

Uloga automobilske industrije u usponu nacističke Njemačke

Šalković, Dominik

Master's thesis / Diplomski rad

2022

Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj: **Josip Juraj Strossmayer University of Osijek, Faculty of Humanities and Social Sciences / Sveučilište Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku, Filozofski fakultet**

Permanent link / Trajna poveznica: <https://urn.nsk.hr/urn:nbn:hr:142:313843>

Rights / Prava: [In copyright](#) / [Zaštićeno autorskim pravom.](#)

Download date / Datum preuzimanja: **2024-08-15**



Repository / Repozitorij:

[FFOS-repository - Repository of the Faculty of Humanities and Social Sciences Osijek](#)



Sveučilište J.J Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Sveučilišni diplomski studij povijesti i engleskog jezika i književnosti

Dominik Šalković

Uloga automobilske industrije u usponu nacističke Njemačke

Diplomski rad

Mentor: izv. prof. dr. sc. Slađana Josipović Batorek

Osijek, 2022.

Sveučilište J.J. Strossmayera u Osijeku

Filozofski fakultet Osijek

Odsjek za povijest

Sveučilišni diplomski studij povijesti i engleskog jezika i književnosti

Dominik Šalković

Uloga automobilske industrije u usponu nacističke Njemačke

Diplomski rad

Humanističke znanosti, povijest, hrvatska i svjetska moderna i suvremena povijest

Mentor: izv. prof. dr. sc. Slađana Josipović Batorek

Osijek, 2022.

IZJAVA

Izjavljujem s punom materijalnom i moralnom odgovornošću da sam ovaj rad samostalno napravio te da u njemu nema kopiranih ili prepisanih dijelova teksta tuđih radova, a da nisu označeni kao citati s napisanim izvorom odakle su preneseni.

Svojom vlastoručnim potpisom potvrđujem da sam suglasan da Filozofski fakultet Osijek trajno pohrani i javno objavi ovaj moj rad u internetskoj bazi završnih i diplomskih radova knjižnice Filozofskog fakulteta Osijek, knjižnice Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku i Nacionalne i sveučilišne knjižnice u Zagrebu.

U Osijeku, datum 21.9.2022.



0122227486

ime i prezime studenta, JMBAG

SAŽETAK

Povodom završetka Prvog svjetskog rata, Njemačka, koja je proglašena isključivim krivcem za njegovo izbijanje, pronašla se u teškoj gospodarskoj situaciji što je izrazito negativno utjecalo i na automobilsku industriju. Hiperinflacija i status automobila kao luksuznog dobra onemogućili su radničkoj i srednjoj klasi vlasništvo, a serijska proizvodnja nije bila moguća zbog manjka investicija u obnovu tvornica. Velika gospodarska kriza dovela je do propasti mnogih manjih proizvođača automobila, ali je i usmjerila tržište prema izradi povoljnih, lako dostupnih i ekonomičnih automobila koji će kasnije postati temelj nacističke politike motorizacije. Adolf Hitler, koji je imao velik interes za automobile i smatrao ga je savršenim sredstvom za obnovu gospodarstva, učinio je automobilsku industriju katalizatorom oporavka. To je učinio projektom izgradnje autocesta koji bi riješio problem nezaposlenosti, projektom izrade *Volkswagena* koji bi omogućio svim slojevima društva vlasništvo automobila te ulaganjem u auto utrkanje kako bi pokazao tehnološki napredak nacističke Njemačke. Automobilska industrija korištena je zbog pozitivnog utjecaja koji je imala na sve ostale grane industrije. Na neke je utjecala izravno poput industrije cementa ili čelika dok je na neke utjecala neizravno omogućavanjem lakšeg i bržeg prijevoza robe i uzrokovanjem rasta potražnje za određene automobilske dijelove. Ona je omogućila i poboljšanje životnog standarda stanovništva kojemu bi automobil omogućio kvalitetnije ispunjeno slobodno vrijeme, vožnju prema vlastitom rasporedu, a određenim skupinama poput liječnika i odvjetnika i priliku za širenje mreže klijenata. Vrhunac nacističkog naglaska na automobilsku industriju bio je projekt *Volkswagen*. On je zamišljen kao automobil koji će biti dostupan svim slojevima društva njemačkog stanovništva te tako omogućiti potpunu motorizaciju njemačkog naroda, ali zbog početka Drugog svjetskog rata nije zaživio u svojoj potpunosti. U jednu ruku automobilska industrija korištena je kao sredstvo oporavka ekonomije i zbog mogućnosti njezina korištenja u vojne svrhe ako dođe do otvorenog sukoba. Projekt izgradnje autocesta kao i tvornice za izradu automobila imale su dvojaku svrhu, a sličnu svrhu imalo je i auto utrkanje čija tehnologija je kasnije korištena u vozilima Drugog svjetskog rata.

Ključne riječi: automobilska industrija, *Volkswagen*, *Autobahn*, nezaposlenost, ekonomija

SADRŽAJ

1. Uvod.....	6
2. Gospodarska i politička nestabilnost Weimarske Republike	8
2.1 Krhkost Weimarske Republike	8
2.2 Dolazak nacističke stranke na vlast.....	11
3. Automobilska industrija do dolaska nacističke stranke na vlast	13
3.1 Automobilska industrija Weimarske Republike	14
3.2 Velika gospodarska kriza	17
4. Raj autocesta	18
4.1 Situacija prije dolaska nacista na vlast.....	18
4.2 Nacistička ekspanzija	20
5. Automobilska industrija kao instrument ekonomskog oporavka	21
5.1 Početna ulaganja	22
5.2 Utjecaj na zaposlenost i industriju	23
5.3 Utjecaj na ekonomiju	27
5.4 Hitler i automobil.....	29
6. Automobil za narod.....	30
6.1 Pojam <i>Volkswagena</i> i začetak ideje	31
6.2 Uloga Sjedinjenih Američkih Država	32
6.3 Projekt <i>Volkswagen</i>	34
6.4 Neuspjeh <i>Volkswagena</i>	37
7. Uloga auto utrivanja.....	39
7.1 Ulaganja, uspjesi i propaganda	40
7.2 Idol savršenog Nijemca.....	42
7.3 Tehnologija auto utrivanja	44
8. Zaključak.....	46
9. Literatura.....	48
10. Popis priloga	51

1. Uvod

Hodanjem ulicama bilo kojeg europskog grada 2022. godine suočeni smo s činjenicom da je jedan izum neophodan za živote ljudi, a taj izum je automobil. Bilo da se koristi u svrhu odlaska na posao, prijevoza djece u školu ili odlaska na ljetovanje, postao je neizbježan u životima ljudi te se rijetko mogu uočiti kućanstva bez najmanje jednog automobila, često i više njih. Ako se malo više razumijete u automobile lako se može zaključiti koja država danas dominira europskim tržištem. Ako vozite Volkswagen, Mercedes, Audi, BMW ili Opel, vozite njemački automobil, te je lako zaključiti da je njemačka automobilska industrija jedna od najrazvijenijih u svijetu, dok je prije 100 godina bila jedna od najnerazvijenijih u zapadnoj Europi.

