

Hans-Christian Herrmann

Die Geschichte von Volvo in Deutschland

1958 bis heute

Walter Wolf-Verlag

ISBN 978-3-934820-15-9

Riedstadt 2009

Um Geschichte zu untersuchen, braucht man Quellen. Ein zugängliches Archiv oder eine Altregistratur von Volvo-Deutschland gibt es nicht. Autor und Verleger waren deshalb auf Zeitzeugen angewiesen, die sich Zeit für ein Gespräch nahmen und Fotos und Unterlagen zur Verfügung stellten. Sie sind alle am Ende dieses Buchs aufgelistet. Ihnen allen sei ganz herzlich gedankt. Ohne sie wäre dieses Buch nicht entstanden. Ihnen und allen anderen, die ihr Leben in den Dienst von Volvo gestellt haben, ist dieses Buch gewidmet. Die Leser, die bei Volvo-Deutschland gearbeitet haben, bittet der Autor um Verständnis, dass die Verdienste der jeweiligen Mitarbeiter nicht genannt werden können. Dies ist auch nicht das Ziel dieses Buches. Die Quellenlage lässt es nicht zu, den Einfluss und die Bedeutung einzelner Personen auf die Unternehmensgeschichte exakt herauszuarbeiten. Insofern wird um Nachsicht gebeten.

Insbesondere zum Bedauern des Autors beschränkte sich trotz mehrfacher Bitten die Unterstützung durch die Volvo Car Germany auf einige Bilder, die für dieses Werk verwertet werden durften.

Inhalt

Einleitung

Kapitel 1 1958 bis 1966

Die Geschichte von Volvo

Motorsport und amerikanische Soldaten – die Botschafter der ersten Jahre

Behutsame Schritte in die „Höhle des Löwen“	9
Volvos Start ins deutsche Wirtschaftswunder	9
Amerikanische Soldaten und ihre harten Dollars	10
Mühsamer Aufbau eines Händlernetzes	11
Boom der Autoindustrie und des Handels	11
„Wir sind wieder wer“	12
Die EWG und das Entstehen eines Käufermarktes	14
Führungswechsel und wieder ein Schritt nach vorn	14
Export – eine Existenzfrage für Volvo	15
Dauerbrenner: Händlergewinnung als große Herausforderung	16
Vom Borgward-König zum Volvo-Papst	17
„Ich kenne nur Valvo!“	18
Der Dreipunktgurt im Volvo – eine Erfindung zum Wohle der Menschheit	19
Volvo – einsamer Werber für den Lebensretter Nummer Eins	20
Erfahrene Automobilisten – die Volvo-Fahrer der ersten Stunde	21
Motorsport als Imageträger	23
Die Motorsportabteilung der Volvo GmbH	23
Die Händler und der Motorsport	24
Amerikanische Soldaten als Botschafter für Volvo	24
„Beneidenswert, wer einen Volvo fährt“	25
Glücksfall Westfälische Centralgenossenschaft	27
Blick über die Grenzen – die Musterschüler Belgien und Schweiz	28
Preisvorteile in Benelux und Alpenländern	29
Wendepunkte: EWG-Werk Gent und neue Importzentralen	29

Kapitel 2 1967 bis 1972

Start up in den Boom mit „Sicherheit aus Schwedenstahl“

Zeit der Reformen	33
Ungünstige Startposition	33
Aufbruch in eine neue Ära mit Nils Ericsson	34
Aufbaustimmung in Dietzenbach	35
„Machen Sie mit bei Volvo!“	36
Die deutsche Volvo – ein attraktiver Arbeitgeber	38
Eine Portion Renault für die deutsche Volvo	39
Familienautos werden „in“ und Volvo baut eins	39
Sicherheit wird zum Megathema in den USA	41
Sicherheit – Volvos Marktlücke in Deutschland	42
Ein Slogan für die Ewigkeit: „Sicherheit aus Schwedenstahl“	43
Bilder, die bleiben: Elefanten auf dem Dach, schwangere Frauen und das Maggi-Kochstudio	44
Aus- und Umbau des Händlernetzes	44
Der Pariser Gipfel – Konzept der Niederlassungen und Regionaldirektionen	45
Die Frankfurter Niederlassung mit ihren Verkaufsbüros in Mainz und Aschaffenburg	46
Kundennähe durch Regionaldirektionen	47
Seiner Zeit voraus – Kundendienst und Einjahresgarantie	49
Durchbruch und goldene Zeiten mit dem 144	50
„Schwere Kost“ – Volvo kauft DAF	51
Marktsättigung und Reimporte – Die heile Welt fester Preise geht zu Ende	53

