

109-4/1119

MINISTERSTVO NÁRODNÍHO
ARCHIVNÍ A STŘEDNÍ

Doslo

Čj.

109-4/1119

Přiložky

2 listy 92

2 listy 6.5.2009 Jund

Krab. 60.

ST S

IV. K 7 - 40.

Ala Anzeigen-Aktiengesellschaft

Vorlichter des Aufsichtsrates: Max Amann, Vorstand: Erwin Finkenzeller (Vorlichter), Dr. Friedrich Wenzel, William Wilkens

Berlin III 35, Potsdamer Str. 68 / Fernruf: 22 77 81

Generaldirektion

4.11.1940

Sehr geehrter Herr Staatssekretär Frank !

Wehr- und kriegswirtschaftliche Aufgaben stellen an die Reichsbahn von Monat zu Monat erhöhte Anforderungen. Diese angespannte Verkehrslage hat das Reichsverkehrsministerium veranlasst, die breiteste Öffentlichkeit über die Notwendigkeit eines voll ausgenützten und schnellen Güterumlaufs aufzuklären.

Die Vorschläge für diese Aufklärungs-Aktion der Reichsbahn hat die Ala ausgearbeitet. In engster Zusammenarbeit mit dem Werbeamt für den Personen- und Güterverkehr ist dann im Auftrag der Ala von der Gesellschaft für Wirtschaftswerbung Solm & Co. eine Serie von zehn Anzeigen geschaffen worden. In der Zeit vom 25. August bis 28. September 1940 gab diese Serie dem Anzeigenbild von mehr als 530 Tageszeitungen und 30 Fachzeitungen eine besondere Note.

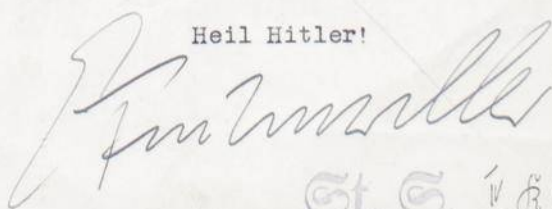
Da ich wohl annehmen darf, dass diese Aufklärungs-Aktion der Deutschen Reichsbahn auch Ihre Aufmerksamkeit gefunden hat, möchte ich mir erlauben, Ihnen die geschlossene Anzeigen-Serie zu überreichen.

Im Hinblick auf die volks- und kriegswirtschaftliche Bedeutung haben die Schriftleitungen der Tageszeitungen die Aufklärungs-Aktion durch Eigenarbeiten nachdrücklich unterstützt. Die Reichsgruppe Industrie förderte die Aktion ebenfalls durch eine Reihe wertvoller Massnahmen.

Der stellvertretende Vorsitzende des Aufsichtsrates der Ala, Herr Dr. J. Herle, würdigte das Vorgehen der Reichsbahn als Musterbeispiel staatlicher Aufklärungswerbung in einem Artikel in der Wochenzeitung "Das Reich", von dem ich einen Sonderabdruck beifüge.

Heil Hitler!

Herrn
Staatssekretär
Karl Hermann Frank
Prag IV, Czerninpalais



St. G. V. R. 7/40

St. G. V. R. 7/40

DR. J. HERLE, BERLIN

Staatliche Aufklärung

Ein Nachwort zur Werbungsaktion der Reichsbahn

Die Deutsche Reichsbahn ist in Kriegszeiten Träger höchster Aufgaben und Verantwortlichkeiten. Ihr obliegen für die Wehrmacht organisatorische und verkehrstechnische Leistungen, um der Armee auf ihren siegreichen Wegen ein stets bereiter, niemals versagender Gehilfe zu sein. Die Reichsbahn hat der Heimatfront die lebendige, ununterbrochene Wirtschaftsverflechtung zu erhalten, die gerade eine so vielgestaltige Wirtschaft wie die großdeutsche ebenso notwendig braucht wie der menschliche Körper die gesunde Funktion des Blutkreislaufs.

