už jen 4 998 exemplářů.²⁴¹ Němci měli od 60. let stoupající zájem o auta střední třídy, tj. obsahu min. 1000 cm³, to ovšem Lloyd nesplňoval, proto jeho prodejní čísla klesala.

Jinou automobilovou značku čekal ovšem lepší osud: BMW. Jak se ukázalo u nových úspěšných typů automobilů BMW třídy 1500/1800, které zajistily značce přežití po poklesu prodeje malého vozu Isetta od roku 1961, pro zákazníka byla pořád důležitější vysoká kvalita a odpovídající výkon automobilů.²⁴² Před modely třídy 1500/1800 (začátek výroby v roce 1961), které se přesně strefily do požadavků spotřebitelů, vyráběl bavorský výrobce buď skoro neprodejná příliš velká (6 a 8 válcová) nebo téměř nepoptávaná příliš malá auta (1- a 2-válcová jako typ Isetta, 600 a 700 cm³ typy), ale nemohl nabídnout žádný atraktivní produkt ve stále důležitější tržní oblasti střední třídy. To se změnilo v roce 1962, kdy přišla nová řada BMW 4-válce na trh. Na začátku vykazuje něco, co

²³⁹ ANDERSEN: *c. d.*, s. 161.

²⁴⁰ Isetta-online, <http://www.isetta-online.de/> (21.10.2006)

²⁴¹ SCHINDELBECK: *c. d.*, s. 12.

²⁴² *BMW Geschichte*, Einfach Autos, Das Autoportal, <http://www.einfach-autos.de/hersteller/bmw/> (22.10.2006)

neexistuje u obé konkurence Opelu, Fordu nebo DKW a už brzy má úspěch jako úspěšný koncept „psychologické díry na trhu“. Jde o určitý image, který je střížen přesně na míru určité (ekonomicky vyšší) vrstvy spotřebitelů a značku ve svém jádru vytváří dodnes: typické nepříliš se obměňující rysy, které vždycky nakonec přesvědčí výkonem motoru. Jiní výrobci, kteří si všimli stejných tendencí a mohli uspokojit poptávku podobnými produkty jako třeba firma Glas (viz níže) se svým modelem „1700“, se zřejmě méně úspěšně prezentovali spotřebiteli, a nakonec je koupila právě konkurenční firma BMW a navždy zmizeli už v šedesátých letech z automobilového trhu.²⁴³

7.3. Ostatní automobilové značky na německém trhu

Další automobilky se objevovaly a zanikaly během prvních poválečných desetiletí. Například podnikatel - výrobce zemědělských strojů a mopedů - Hans Glas z jižního Bavorska – rychle zareagoval na měnící se poptávku a přeorientoval veškerou výrobu dle potřeb zákazníků. Uvádí se, že si v roce 1952 povšiml desítky promočených řidičů mopedů, kteří se schovávali před deštěm cestou z říjnových slavností piva v Mnichově (Oktoberfest). Bylo mu hned jasné, že tito lidé, jakmile by měli trochu víc peněz, hned by si koupili svůj první automobil a přestali by okamžitě jezdit na mopedu. Za vynaložení všech technických a finančních prostředků pracoval Hans Glas od začátku na přestavbě produkce mopedů na výrobu malého automobilu „Goggomobil“. Auto přišlo v roce 1955 na trh. Byl to kasovní trhák, protože přesně odpovídal přechodné situaci mezi dvoukolovým mopedem a čtyřkolovým podvozkem. Pro mnohé zaměstnance a dělníky, kteří si toužebně přáli automobil, byl VW Brouk nedosažitelný. Ne ani tak kvůli vysoké pořizovací ceně, ale spíše kvůli nákladům na údržbu a provozním nákladům. VW bylo auto „vyšší střední třídy“, které mělo v porovnání s malými automobily vyšší spotřebu, náklady na garážování aj. byly také vyšší než u malých aut s obsahem do 1000 cm³.²⁴⁴

²⁴³ SCHINDELBECK: *c.d.*, s. 16.

²⁴⁴ viz tabulka v kapitole Časopis Brigitte.

Malé auto jako Goggomobil se svými 250 cm³ a 13,6 KS byl na rozdíl od VW jen motorka se střechou a nezatěžoval tolik domácí rozpočet.²⁴⁵ Jeho pořizovací cena byla stanovena na DM 3000,-, automobilka rozšířila výrobu dále na transportéra a počet vyrobených aut se zvyšoval. V roce 1958 se stává Goggomobil nejprodávanějším malým vozem v Německu, v té době se po německých silnicích prohání 280 000 Goggomobilů.



Ovšem Goggomobil zůstal právě jen malým autem a požadavky spotřebitelů se měnily. Bylo potřeba uspokojit poptávku po větším, výkonnějším a prestižnějším autě. O to se automobilka sice pokusila, ovšem prodávalo se čím dál tím méně Goggomobilů. Model „Velký Goggomobil“ nebyl úspěšný, protože nesplňoval očekávání velkého výkonného auta a už ani nešlo o malé úsporné auto pro každého. Po několika podobných pokusech o udržení kroku s poptávkou tj. o výrobu sportovního či luxusního vozu většího výkonu i s některými více či méně úspěšnými modely došlo v roce 1966 k převzetí automobilky GLAS firmou Bayerische Motorwerke (BMW). Automobilku GLAS si většina pamětníků bude ovšem vždy spojovat s „vozítkem“ Goggomobil.²⁴⁶

Stupeň motorizace západoněmeckého obyvatelstva stoupal od 50. let, 60. léta se stala desetiletím masové motorizace, která končila koncem sedmdesátých let.²⁴⁷ V 50. letech v Německu proběhnuvší největší vlna motorizace ze západních zemí, 21% ročně, předběhla všechny prognózy. V roce 1960 připadalo v SRN na 1000 obyvatel 81 aut, tj. 12,5 lidí na 1 auto. Oblíbenost aut stoupala po celém světě, ale většina německých domácností evidentně toto nadšení pro osobní automobily ještě v polovině padesátých let nesdílela. Například v roce 1955 prohlásilo v anketě jen 3% všech obyvatel SRN, že by spořili na auto, pokud by měli o 100 DM měsíčně více.²⁴⁸ V roce 1950 bylo v Německu 500 000 registrovaných aut, v roce 1960 ale už přes čtyři miliony. Například v roce 1954 byly čtyři pětiny aut pořizovány jako firemní, situace na konci 60. let vypadala opačně,

²⁴⁵ SCHINDELBECK: *c.d.*, s. 9.

²⁴⁶ THERASA, Wolfgang: *Die Hans GLAS GmbH*, http://glasclub.org/glas/historie/short/hist_d.htm (30.8.2006).

²⁴⁷ ANDERSEN: *c. d.*, s. 29.

