

# „Die Amis kaufen wie verrückt“

Der Dollar-Boom verschafft den US-Soldaten in Westdeutschland Zahlungskraft und Selbstbewußtsein

So ein Automobil hat sich Sergeant McClendon aus Georgia schon immer gewünscht. Beim Autohändler Jegen in Bitburg steuert er zielsicher auf einen knallroten Mercedes 280 SL zu, schiebt eine eigens mitgebrachte Soul-Kassette in den Rekorder und macht mit der Ehefrau eine Probefahrt.

Eine Stunde preschen die McClendons in dem Sportcoupé über Landstraßen und Autobahnen. Nach der Rückkehr zückt die Ehefrau den Taschenrechner, dann ist der Handel perfekt. Der Army-Sergeant, der rund 1800 Dollar monatlich verdient, kauft den Gebrauchtwagen für 49 500 Mark.

Umgerechnet etwa 15 000 Dollar müssen die McClendons lockermachen, „ganz schön viel Geld“, aber eben „kein Vermögen“. Und die Gelegenheit ist einmalig: „Wir müssen jetzt den Super-Dollar ausnutzen.“

Wie McClendon rechnen derzeit die meisten Amerikaner im Land. Seit die Banken für einen Dollar weit mehr als drei Mark zahlen, kaufen und konsumieren in der Bundesrepublik lebende US-Soldaten wie nie – vor allem, weil keiner weiß, wie lange der Boom noch anhält, ob nicht, wie sich letzte Woche schon abzeichnete, bald die Talfahrt beginnt.

Bei „Karstadt“ in Wiesbaden, wo GIs früher nur als „Sehleute zwischen den Regalen spazierend“, kaufen sie nach den Beobachtungen eines Geschäftsführers plötzlich „Gardinen, Möbel, Kücheneinrichtungen“, ohne nach



US-Soldat McClendon, Ehefrau beim Autokauf: „Den Super-Dollar ausnutzen“

dem Preis zu fragen. In der Pizzeria „Da Luigi“ in Bitburg bestellen US-Familien seit neuestem, wie der Kellner kopfschüttelnd versichert, drei Hauptgerichte hintereinander, „Nudelaufguss, Kalbschnitzel, gegrillten Fisch“.

Der Dollar-Auftrieb hat die Lebensumstände der US-Soldaten in Westdeutschland grundlegend verändert. Aus armen Amis sind reiche Amerikaner geworden, die aus schrottreifen Rostkisten in blitzende Limousinen umsteigen und

großzügig Trinkgelder verteilen. Doyle P. Buchanan, ein in Bitburg stationierter Air-Force-Captain, drückt es so aus: „Wir essen wieder mehr Krabben und weniger Hackfleisch.“

Der Captain ist ein verlässlicher Zeuge, er hat für Frau und acht Kinder aufzukommen. Seit Buchanans 2000-Dollar-Sold mehr als 6600 Mark wert ist, muß die Großfamilie nicht mehr so sparsam wirtschaften. Die Buchanans haben ein Haus in Zell an der Mosel angemietet, sich einen Kleinbus und einen Mercedes zugelegt, Musikstunden für die älteren Kinder vereinbart und im Winterschlußverkauf die ganze Familie neu eingekleidet, „ausschließlich in deutschen Geschäften“, wie der Captain betont.

Dank des Dollar-Booms können sich das die rund 250 000 Angehörigen der US-Streitkräfte wieder leisten. Die amerikanischen Post-Exchange-Läden („PX“) auf Kasernengelände hingegen, sonst konkurrenzlos billige Anbieter aller Konsumartikel, bleiben derzeit auf ihren Sonderangeboten sitzen.