Die Leistungen der Reichsbahn

Bereits im Jahre 1938 lag die Güterbeförderung der Reichsbahn um 12 Proz. höher als im Jahre der geborgten Konjunkturspitze (1929) und auch über dem Verkehrsumfang im ehemaligen Reichsgebiet von 1913, nachdem in 1932 mehr als die Hälfte des verfügbaren Laderaumes der Reichsbahn unbeschäftigt geblieben war. Um die Jahreswende 1938/39 lagen — nach den Angaben des Instituts für Konjunkturforschung — die Leistungen im Güterverkehr, nach Tonnenkilometern gerechnet, höher als 1928, während der auf der Schiene vorhandene Transportraum kleiner war als damals. Schon damals erforderte die verkehrswirtschaftliche Gesamtlage eine entscheidende Erhöhung der Ausnutzung des vorhandenen Wagenparks. Es gelang, den Bestand an offenen Güterwagen — gemessen an der Wagenstellung — im Jahre 1938/39 um etwa 15 Proz. rascher umzuschlagen als 1929 und damit die Schere zwischen dem begrenzt vorhandenen Laderaum und dem so stark gewachsenen wirtschaftlichen Verkehrsbedarf zu schließen.

Mit Beginn des Polenkrieges traten ungeheure zusätzliche Aufgaben an die Reichsbahn heran. Neben den unmittelbaren Wehrmachts- und wehrwirtschaftlichen Aufgaben mußte sie in dem strengen Winter 1939/40 die naturgegebene Behinderung der Binnenschifffahrt auszugleichen bemüht sein. Trotz mancher kalten Woche in unseren Wohnungen und Arbeitsräumen: aufs Ganze gesehen hat die Reichsbahn außerordentliche Leistungen vollbracht und das alleis in sie gesetzte Vertrauen glänzend gerechtfertigt.

Der Herbst 1940 hat die Anforderungen nochmals gesteigert. Mit geringerer Gefolgschaft mußte die Reichsbahn ein erheblich vergrößertes Verkehrsgebiet ohne entsprechend ausgeweiteten Wagenpark bewirtschaften und versorgen. Hinzu kommt: Höchsterten an Hackfrüchten (z. B. Kartoffeln fast 10 Proz. über Rekordernte von 1937) stellen von sich aus weitere auf eine relativ kurze Frist zusammengedrungene Verkehrsansprüche.

Die nationalsozialistische Staats- und Wirtschaftsgesinnung, die das Handeln jedes einzelnen auf das Ganze ausrichtet, gab der Reichsbahn die ideale Grundlage, für die erfolgreiche Bewältigung der jetzt vor ihr liegenden Aufgaben neue Wege einzuschlagen. In den verkehrswirtschaftlichen Untersuchungen der jüngeren Vergangenheit war man davon ausgegangen, daß die für 1938/39 erwähnten betrieblichen und organisatorischen Maßnahmen zur Beschleunigung des Güterwagen-Umschlages die letzten inneren Leistungsreserven der Reichsbahn ausgeschöpft hätten. Aber die verkehrspolitischen Aufgaben des Heute sind keine inneren Ressortaufgaben der Reichsbahnverwaltung allein, sondern eine nationalwirtschaftliche Pflicht für die Gesamtheit aller Verkehrsteilnehmer.

Kriegswirtschaftliche Aufklärung

Aus dieser Erkenntnis heraus hat sich die Reichsbahn entschlossen, durch ein Musterbeispiel volks- und kriegswirtschaftlicher Aufklärung alle unmittelbar und mittelbar am Güterverkehr beteiligten Kreise zu positiver Mitarbeit an der Lösung der so bedeutungsvollen Verkehrsaufgaben dieses Herbstes 1940 aufzurufen. In der Zeit von Ende August bis Ende September hat die Reichsbahn in — unter verkehrswirtschaftlichen Gesichtspunkten ausgewählten — über 500 Tageszeitungen und in einer kleineren Anzahl von Wochenzeitungen in kurzer Folge zehn verschiedene, große Aufklärungsanzeigen erscheinen lassen, um die breite Öffentlichkeit über die volks- und kriegswirtschaftliche Notwendigkeit eines voll ausgenutzten und schnellen Güterumflaus zu unterrichten. Die Reichsbahn hat für ihre Großwerbung die Tageszeitungen gewählt weil sie eine möglichst nachhaltige Breiten-