²⁴⁸ ANDERSEN: *c. d.*, s. 158.

kdy bylo 80% aut pořizováno pro privátní účely. Na konci 60. let už dvě třetiny domácností pracujících vlastnily auto.²⁴⁹ Je tedy zřejmé, že se hlavní zájem o automobil u Němců objevil mezi lety 1955 – 1960. Příčiny tohoto vývoje lze pozorovat ve zvýšené hustotě obyvatelstva ve městech a kolem měst, zvyšující se vzdálenosti mezi prací a bydlištěm, nebo v přesunu blízkých nákupních ploch na „zelenou louku“ (za město) – tedy zvýšená potřeba individuální dopravy v Západním Německu.²⁵⁰ Auto bylo nejdříve akceptováno pouze jako alternativní dopravní prostředek k veřejné dopravě, ale stále více se stávalo objektem prestiže a symbolem stoupající životní úrovně Němců.

S nárůstem automobilů stoupaly také výdaje rodin na dopravu, tj. později na provoz automobilu (pořizovací náklady, pohonné hmoty a např. garážování a opravy). Například v roce 1950 byly výdaje na dopravu na posledním místě výdajového žebříčku domácností, od roku 1973 stály ale již na 3. místě s 12%, což ale způsobilo i zvýšení cen ropy po ropné krizi v roce 1973. Před dopravní náklady se v rozpočtech domácností zařadily jen položky tradičně nejvyšší, tj. potraviny s 27% a nájem s 15,5% životních nákladů.

V 50. letech se změnil význam auta, kdy se z něj stalo z firemního auta podnikatele auto všech tříd a vrstev pro jízdu do práce nebo rodinný výlet. V roce 1950 propagovaly Fordovy továrny svůj výrobek – Taunuse - sloganem: „S Taunusem není jízda autem žádný luxus, ale pořád zábava!“ Podnikatel – muž - platil za potenciálního kupce a byl předmětem inzerátu. Dále se v něm objevovaly siluety výškových budov, které měly symbolizovat dynamiku, úspěch a pokrok. Dle reklamy tedy auto patřilo k blahobytu a stálému hospodářskému růstu. Potenciální kupec měl vidět v autě rodinnou drožku, která také jemu chyběla k rodinnému štěstí. Na začátku 60. let také ostatní výrobci aut naladili na rodinnou notu. Například výrobce dopravních prostředků DKW.²⁵¹ Mnoho západních Němců vstoupilo do motorizované společnosti s motorkou a později přešli na automobil. Třetina západoněmeckých mužů v roce 1955 vypověděla, že jezdili na mopedu, rolleru nebo motorce.²⁵² V roce 1957 se poměr motorek a automobilů převrátil a tak počet přihlášených aut překročil počet motorek přihlášených do provozu.

²⁴⁹ Statistisches Bundesamt, www.destatis.de, Fachserie M, Reihe 18.

²⁵⁰ ANDERSEN: *c. d.*, s. 125.

²⁵¹ DKW tj. Dampfkraftwagen [parní vozidlo], která vyráběla po 2.s.v. osobní automobily značky DKW, firma se stala později součástí firemní skupiny Auto Union, produkce automobilů DKW zanikla v 50. letech.

²⁵² ANDERSEN: *c. d.*, s. 159.

Především zaměstnanci²⁵³ kupovali automobily. Ze všech aut, uvedených do provozu, patřilo v roce 1950 méně než 5% dělníkům, ale v roce 1960 už jich mělo 21% automobil.²⁵⁴ Dělníci, zaměstnanci a úředníci dohromady koupili víc než polovinu všech nových aut. „Rovnost zboží“ („Gleichheit von der Ware“) tj. dostupnost pro většinu, se začala projevovat.²⁵⁵ Na německém trhu s automobily se začali masivně prosazovat obchodníci s ojetými auty a provozovatelé vrakovišť. Je zřejmé, že trh s ojetými automobily byl v rozkvětu a nemajetní Němci si tak pořizovali svůj první automobil právě ojetý. V časopise Brigitte²⁵⁶ lze například najít v článcích, které radí zákazníkům při koupi auta, na co si mají dát při koupi auta ojetého pozor. Ovšem k tomuto tématu nejsou v dostupných zdrojích žádné konkrétní údaje, zřejmě se prodejní čísla apod. tohoto trhu nezpracovávala.²⁵⁷

Koncem 50. let začali Němci více kupovat auta nad 1500 cm³. Mercedes ovládl trh vyšší střední třídy se svými modely 170, 180 a 190 té řady a nejlepším modelem Mercedes 300, který začal přitahovat stále více zákazníků. Byla to luxusní limuzína. Průměrná rodina si takový luxusní vůz nemohla dovolit. Byla to ikona luxusu nejvyššího měřítka, které se člověk mohl přiblížit. Na druhou stranu ale vzrůstající trh s ojetými auty pak později konečně přispěl k tomu, že si pracující v zásadě mohli dříve dovolit splnit svůj sen o vlastním autě. Zároveň se tím nabízela šance pro výhodné pořízení auta s větším obsahem motoru – dle okolností dokonce Mercedes²⁵⁸.

Už v roce 1960 byl starý Brouk s 31 KS málo výkonný (untermotorisiert). Průměrný automobilový motor měl 34 KS (do roku 1993 vyšplhal motorový výkon na 85 KS). Vyráběly se stále komfortnější a výkonnější auta. 60. léta mohla platit za desetiletí auta. V tomto období získalo auto svoje místo v běžném životě, stalo se normalitou. V roce 1962/63 měla každá čtvrtá rodina vlastní auto, za deset let každá druhá²⁵⁹.

²⁵³ V SRN tři skupiny pracujících, lišící se podmínkami pracovního vztahu (např. výše platu, délka dovolené, podmínky výpovědi, vyplácený starobní důchod atd.): 1. Státní úředníci (úředníci) 2. Zaměstnanci 3. Dělníci.

²⁵⁴ ANDERSEN: *c. d.*, s. 159.

²⁵⁵ ANDERSEN: *c. d.*, s. 161.

²⁵⁶ viz kapitola Brigitte.

²⁵⁷ nejsou k dispozici žádné informace ani na dotaz prostřednictvím webových stránek Německého statistického úřadu: www.destatis.de, 30.10.2006.

²⁵⁸ ANDERSEN: *c. d.*, s. 161.

²⁵⁹ ANDERSEN: *c. d.*, s. 165-168.