Razdoblje nakon Prvog svjetskog rata obilježeno je financijskom krizom i izrazito teškom gospodarskom situacijom koja je najočitija bila u Njemačkoj, odnosno Weimarskoj Republici. Nemogućnost financijskog oporavka te sve veće nezadovoljstvo krizom pogođenog stanovništva otvorilo je vrata jačanju ekstremnih političkih grupa, među njima i Nationalsocijalističke njemačke radničke stranke ili skraćeno Nacističke stranke. Na čelu stranke bio je Adolf Hitler koji je, nakon što je stupio na mjesto kancelara 1933. godine, zemlji obećao brzi gospodarski napredak i ekonomski oporavak koji bi omogućio Njemačkoj status jedne od najjačih svjetskih sila. Hitler je bio u potrazi za katalizatorom koji bi cijelom oporavku bio iskra, a pronašao ga je u automobilskoj industriji. Zbog prirodnog razvoja automobilizma tog vremena, Hitler je znao da je on savršena podloga za ekonomski oporavak tako što bi rast ponude i potražnje pozitivno utjecao na ostalu industriju. Također uvidio je i značaj izgradnje cesta kao izvora zaposlenosti te kao izvora daljnjeg industrijskog napretka zbog lakšeg i jeftinijeg prijevoza. Hitler je pronašao svoj „x-factor“.

Cilj ovog rada temeljitom je analizom automobilske industrije u međuratnim godinama pokazati njezin značaj u gospodarskom oporavku nacističke Njemačke te njezin utjecaj na rast životnog standarda. Cilj je opisati važnost automobilske industrije za razvoj nacističke Njemačke, razlog zašto je izabrana za instrument oporavka te kolika je bila njezina vojna važnost.

Zbog neistraženosti teme, literatura na hrvatskom jeziku prilično je oskudna. Knjige poput *Treći Reich* i *Uspon i pad Trećeg Reicha* autora Burleigha i Shirera omogućuju pristup informacijama o općenitoj povijesti nacističke Njemačke, ali ta literatura sadrži vrlo malo podataka o automobilskoj industriji i zato nije bila od prevelike pomoći. Zbog tog razloga

korištena je većinom literatura pisana na engleskom jeziku koja se sastoji od knjiga i članaka koji detaljno i duboko ulaze u temu automobilizma. Od velike pomoći bila su i dva dokumentarna filma strane produkcije snimljena u proteklih nekoliko godina koji su omogućili pristup određenim detaljima koji nisu bili dostupni u knjigama i člancima, a služili su i kao glavni izvor informacija o temi auto utrivanja.

Sam rad podijeljen je u deset poglavlja. Nakon uvodnog poglavlja, slijedi poglavlje u kojemu su opisane politička situacija u Njemačkoj 1920-ih i 1930-ih godina te okolnosti dolaska nacističke stranke na vlast, kao i neke općenite ideje nacističke politike. Zatim slijedi poglavlje u kojemu je opisana automobilska industrija za vrijeme Weimarske Republike te razlozi zašto je zaostajala za ostatkom zapadne Europe. Peto poglavlje opisuje zašto je automobilska industrija izabrana za instrument oporavka te koliko su snažni bili njezini utjecaj i uloga u uspostavi čvrste vlasti nacističke stranke. Četvrto i šesto poglavlje opisuju dva najznačajnija projekta vezana za automobilsku industriju nacističke Njemačke, a to su izgradnja mreže autocesta ili projekt *Autobahn* i izrada automobila za narod ili projekt *Volkswagen*. U sedmom poglavlju analizira se utjecaj sektora auto utrivanja i kako je uspjeh na trkaćim stazama izravno povezan s rastom njemačkog zajedništva i ponosa te kako je taj isti uspjeh pokazatelj tehnološkog napretka Njemačke. Nakon sedmog poglavlja slijede zaključak te popisi literature i priloga.

2. Gospodarska i politička nestabilnost Weimarske Republike

Porazom u Prvom svjetskom ratu prestalo je postojati Drugo Njemačko Carstvo te je došlo do uspostave privremene Weimarske Republike. Versajskim ugovorom iz 1919. godine Njemačka je proglašena glavnim krivcem za izbijanje rata, a mjere Versajskog ugovora su uz već tešku ratom uzrokovanu ekonomsku situaciju bile pogubne za njemačko gospodarstvo. Uz pomoć priljeva stranog kapitala kao i mjera smanjenja ratnog duga krajem 1920-ih došlo je do određene stabilizacije njemačke ekonomije, ali temelj na kojemu je ta stabilizacija građena bio je iznimno krhak i popustio je pod težinom još jedne krize, Velike gospodarske krize, koja je 1929. godine pogodila Sjedinjene Američke Države, a time imala i značajan utjecaj na ekonomiju Europe, pogotovo Weimarske Republike, koja je o kapitalu iz Sjedinjenih Američkih Država ovisila više od ostalih. Neuspjeh vlade u borbi s krizom i pogoršanje životnih uvjeta stvorili su klimu u kojoj raste popularnost ekstremističkim strankama, a u Weimarskoj Republici to je bila Nationalsocijalistička njemačka radnička stranka ili Nacistička stranka na čijem je čelu bio Adolf Hitler. Ona je njemačkom narodu obećala stabilizaciju i oporavak od teških ekonomskih uvjeta koji bi kulminirao tim da bi Njemačka postala jedna od najsnažnijih svjetskih sila. Narod je pronašao odgovor i Hitler je postao kancelar Njemačke 1933. godine.