GIs, Unteroffiziere und Offiziere, die durchschnittlich 700, 1400 beziehungsweise 3000 Dollar im Monat verdienen, wechseln ihre „Bucks“ lieber in „Deutschmarks“ um. Allein 1984 tauschten die US-Dienststel-



US-Soldat Buchanan, Familie: „Wieder mehr Krabben und weniger Hackfleisch“



US-Soldat in Bitburger Souvenirladen, US-Familie in Esslinger Möbelhaus: „Mann, wir können uns das leisten“

len Dollars zum Kurswert von 14,6 Milliarden Mark ein. „Wir gehen davon aus“, so ein Sprecher der Deutschen Bundesbank, „daß diese Milliarden auch in der Bundesrepublik ausgegeben werden.“

Nach Jahren der Isolation in gettoähnlichen Wohnsiedlungen und in Kasernenkomplexen, ausgelöst durch Währungsverfall und politische Depression, sind die US-Soldaten mit ihren Angehörigen wieder in deutschen Einkaufszentren und Fußgängerzonen anzutreffen.

Verkaufsoffener Samstag in Bitburg, Südeifel, wo das Air-Force-Kampfgeschwader 36 stationiert ist:

In der Garnisonstadt, wo 12 500 Deutsche und ebenso viele Amerikaner leben, findet der oft beschworene Aufschwung wirklich statt. „Deutsche Geschäftsleute“, frohlockt Klaus Becker, Vorsitzender des Gewerbevereins, „machen endlich wieder gescheite Gewinne.“

Beim „Shopping“ in der Fußgängerzone sind die Amerikaner deutlich in der Überzahl. Im Kitschladen („All prices are in marks“) drängen sich GIs um Gips-Buddhas und bemalte Bierhumpen, im „Haarhaus Klink“ lassen sich Soldatenfrauen Dauerwellen drehen, im „Hela“-Markt, wo extra eine Dollar-Wechselstube eingerichtet wurde, finden dank des US-Publikums Jogging-Anzüge und Turnschuhe reißenden Absatz.

Bei „Süßwaren-Susi“, wo „Negerküse täglich frisch“ angepriesen werden, deckt sich die US-Kundschaft vor allem mit Weinbrandpralinen ein, im „Modenwald“ probieren Amerikanerinnen Kostüme der gehobenen Preisklasse, bei



Dollarkurs-Aushang beim Herrenausstatter Die Deutschen sind wieder beflissen

„Uhren-Mares“ kaufen Air-Force-Angehörige mit Vorliebe Drehpendeluhren made in Germany, aber nur „echt Glas“, please, „keine Plastics“.

Am Stadtrand, bei Auto-Jegen, gucken fast nur Amerikaner den ausgestellten Nobelkarossen unter die Haube. US-Soldat Charles, von der Firma als Anreiber und Dolmetscher angeheuert, ermuntert die Landsleute mit flotten Sprüchen. „Die Amis kaufen wie verrückt“, jubelt Autoverkäufer Klaus Barg, hauptsächlich „Unteroffiziere und Mannschaftsdienstgrade“; die seien „kaum zu bremsen“.

Was Barg die Arbeit erleichtert: „Amerikaner handeln nicht. Sie zahlen, was draufsteht.“ Folgerichtig sind die Gebrauchtwagenpreise für Mercedes, Porsche und BMW in den letzten Monaten um 40 Prozent hochgeschwollen.

Gestiegen sind auch die Mieten. Weil mehr Amerikaner ihre „housing areas“ und militärischen Sammelunterkünfte verlassen und für Privatquartiere fast jeden Preis zahlen, verlangen viele Ver-

mieter, was der Markt nur hergibt.

Deutsche Mieter, die nicht mithalten können, werden schon mal ausgebootet, Protest zwecklos. Als ein Bitburger Supermarktangestellter für seine Dreizimmerwohnung keine 950 Mark monatlich zahlen wollte, befand der Hausherr kühl: „Ziehen Sie doch aus, für viele Amis ist das nur ein Klacks.“

Wohl wahr. Louise Miller aus Washington, D. C., zum Beispiel, zur Zeit Army-Captain in Mainz, erhält als Offizier neben ihrem 1600-Dollar-Salär noch 340 Dollar Wohngeld. Die Miete für ihre Zweizimmerwoh-

nung in Mainz-Bretzenheim, immerhin 1010 Mark, drückt sie deshalb nicht sonderlich. Sie fragt auch beim Kauf von Kleidern oder Lebensmitteln „nicht lange, was es kostet“, nimmt einfach, „was mir Spaß macht“.