V tomto scénáři rozkvětu padala nevyhnutelná rozloučení o to hůře jako například s fenoménem VW-Brouka jako standardní motorizací západních Němců. Od začátku nového desetiletí jeho odbytová čísla drasticky klesla, takže značka Opel v roce 1971 poprvé dosáhla většího podílu na domácím trhu než značka VW. Zřejmě byl Brouk, který se stal jako žádný jiný produkt symbolem hospodářského zázraku, považován za antikvitu. Tím se dostala továrna do těžké zlomové situace za celou její historii: nejvíce vyráběné auto všech dob vyměnit za co možná stejně úspěšného nástupce. Rozhodování o novém modelu bylo stejně důležité jako jiná zásadní otázka, a to zda byl koncept auta se zadním pohonem se vzduchem chlazeným motorem (Heckmotor) ještě schopný budoucnosti či nikoliv. Již nešlo o problém důvěryhodnosti nýbrž o fakt, že se milionům zákazníků po dvě desetiletí připravovala převaha Brouků („vzduch nemůže mrznout...“). Nyní bylo ale rozhodnuto proti starým argumentům a vsadilo se na chlazení vodou, motor vepředu a přední náhon. V březnu roku 1974 přišla na trh nová řada Volkswagenu. Byla to hodina zrození „generace Golfu“²⁶⁰.

7.4. Automobilismus v SRN

Byly vytvořeny politické předpoklady pro zvýhodnění automobilizace společnosti, např.: Zaměstnavatelé museli poskytnout zaměstnancům daňové výhody při údržbě auta²⁶¹. Ministr hospodářství Erhard prosazoval stejný daňový přístup k vlastníkům automobilů jak podnikatelům, tak i soukromým osobám, podporován automobilovými spolky i odbory. Všechny strany považovaly daňové znevýhodňování zaměstnanců při uznání nákladů na reklamu vzhledem k soukromým podnikatelům, jako neúnosné a sociální „nepříjemnost“. Ovšem ministerstvo financí se bálo snížení daňových příjmů při zavedení odčitatelných nákladů tzv. „kilometrových paušálů“ (Kilometerpauschale) pro všechny. V roce 1954 bylo parlamentem schváleno pouze pro zaměstnané (Angestellte) možné odečtení „reklamních nákladů“ (Werbungskosten) tj. nákladů na provozování automobilu. Tedy zavedení odčitatelných položek pro majitele automobilů, kilometrové paušály, mělo podporovat konjunkturu pro automobilismus.²⁶² To byl jen krok k daňovému zrovnoprávnění, parlament tím uznal nepřímo auto jako část normálního vedení života a „schválil“ masovou motorizaci. Auto ztratilo navždy status luxusního objektu. Ministr financí Fritz Schäffer ale chtěl uznat jen nízké kilometrové paušály 16

²⁶⁰ SCHINDELBECK: *c.d.*, s. 21.

²⁶¹ Tamtéž.

²⁶² Verkehrsclub Deutschland e.v., <http://www.award.dgvm.de/News.php4?m=3886> (21.10.2006), *Kilometerpauschale*, Wikipedia, <http://de.wikipedia.org/wiki/Kilometerpauschale> (21.10.2006).

feniků za ujetý km, zatímco v SPD Nordrhein-Westfalen chtěli daleko větší paušály pro soukromé podnikatele. Spolková vláda rozhodla, že zaměstnanci budou mít stejné paušály jako soukromníci, tj. 25 feniků za km. Ani nátlak automobilového klubu ADAC²⁶³ nepomohl. Výhodné kilometrové paušály působily jako další kupní lákadlo (Kaufanreiz).

Auto bylo stále intenzivněji používáno. Začátkem 50. let se jeho majitel pohyboval autem průměrně jednou každý druhý den, v polovině 80. let to byly už dvě jízdy denně. Lidé také jezdili delší trasy, průměrná jízdna vzdálenost se zvýšila z 10 na 20 km. Lidé se z 1/3 dopravovali individuálně v osobním autě v 50. letech, v 80. letech už ale 80% lidí jezdilo osobní dopravou. V roce 1954 jezdila polovina „pendlerů“ do práce hromadnou dopravou do automobilky ve Wolfsburgu, v roce 1960 dojížděly už 2/3 zaměstnanců vlastním autem²⁶⁴. Také explodoval podíl silničního provozu na spotřebě energie všech účastníků dopravy. (Verkehrsträger/dopravce). Veřejná doprava ztrácela na atraktivitě. Spojení mezi domovy na venkově a městem veřejnými dopravními prostředky bylo stále horší a auto slibovalo pohodlnost a časovou a místní nezávislost. Nejen lidé, ale i zboží se přesunovalo z železnice na silnici. Důsledkem byla hustá doprava, kdy se zácpy na silnicích stávaly každodenní zkušeností lidí dojíždějících za prací.²⁶⁵

Dopravní infrastruktura se stále zlepšovala, investice do stavby silnic se od roku 1950 do 1960 zdesetinásobily a skoro 7% všech veřejných výdajů bylo použito na stavby silnic. Např. v roce 1961 existovalo 2713 km dálnic, 135 340 km spolkových a zemských silnic a 238 770 km obecních silnic.²⁶⁶ Podíl dopravních ploch stoupl během těchto 10ti let z 3,5 na 4%. Stoupaly samozřejmě i emise a hluk a poškození krajiny. Při zhodnocení stavu krajinného uspořádání a plánování (Bestandaufnahme zur Raumordnung) netematizovala spolková vláda žádným způsobem vzrůstající dopravu ani stávající zastavění zelených ploch (Zersiedlung)²⁶⁷. Tato zpráva o krajinném plánování z roku 1960 obsahovala popis především životních podmínek v industriálních zhušťujících se

²⁶³ ADAC tj. Deutsche Motorradfahrer-Vereinigung, automobilový klub, poskytující řidičům pomoc, ochranu a radu. www.adac.de (15.10.2006).

²⁶⁴ ANDERSEN: *c. d.*, s. 164.

²⁶⁵ ANDERSEN: *c. d.*, s. 164.

²⁶⁶ ANDERSEN: *c. d.*, s. 165-168.