Inhalt

Kapitel 3 1973 bis 1977

Licht und Schatten im Zeichen von Safety-first	55
Die Macht des Bildes	55
Weiter mit der Sicherheitskampagne	55
Skandal um Hamlet	58
Abschied vom Schneewittchensarg	59
Kurz vor Schluss – Sicherheitsoperation 1973 und 1974	62
164er – Der Aristokrat geht mit der Zeit	63
Neue Motorvarianten	63
Das Ende der Ära Ericsson – ein Patriarch geht von Bord	64
„Quadratisch, praktisch, gut“ – die Serie 240/260	65
Sicherheit „total“ für ein sorgenfreies US-Geschäft	66
Sicherheit für alle Märkte	67
Der Ölpreis „ertränkt“ die Sicherheitsdebatte	68
Sicherheit als Erlebnis – Crashcars und an Gurten aufgehängte Volvos	69
Kann es zu viel Sicherheit geben?	70
Der 343 – Adoptivkind mit Kinderkrankheiten	71
Kein ganzer Volvo – „Dreiviertel Drei!“	72
„ARAL“ – Die typischen Volvo-Kunden	72
Jubiläumsmodell 1977 – 50 Jahre Volvo	74
Das 262 Coupé – die provokante Schwedenkrone	75

Kapitel 4 1977 bis 1980

Dietzenbach an Göteborg: „Mehr Verständnis für den deutschen Markt“	77
Mit vergnügen Volvo Fahren	77
Der 244 und 245 DL Fuel Injection und interessante Sondermodelle	79
Facelift 79'- Moderner und dynamischer	79
Zauberformel GLT und 343-Oettinger	80
Sportlichkeit und Solidität – Anknüpfen an alte Tugenden	81
244/245 GL-D-6: Erster Pkw mit Sechszylinder-Dieselmotor	81
Führungswechsel	81

Kapitel 5 1980 bis 1982

Wikinger in Seenot	85
Krisenzeiten	85
Massiver Umsatz- und Gewinneinbruch	85
Das Ende der Niederlassungen und das Aus für den Volvo-Ball	85
Schwedische Unternehmenskultur trifft auf die rote Kampfzone „Hessen-Süd“	86
1980: Endlich ein 340 mit fünf Türen	87
1981: Mehr Leistung – 343/345 DLS, GLS und R-Sport	88
Modell 1981 – Das Ende der „Eisenbahnschienen“	88
Permanente Weiterentwicklung – Änderungen zum Modelljahr 1982	89
Frühling, Sommer, Herbst und Winter: Sondermodelle for Sale	89
Die Erosion des wichtigsten Segments	89
„Volvo Economic“ oder Formel E – der Zeitgeist der zweiten Energiekrise	90
Vom Untergang des Schwedenkönigs: Der 264er	90
Ménage à trois – der sensible PRV-Motor	91
Innovationen der EDV für das betriebswirtschaftliche Management	91
„Blaumann“ gegen „Krawatte“	92


Kapitel 6 1982 bis 1985

Mit Ecken und Kanten erfolgreich gegen den Zeitgeist	95
Es kann nur aufwärts gehen	95
„Wie ein Klotz durch den Wind“ – Individualismus pur mit dem 760 GLE	95
VIP-Status für den 760er	97
Kundenbindung durch erstklassigen Kundendienst	97