Das meiste Geld gibt die junge Frau für Reisen aus. Trips nach Paris oder Rom sind regelmäßiges Wochenendvergnügen, bei einer Schwarzwaldtour zahlte sie pro Übernachtung zehn Dollar, „das ist nichts“.

Gespart wird nicht, im Gegenteil. Um den Kursanstieg richtig auszukosten, lassen sich viele Soldaten Dollars aus den USA schicken oder pumpen bei Banken. „Wir gewähren doppelt so viele Kredite wie früher“, bestätigt Adelheid Steen, Leiterin einer „American Express“-Filiale in Stuttgart.

Begehrt sind neben Autos vor allem auf antik getrimmte Möbel. Im Möbelgeschäft „Die Wohnung“ in Esslingen-Weil, wo sich gutverdienende Soldaten der nahe gelegenen US-Kaserne Nellin- gen mit Schrankwänden und Anrichten



**US-Gäste im Bitburger Tanzlokal „Castle“:** Immer öfter mit deutschen Freundinnen

einrichten, ordern US-Kunden, sagt Verkäufer Uwe Stockinger, „so ab 5000 Mark aufwärts“. Bei „European Motors“ am Frankfurter Dornbusch, wo Amerikaner Neuwagen von BMW und Audi mit US-Ausstattung erstehen können, stieg der Umsatz in den letzten Monaten „um mehr als 100 Prozent“.

Gefördert wird solche Kauflust auch, weil US-Militärangehörige für deutsche Konsumgüter keine Mehrwertsteuer zahlen müssen und Teile des Hausrates bei Rückkehr in die Staaten kostenfrei transportiert werden.

Sogar Kinder kurbeln die Konjunktur an. Bob und Larry etwa, amerikanische Soldaten-Söhne aus der Frankfurter „Wilhelm von Steuben-Siedlung“, haben längst spitzgekriegt, daß sie mit ihrem Taschengeld viel mehr „Sweets“ kaufen können als früher. Am „Dornbusch-Kiosk“ hamstern sie pfundweise US-Spezialitäten wie „Candy Lipsticks“, buntes Popcorn („Melody-Pop“) und Brausepulver („Fizzers“), die dort eigens für minderjährige US-Kundschaft vorrätig gehalten werden.

Weil der Dollar so locker sitzt wie nie, fühlen sich ältere Deutsche unwillkürlich an die Nachkriegszeit erinnert, als der „Buck“ 4,20 Mark wert war, US-Soldaten chromüberladene Schlitten der Marken „Chevrolet“, „Cadillac“ und „Oldsmobile“ steuerten, gutmütige GIs an Kinder Schokolade und Kaugummis verschenkten und deutsche „Frauleins“ nach spendablen Amis Ausschau hielten.

Vieles ist ähnlich wie damals. Im „Maredo“-Steakhouse in Stuttgart zum Beispiel, wo junge Amerikaner gern verkehren, tauchen die US-Boys abends immer häufiger mit deutschen Freundinnen auf, die sie selbstredend freihalten. Seit die GIs wieder genug Dollars haben, sind sie

für sparsame Schwabenmädchen offenbar wieder bündnisfähig.

Der Mainzer Taxifahrer Heinz Hohl, der vor den „Kelly barracks“ auf Kundschaft wartet, hat zu seiner Verblüffung festgestellt, daß sich „einfache Soldaten“ morgens von der Privatwohnung zur Kaserne chauffieren und nach Dienstschluß wieder abholen lassen. Und Klaus F. Müller, seit über 30 Jahren Pressesprecher bei der Air Force in Wiesbaden, beobachtet seit Wochen, daß sich die Schreibstubebefreiten ihre Pizza nicht mehr selbst holen, sondern zweimal täglich von einem Service-Dienst herankarren und auf den Schreibtisch servieren lassen: „Das gab es noch nie.“

Verkehrte Welt: Der aus Bildern von Überfluß und schrankenlosem Konsum gewebte Traum des „American way of life“ geht in der Bundesrepublik ausgerechnet für US-Staatsbürger in Erfüllung, deren Dollar-Einkommen drüben häufig nur zu einem Lebensstandard am Rande des Existenzminimums ausreichen würde.