²⁶⁷ „Raumordnungsgesetz“ (zákon o územním plánování) byl schválen až v roce 1965: krajina SRN se má rozvíjet tak, aby přirozené danosti jako hospodářské, sociální a kulturní potřeby byly zohledňovány. Příroda, krajina a rekreační oblasti se mají chránit, má se o ně pečovat a popř. strukturálně zlepšovat. Zdroj: LEHMAN, H. G., *Deutschland-Chronik 1945 bis 2000*, Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn, 2002, s. 197.

prostorech jako např. v Porúří. Tím reagovala vláda SPD na opozici, která svůj volební boj v Severním Porýní-Westfálsku v roce 1961 postavila na sloganu „Modré nebe nad řekou Ruhr“ („Blauer Himmel über der Ruhr“). Cílem vlády bylo vyrovnání infrastrukturních rozdílů mezi venkovskými a městskými regiony. Proto považovala za důležité další podporu výstavby silnic tzv. „racionální dopravní obslužnost“²⁶⁸. Do konce 50. let ležely obce, ze kterých každý den dojížděli zaměstnanci do práce (pendleři), v první linii na železničních drahách, v 60. a 70. letech se jejich bydliště soustřeďovala čím dál tím více kolem měst. Dům nebo byt v přírodě už nepotřeboval být dostupný železniční drahou, protože vlastnictví auta umožňovalo mít domov až do 100 km od místa práce²⁶⁹. V 70. a 80. letech se stále více stavěly silnice, cílem tehdejšího ministra dopravy SPD Georga Lebera bylo, aby žádné město neleželo dále než 25 km od dálničního výjezdu. V roce 1989 bylo postaveno již 500 000 km silnic²⁷⁰. V 60. letech se rychle expandující obchody v případě nutnosti přesunuly na „zelenou louku“ tj. do té doby nezastavěnou plochu v okolí měst, která byla dosažitelná rodinami vlastnicími automobilů. Díky stále se zvětšující motorizovanosti nejen rodin, ale i mladých lidí, např. nemalé skupiny studentů, začala být tato nákupní centra na „na zelené louce“ stále přitažlivější i pro ně, např. v sedmdesátých letech začínající OBI nebo IKEA a Aldi! se těšila velké pozornosti. Nezanedbatelné motorizovanosti mladých lidí bylo dosaženo nejpozději v polovině šedesátých let, když už i starší gymnazisté nebo studenti získali první auto jako např. „Kachnu“ nebo „Renault 4“²⁷¹

Auto získávalo stále větší váhu v běžném životě Němců a nárokovalo si stále rostoucí podíl rodinných příjmů. V roce 1952 vydala průměrná rodina jen 2,8% za auto, v roce 1991 už to bylo 17% celého rodinného příjmu za privátní auto ve starých spolkových zemích.²⁷² Auto se stalo nejoblíbenějším konzumním výrobkem v historii SRN. Bylo znakem pro materiálně-konzumní způsob života. Svoboda, individualita a rovnost (myšleno před spotřebním zbožím) platily stále více za základní kameny svobodného způsobu života v demokratické společnosti. Mnoho občanů vidělo výhody v občansko-demokratické státní formě republiky v první řadě v demokratizaci konzumu.²⁷³

²⁶⁸ ANDERSEN: *c. d.*, s. 165-168.

²⁶⁹ Tamtéž.

²⁷⁰ ANDERSEN: *c. d.*, s. 165-168.

²⁷¹ SCHINDELBECK: *c. d.*, s. 23.

²⁷² ANDERSEN: *c. d.*, s. 169.

²⁷³ Tamtéž.

S vnímáním svobodného automobilismu souvisí také citlivost občanů a automobilových zájmových skupin Západního Německa na omezování jejich největšího „hobby“ ze strany státu. I když statistiky mrtvých a zraněných na německých silnicích vykazovaly stále větší počty, nedošlo nikdy kvůli podpoře automobilových zájmových skupin k omezení rychlosti na dálnicích.²⁷⁴ Např. v roce 1955 dosáhl počet mrtvých z automobilových nehod 12000. Tlak veřejnosti přiměl stát od roku 1957 k omezení rychlosti alespoň v obcích na 50km/hod.²⁷⁵ V důsledku války Jom-Kippur v roce 1973 zvýšily arabské ropné státy masivně cenu ropy a omezily její dodávky. To poprvé donutilo vyspělé státy přemýšlet o omezených zásobách ropy a její nedosažitelnosti a zároveň možnostech šetření energiemi. Západní demokracie si začaly uvědomovat, jak jsou závislé na dodávkách ropy. Ropná krize v roce 1973 se v SRN projevila tak, že byl vyhlášen na čtyři neděle zákaz jízdy autem a omezení maximální rychlosti 80km/hod pro spolkové silnice a 100km/hod na dálnice. Veřejností bylo z 80% opatření tzv. „Nedělního zákazu“ schvalováno, naopak trvalé omezení maximální rychlosti na spolkových silnicích a dálnicích narazilo u veřejnosti na odmítnutí, zvláště když bylo v roce 1974 jasné, že v důsledku nedostatku ropy již nejsou tato opatření nutná. Naopak došlo ke zvýšení maximální rychlosti na 100km/hod na spolkových silnicích a k nezávazné doporučené rychlosti (unverbindliche Richtgeschwindigkeit) 130km/hod na dálnicích.²⁷⁶

Osobní auta v Evropě (počet registrovaných aut na 1000 obyvatel)²⁷⁷

	1949	1959	1969
Belgie	26	78	196
Dánsko	26	77	209
BRD	7	69	207
Finsko	6	35	137
Francie	37	123	235
Řecko	1	5	22
Velká Británie	42	96	208
Itálie	6	32	166
Nizozemí	11	39	39

²⁷⁴ *Straßensystem in Deutschland*, Wikipedia,

http://de.wikipedia.org/wiki/Stra%C3%9Fensystem_in_Deutschland (29.08.2006)

²⁷⁵ ANDERSEN: *c. d.*, s. 170.

²⁷⁶ ANDERSEN: *c. d.*, s. 171 – 173.

²⁷⁷ KAEBLE, Hartmut: *Europäische Besonderheiten des Massenkonsums 1950-1990*. Die Verstärkung der Gemeinsamkeiten des europäischen Konsums In: *Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert)*. Sestavil Hannes Siegrist. Campus Verlag GmbH, Frankfurt am Main 1997, Str. 197.

Rakousko	6	49	151
Švédsko	28	145	274
Západní Evropa	19	67	177

Po druhé světové válce bylo možné na západoněmeckých silnicích vidět především vojenská auta okupačních států. Soukromé automobily byly během války zabaveny německou armádou. Pokud někomu automobil zůstal, nemohl jej používat kvůli nedostatku benzínu. Po měnové reformě v roce 1948 byla znatelná změna v dopravě. Většina lidí si přála vlastnit alespoň nějaký dopravní prostředek, nastoupilo období mopedů a motorek, které trvalo zhruba do poloviny padesátých let. Poptávka po dopravním prostředku, ve kterém by se dalo cestovat nehledě na déšť a mráz způsobila boom produkce malých levných pro většinu obyvatel Německa dostupných automobilů. Poptávka po těchto malých dopravních prostředcích trvala zhruba do roku 1963. Kolem poloviny 60. let se nároky Němců zásadně změnily směrem k větším a výkonnějším automobilům. Životní úroveň se zvyšovala a lidé chtěli jezdit automobily prestižnějšími, luxusnějšími, s obsahem motoru nad 1000 cm³. Proto končí éra aut jako např.: Lloyd, BMW Isetta, Messerschmidt Kabinenroller nebo Goggomobil. Stoupá poptávka po autech větších např.: VW Brouk, DKW 1000, Ford Taunus, dále Mercedes 180, Borgward Isabella nebo po značce Opel, který nabízel mj. model Kapitän.²⁷⁸ Z výše uvedeného se dá usuzovat, že VW Brouk patřil do nižší střední třídy automobilů, které si Němci oblíbili až během 60. let. Tato třída automobilů se stala během 60. let dostupnější pro širokou vrstvu obyvatel.