	Modellpflege der Meisterklasse bei 200er und 300er- Serie	98
	Das Ende der Ära Tausch	99
	„It' s a Volvo“ – Deutschland verliert an Bedeutung	100
	Die Dauerschwäche der Serie 300	101
Kapitel 7 1986 bis 1990	„Sicher und Sauber“ mit Kombi und Katalysator	103
	Starker Dollar und schwache Krone	103
	Volvo bedient den Kombi-Boom	103
	Laxy wieder an Bord	103
	Motorsport als Imageverbesserer	104
	Volvo – Vorreiter im Umweltschutz	104
	Der 480er – Vorbote der Serie 400 und Auftakt für den Frontantrieb	105
	Sponsoring und Produkt-Placement	106
	Premiumprodukt 760er und Boom des Klassikers 240	106
	Bevor es zu spät ist – Laxys Rationalisierungskurs	108
Kapitel 8 1991 bis heute	Zeitenwende – die neunziger Jahre	109
	Das Ende des Kalten Krieges	109
	Abschied von Dietzenbach – eine tiefgreifende Zäsur	109
	Aufbau eines Händlernetzes in den neuen Bundesländern	109
	Die Erfolgsstory des 850	110
	Marketingenerfolg – Die Gleichpreisstrategie	110
	Das Modeauto für PR-Agenturen – 850er Kombis in Schwarz	111
	850: Publikumsliebling und Sieger über deutsche Premiummarken	111
	Steigende Marktanteile mit dem 850er und umweltfreundliche Erdgasvariante	112
	Wachstum im Leasing- und Flottengeschäft	112
	400er, S und V 40 – Fortschritte, aber kein Durchbruch	112
	Achtungserfolg in der Oberklasse – der 960er der zweiten Generation	114
	Strukturwandel im Händlernetz	114
	Wachstum trotz schärfstem Wettbewerb	116
Kapitel 9	Gebrauchte Volvos – gefragt und ohne Risiko	117
	Der ideale Gebrauchtwagen	117
	Rostresistente Rarität	117
	Gebrauchtwagenhandel – eine Branche voller Gegensätze	117
	Ideen aus den USA	118
	<i>Auto Motor und Sport</i> und ein Telefon	119
	Liebhaberautos von Anfang an, Buckel, Amazon und 1800er	120
	Normalisierung Ende der siebziger Jahre	121
Kapitel 10	Der Taximarkt und der TDS-Service	123
Kapitel 11	Prominente Volvo-Fahrerinnen und -Fahrer	125
Kapitel 12	Die ältesten Händler und die Hochburgen von Volvo in Deutschland	127
	Verzeichnis benutzter Quellen	128

