

ihren Weltmachtsträumen zu erwachen. An Englands politische Zukunft glaubt Abshagen unter der Bedingung, daß es den Insulanern gelingt, Bindeglied zwischen dem europäischen Festland und dem Commonwealth zu werden. (W. Kohlhammer Verlag, Stuttgart; 456 Seiten; 24,80 Mark.)

PACKARD

Onkel Sams Söhne

Das Volk der Vereinigten Staaten wird in gewisser Hinsicht eine Nation werden, die auf einem Tiger reitet“, konstatiert der amerikanische Journalist, Soziologe und Erfolgsautor Vance Packard in seinem neuesten Buch „The Waste Makers“*, zu deutsch etwa: Die Verschwender.

Als Menschen, die „das Land zur Wüste machen“, denunziert Packard die amerikanischen Produzenten und Verkaufsmanager: „Wenn ich allgemein von den Verschwendern in diesem Lande spreche, so beziehe ich mich hauptsächlich auf jene Leute, die versuchen, ihre Mitbürger zur größeren Verschwendung im täglichen Leben zu verführen.“

Zu solcher Verführung sehen sich — laut Packard — Amerikas Produzenten hauptsächlich deshalb genötigt, weil die Produktionskapazität ihrer Fabriken längst beträchtlich größer ist als der Güterbedarf. Um die Produktionskapazität der Fabriken auszunutzen, müssen die Hersteller ihre Kunden bewegen, weit mehr zu kaufen, als zur Befriedigung der Bedürfnisse notwendig ist.

Schreibt Packard: „Der Verbrauch muß wachsen. Einige Markt-Experten haben wissen lassen, daß der Durchschnittsbürger innerhalb der kommenden zwölf Jahre um fast 50 Prozent mehr wird kaufen müssen als jetzt, wenn die (amerikanische) Wirtschaft nicht erkranken soll.“ Dabei; so errechnet Packard, verbraucht der US-Durchschnittsbürger heute schon „zweimal soviel an Gütern wie der Durchschnittsbürger kurz vor Ausbruch des Zweiten Weltkriegs“.

Mit diesem von ihm so genannten „Zentral-Problem des amerikanischen Lebens“, der „industriellen Überproduktion“, ihren Gefahren und Konsequenzen, hat sich der 46jährige Vance Packard schon in zwei früheren Büchern beschäftigt, die jeweils bald nach ihrem Erscheinen auf den Bestseller-Listen auftauchten und dort monatelang dominierten.

In „The Hidden Persuaders“ — Titel der deutschen Übersetzung: „Die geheimen Verführer“ — schilderte Packard Arbeit und Technik der modernen amerikanischen Wirtschaftswerbung mittels psychologischer Motivforschung: Eine Tabakfirma hatte zum Beispiel ihr Produkt als besonders mild angepriesen und betont, daß es das Zimmer nicht verpeste — worauf der Absatz sank. Die Motivforscher — Packard: „Tiefen-Heinis“ — stellten daraufhin fest, daß es unter jungen Amerikanern als männlich gilt, übelriechende Qualmwolken auszustoßen.

In seinem zweiten Bestseller, „The Status Seekers“ — Titel der deutschen Übersetzung: „Die unsichtbaren Schranken“ —, hatte Vance Packard die ge-

sellschaftlichen Leitbilder der modernen Amerikaner zu analysieren versucht: Den Typ des dynamischen Selbmademan der amerikanischen Pionierzeit habe, so meint Packard, im heute „verkalkten Gebilde festgefügtter Gesellschaftsschichten“ der Vereinigten Staaten der „Status Seeker“ abgelöst, dem es darauf ankomme, eine gutbezahlte Stellung und innerhalb seiner Wohn- und Berufsumgebung soziales Prestige zu gewinnen, das er vornehmlich durch Konsum und Luxus ausweise.

In seinem neuesten Buch nun, den „Waste Makers“, das ebenfalls seit Wochen an der Spitze der amerikanischen Bestseller-Liste rangiert — die deutsche Ausgabe wird in diesem Jahr im Düsseldorf-Econ-Verlag erscheinen —, möchte Packard erklären, warum die Bürger der Vereinigten Staaten „fremdgelenkt“ werden. Die amerikanische Wirtschaft muß, nach Packards Theorie,



Bestseller-Autor Packard
Borgen, Verschwenden

zusammenbrechen, wenn nicht eine beträchtliche Erhöhung des Konsums erzielt wird. Andererseits sei der Durchschnittsamerikaner mit den meisten technischen Industrieprodukten, die er verwenden könne, längst versorgt, und die Industrie sei auch außerstande, ihm wesentliche Neuerungen anzubieten.

