

Ein neuer Blick  
Verhältnis von

GESCHICHTE DER GEGENWART

Herausgegeben von  
Frank Bösch und Martin Sabrow

Band 14

Sina Fabian

## Boom in der Krise

Konsum, Tourismus, Autofahren in  
Westdeutschland und Großbritannien

1970 – 1990



WALLSTEIN VERLAG

Gedruckt mit freundlicher Unterstützung  
der Geschwister Boehringer Ingelheim Stiftung für Geisteswissenschaften  
in Ingelheim am Rhein

**Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek**  
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der  
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten  
sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© Wallstein Verlag, Göttingen 2016  
[www.wallstein-verlag.de](http://www.wallstein-verlag.de)  
Vom Verlag gesetzt aus der Adobe Garamond  
Umschlaggestaltung: Susanne Gerhards, Düsseldorf  
Umschlagfoto: Stau an einer Autobahntankstelle, 1980er Jahre.  
Wallstein bild – Oscar Poss.  
Druck und Verarbeitung: Hubert & Co, Göttingen  
ISBN 978-3-8353-1920-2

## Inhalt

I.	Einleitung . . . . .	9
I.1	Methodik, Quellen und Begriffe . . . . .	16
	Quellen 24 • Begrifflichkeiten: Krise, Individualisierung, Massenkonsum 29 • Individualisierung 33 • Massenkonsum 37	
I.2	Forschungsstand und Aufbau der Arbeit . . . . .	38
	Die 1970er und 1980er Jahre in der aktuellen Forschung 38 • Stand der Konsumforschung 43 • Tourismus und Individualverkehr 47 • Aufbau der Arbeit 52	
2.	Konsum – Ausweitung und Pluralisierung . . . . .	54
2.1	»Never Had It So Good«? – Konsumententwicklung in der Nachkriegszeit. . . . .	55
	Ungleichheiten während der »Golden Years« 60	
2.2	»The Party Is Over«? – Einkommens- und Konsumententwicklung in den 1970er Jahren . . . . .	64
	Wirtschaftliche und sozialpolitische Rahmenbedingungen 64 • Einkommensentwicklung 67 • Ausgaben und Konsumgüterbesitz 69 • Veränderungen des Einzelhandels und der Einkaufsgewohnheiten 73	
2.3.	Konsumverhalten während der Öl- und Wirtschaftskrisen . . . . .	77
	»Unsicherheit trotz Wohlstand« – Die kleine Konsumpause 1974/75 77 • »Die fetten Jahre sind vorbei« – Konsumverhalten während der Wirtschaftskrise 1979-1982 83	
2.4	Ungleichheit und Individualisierung – Konsumententwicklung in den 1980er Jahren . . . . .	87
	Zunahme sozialer Ungleichheit – Einkommensgewinner und -verlierer 88 • Ausgaben und Konsumgüterbesitz 93	
2.4.1	Finanzierung des Konsums. . . . .	99
2.4.2	Wandel des Verbraucherbildes: »Der neue Konsument« . . . . .	108
	»Was zum Teufel ist mit dem Konsumenten los?« – Verbraucherbilder in der Bundesrepublik Deutschland 108 • »Loadsamoney« – Verbraucherbilder in Großbritannien 113	
2.5	Zwischenfazit . . . . .	118