2.1 Krhkost Weimarske Republike

„Ovo je rat koji će okončati sve druge ratove.“¹ To su bile riječi kojima je Woodrow Wilson, tadašnji predsjednik Sjedinjenih Američkih Država, opisao Prvi svjetski rat koji je završio 11. studenog 1918. godine pobjedom sila Antante. Na strani poraženih zemalja bila je i Njemačka ili tada Njemačko Carstvo, a izravna posljedica poraza u Prvom svjetskom ratu uspostava je Weimarske Republike. Godinu dana kasnije, točnije 28. lipnja 1919. godine potpisan je Versajski ugovor kojim je Njemačka proglašena isključivim krivcem za početak Prvog svjetskog rata. Kao rezultat sporazuma Njemačka je izgubila sve prekomorske kolonije i teritorije, a oduzeti su joj i važni europski teritoriji poput pokrajina Elzas i Lorraine u Francuskoj.² Raspušteni su Glavni stožer vojske, oklopne i zrakoplovne snage, a brojno stanje vojske je do siječnja 1921. godine umanjeno na samo 100 tisuća vojnika te su joj zabranjeni uvoz i izvoz oružja. Zbog toga što je smatrana isključivim krivcem za rat određeno joj je plaćanje ratnih reparacija koje su zamišljene kao oblik kazne, ali su imale i vrlo važnu ulogu u obnovi

¹ Jueun Choi, 'Never think that war...is not a crime,' and more defining WWI quotes, (USA Today), pristup ostvaren 22.7.2022., <https://eu.usatoday.com/story/news/world/2017/04/04/world-war-i-quotes/100031552/>.

² William L. Shirer, *Uspon i pad Trećeg Reicha: historija nacističke Nemačke* (Beograd: Filip Višnjić, 2015), 5,54; Michael Burleigh, *Treći Reich* (Zagreb, Faktura, 2012), 23.

ekonomija zemalja Antante.³ Kao rezultat tih mjera i ratnih dugova Njemačka ulazi u razdoblje velike ekonomske nestabilnosti u kojemu je najveći problem predstavljala hiperinflacija. Zbog smanjenja vrijednosti novca na vrijednosti su izgubile i rude poput ugljena i željeza od čijeg izvoza je Njemačka imala najveću zaradu što dovodi do nemogućnosti Njemačke da otplaćuje ratne dugove.⁴ Nametnuta naknada materijalne štete kao i raspuštanje vojske označilo je produžetak rata ekonomskim sredstvima, a namjera Versajskog ugovora bila je trajno onemogućiti njemačku ekonomiju, temelj njemačke vojne moći, što bi uzrokovalo potpunu nemogućnost ponovnih ratnih zbivanja.⁵ Kako Njemačka nije bila u mogućnosti plaćati ratnu odštetu, Francuska i Belgija, ne vjerujući u to, odlučile su izvršiti invaziju na pokrajinu Ruhr, koja je bila industrijsko srce Njemačke i davala je puls, koliko god slab, njemačkoj ekonomiji. Radnicima je naređen štrajk, a njegov rezultat bilo je zatvaranje rudnika ugljena i tvornica željeza što dovodi do potpune propasti njemačke ekonomije. Vlada je problem odlučila riješiti izdavanjem većeg broja novčanica što dovodi do devalvacije njemačke marke i povećanja inflacije.⁶ Autor Burleigh navodi kako stalna prijetnja oružane intervencije od strane Antante ako dođe do povrijede mirovnih uvjeta potkrjepljuje stav da se protiv Njemačke vodio svojevrsni hladni rat.⁷

Do određenog poboljšanja situacije dolazi izborom Gustava Stresemanna na mjesto kancelara 1923. godine. Njegovom naredbom radnici su vraćeni u tvornice te je dotadašnja marka zamijenjena Retenmarkom, novom valutom koja je imala američku potporu. Liga naroda⁸ je također odigrala ulogu te je zaposlila američkog bankara Charlesa Dawesa s ciljem rješavanja problema hiperinflacije i plaćanja ratnih reparacija, a njegov plan omogućio je Njemačkoj plaćanje reparacija u prihvatljivim iznosima koji ne bi narušili njezino ekonomsko stanje. Za vrijeme Stresemannova mandata Nijemci su također popravili diplomatske odnose s Francuskom i Belgijom te su primljeni u Ligu Naroda, što je otvorilo vrata svjetskoj trgovini.⁹ Njemačka ekonomija polako se oporavljala te je Njemačka zauzimala sve veći udio svjetskog izvoznog tržišta.¹⁰

³ Burleigh, *Treći Reich*, 23.

⁴ Shirer, *Uspon i pad Trećeg Reicha*, 67.

⁵ Burleigh, *Treći Reich*, 25.

⁶ Shirer, *Uspon i pad Trećeg Reicha*, 67.

⁷ Burleigh, *Treći Reich*, 25.

⁸ Liga naroda međunarodna je organizacija za osiguranje mira i jačanje međunarodne suradnje osnovana na poticaj američkog predsjednika Woodrowa Wilsona nakon Prvog svjetskog rata. Preteča je današnjih Ujedinjenih Naroda.

⁹ „Weimar Republic“, *History.com* (2021), pristup ostvaren 22.7.2022
<https://www.history.com/topics/germany/weimar-republic>.

¹⁰ Andrew Stinchfield, „Automobiles, Autarky and Authority: The Effects of Nazi Centralized Economic Planning 1932-1942“ (Honors Theses, Union College, 2013), 10.