Packard gibt ein Beispiel aus der Automobilindustrie: „In den zwanziger und dreißiger Jahren boten sich bedeutsame technische Neuerungen wie Ballonreifen, Stoßdämpfer und Vierradbremsen fast jedes Jahr an, um die Käufer zu gewinnen... Als man die Automodelle des Jahres 1959 zeigte, stellte sich heraus, daß die bemerkenswertesten Änderungen stilistischer Art waren...“

Die Produzenten mußten, meint Packard, aus dieser Sachlage zwei Konsequenzen ziehen: Sie verschlechterten — laut Packard — die Qualität ihrer Produkte, so daß sie mit einem

früheren „Todesdatum“ rechnen konnten, und sie richteten die Werbung bewußt auf den Typ des „Status Seeker“ aus. „Zwei Kühlschränke in jedes Haus!“ lauteten jetzt die Anzeigen, oder: „Für die Ehefrau ein eigenes Auto!“ Dabei, so rechnet Packard vor, gibt es heute in den Vereinigten Staaten schon mehr Autos als Familien.

Als Arabeske wertet Packard die Versuche des amerikanischen Optiker-Verbands, den Anschluß an diesen Boom nicht zu verpassen. „Sehbehinderte“, mahnte der Verband, „sollten heute mehrere Brillen besitzen — nicht nur für ihre Sicherheit, sondern jeweils eine passende für jede Gelegenheit.“

Ein so raffiniert und energisch gesteuerter „Verkaufsdruck“ werde beim amerikanischen Publikum ein „Verlangen nach immer größerem und immer verschwenderischem Verbrauch“ schaffen und das Denken des Konsumenten in eine einfache Formel pressen: „Borgen, Ausgeben, Kaufen, Verschwenden, Wünschen.“

Pessimist Packard: „Die Amerikaner leiden an einem Überfluß an Glück.“

FILM

NEU IN DEUTSCHLAND

Der letzte Zeuge (Deutschland). Wolfgang Staudte, deutscher Film-Provokateur („Der Untertan“, „Rosen für den Staatsanwalt“, „Kirrnes“), hat diesmal im Rahmen eines gängig-milden Kriminalfalls die deutsche Justiz anvisiert. Sein Film polemisiert nicht ohne triftige Argumente gegen die Behandlung der Untersuchungsgefangenen hierzulande, denen die gleiche düstere Zellenwelt zuteil wird wie den bereits als schuldig Überführten. Staudtes mehr auf solide Spannung als auf kinematographische Raffinessen erpichter Film erhebt sich dank der Mitwirkung von Bühnenschauspielern wie Martin Held, Hanns Lothar und Werner Hinz über den bundesdeutschen Kinodurchschnitt. (Kurt Ulrich.)

Café Europa (USA). Der prominenteste (Ex-)Panzer Soldat der amerikanischen Armee — der Rock'n'Roll-Rotor Elvis Presley — posiert in diesem Postkarten-Film erstmalig verinnerlicht; er brüllt nicht mehr ekstatisch, sondern wimmert in GI-Uniform heimelig „Muß i denn“ und „G'schichten aus dem Wiener Wald“. Die Handlung, mit der die zehn Blubber-Nummern des Nato-Soldaten garniert wurden, strotzt vor rührenden Klischees: Frolleins, Kasperle-Theater und Pumpernickel ergeben ein Bild deutscher „Gemütlichkeit“, wie es amerikanische Bilder-Blätter ihren Lesern beharrlich weiszumachen versuchen. (Hal B. Wallis.)

Fabrik der Offiziere (Deutschland). Der deutschen Kriegsfilmzubereitung nach Illustriertenmanier ist jetzt auch der Spielleiter Frank Wisbar („Hunde, wollt ihr ewig leben“, „Nacht fiel über Gotenhafen“) erlegen, als er des „08/15“-Autors und Münchner Filmkritikers Hans Hellmut Kirst jüngstes Roman-Opus im Nicht-Anecken-Stil der Zehnten Muse bescherte. Ein Vorgesetztenmord an einer Kriegsschule liefert die Glieder für die erprobte Gleichung: Edler Offizier plus sturer Nazi plus Widerstandskämpfer plus Kasinoprasser

* Vance Packard: „The Waste Makers“. Verlag David McKay Company, New York; 340 Seiten; 4,50 Dollar.