3.	Tourismus – Aufbrüche in der Krise . . . . .	121	3.4.6	Das »Fremde« kennenlernen – Ausflüge und Rundreisen . . . . .	247
3.1	Tourismus in der Zwischen- und Nachkriegszeit. . . . .	122		Organisierte Besichtigungen von Sehenswürdigkeiten 248 * »Kultur Light« – Ausflüge der Reiseveranstalter 250 * Individuelle Aneignung des »Fremden« 253 * Rundreisen in den USA 255	
	Die Entwicklungen der Reiseintensität in der Nachkriegszeit 125 * Urlaubsformen und -praktiken bis 1970 128		3.5	Krise? Welche Krise? Reisen in Zeiten ökonomischer Unsicherheiten . . . . .	263
3.2	Expansion des Massentourismus und damit einhergehende Probleme . . . . .	133		Veränderungen des Reiseverhaltens 264 * Erklärungsansätze für die ungebrochene Reiselust 271 * »Der Boom macht Urlaub« – Auswirkungen der Ölpreis- und Wirtschaftskrisen auf die Reiseveranstalter 275 * »Boom and Bust« – der Zusammenbruch von Court Line und Clarksons 279	
	Entwicklungslinien der Tourismusindustrie – Konzentration und Konkurrenz 135 * Entwicklungen im Flugverkehr – Liberalisierung und technische Neuerungen 140 * Urlaub in der Diktatur – Die Bedeutung des politischen Systems für Urlaubsreisende 144 * Ausbau und Probleme des Tourismus in Spanien 148 * Reaktionen der Reiseveranstalter 156		3.6	Zwischenfazit . . . . .	283
3.3	Entwicklung, Ziele und Motive der Reisen. . . . .	161	4.	Autofahren – Zwischen Ölkrise und Individualisierung . . . . .	287
	Reiseintensität 161 * Veränderungen der Reiseziele während des Untersuchungszeitraums 164 * Reismotive 176 * Motive der Nicht-Reisenden 187		4.1	»Er ist mein Freund zu jeder Zeit« – Das Automobil in der Nachkriegszeit. . . . .	288
3.4	Urlaubsreisen zwischen Standardisierung und Individualisierung . . . . .	191		Durchbruch zur Massenmotorisierung 288 * Gesellschaftliche Veränderungen durch die Massenmotorisierung 291 * »La route c'est moi« – Das Automobil-Leitbild der frühen 1970er Jahre 294	
3.4.1	Touristen sind immer die anderen – Individualität und Tourismus . . . . .	192	4.2	»Und kost' Benzin auch drei Mark zehn« – Pkw-Nutzung in der Krise? . . . . .	298
	Individuelle Aneignung von Pauschalreisen 198 * Authentizität als Merkmal eines individuellen Urlaubs? 202		4.2.1	Die Ölpreiskrisen der 1970er und frühen 1980er Jahre . . . . .	299
3.4.2.	Vom Hotel zur Ferienwohnung? – Wandel der Unterkunftsarten . . . . .	205		Staatliche Reaktionen während der Ölpreiskrisen 304	
3.4.3.	Von der Heimatküche zur Küche des Gastlandes? – Verpflegung am Urlaubsort . . . . .	213	4.2.2.	Veränderungen bei der Pkw-Anschaffung . . . . .	310
	»Tea just like your Mum made it« – Ablehnung und Akzeptanz »fremden Essens« im Urlaub 217		4.2.3	Pkw-Nutzung während der akuten Ölpreiskrisen . . . . .	322
3.4.4	Zunehmende Konsumorientierung? – Aktivitäten und Unterhaltung. . . . .	225	4.2.4	Sensibilisierung für den Benzinverbrauch . . . . .	330
	Historische Vorläufer des Bade- und Strandurlaubs 225 * Ausweitung der Konsummöglichkeiten während des Untersuchungszeitraums 227 * Erklärungsansätze für die zunehmende Konsumorientierung im Urlaub 232			Benzinsparende Autonutzung während und nach den Ölpreiskrisen 330 * Veränderungen des Tankverhaltens 341 * Veränderung der Pkw-Werbung 346 * Sparsamer Verbrauch durch technische Innovationen 353	
3.4.5.	Urlaubszeit als Familienzeit – Die Bedeutung der Familie für den Urlaub . . . . .	237	4.3	»Ich will Spaß, ich geb' Gas« – Auto und Individualität . . . . .	358
	Die »Entdeckung« der Kinder für die Auslandsreise 240 * Urlaub mit der Großfamilie 245		4.3.1	Differenzierung und Individualisierung der Pkw-Modelle . . . . .	359
				Das Auto als Ausdruck von Individualität 359 * Ausweitung und Differenzierung der Pkw-Modelle 364 * Eingrenzung der Individualisierung 372 * Die emanzipatorische Kraft des Autos 374	

4.3.2	Grenzen der individuellen Freiheit . . . . .	381
	Sicherheit im Auto vor den 1970er Jahren 381 • »Gefesselt an's Auto« – Die Einführung der Gurtpflicht in der Bundesrepublik und in Großbritannien 386 • Alkohol am Steuer in Großbritannien 395 • »Freie Bürger fordern freie Fahrt« – Debatten um Geschwindigkeitsbegrenzungen in der Bundesrepublik in den 1970er Jahren 399 • Einschränkung der individuellen Freiheit zugunsten des Umweltschutzes 407	
4.3.3	Die Bedeutung des Pkws unter veränderten ökonomischen und ökologischen Bedingungen . . . . .	417
	Veränderung der Pkw-Nutzung durch ein steigendes Umweltbewusstsein? 422	
4.4	Zwischenfazit . . . . .	427
5.	Schlussbetrachtung . . . . .	431
	Abkürzungsverzeichnis . . . . .	441
	Verzeichnis der Abbildungen, Grafiken und Tabellen . . . . .	443
	Quellen- und Literaturverzeichnis . . . . .	445
	Archivquellen . . . . .	445
	Veröffentlichte Quellen . . . . .	447
	Sekundärliteratur . . . . .	453
	Internetbeiträge . . . . .	486
	Dank . . . . .	490
	Orts- und Personenregister . . . . .	492