VOLVO

nu introducerad även i Österrike
— av Wiens förnämsta bilfirma



Rolls-Royce Ltd
London

Soc. An. ALFA-ROMEO
Milano

Soc. An. EDGARDO BIANCHI
Milano

B
Bentley Motors (1931) Ltd
London

TELEFON: R 28-0-5
TELEGR-ADR: A

GENERALREPRÄSENTANZ
HOFFMANN & HUPPERT
AUTOHANDELS-
G. M. B. H.
Wien

TELEGRAM.
KUNGL. TELEGRAFVERKET

bg 35 wien tel 2886 9 6 19 10

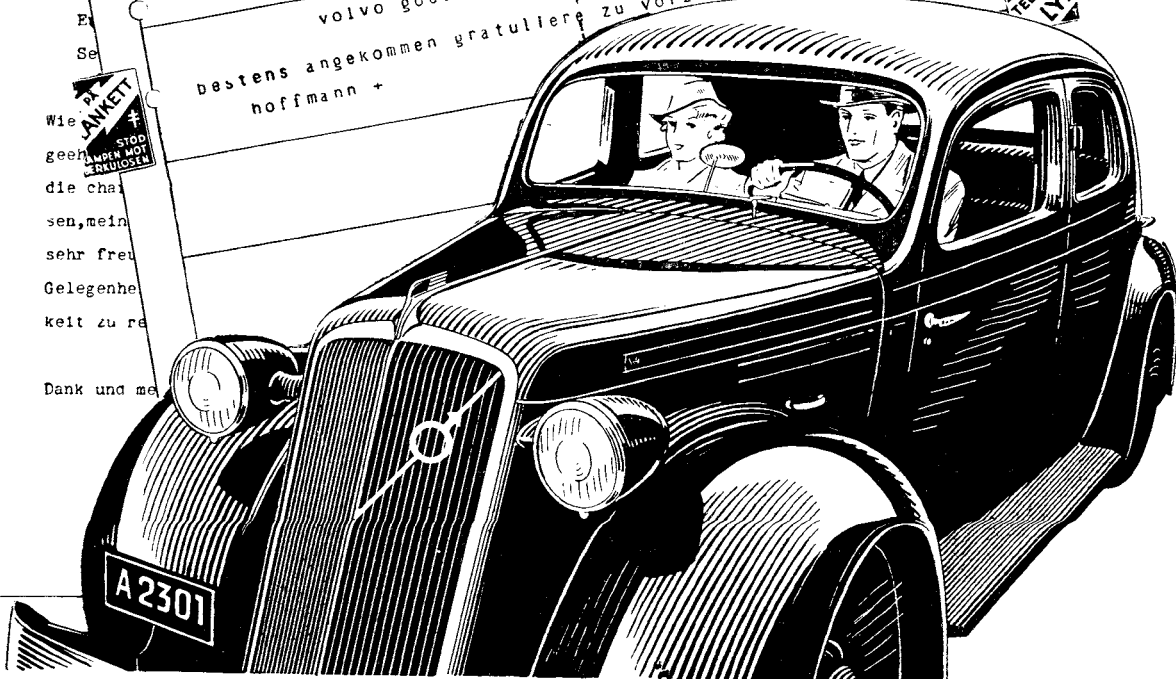
volvo goeteborg

bestens angekommen gratuliere zu vorzueglichem wagen

hoffmann +

Wie ANNET
geef
die cha
sen, mein
sehr freu
Gelegenhe
keit zu re
Dank und me

Chefen för Hoffmann & Huppert,
som själv körde en Volvo 52 till
Wien, telegraferar: "lyckligt anländ
gratulerar till förträffliga vagnen".



Der erste im deutschsprachigen Raum verkaufte Volvo ging nach Wien: 1937 nahm Hoffmann & Huppert die schwedische Marke ins Programm und verkaufte sofort diesen PV 52, den Herr Hoffmann auf eigener Achse von Göteborg nach Wien fuhr. Die Qualität beeindruckte und er schrieb nach seiner Ankuft in Wien ein Telegramm: „bestens angekommen gratuliere zu vorzueglichem Wagen.“ Volvo nahm das zum Anlass für diese Anzeige in schwedischen Zeitungen.

Einleitung

Die Geschichte von Volvo

Volvo ist ein Teil schwedischer Identität. Stolz schauen die Wikinger auf dieses Unternehmen und schwedische Renten finanzieren sich aus Volvo-Aktien. Um so erstaunlicher der Konzernname – was haben die Römer mit Volvo zu tun?

Volvo ist lateinisch und heißt ich rolle, so nannte aber SKF einst ein Kugellagermodell. Volvos Geschichte ist eng mit der von SKF verbunden und so kamen die schwedischen Autos zu ihrem Namen. Die beiden Firmengründer Assar Gabrielsson und Gustaf Larson stammten aus dem Haus von SKF. Gabrielsson war dort Verkaufsdirektor und entwickelte in den zwanziger Jahren die Idee, ein schwedisches Auto zu bauen, das preiswerter und qualitativ besser als die importierten amerikanischen Fahrzeuge sein sollte. Der Erfolg von SKF inspirierte ihn dabei, denn die schwedischen Kugellager überzeugten weltweit mit guter Qualität zu vernünftigen Preisen. Der Verkäufer Gabrielsson fand in dem Ingenieur Larson einen kompetenten Partner, der von SKF zu Galco gewechselt war, ein Hersteller von Vergasern und den damals nicht wegzudenkenden Schmiernippeln.

Als am 14. April 1927 das erste Serienfahrzeug von Volvo noch mit gewissen Hindernissen vor die Werkstore rollte, war SKF zum Hauptaktionär von Volvo geworden. Die Rahmenbedingungen für einen profitablen schwedischen Fahrzeugbau waren alles andere als rosig. Der Wohlstand in Schweden wie auch im übrigen Skandinavien konnte sich zwar sehen lassen, aber im Unterschied etwa zu französischen und britischen Firmen gab es keine Kolonien als Absatzmärkte und ein Export nach Mitteleuropa war angesichts der üblichen Schutzzollpolitik wenig chancenreich. Trotzdem gelang es Volvo recht schnell, sich zu einem profitablen Unternehmen zu entwickeln. Entscheidend dafür war die Lkw-Produktion seit Ende der zwanziger Jahre, die sofort Gewinn einfuhr und Verluste im Pkw-Bereich ausgleichen konnte. Erst 1936 mit dem PV51 erreichte Volvo auch hier die Gewinnzone und wurde damit zu einem in allen Bereichen profitablen Unternehmen. Der Zweite Weltkrieg bescherte lukrative Rüstungsaufträge für die schwedische Armee. In jenen Jahren arbeitete Volvo an einem kleineren PKW, der Schweden in die Massenmotorisierung führen sollte. Vier Zylinder, vier Sitzplätze und 40 Pferdestärken – der 444, am 1. September 1944 und damit noch während des Krieges vorgestellt, profilierte Volvo auch als Pkw-Hersteller.