²⁷⁸*Straßenverkehr*, Epoche 3, <http://epoche-3.de/strasse.php> (21.10.2006)

8. Závěr

Konzumní společnost ve Spolkové republice Německo se vyvíjela od provedení měnové reformy v roce 1948 a vyvíjí se dodnes. Německé hospodářství se odrazilo po válce rychle ode dna, z nedostatku jídla a oblečení směrem k uspokojování takových potřeb, jako například trávení dovolené. Na této cestě k materiálnímu blahobytu se Němcům podařilo vybudovat ekonomicky silný sociální stát, který svým obyvatelům poskytl vysoký životní standard a nebývalé sociální jistoty. Životní úroveň se v podstatě po celé dvě dekády, které jsem ve své práci z tohoto pohledu sledovala, zvyšovala a lidé spotřebovávali čím dál tím více a také stále kvalitnější výrobky a služby. Vnímání pojmu „životní standard“ se měnilo. To, co bylo na začátku padesátých let normou, již za pět let neplatilo a za dalších deset let bylo považováno za chudobu.

V časopise Brigitte, který jsem ke své práci použila, se oproti mému očekávání objevovalo více informací, než se ze začátku zkoumání zdálo jako reálné z tohoto zdroje získat. Jedná se především o reklamy a komentáře k automobilům obecně, kterak tento výrobek postupně získával místo v německých domácnostech a stal se součástí života všech vrstev společnosti. Je zajímavé, že se v Brigitte dočteme různá srovnání cen, postupů při nakupování ojetých automobilů a také můžeme vidět mnoho reklam na automobily. Časopis Brigitte byl a je tedy časopisem pro moderní, emancipovanou ženu, ke které neodmyslitelně patří také vlastní automobil, což se týká především 60. let a pozdější doby. Mým úmyslem bylo zaměřit se a zkoumat především automobil Volkswagen Brouk v době „hospodářského zázraku“ (cca. 1954 – 1967) v Německu. Oproti očekávání se tento fenomén poválečného německého hospodářského boomu jeví jako jedna možná varianta osobního automobilu mezi mnoha jinými značkami. Nezdá se, že by VW bylo auto výjimečné výkonem, cenou nebo čímkoliv jiným. Majitelé VW vlastnili automobil střední třídy, na trhu byly k dispozici automobily jak levnější, tak i úspornější a méně náročné na údržbu, ovšem platí také, že bylo možné pořídit si i automobil celkově dražší. Není vyloučené, že tento fenomén dokonalého a nepřekonatelného automobilu vznikl díky mnoha kladným hodnocením, která se objevovala v různých publikacích o době „hospodářského zázraku“ a produktů s ním spojených. Také nelze opomenout významný export tohoto automobilu do celého světa. Ostatní reklamy v časopise zabíraly dle očekávání čím dál tím více stránek. Propagované výrobky potvrzují, že se nabízelo více produktů a služeb, z čehož vyplývá, že se více kupovalo zboží, které už nepatřilo k uspokojení pouze základních potřeb lidí, ale i zboží

luxusnější a dražší. Místo základních potravin byl zjištěn větší zájem o pochutiny, polotovary nebo o dražší a luxusnější spodní prádlo. Jednalo se o přepychovější zboží, např. punčochové kalhoty a nebo o technicky dokonalejší přístroje do domácnosti ulehčující přípravu pokrmů a zjednodušující běžný život rodiny, např. ledničku nebo pračku, které byly již v polovině sledovaného období akceptované jako standardní vybavení domácností.

Spolková země Severní Porýní – Vestfálsko byla ve sledovaném období nejdůležitější průmyslovou oblastí Spolkové republiky Německo. I když počet nezaměstnaných byl většinou pod průměrnou hodnotou v celém spolku a průměrná mzda byla ve sledované spolkové zemi vyšší, než celoněmecký průměr, lze konstatovat, že vývoj konzumní společnosti a zvyšování životní úrovně probíhalo podobně jako v ostatních spolkových zemích Německa.

V úvodu práce jsem si kladla také otázku, jaké sociální faktory ovlivňovaly konzum pracujícího ve Spolkové republice Německo. Vzhledem k minimální nezaměstnanosti během 50. a 60. let a rostoucím reálným mzdám a platům při podobném nebo stejnému procentuálnímu zatížení životními náklady rodinného rozpočtu lze konstatovat, že se zvyšoval podíl disponibilních²⁷⁹ příjmů, které mohli lidé spořit, investovat a věnovat konzumu. To se také projevilo ve zvýšeném zájmu např. o trávení dovolené v zahraničí, což ovšem také ovlivňoval fakt, že se zkracoval pracovní týden a také přibývaly dny dovolené. Standard bydlení již na konci 60. let odpovídal kýženému výsledku, tedy že jeden člověk užíval minimálně jednu místnost v bytě nebo v domě. Porovnáme-li situaci o patnáct let dříve, kdy žily v jednom pokoji přibližně dvě osoby, je to posun v životní úrovni opravdu citelný.

Téma předložené diplomové práce zasahuje do mnoha makroekonomických oblastí, které bohužel nebylo možné adekvátně zpracovat, protože by se práce dostala na úroveň ekonomické analýzy hospodářského vývoje poválečného Německa. Proto jsem se zaměřila pouze na některé ekonomické údaje, které bezprostředně ovlivňovaly sociální situaci rodiny a konzum v SRN.

²⁷⁹ Disponibilní příjmy: volné finanční prostředky, které měly rodiny po odečtení daní, pojištění a zaplacení základních životních nákladů (nájem, potraviny atd.) k dispozici.

9. Shrnutí – Zusammenfassung

Die Konsumgesellschaft in der Bundesrepublik Deutschland entwickelte sich seit der Realisierung der Währungsreform im Jahre 1948 ökonomisch rasch nach vorne und tut dies bis heute. Die deutsche Wirtschaft schaffte es, sich vom Grunde aus schnell zu erholen und zwar vom Mangel an Lebensmitteln und Kleidung bis zur Befriedigung von solchen Bedürfnissen, wie z. B. Urlaub. Auf dem Wege zum materiellen Wohlstand ist es den Deutschen gelungen, einen ökonomisch starken sozialen Staat aufzubauen, welcher seinen Einwohner einen hohen Lebensstandard und nie da gewesene soziale Sicherheiten geboten hat. Das Lebensniveau hat sich im Grunde genommen im Laufe der zwei Dekaden, welche ich in meiner Arbeit aus diesem Blickwinkel beobachtet habe, erhöht und man verbrauchte immer mehr und ebenfalls ständig qualitätshöhere Produkte und Dienstleistungen. Die Wahrnehmung des Begriffes „Lebensstandard“ hat sich geändert. Was zu Beginn der fünfziger Jahre als Norm verstanden wurde, galt fünf Jahre später nicht mehr und wurde weitere zehn Jahre später als Armut wahrgenommen.