Veliku ulogu u oporavku Weimarske Republike i njezine ekonomije imao je priljev američkih dolara. Ona je održavala svoj relativno dobar položaj na svjetskom tržištu pozajmicama, većinom iz Sjedinjenih Američkih Država, a dobiveni novac republika je potom ulagala u ekonomiju kako bi pomogla revitalizirati gospodarstvo.¹¹ Ova strategija bila je relativno uspješna, ali i opasna zato što je većini država svijeta i Europe nedostajalo stabilnosti nakon Prvog svjetskog rata.¹² U takvoj klimi stvoren je krhak krug u kojemu je Njemačka posuđivala novac od Sjedinjenih Američkih Država kako bi otplaćivala dugove Velikoj Britaniji i Francuskoj koji su od tih novaca sami otplaćivali dugove Sjedinjenim Američkim Državama.¹³ Ovo sve dovelo je do poboljšanja diplomatskih odnosa između Njemačke i ostalih zemalja zapadne Europe te do izmjene plana plaćanja ratnih reparacija.¹⁴ Novi plan otplate reparacije, Youngov plan¹⁵, koji umanjuje troškove reparacije s 269 milijardi na 112 milijardi njemačkih maraka, stupio je na snagu 1929. godine.¹⁶ Njemačka je oživjela svoju ekonomiju prihvaćanjem stranog kapitala koji bi zatim ulagala u gospodarstvo, a rezultat toga bila je ovisnost njemačke ekonomije o izrazito krhkoj svjetskoj trgovini. Ekonomski oporavak više nije bio u potpunosti pod njezinom kontrolom, zato su Velika gospodarska kriza i krah burze na Wall Streetu 1929. godine imale toliko poguban utjecaj na nju. Kao rezultat Velike gospodarske krize, većina poslanog američkog novca povučena je te Weimarska Republika više nije mogla plaćati reparacije i zaustaviti ekonomski krah koji je u konačnici doveo do propasti gospodarstva i rasta stope nezaposlenosti.¹⁷

Tijekom razdoblja hiperinflacije, ekonomski kaos najviše je pogodio pripadnike srednje klase, a nakon nove krize ona je izgubila vjeru u vlast te je bila u potrazi za čvrstom rukom koja će voditi naciju u svijetlu budućnost, jednom stranom vođena i strahom od komunističkog pokreta koji postaje sve jači na istoku Europe. Mnogi su se okrenuli ekstremističkim strankama, a u Njemačkoj to je bila nacistička stranka vođena Adolfom Hitlerom. On je javnosti obećao snažno centralno vodstvo, restriktivne politike kojima će riješiti ekonomsku krizu i ujediniti

¹¹ Adam Tooze, *The Wages of Destruction: The Making and Breaking of the Nazi Economy* (London: Penguin Books, 2008.), 6.

¹² R.J Overy, *The Nazi Economic Recovery 1932-1938* (London: Cambridge University Press, 1996.), 7.

¹³ Tooze, *The Wages of Destruction*, 6.

¹⁴ Isto, 7.

¹⁵ Nazvan prema Owenu D. Youngu, američkom bankaru koji je bio na čelu skupine financijskih stručnjaka koja ga je izradila.

¹⁶ Tooze, *The Wages of Destruction*, 37.

¹⁷ Stinchfield, „Automobiles, Autarky and Authority“, 17.

naciju te prestanak ovisnosti o kapitalizmu i svjetskoj trgovini. 1932. godine nacistička stranka postaje najbrojnija u Reichstagu¹⁸, a 1933. Hitler je imenovan kancelarom.¹⁹

2.2 Dolazak nacističke stranke na vlast

Nacistička stranka bila je relativno nebitan igrač na njemačkoj političkoj sceni 1920-ih godina. Na izborima 1928. godine osvojili su samo 810 tisuća glasova, što je bilo manje od 4 godine ranije, a osvojili su samo 12 mjesta u već spomenutom Reichstagu.²⁰ To je za naciste, kao i za Hitlera, bio veliki neuspjeh i tada se činilo kako nacistička stranka nikada neće ostvariti značajan politički položaj. Gospodarska nestabilnost u Njemačkoj odrazila se i na političku situaciju što potkrjepljuje činjenica da se između 1919. i 1933. godine na čelu Njemačke promijenilo 20 vlada.²¹ Velika gospodarska kriza nije pripomogla situaciji, ali je zauvijek promijenila budućnost njemačke politike i smjer kretanja nacističke stranke.

Početak 1930-ih bilo je nekoliko milijuna nezaposlenih, a mnogi su poistovjećivali novonastalu krizu s nacionalnim poniženjem koje su Nijemci doživjeli krajem Prvog svjetskog rata i moral je bio iznimno nizak. Kao glavnog krivca njemački narod proglasio je vladinu koaliciju koja je bila zadužena za vodstvo države. Oni su vladu smatrali slabom te su zaključili da će biti nemoguće prebroditi ekonomsku krizu ako ne dođe do temeljnih političkih promjena. Ekonomska kriza, kao i strah od sve tamnije budućnosti, a i gnjev i nestrpljivost koju je stanovništvo osjećalo prema postojećoj vladi doveli su do uspona Hitlera i nacističke stranke.²² Hitler se u jednoj stavci razlikovao od ostalih revolucionara, a to je da je on planirao revoluciju nacije tek nakon što bi osvojio političku većinu u državi, to jest nakon dolaska na vlast.²³ On se, kao veliki govornik, znao igrati s emocijama izmorenog i razočaranog naroda, a poistovjetio se s njim naglašavajući nemoć i razočaranje koje je narod osjećao te tako pridobio glasove onih koji su zahtijevali promjenu. Nacisti su od Njemačke željeli stvoriti naciju koja bi korištenjem moderne tehnologije i industrije postala svjetska velesila. Zalagali su se za vraćanje kulturnih vrijednosti Nijemaca, poništenje Versajskog ugovora, uklanjanja prijetnje komunizma i smanjenje nezaposlenosti. Hitler i nacistička stranka također su uspješno provodili propagandu

¹⁸ Njemački parlament.

¹⁹ Stinchfield, „Automobiles, Autarky and Authority“, 17.

²⁰ Shirer, *Uspon i pad Trećeg Reicha*, 104.

²¹ Burleigh, *Treći Reich*, 43.

²² „The Nazi Rise to Power“, *Holocaust Encyclopedia*, pristup ostvaren 23.7.2022.