Von Anfang an schauten die Schweden auf Amerika, die Wiege der erfolgreichen industriellen Automobilproduktion. Volvo hatte Helmer Petterson, einen ehemaligen Ford-Händler in den USA, mit der Entwicklung des 444er beauftragt.

In den ersten beiden Nachkriegsjahrzehnten eroberte Volvo die USA. Zum Export in die USA, den größten nationalen Automobilmarkt der Welt, gab es keine Alternative – der für Schweden wichtige Ostseeraum war durch den Kalten Krieg verschlossen und die entstehenden größeren Märkte in den westeuropäischen Ländern schotteten sich mit Einfuhrkontingenten und Importzöllen ab.

Volvos Erfolg in den USA war eine Meisterleistung, andere wie beispielsweise die französische Automobilindustrie erlebten ihr Waterloo bei dem



Der Techniker Gustaf Larson (links) und der Kaufmann Assar Gabrielsson beschlossen 1925, Volvo zu gründen.



Der erste Volvo rollte am 14. April 1927 vom Band – die Geburtsstunde von Schwedens Automobilindustrie.



Volvo baute Pkw fürs schwedische Klima. Mit diesen Qualitäten bestanden die Fahrzeuge überall.



Versuch, sich in den USA zu etablieren. Die Anstrengungen waren gewaltig, Volvo musste Prioritäten setzen und sich voll und ganz auf das Abenteuer Amerika konzentrieren. Der Buckel war ein robustes Auto, das im amerikanischen Klima mit bester Alltagstauglichkeit glänzte, ob Hitze oder Kälte oder auch der Staub in sehr trockenen Regionen, der Volvo rollte zuverlässig und überzeugte mit seiner Sportlichkeit bei geringem Verbrauch. Ein gutes Produkt reicht aber nicht aus. Volvo musste sich als Marke etablieren, eine Vertriebsorganisation aufbauen, Fahrzeuge und Ersatzteile für den Megamarkt USA vorhalten und loyale Händler finden. Die zahlreichen in die Staaten ausgewanderten Schweden fühlten sich ihrem Land verbunden und förderten die Verbreitung des schwedischen Produkts, der erste amerikanische Kunde hieß Nils Olof Sefeldt.



Erst nach der erfolgreichen Expansion in die USA war die nächste Kraftanstrengung realisierbar, die Eroberung der EWG-Märkte. Für Volvo aus dem neutralen Schweden konnte das nur bedeuten, ein Werk in einem EWG-Land zu errichten, 1965 lief die Produktion im belgischen Gent an. Parallel dazu baute Volvo die bestehenden kleineren Importorganisationen in Westeuropa systematisch aus und so wanderte die 1958 in Frankfurt errichtete Volvo GmbH 1964 nach Dietzenbach, dort wurde eine große Vertriebsorganisation errichtet. Innerhalb weniger Jahre verzehnfachte Volvo seine Verkaufszahlen in Deutschland, mit über 10000 verkauften PKW hatte Volvo 1971 in der Bundesrepublik Fuß gefasst.

Volvos Exporterfolge sind vor allem das Werk von Gunnar Engellau, seit 1956 geschäftsführender Direktor der AB Volvo, 1971 folgte auf ihn sein Schwiegersohn Pehr G. Gyllenhammar. Die beiden Energiekrisen 1974 und 1979/80 prägten sein Management. Er setzte auf Diversifikation und das bedeutete ab 1980 keine weitergehende Ausweitung des Pkw-Geschäfts. Diese Linie sollte das Risiko minimieren und wurde auch von anderen Konzernen beschritten, so etwa auch von Daimler-Benz, wenn auch in etwas anderer Form. 1993 betrug das Pkw-Geschäft nur noch zehn Prozent des Konzernumsatzes. Mit Blick auf die enormen Investitionen für die Zukunft sah Gyllenhammar nur in einer Fusion den Schlüssel zum Überleben. Sein Plan mit Renault zusammenzugehen sollte aber scheitern und enttäuscht verließ er 1993 die Bühne. Volvos Pkw-Sparte ging mit dem 850er auf die Überholspur, die Automobilwelt segelte aber nach dem Zusammengehen von Daimler-Benz und Chrysler voll auf Fusionskurs und am 8. März 1999 ging Volvo – eine schwedische Institution – in amerikanischen Besitz über.



Gunnar Engellau (Bild Mitte) und Per Gyllenhammar prägten die Volvo-Geschichte über Jahrzehnte.