und Tiefenwirkung bei vielen Millionen Menschen in allen Teilen Großdeutschland- und aus allen Berufsgruppen erreichen wollte. Die Grundtatsache, die diese Werbekampagne der Reichsbahn der Öffentlichkeit einhämmerte, war: im Jahresdurchschnitt steht ein Güterwagen während 24 Stunden volle 16 Stunden bei dem Absender und bei dem Empfänger, nur 8 Stunden bleiben für seine eigentliche Zweckbestimmung, die Güterbeförderung, übrig! Nicht nur die verkehrswirtschaftlichen Laien, sondern auch viele dem Verkehrswesen verbundene Männer — Händler mit umfangreichen Warenverfrachtungen, Lagerverwalter von Speditionsfirmen, Packer und Fuhrwerker usw. — werden von dieser Feststellung überrascht worden sein. Man hat wohl nirgends bei ihnen bisher alle Konsequenzen der Tatsache durchdacht, daß zwei Drittel des deutschen Güterwagenraums die Güter nicht befördert, sondern lagert und auf Verladestraßen und Anschlußgleisen steht. Gelingt es den Beladern und Entladern der Güterwagen, den jährlichen Stundendurchschnitt durch ihre Leistung so abzuwandeln, daß nicht je acht Stunden für das Beladen und Entladen in Anspruch genommen werden, sondern nur je sieben Stunden, so steigert sich im Durchschnitt die Transportzeit pro Güterwagen auf zehn Stunden gegen jetzt acht Stunden. Das bedeutet eine überaus spürbare Vermehrung des für tatsächliche Transportleistungen verfügbaren Güterwagenraumes.

Der Zweck der Aufklärung

In der Aufklärungsaktion der Reichsbahn sind für die Rationalisierung aller Transportarbeit wertvollste Richtlinien gegeben. Es gilt, den gesamten Rhythmus aller mit dem Gütertransport zusammenhängenden Arbeiten zu beschleunigen und die Präzision dieser Arbeiten gleichzeitig zu erhöhen. Erste und dringendste Voraussetzung ist die richtige und sich peinlich genau auf den wirklichen Wagenbedarf ausrichtende Disposition der als Belader in Betracht kommenden Betriebsführer industrieller, landwirtschaftlicher, Handels- und Speditionen-Unternehmen. Dabei müssen sie mehr denn je darauf bedacht sein, auch ihre Lieferverträge den Lademengen anzupassen, die die vollständigste Auslastung

ju St. G. II R 4

2a

der Güterwagen sichern. Sie müssen dafür sorgen, daß alle erreichbaren mechanischen Hilfsmittel — behelfsmäßige Laderutschen, Rollen, lautende Bänder — eingesetzt werden, um die Arbeit zu erleichtern und zu beschleunigen, das Einsatzerfordernis menschlicher Arbeitskraft zu verringern. Die beteiligten kaufmännischen Angestellten und Lagerverwalter können durch zuverlässige Ausfertigung der Frachtbriefe, Vollständigkeit der Begleitpapiere, Vorsorge für zweckmäßigste Verpackung, genaue Kennzeichnung der Entladestelle usw. die Grundlage für klare Arbeitsmöglichkeiten der Eisenbahnschaffner schaffen. Es erweisen sich auch hier vermeintlich unbedeutende Kleinarbeiten als Vorgänge von hoher betriebs- und volkswirtschaftlicher Bedeutung. Fuhrwerker und Packer sind dazu berufen, für die pflegliche Behandlung des Wagenmaterials der Reichsbahn ebenso zu sorgen wie für die volle Ausnutzung jedes Kubikmeters Laderaum. Da der Entlader von der Reichsbahn frühzeitig über das Eintreffen der für ihn bestimmten Güter unterrichtet wird, muß er so disponieren, daß die Entladung unverzüglich nach Eintreffen des Güterwagens vorgenommen wird. Denn „auf jeden Wagen“, „auf jedes Kilo“, „auf jede Stunde“ und vor allem „auf jeden Mann“ kommt es an.