In der Zeitschrift Brigitte, welche ich für meine Arbeit benutzt habe, sind mehr Informationen aufgetaucht, als ich erwartet hatte, was man zu Beginn der Untersuchung als real aus dieser Quelle angenommen werden konnte. Es handelt sich überwiegend um Werbung und Kommentare zu Autos allgemein, wie dieses Produkt schrittweise einen Platz im deutschen Haushalt übernahm und zu einem Bestandteil des Lebens aller Gesellschaftsschichten wurde. Es ist interessant, dass man in der Brigitte verschiedene Preisvergleiche finden kann, wie auch Vorgehensweisen beim Kauf eines gebrauchten Automobils und ebenfalls können wir viel Autowerbung vorfinden. Die Zeitschrift Brigitte war und ist demnach eine Zeitschrift für die moderne, emanzipierte Frau, zu welcher unwegdenkbar auch das eigene Automobil gehört, was insbesondere die 60er Jahre und die spätere Zeit betrifft. Mein Vorhaben ist es gewesen, sich in erster Linie auf das Automobil VW Käfer in der Zeit des „Wirtschaftswunders“ (ca. 1954 – 1967) in Deutschland zu konzentrieren. Unerwartet erweist sich dieses Phänomen des deutschen Wirtschaftsbooms in der Nachkriegszeit als eine mögliche Variante des Personenkraftwagens unter vielen anderen Marken. Es scheint nicht, dass der VW ein Auto von außergewöhnlicher Leistung, Preis oder etwas anderem gewesen wäre. Die Eigentümer eines VW besaßen ein Automobil der Mittelklasse, auf dem Markt sind ebenfalls billigere, sparsamere und wartungsfreiere Automobile zur Verfügung gewesen, es gilt aber auch, dass es ebenfalls möglich gewesen ist, sich ein teureres Fahrzeug

anzuschaffen. Es ist nicht auszuschließen, dass dieses Phänomen eines perfekten und unübertreffbaren Automobils vor allem dank vielen Positiven Bewertungen entstanden ist, welche in verschiedenen Publikationen über die Zeit des „Wirtschaftswunders“ und mit damit verbundenen Produkten auftauchten. Genau so darf der bedeutende Export dieser Automarke in die ganze Welt nicht vergessen werden. Andere Werbungen in der Zeitschrift nahmen erwartungsgemäß immer mehr Seiten ein. Die propagierten Erzeugnisse bestätigten, dass mehr Produkte und Dienstleistungen angeboten wurden, woraus man schließen kann, dass mehr Güter gekauft wurden, welche nicht mehr zur Befriedigung der Grundbedürfnisse der Menschen gehörten, aber auch luxuriösere und teurere Waren. Anstelle von Grundnahrungsmitteln konnte größeres Interesse an Genussmitteln, Fertigprodukten oder auch an teurerer und luxuriöserer Unterwäsche festgestellt werden. Es handelte sich um wohlstandreichere Ware, wie z. B. Strumpfhosen oder technisch vollkommenerer Haushaltsgeräte, welche die Zubereitung von Gerichten einfacher gemacht und das gewöhnliche Leben einer Familie, wie z. B. ein Kühlschrank oder eine Waschmaschine ermöglicht haben. Schon in der Hälfte des untersuchten Zeitrahmens wurden diese als eine Standardausstattung eines Haushaltes akzeptiert.

Das Bundesland Nordrhein-Westfalen ist in der untersuchten Zeit die wichtigste Wirtschaftsregion der Bundesrepublik Deutschland gewesen. Auch wenn die Zahl der Arbeitslosen meistens unter dem Durchschnittsniveau des Bundes gelegen hat, jedoch der Durchschnittsgehalt höher, kann man konstatieren, dass die Entwicklung der Konsumgesellschaft und die Steigerung des Lebensniveaus ähnlich wie in den anderen Bundesländern verlaufen ist.

In der Einleitung meiner Arbeit habe ich mir ebenfalls die Frage gestellt, welche sozialen Faktoren den Konsum in der Bundesrepublik Deutschland beeinflusst haben. Angesichts der minimalen Arbeitslosigkeit während der 50. und der 60. Jahre und steigenden Löhnen und Gehältern bei ähnlicher oder gleicher prozentueller Belastung von Lebenskosten an einem Familienbudget kann konstatiert werden, dass der Anteil von disponiblen²⁸⁰ Einkommen, welche man sparen, investieren oder konsumieren konnte, gestiegen ist. Das hat sich auch auf dem höheren Interesse z. B. an Auslandsurlaub ausgewirkt, was aber ebenfalls die Tatsache beeinflusst hat, dass die Arbeitswoche

²⁸⁰ Disponible Einkommen: freie finanzielle Mittel, welche eine Familie nach dem Abrechnen von Steuern, Versicherung und Grundlebenausgaben (Miete, Lebensmittel usw.) zur Verfügung gehabt hat.

verkürzt wurde und so mehr Urlaubstage entstanden sind. Der Wohnstandard Ende der 60. Jahre hat schon dem erwünschten Ziel entsprochen, d.h. dass eine Person minimal einen Raum in einer Wohnung oder einem Haus benutzt hat. Vergleichen wir es mit der Lage fünfzehn Jahre früher, als in einer Wohnung ungefähr zwei Personen gelebt haben, ist die Steigerung an Lebensniveau wirklich spürbar.

Das Thema der vorgelegten Diplomarbeit reicht in viele makroökonomische Gebiete, welche leider nicht möglich gewesen ist adäquat zu bearbeiten, da die Arbeit dann ein Niveau der ökonomischen Analyse der wirtschaftlichen Entwicklung Deutschland der Nachkriegszeit erhalten hätte. Deshalb habe ich mich nur auf manche ökonomischen Daten konzentriert, welche direkt die soziale Situation der Familie und des Konsums in der Bundesrepublik Deutschland beeinflusst haben.