Der Buckel-Volvo war Volvos erstes Fahrzeug, das in größeren Serien gebaut wurde. Mit ihm eroberte Volvo die Märkte der Welt. Amazon, P140 und P240 waren würdige Nachfolger.

Kapitel 1: 1958 bis 1966

Motorsport und amerikanische Soldaten – die Botschafter der ersten Jahre

Behutsame Schritte in die „Höhle des Löwen“

Der Startschuss für Volvo in Deutschland fiel Anfang 1958. Die Zeitschrift *Das Autohaus*, ein Fachmagazin für den Autohandel, meldete in Heft 6 am 15. März 1958: „Die bekannte schwedische Fahrzeugfirma Volvo, deren Personenwagen einen sehr guten Ruf haben, will nun auch in Deutschland ein Kundendienstnetz einrichten. Man trägt sich sogar mit dem Gedanken, den Pkw in Deutschland zu montieren. Anschrift des westdeutschen Büros: Volvo GmbH, Frankfurt am Main, Bockenheimer Landstraße 83.“ Das im Westen von Frankfurt gelegene alte Patrizierhaus diente als Überbrückung. So richtig arbeitsfähig scheint die deutsche Volvo 1958 noch nicht gewesen zu sein. Vielleicht lässt sich so verstehen, dass die beiden von *Auto Motor und Sport* 1958 getesteten Volvos (Heft 3 und 25/1958) eine belgische Zulassung hatten und damit nicht von der deutschen Volvo GmbH zur Verfügung gestellt wurden. Möglicherweise erklärt sich dies aber auch durch den aus Belgien stammenden Testfahrer Paul Frère.

Im deutschsprachigen Raum berichtete erstmals die Schweizer *Automobil-Revue* 1951 und die Zeitschrift *Das Auto* über den Buckel-Volvo, zu diesem Zeitpunkt erscheinen auch deutschsprachige Prospekte der Göteborger Exportabteilung. Wenn man der schwedischen Zeitung *Teknik för Alla* Glauben schenkt, ging es erst im Juni 1958 in Frankfurt richtig los, sie berichtete 1960 darüber, dass am 1. Juni die Schilder „Volvo GmbH“ angebracht wurden.

Bereits am 23. Januar 1958, einem feuchtkalten Donnerstag, erfolgte der Eintrag ins Handelsregister, das Stammkapital betrug 200 000 DM.

Im November 1958 ließ die Volvo GmbH das Volvo-Markenzeichen in die Warenzeichenrolle beim Deutschen Patentamt eintragen. Auf diversen angemieteten Grundstücken und Hallen parkten die wenigen Fahrzeuge, die seinerzeit verkauft wurden.

Volvo befand sich auf Expansionskurs und hatte 1958 mit dem Baubeginn des Werkes in Göteborg-Torslanda die bisher größten Investitionen seiner Geschichte eingeleitet. Die Schweden verdienten vor allem mit ihrer Lkw-Herstellung das Geld, das sie für die Expansion ihres Pkw-Geschäftes brauchten. Für Volvo bedeutete der Eintritt in den deutschen Markt mit Blick auf Mercedes-Benz und auch Volkswagen etwas besonderes, denn die Bundesrepublik zählte mit deutlichem Abstand zu den USA zum zweitgrößten Kfz-Produzenten der Welt. Das Bild von der „Höhle des Löwen“ gebrauchte Volvo-Deutschland in der 1983 aufgelegten Broschüre zum 25-jährigen Jubiläum, es findet sich aber auch in der schwedischen Motorpresse der fünfziger und sechziger Jahre.

Volvos Start ins deutsche Wirtschaftswunder

Die Bundesrepublik Deutschland hatte die ersten harten Nachkriegsjahre hinter sich, das Wirtschaftswunder begann und die Arbeitslosenquote sank von über 10 Prozent im Jahr 1950 auf nur noch 3,7 Prozent im Jahr 1958.

Nachdem sich die Bundesbürger wieder satt essen konnten, sparten sie für Musiktruhen, Fernseher, ein Motorrad oder ein kleines Auto. Das war mit har-



Direktor Carl Henrik Norlander war ab Juni 1958 der erste Volvo-Deutschland-Chef.

Qualität in Schwedenstahl!