<https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/the-nazi-rise-to-power..>

²³ Shirer, *Uspon i pad Trećeg Reicha*, 119.

kojom su budili negativne stavove kod naroda prema određenim skupinama stanovništva poput Židova i marksista.²⁴

1930. godine raspušten je parlament te je na ponovnim izborima nacistička stranka osvojila 18.3% glasova i tako postala druga najbrojnija politička stranka u državi. Dvije godine vladavine Heinrich Brüninga proteklo je u konstantnoj borbi za ostvarenjem parlamentarne većine bez utjecaja nacista, no to nije bilo moguće.²⁵ Prije izbora 1930. godine, Hitler je odlučio pridobiti dvije utjecajne skupine njemačkog društva, vojsku i zajmodavce, a to mu uspijeva govorima kojima naglašava slabosti Weimarske Republike, opisuje razloge nezadovoljstva njemačkog naroda i upućuje na opasnost komunističkog pokreta na istoku Europe.²⁶ Vojni krugovi u nacizmu pronalaze saveznika koji bi autoritativnom vlašću uzrokovao ponovno naoružanje države s ciljem povratka teritorija.²⁷ 1932. godine kancelar postaje Franz von Papen koji ponovno raspušta parlament, a na izborima iste godine nacistička stranka osvojila je 37.3% glasova te tako postala najbrojnija politička stranka u Njemačkoj. Kako bi spriječio rast Komunističke partije Njemačke, koja je na istim izborima bili druga najpopularnija stranka, predsjednik Paul von Hindenburg odlučuje prepustiti vlast nacističkoj stranci. Hitler je imenovan kancelarom Njemačke 30. siječnja 1933. godine s ciljem vraćanja Njemačke u ruke autoritativnih vladara i građenja njezine budućnosti na temeljima istih.²⁸ On je naučio iz pogreške pokušaja nasilnog preuzimanja vlasti, te je sada dugotrajnim, ali legalnim putem ostvario potpunu vlast u Njemačkoj.²⁹

Nacistička stranka vjerovala je u snažnu centraliziranu vlast kao rješenje političke i gospodarske krize zbog toga što bi stvorila jedan pravac koji bi težio jedinstvenom cilju cjelokupnog ekonomskog oporavka. Država bi pratila jedan plan koji bi bio djelotvoran za cjelokupnu njemačku zajednicu. U očima nacističke stranke to je bilo uspješnije rješenje od pojedinačnog pristupa granama gospodarstva i režim je želio u potpunosti vratiti vjeru u ekonomski i politički sustav države. Nacistički planovi dizajnirani su tako da budu privlačni nižoj-srednjoj klasi. Njemačka mladež, radnici i farmeri počeli su podržavati nacističku stranku

²⁴ „The Nazi Rise to Power”, *Holocaust Encyclopedia*, pristup ostvaren 23.7.2022.
<https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/the-nazi-rise-to-power>.

²⁵ Isto.

²⁶ Shirer, *Uspon i pad Trećeg Reicha*, 124.

²⁷ Richard J. Evans, *The Third Reich in Power* (London: Penguin Books, 2005), 10.

²⁸ „The Nazi Rise to Power”, *Holocaust Encyclopedia*, pristup ostvaren 23.7.2022.
<https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/the-nazi-rise-to-power>.

²⁹ Evans, *The Third Reich in Power*, 11.

zbog programa uništenja klasnih zapreka i rasta životnog standarda stanovništva.³⁰ Konačni cilj vladavine nacističke stranke povratak je Njemačkoj statusa svjetske velesile i kolonijalne moći.³¹

Nacistička vlada željela je poboljšati financijsku situaciju njemačkog stanovništva. Hitler je vjerovao da narod zaslužuje vlast koja bi podigla životni standard, a njegov plan bila je suradnja s njemačkim industrijama u kreaciji standardiziranih i pojednostavljenih dobara koji bi bili prodavani po najnižoj mogućoj cijeni te tako bili dostupni svakoj njemačkoj obitelji. To je bila takozvana „Volk“ kampanja koja podrazumijeva izradu proizvoda koji su u svom imenu naglašavali narod. Jedan od tih proizvoda bio je i *Volkswagen*, automobil reklamiran tako da će biti dostupan svim stanovnicima Njemačke, bez obzira na njihove prihode. On će postati središnji u nacističkoj ideji ekonomskog i gospodarskog oporavka i razvoja.³²

Najjače oružje nacističke stranke u izbornim kampanjama pa i kasnije bila je propaganda koja je korištena s ciljem usmjeravanja mišljenja javnosti i promocije vrijednosti jedinstva i kolektivizma, a ona se bavila i klevetom liberalizma i kapitalizma. U nacističkoj propagandi naglasak je uvijek bio na riječi narod ili *Volk*, a Hitler je želio uništiti klasne zapreke te probuditi osjećaj pripadanja jednoj zajednici.³³ Kolektivizam se promovirao sloganima poput „jedan narod, jedan vođa, jedan Führer“³⁴ i „zajednica ispred pojedinca.“³⁵

3. Automobilska industrija do dolaska nacističke stranke na vlast

Automobilska industrija 1920-ih poslovala je pod uvjetima stalne krize.³⁶ Proizvođača automobila bilo je mnogo, ali proizvodnja automobila bila je izrazito spora i zaostajala je za ostatkom zapadne Europe. Automobil u Njemačkoj smatran je simbolom luksuza te je postojao manjak potražnje zbog teške ekonomske situacije koja je najteže pogodila radničku i srednju klasu. Kada je automobilska industrija počela hvatati konopce spasa i razvoja u drugoj polovici 1920-ih godina, svijet je pogodila Velika gospodarska kriza i uzrokovala njezin novi krah, ali postavila je određene temelje koji su omogućili kasniji razvoj iste.

³⁰ Stinchfield, „Automobiles, Autarky and Authority“, 18.

³¹ Evans, *The Third Reich in Power*, 9.

³² Stinchfield, „Automobiles, Autarky and Authority“, 18.

³³ Isto.

³⁴ David Welch, „Nazi Propaganda and the Volksgemeinschaft: Constructing a People's Community,“ u *Journal of Contemporary History* (London: SAGE Publications, 2004), 218.

³⁵ Isto.

³⁶ Neil Gregor, *Daimler Benz in the Third Reich* (New Haven and London: Yale University Press, 1998), 18.