Es dürfte wohl nicht zu bezweifeln sein, daß die für unsere Gegenwartsaufgaben erforderlichen Verkehrsleistungen der breiten Öffentlichkeit wie den am Güterverkehr in erster Linie beteiligten Berufsgruppen durch diese großzügige Aufklärungsaktion der Reichsbahn einmal unter dem Gesichtspunkte

staats- und volkspolitischer Notwendigkeiten überzeugend dargelegt worden sind.

Kriegszeiten sind für alle Teile des Volkes Zeiten besonderer Bewährung. Je höher die Freiwilligkeit jeglichen Einsatzes, um so sicherer der Sieg. Es ist ein großartiges Zeugnis volksgemeinschaftlichen Zusammenwirkens, aber auch gleichzeitig ein für die deutsche Werbung schlechthin einen Markstein bedeutendes Bekenntnis zur Wirksamkeit werblichen Einsatzes, daß die leitenden Männer der Deutschen Reichsbahn, an ihrer Spitze Reichsverkehrsminister Dr. Dörpmüller und Staatssekretär Kleinmann, mutig und verantwortungsbewußt diesen neuen und modernen Weg der Anzeigenaktion gegangen sind. Hier wird die Erfüllung der gegenwärtig dringendsten nationalen Aufgabe der deutschen Verkehrswirtschaft neben dem aufs höchste angespannten Leistungseinsatz der Reichsbahn dem freiwilligen Zutracken der beteiligten Wirtschaftskreise und darüber hinaus der verständnisvollen Mithilfe der ganzen Öffentlichkeit anvertraut.

Im Schnittpunkt von Gemein- und Privatwirtschaft

Die neue deutsche Werbung ist schon vielfach für gemeinwirtschaftliche Aufgaben mit großem Erfolg wirksam geworden. Markenartikelindustrien, die Industrien der neuen deutschen Werkstoffe, die chemische und die elektrotechnische Industrie waren die Wegbereiter für den Einsatz einer Anzeigenwerbung im Dienste verbraucherkundlicher und volkswirtschaftlicher Aufklärung.

In Zukunft wird die Werbung überhaupt noch stärker als bisher im Schnittpunkt der gemeinwirtschaftlichen und privatwirtschaftlichen Zielsetzungen stehen. In der Einzelwerbung des Unternehmens oder in der Gemeinschaftswerbung eines Berufsstandes oder eines ganzen Wirtschaftssektors: überall wird sich die Wertungsfrage nach dem allgemeinen Nutzen mehr und mehr bei den Umworbenden in den Vordergrund stellen. Der Bürger des nationalsozialistischen Großdeutschlands will die Gewißheit haben, daß seine Existenz und seine Arbeit nicht Selbstzweck sind. Er will mehr und mehr sein Leben so formen, seine Arbeitsleistung so ausrichten, daß kein Widerstreit herrscht zwischen seinen allgemeinen Pflichten und seinem eigenen Nutzen.

Diese geistige Haltung ist es, die Aufklärungsaktionen wie die der Deutschen Reichsbahn nicht nur möglich, sondern auch erfolgreich und damit erforderlich macht. Die Reichsbahnanzeigen haben Millionen Menschen angesprochen. Diese Anzeigen haben in den letzten Wochen im Mittelpunkt vieler journalistischer Erörterungen und zahlloser Gespräche gestanden. Sie haben in den mit dem Eisenbahnverkehr besonders verbundenen Kreisen zur klaren Erkenntnis der entscheidenden Gegenwartsaufgabe geführt; sie haben überall den Willen geweckt, das Erforderliche nicht nur anzupacken, sondern die Sache, um die es hier geht, schnellstens erfolgreich zu verwirklichen. Und dieser Erfolg wird ein Erfolg der Deutschen Reichsbahn und gleichzeitig ein erneuter Beweis für die nationalwirtschaftliche Funktion und Bedeutung der Werbung schlechthin.

2a

12000