Der Wagen, der von namhaften Kritikern vorbehaltlos als wirklich solid und leistungsfähig bezeichnet wird, ist der

VOLVO PV 444

1.5 Liter, 4 Zyl.
72/44 PS

Ferrari der führende Sportwagen

verkörpert die Erfahrungen aus unzähligen, siegreich bestandenen, härtesten Rennsportprüfungen.

Ferrari Inter, 212, 12 Zyl., 13/150 PS
Ferrari America 340, 12 Zyl., 20,8/220 PS

Verlangen Sie Prospekte, unverbindliche Offerte, Vorführung durch:

Gemeinschaftsvertretung für die Schweiz
 Solon Genf **KARL FÖRSTER, ZÜRICH** Stand Nr. 64
 Stampfenbachstr. 12, Tel. (051) 26 06 88/89
 Freizügliche Schweiz
 Etablissements SKM, Lausanne
 10, chemin du Reposoir, Tel. (021) 26 39 25
 Solon Genf
 Stand Nr. 63

Unterververtretungen siehe unter VOLVO- und FERRARI- im technischen Teil dieses Werkes

In guter Gesellschaft: Die erste deutschsprachige Volvo-Anzeige erschien zum Automobilsalon in Genf 1952 durch Karl Förster, Zürich, der Ferrari und Volvo vertrat!

VOLVO 122 S

„the family sports car“
 schnell, schwingig und elegant. Eine 2-stufige Rennmaschine mit den Eigenschaften eines Sportwagens. 88 PS / Spitzengeschwindigkeit 155 km/h. Wirtschaftlich und vor allem sicher. Sicherheitsgürtel in rollstuhlfähiger Karosserie serienmäßig sergeteilt. Alles in allem: SCHWEDISCHE QUALITÄTSARBEIT. Informationsmaterial und Probefahrt durch Ihren VOLVO-Händler.

Wer VOLVO fährt – schätzt seinen Wert!

VOLVO

Repräsentation: VOLVO GmbH - Frankfurt/Main - Mainzer Landstraße Nr. - Tel. 339328

Volvo-Anzeige von 1961 mit dem amerikanischen Slogan „the family sports car“.

Ein Buckel in Hamburg vor einer Firma mit Autoverleih sowie Autoimport und Export. (Abb. Grimm, 1961)

ten Anstrengungen verbunden, die Mehrheit der Deutschen verdiente 1958 unter 500 DM netto, lediglich fünf Prozent der Privathaushalte verfügten über mehr als 2000 DM im Monat. Ein VW Käfer in Exportausführung kostete 4600 DM und der Liter Benzin etwas mehr als 60 Pfennige, in diesem Jahr wurden 660000 Pkw und Kombis zugelassen.

1957 registrierte man erstmals mehr zugelassene Autos als Zweiräder. Das Auto eroberte die Städte, Parkhäuser wurden gebaut und durch den Krieg entstandene Baulücken als Parkplätze genutzt. Volvo kam 1958 noch zur rechten Zeit nach Deutschland.

Die Bundesrepublik war die Festung des Westens gegen den Kommunismus, vor allem amerikanische Soldaten schützten im Kontext des Kalten Krieges die Sicherheit der Bonner Republik. Fast überall gab es US-Kasernen und NATO-Stützpunkte. Die in Westdeutschland stationierten Amerikaner sahen Volvo-Chef Gunnar Engellau als interessante Zielgruppe, verdienten sie doch seinerzeit ganz gut und dazu noch in harten Dollars. Sie sollten mit Volvos versorgt werden. Und so wurde eine ganze Reihe von Buckel-Volvos nach Deutschland geliefert. Die Fahrzeuge sollen anfänglich in abgetrennten Räumlichkeiten einer großen Frankfurter Fiat-Vertretung auf ihre Auslieferung vorbereitet worden sein. Dafür spricht, dass es in der Mainzer-Landstraße eine große Fiat-Niederlassung gab. Die Buckel-Volvos wurden dann über Händler, die speziell US-Soldaten bedienten, verkauft, aber auch direkt von der Volvo GmbH Frankfurt. In den ersten Jahren setzte Volvo Amerikaner als Pkw-Verkaufsdirektoren ein, 1958 Garry Grant und später Bob Perry.

Amerikanische Soldaten und ihre harten Dollars

Der deutsche Autofahrer scheint Anfang 1958 zunächst noch gar nicht als potenzieller Kunde gesehen worden zu sein. Wenn er unbedingt einen Volvo wollte, so sollte er ihn bekommen. Dazu passt, dass 1958 Volvo beim