3.1 Automobilska industrija Weimarske Republike

Automobilska industrija Njemačke je nakon 1919. godine doživjela relativno nejednak i spor razvoj. Kao i na mnoge druge aspekte ljudskog života i političkih okolnosti, Prvi svjetski rat imao je negativan utjecaj i na nju. Prije rata bila je jedna od najmanjih, a tijekom rata nije postojala prilika za razvoj zbog manjka resursa i kvalitetne radne snage.³⁷ Paradoksalno je to što je Njemačka bila pionir razvoja automobila i imala je jednu od najjačih i najrazvijenijih industrijskih baza na svijetu. Najveći problemi koji su zahvatili automobilsku industriju u Njemačkoj 1920-ih nisu bili pod kontrolom proizvođača automobila, a dva čimbenika igrala su najveću ulogu u ograničavanju njezina razvoja. Prvi je bio iznimno razvijena mreža željezničkog prometa koja je služila kao kontrast njemačkim cestama od kojih mnoge nisu bili prikladne za promet motornih vozila. Također, zbog dobro razvijene mreže javnog prijevoza, automobil nije smatran toliko prijeko potrebnim dobrom, a nije pomogao ni status luksuznog dobra kojim je automobil opisivao sredinom 1920-ih.³⁸ Drugi čimbenik bio je manjak potražnje. Aristokraciji i seljaštvu još uvijek je od velike važnosti bio konj, a zbog utjecaja ekonomije ni srednja klasa više nije mogla priuštiti automobil. Oni su ulaganjem u ratne obveznice izgubili uštedevinu što je rezultiralo činjenicom da ciljani potrošači njemačke automobilske industrije više nisu imali mogućnosti kupovati automobile, a baš srednja klasa bila je nositelj rasta prodaje u državama poput Francuske i Velike Britanije.³⁹ Zbog inflacije se i radnička klasa pronašla u prilično teškoj financijskoj situaciji, a istraživanja iz 1925. godine pokazuju da je samo polovica industrijskih radnika imala godišnju plaću u iznosu od 1000 njemačkih maraka koji je smatran neophodnim kako bi četveročlana obitelj mogla preživjeti. U Sjedinjenim Američkim Državama 1000 njemačkih maraka bila je samo četvrtina plaće radnika što pokazuje da stagnacija automobilske industrije u Njemačkoj 1920-ih i nije toliko iznenađenje.⁴⁰

Razlozi sporog razvoja automobilske industrije u nastavku 1920-ih su mnogi. Zbog prijeratnog stava da je automobil simbol luksuza, a ne dobro za svakodnevnu uporabu većina proizvođača automobila proizvodila je velik broj različitih serija automobila s malom dostupnošću. Slaba dostupnost automobila onemogućila je razvoj serijske proizvodnje, a poslijeratna kriza zaustavila je i širenje privatnog tržišta tako onemogućivši rast potražnje. Zbog

³⁷ R.J. Overy, „Cars, Roads and Economic Recovery in Germany 1932-8,“ u *The Economic History Review* (Hoboken: Wiley,1975), 466.

³⁸ Gregor, *Daimler Benz in the Third Reich*, 19.; Overy, „Cars, Roads and Economic Recovery”, 466-467.

³⁹Overy, „Cars, Roads and Economic Recovery”, 467.

⁴⁰Bernhard Rieger, *The Peoples Car: A Global History of the Volkswagen* (Cambridge, Harvard University Press, 2013), 34.

fokusa na proizvodnji izvanserijskih i luksuznih automobila koji su bili prilagođeni pojedinačnim zahtjevima potrošača dolazi do poteškoća u standardizaciji dijelova, a ujednačenost proizvoda jedan je od glavnih preduvjeta serijske proizvodnje.⁴¹ Masovna motorizacija nije bila ostvariva sve dok je automobilska industrija bila dominirana od strane malih proizvođača luksuznih automobila koji zbog manjka investicija nisu bili u stanju unaprijediti svoju proizvodnju. 1927. godine postojalo je 27 autoproizvođača no njihov rad bio je spor te su proizvodili oko 5 automobila dnevno. Zbog spore proizvodnje i visoke cijene materijala proizvođači su bili u velikim dugovima što uzrokuje propast nekih, a ujedinjenje drugih s ciljem izbjegavanja iste sudbine. Najvažnije je bilo ujedinjenje Daimler AG i Benza u Daimler-Benz, preteču današnjeg Mercedes-Benz, koje ih je spasilo od propasti, ali još uvijek im financijska situacija nije dozvoljavala nabavu pokretnih traka i tehnološki naprednih strojeva koji bi omogućili serijsku proizvodnju.⁴² Vlada Weimarske Republike nije ulagala puno truda u zaštitu automobilske industrije te nije unaprjeđivala ceste koje su polako propadale što je razumljivo ako se uzme u obzir ekonomska kriza i napor koji je bio potreban kako bi došlo do blage stabilizacije ekonomije. Problem je predstavljao i porez na luksuzne automobile koji je umanjivao prodaju, a bio je na snazi sve do 1926. godine. Rezultat njega bile su visoke cijene automobila što je rezultiralo činjenicom da je 1928. godine 40% prodanih automobila bilo uvozno. Ovi čimbenici, zajedno s niskom potražnjom i manjkom kapitala uzrokovanim lošim ekonomskim stanjem učinili su nemogućom serijsku proizvodnju te obučavanje stručne radne snage.⁴³

Zbog činjenice da nakon Prvog svjetskog rata automobili nisu bili dostupni većini stanovnika Njemačke, glavno prijevozno sredstvo bio je motocikl. Motocikli su bili najbrojnije privatno prijevozno sredstvo i prije samog početka rata dok su automobili bili više korišteni za trgovinu i prijevoz industrijskih dobara. Autor Wolfgang König navodi kako su automobili predstavljali veliku investiciju te da nisu mogli postati glavno prijevozno sredstvo dok ga većina stanovništva nije mogla priuštiti. Radnici i farmeri, koji su činili 75% populacije, okretali su se motociklima koji su bili povoljniji i lakši za održavanje.⁴⁴ Pitanje automobilizma 1920-ih u Njemačkoj potisnuto je u pozadinu zbog društvenih, ekonomskih i političkih kriza koje su pogodile Weimarsku Republiku te se o pitanju proizvodnje automobila rijetko raspravljalo.

⁴¹ Gregor, *Daimler Benz in the Third Reich*, 19-20.

⁴² Rieger, *The Peoples Car*, 29.

⁴³ Overy, „Cars, Roads and Economic Recovery”, 467.

⁴⁴ Wolfgang König, „Adolf Hitler vs. Henry Ford: The Volkswagen, the Role of America as a Model, and the Failure of a Nazi Consumer Society“ u *German Studies Review* (Balitmore: The John Hopkins University Press, 2004), 250.