## 1. Einleitung

Die 1970er Jahre gelten in Deutschland und in Großbritannien als Krisenjahrzehnt. In der Bundesrepublik prägen Bilder der leeren Autobahnen an den autofreien Sonntagen während der ersten Ölkrise 1973/74 die Erinnerung an diese Dekade. In Großbritannien sind es die Bilder der sich auftürmenden Müllberge in den Innenstädten während des sogenannten »Winter of Discontent« 1978/79, die das Image auch Jahrzehnte danach prägen. Neben diesen eher punktuellen Ereignissen gab es jedoch auch Entwicklungen, die nicht recht dazu passten. Obwohl sich die Bundesrepublik 1975 in ihrer bislang schwersten Rezession befand, verreisten so viele Westdeutsche wie nie zuvor. Das Nachrichtenmagazin *Der Spiegel* stellte fest: »Im Sommer des großen Mißvergnügens fliehen die Bürger aus der Wirklichkeit. Während Bosse und Politiker von Rezession und leeren Kassen reden, reisen die Deutschen wie noch nie: 35 Millionen sind unterwegs, die Urlaubsindustrie erwartet ihr bestes Jahr, die Ferienreise ist unpfändbarer Bestandteil des Lebens geworden.« (Abb. 1)<sup>1</sup> Ähnliches konnte man bereits drei Jahre zuvor in Großbritannien beobachten: Mitten in einer massiven Streikwelle konstatierte der britische *Economist* die »Flucht an die Strände« (Abb. 2).<sup>2</sup>

Ein großer Teil der Bevölkerung verreiste zudem nicht nur häufiger und weiter weg als bisher, sondern besaß auch immer mehr Konsumgüter, darunter sehr teure wie beispielsweise Autos. Die vorherrschenden zeitgenössischen Diskurse von Politikern, Wirtschaftswissenschaftlern und Journalisten betonten demgegenüber, dass die als »Schock« wahrgenommenen Ölpreiserhöhungen dem Boom der Nachkriegszeit ein für alle Mal ein Ende gesetzt hätten und die stetige Ausweitung des Konsums vorbei sei.<sup>3</sup> Die Studie des Club of Rome »Die Grenzen des Wachstums«, die 1972 – ein Jahr vor der ersten Ölkrise – veröffentlicht wurde, schien dies zu bestätigen.<sup>4</sup> In Großbritannien war die Krisenwahrnehmung noch wesentlich ausgeprägter als in der Bundesrepublik. Zeitgenössische Kommentatoren sahen das Vereinigte Königreich in den 1970er Jahren gar am Rande eines Abgrundes stehen.<sup>5</sup>

Bundespräsident Gustav Heinemann rief in seiner Weihnachtsansprache 1973 während der ersten Ölkrise dazu auf, die »Bewußtseinshaltung in allen

1 »Geld hamma, und Zeit hamma«, in: *Der Spiegel* 28/1975, S. 28.

2 Siehe zu den Streiks im Sommer 1972: Dominic Sandbrook, *State of Emergency. The Way We Were: Britain, 1970-1974*, London 2011, S. 312ff.

3 Vgl. dazu die *Spiegel*-Titel »Ende der Überflußgesellschaft«, in: *Der Spiegel* 47/1973, »Bleibt die Marktwirtschaft?«, in: *Der Spiegel* 49/1974; Ralf Dahrendorf (Hg.), *Die Energiekrise. Episode oder Ende einer Ära?*, Hamburg 1974.

4 Vgl. zum Club of Rome und den Grenzen des Wachstums: Elke Seefried, *Zukünfte: Aufstieg und Krise der Zukunftsforschung, 1945-1980*, Berlin u. a. 2015, S. 235-292.

5 Siehe zur Krisenwahrnehmung: Dominik Geppert, *Thatchers konservative Revolution*, München 2002, S. 197-226.