Verständlich, daß es viele Soldatenfamilien nicht nach Hause zieht, eine Aufenthaltsverlängerung beantragt wird. In den Staaten gibt es bereits Wartelisten von Soldaten, die sich in die Bundesrepublik versetzen lassen wollen.

Die Eheleute Robert und Denise King aus New York, 22 und 21 Jahre alt, blieben am liebsten „für immer hier“, möchten „nur noch zu Besuch“ nach drüben. Beide sind als einfache Soldaten auf dem US-Militärflughafen in Wiesbaden-Erbenheim stationiert, verdienen gemeinsam 1800 Dollar.

Bei „Chicken McNuggets“ und Fischfrikadellen von „McDonalds“ schwärmt Robert King strahlend, was man mit diesem Geld in Deutschland alles kau-

fen, was für ein „Luxusleben“ man führen kann. Die Kings haben sich gerade neue Möbel zugelegt, „altdeutsch“, Farbfernseher, Videogerät und zwei Kompakt-Stereoanlagen angeschafft, Schmuck in Idar-Oberstein eingekauft, Porzellan und Kristallgläser an die Verwandtschaft in Amerika geschickt und einen Ski-Urlaub in Garmisch gebucht.

Damit die kleine Tochter Tasha auch tagsüber gut aufgehoben ist, beschäftigt das Ehepaar ein Kindermädchen. Die derzeit noch gemietete Vierzimmerwohnung, hat Robert versprochen, wird demnächst gegen ein „Haus mit Garten“ eingetauscht.

Um zu demonstrieren, wie es um seine Kaufkraft bestellt ist, wirft Robert beim Gespräch erkaltete Pommes frites in den Abfallkorb, ordert eine neue Tüte, für umgerechnet 40 Cents: „Kein Problem, Mann, wir können uns das leisten.“

Das war anders, als der Dollar um 1,70 Mark wert war. Damals, Ende der siebziger Jahre, sank der Standard vieler US-Soldaten auf Arme-Leute-Niveau. Vor allem Mannschaftsdienstgrade lebten kaum besser als westdeutsche Sozialhilfeempfänger. GIs schickten ihre Ehefrauen zum Putzen oder beantragten ihre Versetzung in die Heimat. Viele konnten ihre Miete nicht mehr bezahlen, standen Schlange vor Billigangeboten im „PX“.

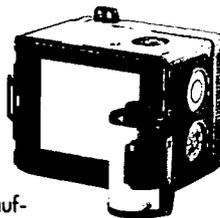
In Augsburg gründete Standortpfarrer Frank E. Deese die Aktion „helping hand“, Bundesbürger sammelten Geld, Kleidung und Lebensmittel für die armen Vettern aus Amerika. In Kaiserslautern rief der Deutsch-Amerikanische Club zu Hilfsmaßnahmen auf, Mainzer Bürger schickten Verpflegungspakete an den Army-Community-Service. Alexander Haig, damals Oberbefehlshaber der US-Streitkräfte in Euro-



Made in  
Germany

**Neu. Rolleiflex 3003.  
Kleinbild-Spiegelreflex  
mit Wechselmagazin.  
Denn was nützt der beste  
Farbfilm, wenn der Reiz  
zwischen Schwarz und  
Weiß liegt.**

Bei der Rolleiflex 3003 können Sie auch teilbelichtete Filme problemlos austauschen, ohne Bildverlust; von Farbe auf Schwarzweiß, Standard auf Highspeed, Negativ- auf Umkehrfilm oder umgekehrt. So sind Sie jeder Aufnahmesituation optimal gewachsen. Die Rolleiflex 3003 verkörpert damit den neuen überlegenen Typ einer richtung-



weisenden professionellen Spiegelreflexkamera. Doppeltes Suchersystem: Fernrohrsucher und Schachtsucher für viele faszinierende Perspektiven und Möglichkeiten. Eingebauter Hochleistungsmotor: für automatische Schußbereitschaft oder aufregende Bildserien. Integrierter Reportagegriff: damit Sie jederzeit blitzschnell zupacken können. Zeitautomatik (abschaltbar) von 1/2000 bis 16 sec. Selektivmessung, Meßwertspeicher, Mehrfachbelichtung, TTL-Blitzautomatik sowie NC-Akku und Ladegerät vervollständigen die hochwertige Ausstattung. Die Zeiss-, Schneider- und Rolleinar-Objektive vom Fischauge bis zum Supertele und Zoom sowie ein komplettes Zubehörprogramm erweitern Ihren fotografischen Horizont.