Blagim oporavkom njemačke ekonomije sredinom 1920-ih ipak dolazi do određenih pozitivnih pomaka. Cijene automobila i operativni troškovi smanjeni su državnim mjerama, a proizvođači automobila uvidjeli su da je njemačkom tržištu potrebna inovacija i posebna strategija te prioritet preuzima proizvodnja manjih, ekonomičnijih i povoljnijih automobila, a kako bi se to ostvarilo bilo je potrebno prilagoditi dotadašnje tvornice.⁴⁵

Sjedinjenim Američkim Državama pripadalo je gotovo 80% svjetskog tržišta automobila te su praktički držale monopol. Razlog dominaciji na tržištu bile su razvijene proizvodne metode poput pokretne trake, modernog dizajna i agresivne marketinške metode. Njemački stručnjaci koji su putovali SAD-om ustanovili su da do masovne motorizacije u Njemačkoj ne može doći dok ne dođe do temeljitih promjena u načinu proizvodnje.⁴⁶ U Njemačkoj postupno dolazi do centralizacije planiranja proizvodnje stvaranjem takozvanih ureda za pripremu posla u kojima se u isto vrijeme proizvode svi dijelovi novog automobila. Istovremeno dolazi i do procesa kojima se nastojalo smanjiti transportne razdaljine proizvodnjom većine dijelova u jednoj tvornici, a samim time umanjivao se i materijalni otpad. Promjene u dizajnu komponenti omogućile su lakšu proizvodnju, a važan korak prema serijskoj proizvodnji bilo je i formiranje Komiteta za standardizaciju automobilske industrije ili FAKRA 1925. godine. Uvedene su norme za standardizaciju dijelova koje će obuhvaćati cjelokupnu industriju te postupno uvođenje standardiziranih i zamjenjivih dijelova označava važan korak prema serijskoj proizvodnji. Najbliži američkom načinu proizvodnje automobila bio je Opel koji je 1924. godine uveo prvu mehaniziranu pokretnu traku.⁴⁷ Međutim, Opel je bio unikat u tadašnjoj njemačkoj automobilskoj industriji te je zbog uvođenja pokretne trake koja omogućuje brzu i učinkovitu proizvodnju povoljnih i lako dostupnih automobila ubrzo postao vodeći na tržištu. Zbog velike rupe koja je postojala zbog manjka takvih automobila, strani proizvođači su Njemačku smatrali obećavajućim budućim tržištem. Mnogi su američki proizvođači automobila otvorili podružne tvornice u Njemačkoj kako bi izbjegli visoke uvozne carine, a najvažniji od njih bili su Ford i General Motors koji su 1928. godine bili vlasnici četvrtine njemačkog tržišta automobila.⁴⁸

Zbog određenog pozitivnog pomaka ekonomske situacije u drugoj polovici 1920-ih postupno je rastao broj registriranih automobila koji se u razdoblju od 1926. do 1929. utrostručio. Automobil je pridobio na važnosti i u poslovnom životu 1920-ih pogotovo kod prijevoza robe te kod nabave i distribucije. Istovremeno, očit je i znatan rast registriranih kamiona koji u prosjeku

⁴⁵ Rieger, *The Peoples Car*, 25.

⁴⁶ Rieger, *The Peoples Car*, 25-26.

⁴⁷ Gregor, *Daimler Benz in the Third Reich*, 19.

⁴⁸ Rieger, *The Peoples Car*, 29.

raste 22% godišnje što je dovelo učinkovitijeg prijevoza robe, a rezultat toga je da je kamionski prijevoz polako stjecao prednost nad željezničkim zbog smanjenih troškova i povećane brzine.⁴⁹ Brzi rast registriranih motornih vozila rezultirao je većim prometom koji postavlja sve veći teret na seoske ceste. Podaci pokazuju da se 1928-29. godine u prosjeku po jednoj cesti dnevno prevozilo 319 vozila što je bio skok za otprilike 200% kod automobilističkog prometa, a oko 100% kod kamionskog prometa.⁵⁰ Potencijal za razvoj automobilske industrije postojao je, samo ga je netko trebao uočiti i iskoristiti. U takvoj klimi gdje su mnogi željeli automobil, ali jednostavno nisu imali mogućnost priuštiti ga, ideja povoljnog i lako dostupnog automobila za narod bila je smisljena i postojala je mogućnost njezina ostvarenja ako bi došlo do stabilizacije gospodarske situacije.

3.2 Velika gospodarska kriza

Zbog utjecaja Velike gospodarske krize, broj zaposlenih u automobilskoj industriji prepolovljen je, a utržak je opao za otprilike dvije trećine. Ali, baš za vrijeme krize položeni su određeni temelji za njezin kasniji razvoj. Sve lošiji ekonomski položaj uzrokovao je pad cijene automobila zbog čega je došlo do rasta potražnje, a time je zaustavljen i proboj američkih automobila na područje Njemačke. Velika gospodarska kriza također je ubrzala proces konsolidacije automobilske industrije i uzrokovala propast velikog broja manjih proizvođača. Rezultat toga je da su oni proizvođači koji su opstali imali pristup većem broju materijala i većim tvornicama kojima su mogli smanjiti troškove zbog centralizacije proizvodnje te tako širiti mrežu potražnje zbog rasta produktivnosti.⁵¹ Njemačka automobilska industrija napokon je imala priliku proizvoditi povoljne i pouzdane automobile koji potiču širenje mreže automobila tako poboljšavajući gospodarsko stanje države.

Na primjeru sudbine Daimler-Benza možemo vidjeti utjecaj krize na automobilsku industriju. Tvrtka Daimler-Benz bila je na rubu kolapsa tijekom Velike gospodarske krize te su njezine tvornice radile tek na četvrtini njezinog punog kapaciteta.⁵² Reorganizacija u godinama između 1926. i 1929. dovela je do povećanog kapaciteta što pozitivno utječe na prodaju, ali sve to pada u vodu izbijanjem nove krize. Već krajem 1928. godine Daimler-Benz bio je prisiljen

⁴⁹ Richard Vahrenkamp, „Motorization and Autobahn Projects in Germany in the Interbellum“ u *Transportes, Servicios y Telecomunicaciones*(Kassel: University of Kassel, 2010), 150.

⁵⁰ Isto, 151.

⁵¹ Rieger, *The Peoples Car*, 30.