10. Seznam použité literatury a pramenů

10.1. Tištěné zdroje

- ABELSHAUSER, Werner: *Deutsche Wirtschaftsgeschichte seit 1945*. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn 2005, 527 s.
- ALBER, Jens: *Der Sozialstaat in der Bundesrepublik 1950-1983*. Campus Verlag, Frankfurt/Main 1989, 391 s.
- AMBROSIUS, Gerold – HUBBART, William H.: *Sozial- und Wirtschaftsgeschichte Europas im 20. Jahrhundert*. Verlag C.H.Beck, München 1986, 329 s.
- ANDERSEN, Andre: *Der Traum vom guten Leben. Alltags- und Konsumgeschichte vom Wirtschaftswunder bis heute*. Campus Verlag, Frankfurt/New York 1997, 271 s.
- BENZ, Wolfgang: *Informationen zur Politischen Bildung Nr. 259. Deutschland 1945-1949*. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn, 2005, 62 s.
- BERIE, Hermann (ed.): *Statistische Übersichten zur Geschichte der Sozialpolitik in Deutschland seit 1945*. Band West, Bundesministerium für Arbeit und Sozialordnung, Bonn 1999.
- *Bertelsmann Volkslexikon*. C. Bertelsmann Verlag, Gütersloh, 1966, 1886 s.
- BOLZ, Norbert: *Das konsumistische Manifest*. Fink, München 2002, 156 s.
- BORGESON, Griffith – SHULER, Terry – SLONIGER, Jerry: *Volkswagen KÄFER, Das 20-Millionending aus Wolfsburg*. BLV Verlagsgesellschaft mbH, München 1986, 166 s.
- CONZE, Werner – LEPSINS, M. Rainer: *Sozialgeschichte der Bundesrepublik Deutschland. Beiträge zum Kontinuitätsproblem*. Klett – Gotta, Stuttgart 1983, 467 s.
- ERHARD, Ludwig: *Wohlstand für Alle*. Aktualisierte Neuauflage 1990, ECON Taschenbuch Verlag GmbH, Düsseldorf, 1990, 391 s.
- FISCHER, Wolfram – VAN HOUTE, Jan A. – KELLENBENZ, Hermann – MIECK, Ilja – VITTINGHOFF, Friedrich: *Handbuch der europäischen Wirtschafts- und Sozialgeschichte. Vom Ersten Weltkrieg bis zur Gegenwart*. Klett Verlag, Stuttgart 1987, 1136 s.

- FÖRST, W.: *Die Entstehung des Landes Nordrhein-Westfalen*. In: Nordrhein-Westfalen. Eine politische Landeskunde, Köln, Landeszentrale für politische Bildung, Verlag W. Kohlhammer, 1984, 422 s.
- GLÄSER, E.: *Nordrhein-Westfalen*, Klett, Stuttgart, 1987.
- HAUPT, Heinz-Gerhard: *Konsum und Handel. Europa im 19. und 20. Jahrhundert*. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen 2003, 130 s.
- HENNING, Fridrich W.: *Wirtschafts- und Sozialgeschichte. Das industrielle Deutschlandand 1914 – 1992*. Ferdinand Schöning Verlag, 1993, 373 s.
- HESSE, J. J.: *Wirtschaft und Strukturpolitik in Nordrhein-Westfalen*. In: Nordrhein-Westfalen. Eine politische Landeskunde. Landeszentrale für politische Bildung, Köln, 1984, 422 s.
- HICKENTHIER, K. – LÜTZEN, W. D. – REISS, K: *Das deutsche Auto, Volkswagen-werbung und Volkskultur*. Anabas-Verlag Günter Kämpf KG, Wißmar 1974, 255 s.
- *In die Zukunft gedacht Bilder und Dokumente zur Deutschen Sozialgeschichte*. Das Bundesministerium für Arbeit und Soziales, Bonn, 6. Auflage 2006, 328 s.
- Informationen zur Politischen Bildung Nr. 256 Deutschland in den fünfzig Jahren. Bundeszentrale für politische Bildung (BpB), 1997, 58 s.
- KOCKA, Jürgen: *Sozialgeschichte im internationalen Überblick. Ergebnisse und Tendenzen der Forschung*. Darmstadt 1989, 252 s.
- KUBISCH, Ulrich: *Aller Welts Wagen. Die Geschichte des automobilen Wirtschaftwunders. von Porsches Volkswagen-Vorläufer zum Käfer-Ausländer-Modell*. Elefant Press, Berlin 1986, 128 s.
- LEHMAN, H. G., *Deutschland-Chronik 1945 bis 2000*. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn, 2002, 644 s.
- MÜLLER, Helmut M. : *Schlaglichter der deutschen Geschichte*. Bundeszentrale für politische Bildung (BpB), Zweite Auflage 2003, 456 s.
- PETRAK, Kirsten – PETZINA, Dietmar – PLUMPE, Werner: *Adenauers Welt. Ein Lesebuch zur Alltags- und Sozialgeschichte der frühen Republik*. Klartext Verlag, Essen 2006, 542 s.
- PETRUSEK, Miloslav – VODÁKOVÁ, Alena – LINHART, Jiří: *Velký sociologický slovník*. Sv. 1, Karolinum, Praha 1996. 747 s.

- POLLERT, Achim – KIRCHNER, Bernd – MORATO POLZIN, Javier: *Das Lexikon der Wirtschaft. Grundlegendes Wissen von A bis Z*. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn 2004, 512 s.
- SCHIEDER, Wolfgang – SELLIN, Volker: *Sozialgeschichte in Deutschland I-IV*. Vandenhoeck u. Ruprecht, Göttingen, 1986-2000.
- SCHILDT, Axel: *Moderne Zeiten: Freizeit, Massenmedien und „Zeitgeist“ in der Bundesrepublik der 50er Jahre*. Christians, Hamburg 1995, 733 s.
- SCHINDELBECK, Dirk: *Illustrierte Konsumgeschichte der Bundesrepublik Deutschland 1945-1990*. Landeszentrale für politische Bildung Thüringen 2001, 87 s.
- SCHÖLL, Wolfgang: *Konsumentenverhalten in der Bundesrepublik Deutschland 1958-1982*. Verlag Harri Deutsch, Thun, Frankfurt am Main 1997, 305 s.
- SCHUBERT, K. – KLEIN, M.: *Das Politiklexikon*. Bundeszentrale für politische Bildung, Bonn, 2006, 345 s.
- SCHULZ, Günter (ed.): *Geschichte der Sozialpolitik in Deutschland seit 1945. Band 3 1949 – 1957. Bundesrepublik Deutschland. Bewältigung der Kriegsfolgen, Rückkehr zur sozialpolitischen Normalität*. Bundesministerium für Arbeit und Soziales und Bundesarchiv, Baden-Baden 2005, 1165 s.
- SIEGRIST, Hannes – KAEBLE, Hartmut – KOCKA, Jürgen: *Europäische Konsumgeschichte. Zur Gesellschafts- und Kulturgeschichte des Konsums (18. bis 20. Jahrhundert)*. Campus Verlag GmbH, Frankfurt am Main 1997, 815 s.
- SLONIGER, Jerry: *Die VW-Story*. Motorbuch Verlag, München 1981, 287 s.
- *Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland 1955*. Statistisches Bundesamt/Wiesbaden, Verlag W. Kohlhammer, Stuttgart-Köln 1955, 1175 s.
- WAHRING, Gerhard: *Deutsches Wörterbuch*. Bertelsmann Lexikon Verlag, Wien 1972.
- *Wirtschaftsrechnungen in privaten Haushaltungen*. In: *Statistisches Jahrbuch für die Bundesrepublik Deutschland 1955*, Statistisches Bundesamt Wiesbaden, Verlag W. Kohlhammer, Stuttgart/Köln, 1955, 1175 s.
- WEHLER, Hans-Ulrich: *Erweiterung der Sozialgeschichte*. Vandenhoeck u. Ruprecht, Göttingen 1996, 298 s.