**Rolleiflex Fototechnic - Fortschritt aus Tradition**

An Rollei Fototechnic GmbH, Postfach 3245, 3300 Braunschweig.  
Österreich: Orator Foto, Westbahnstraße 23, A-1070 Wien.  
Schweiz: Ott + Wyss AG, Napfweg 3, CH-4800 Zolingen.  
Bitte senden Sie mir detaillierte Informationen zur Rolleiflex 3003.

Name: \_\_\_\_\_  
Straße: \_\_\_\_\_ SP/5  
Wohnort: \_\_\_\_\_

**Rolleiflex**  
fototechnic

pa: „Ich bin nicht sehr stolz, daß so etwas nötig ist.“

Long ago. Die Verhältnisse haben sich ins Gegenteil verkehrt. Junge GIs, erst seit Jahresfrist beim Militär, verdienen heute dank des Umtauschkurses fast soviel wie beispielsweise ein im Dienst ergrauter Bundeswehrmajor ohne seine Ortszuschläge. Die Youngsters können ihre Freundin einfliegen lassen oder Verwandte zum Europatrip einladen.

Eric S. Einkley etwa, 20jähriger Obergefreiter aus Nashville, Tennessee, tauscht seinen 800-Dollar-Sold in 2700 Mark um und genießt, was sich dafür kaufen läßt. Er wohnt nicht in der Kaserne, sondern in einem Privatappartement, fährt nicht Bus, sondern einen neuen Toyota, verbringt seine Freizeit nicht in US-Klubs, sondern in deutschen Restaurants und Diskotheken. Ergebnis: Der GI hat „eine Menge deutscher Freunde“, läßt „German girls“ zum Dinner ein und fühlt sich in der Bundesrepublik „zu Hause“.

Mit dem Dollar ist auch das lange Zeit angeknackste Selbstbewußtsein der US-Soldaten gestiegen. Sie spüren, daß sie wieder willkommene Gäste sind. Indiz dafür: An Kneipentüren klebende „Off-Limits“-Schilder, die GIs als Bürger zweiter Klasse diskriminierten, sind weitgehend verschwunden.

Wie weggeblasen ist auch jene Spielart des Anti-Amerikanismus, die, nicht politisch motiviert, den US-Soldaten in den Jahren der Dollar-Krise in Gaststätten, Läden und bei Taxifahrten häufig entgegenschlug. Dollars wurden nur widerwillig und manchmal im Verhältnis eins zu eins akzeptiert, GIs galten als arme Schlucker.

Das ist jetzt ganz anders. Die Deutschen, von der Dollar-Kaufkraft tief beeindruckt, sind wieder beflissener geworden. Im „Schade-Markt“, in Frankfurt-Ginnheim, hat Geschäftsführer Peter Frank einen amerikanischen Metzger angeheuert, der Ami-Kunden die Steaks ins rechte US-Format hackt.

Im Bekleidungsgeschäft Bruns in der Kreuznacher City wird die US-Kundschaft mit einem festen Tageskurs verwöhnt, der über dem offiziellen Wert liegt. In der Diskothek „Funzel“ im rheinhessischen Ingelheim, in der wieder mehr GIs aufkreuzen, werden abends nur noch amerikanische Hard-Rock-Platten aufgelegt, im Bitburger Tanzcafé „Castle“, in dem hauptsächlich Air-Force-Soldaten tanzen, fiedelt jeden Donnerstag eine Country-Band.

Einem Obergefreiten in Kaschenbach in der Südeifel lesen die Vermieter neuerdings die Wünsche von den Augen ab. Als er beiläufig erwähnte, er werde wohl ein Bad nehmen, ließen die Deutschen für den Untermieter warmes Wasser in die Wanne ein und legten, was sie nie zuvor getan hatten, Badetücher und Seife parat.

An diesem Tag wurde der Dollar noch mit 3,35 Mark notiert.