10.2. Časopis

- *Brigitte*. 1949 – 1969. Gruner+Jahr AG & Co KG Druck- und Verlagshaus Hamburg.

10.3. Elektronické zdroje

- ADAC, www.adac.de (25.11.2006).
- *BMW Geschichte*. Einfach Autos, Das Autoportal, <http://www.einfach-autos.de/hersteller/bmw/> (25.11.2006).
- Brigitte, www.brititte.de (21.12.2006).
- http://www.bundesfinanzministerium.de/lang_de/DE/Service/Downloads/Downloads_ads__4/26223__0,templateId=raw,property=publicationFile.pdf (25.11.2006).
- *Geschichte*. Isetta Club e.v., <http://www.isetta-club.de/fahrzeuge/bmwisetta/geschichte/index.php> (25.11.2006).
- *Geschichte*. Isetta Club e.v., <http://www.isetta-club.de/fahrzeuge/geschichte/geschichteseite5.php> (25.11.2006).
- *Geschichte des Vereinigten Königreiches*. Wikipedia, http://de.wikipedia.org/wiki/Geschichte_des_Vereinigten_K%C3%B6nigreiches (25.11.2006).
- Gruner+Jahr AG & Co KG Druck- und Verlagshaus Hamburg, <http://www.guj.de/> (25.11.2006).
- HARTWIG, Martin: *Aufbau statt Abbau*. 29.01.2001, <http://www.dradio.de/dlf/sendungen/hintergrundpolitik/124931/> (25.11.2006).
- Isetta-online, <http://www.isetta-online.de/> (25.11.2006).
- *Kilometerpauschale*. Wikipedia, <http://de.wikipedia.org/wiki/Kilometerpauschale> (21.10.2006).
- KNECHT, Jochen: *Mythos Käfer*. http://www.stern.de/sport-otor/autoservice/index.html?id=502474&p=2&nv=ct_cb&eid=502462 (25.11.2006).
- KÖGEL, Christiane: „*Brigitte wird 50*“. <http://www.sueddeutsche.de/panorama/artikel/956/29927/article.html> (30.6.2006).
- *Konsument*. Bundeszentrale für politische Bildung, http://www.bpb.de/wissen/H75VXG,,.html?wis_search_action=search&wis_search_alltext=Konsument&wis_pocketpolitik=4&wis_pocketeuropa=64&wis_schuber

tklein=1&wis_andersenwoyke=2&wis_wirtschaft=8&wis_islam=16&wis_fischer=32&wis_search_type_buchstaben=4 (25.11.2006).

- *Konsumismus*. Wikipedia, <http://de.wikipedia.org/wiki/Konsumismus> (25.11.2006).
- *Konsumgesellschaft*. Wikipedia, <http://de.wikipedia.org/wiki/Konsumgesellschaft> (21.12.2006).
- Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein-Westfalen, <https://webshop.lds.nrw.de/webshop/ssearch.php?kategorie=2700&prefix=M129> (25.11.2006).
- Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg, http://www.lpb.bwue.de/aktuell/bis/1_2_99/laender12.htm (25.11.2006).
- *Normalverbraucher*. Bundeszentrale für politische Bildung, http://www.bpb.de/wissen/H75VXG,,.html?wis_search_action=search&wis_search_alltext=Normalverbraucher&wis_pocketpolitik=4&wis_pocketeuropa=64&wis_schubertklein=1&wis_andersenwoyke=2&wis_wirtschaft=8&wis_islam=16&wis_fischer=32&wis_search_type_buchstaben=4 (25.11.2006).
- *NRW*. Wikipedia, http://de.wikipedia.org/wiki/NRW#Gr.C3.BCndung_des_Landes (25.11.2006).
- *Produktionszahlen*. Isetta Club e.v., <http://www.isetta-club.de/fahrzeuge/bmwisetta/produktionszahlen/index.php> (25.11.2006).
- *Rundfunk in Deutschland nach 1945*. Epoche 3, <http://epoche-3.de/rundfunk.html> (25.11.2006).
- SCHLAFFER, Hannelore, *Fasten, joggen, selber nähen*. <http://zeit.de/2004/20/Brigitte?page=all> (25.11.2006).
- *Straßensystem in Deutschland*. Wikipedia, http://de.wikipedia.org/wiki/Stra%C3%9Fensystem_in_Deutschland (25.11.2006).
- Statistisches Bundesamt, www.destatis.de (25.11.2006).
- Statistik Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf 2005, s. 13 – 15. <http://www.lds.nrw.de> (25.11.2006).
- *Straßenverkehr*. Epoche 3, <http://epoche-3.de/strasse.php> (21.10.2006).
- *Tabellarischer Ereignisablauf von Tefi*. <http://www.r-a-d-i-o-s.de/te/te2.html> (25.11.2006).
- *Taschentuch*. Wikipedia, <http://de.wikipedia.org/wiki/Taschentuch> (25.11.2006).

- THERASA, Wolfgang: *Die Hans GLAS GmbH*.
http://glasclub.org/glas/historie/short/hist_d.htm (25.11.2006).
- *Verdienste und Arbeitszeiten im Produzierenden Gewerbe und in ausgewählten Dienstleistungsbereichen Nordrhein-Westfalens*. Landesamt für Datenverarbeitung und Statistik Nordrhein-Westfalen, Düsseldorf 2005, S. 13 – 15.
<http://www.lds.nrw.de> (11.11.2006).
- *Vermittlungsausschuss soll „unsinnige Subvention der Stadtflucht“ ausbremsen*. Verkehrsclub Deutschland e.v., <http://www.award.dgvm.de/News.php4?m=3886> (25.11.2006).
- *Wohlstand*. Wikipedia, <http://de.wikipedia.org/wiki/Wohlstand> (25.11.2006).