⁵² Neil Gregor, „The Normalisation of Barbarism,“ u *The Journal of Holocaust Education* (London, Frank Cass, 1997), 4.

smanjiti proizvodnju automobila i kamiona za 10% zbog manjka potražnje, a kriza je uzrokovala masovne otkaze te je proizvodnja opala za dodatnih 30% do 1931. godine. Nakon kraha tržišta, prioritet je postalo smanjenje troškova što je učinjeno uvođenjem učinkovitije mašinerije koja je ostala neiskorištena kada su drugi proizvođači automobila propali, te drastičnim smanjenjem plaća radnika. Želja za smanjenjem troškova dovela je i do standardizacije određenih dijelova u cjelokupnoj industriji Daimler-Benza poput motora, šasija i karoserija. Došlo je do centralizacije proizvodnje, a počinje se i s proizvodnjom onih dijelova koji su prije Velike gospodarske krize bili nabavljani od strane dobavljača. Daimler-Benz početkom 30-ih godina počinje proizvoditi manje, ekonomičnije i povoljnije automobile kako bi držao korak s tržištem.⁵³

4. Raj autocesta

Automobilska industrija bila je u prirodnom rastu 1920-ih godina iako se to nije moglo iščitati pogledom na njemačke prometnice. Ostale zapadnoeuropske zemlje polako počinju planirati kompleksne mreže cesta kako bi se zadovoljila potražnja koju je zahtijevao sve veći cestovni promet. Uzor Nijemcima bila je Italija te prvi planovi za izgradnju autocesta nastaju sredinom 1920-ih. Prije nacističkog dolaska na vlast izgradnja autocesta bila je pod kontrolom Udruge za pripremu autoceste Hanzeatski gradovi-Frankfurt-Basel ili skraćeno HAFRABA, a planovi HAFRAB-e bili su značajni i za vrijeme nacističkog preuzimanja vlasti. Projekt *Autobahn* zamišljen je kao projekt obnove njemačkih prometnica zbog predviđenog rasta cestovnog prometa kao i projekt koji će u Njemačkoj smanjiti stopu nezaposlenosti, no postojao je i treći, skriveni cilj.

4.1 Situacija prije dolaska nacista na vlast

Kao uzor za širenje europske mreže autocesta poslužila je inicijativa poduzetnika Piera Puricellija za izgradnju autoceste u Milanu. Puricelli, koji je bio izvođač radova u Milanu, je uz pomoć privatnog kapitala financirao projekt izgradnje autocesta oko jezera na sjeveru Italije, a dolaskom Benita Mussolinija na vlast projekt je odobren te su autoceste počele s izgradnjom u lipnju 1923. godine. Zbog razvoja motorizacije i sve većeg broja automobila na njemačkim

⁵³ Gregor, *Daimler Benz in the Third Reich*, 39-40.

cestama u drugoj polovici 1920-ih javila se potreba za regulacijom i izgradnjom novih cesta koje bi omogućile nesmetan promet zato što postaje očito da dotadašnja mreža prometnica nije u mogućnosti snositi teret brzog razvoja prometnog sustava. No, problem u izgradnji novih prometnica stvarala je činjenica da državna vlast nije imala ovlast nad cjelokupnom mrežom prometnica nego je autoritet imala svaka savezna država.⁵⁴

Predstavljeno je nekoliko koncepata unaprjeđenja cestovnog sustava kako bi se zadovoljile potrebe brzog razvoja prometa. Prvi koncept iznijela je državna udruga za izradu prometnica ili STUFA, a on podrazumijeva mrežu prometnica koja bi pokrila cjelokupni njemački teritorij s ukupnom dužinom od 10 630 kilometara. Kriterij kojim se STUFA vodila u predlošku širenja cestovne mreže identifikacija je važnih ekonomskih područja koja podrazumijevaju područja i prostore koji su prednjačili izradom agrikulturnih i industrijskih proizvoda. Njihov način razmišljanja bazirao se na mreži prometnica koje bi omogućile brz i poboljšan prijevoz robe, materijala i radne snage između važnih industrijskih i ekonomskih središta u državi. Istovremeno su izneseni i planovi za izradu *Autobahna* ili autocesta. Bile su planirane kao ceste isključivo za promet motornih vozila čija bi svrha bila odvajanje prometa motornih vozila od ostalih korisnika cesta tako umanjivši vrijeme putovanja i istovremeno umanjivši teret pod kojim su bile lokalne ceste. Autoceste bi tako, povezivanjem većih gradova, omogućile lokalnom seljačkom stanovništvu slobodniji promet te bi smanjile promet u gradovima tako umanjujući oštećenja koja su počinjala nastajati zbog vibracija.⁵⁵ Zanimljivo je spomenuti činjenicu da sigurnost na cestama nije bila spominjana kao problem niti kao razlog izgradnje autocesta. Vjerojatni razlog tomu su do tada relativno mali broj automobila i nedostatak prikupljanja statističkih podataka o automobilskim nesrećama, a do ozbiljnih rasprava o sigurnosti na cestama dolazi tek krajem 1920-ih u Sjedinjenim Američkim Državama.⁵⁶

Kao pandan već spomenutoj STUF-i, 6. studenog 1926. godine, osnovana je Udruga za pripremu autoceste Hanzeatski gradovi-Frankfurt-Basel ili HAFRABA. Glavni cilj organizacije bilo je promoviranje ideje o autocesti koja bi povezivala obalu Sjevernog mora s jugom Njemačke. Prema teoriji frankfurtskog vijeća, Frankfurt je bio važno europsko raskrižje za njemačke pa tako i europske ceste. Imajući na umu prvenstveno turizam, ono smatra kako bi kvalitetna mreža autocesta privlačila strane, dominantno američke turiste te tako potaknula

⁵⁴ Vahrenkamp, „Motorization in the Interbellum“, 151.

⁵⁵ Isto, 153.

⁵⁶ Isto.

prihod stranih valuta u Njemačku. Taj argument kasnije je koristio i Fritz Todt, vođa nacističkog projekta za izradu autocesta. Jedan od članova odbora HAFRABE bio je i već spomenuti Piero Puricelli, a ona je svoje ideje promovirala objavljivanjem radova kojima želi podići pažnju o problemima postojeće mreže cesta u Njemačkoj. Neke od ideja bile su promoviranje autocesta zbog rastuće potražnje za automobilima te s ciljem povezivanja važnijih industrijskih središta. Plan mreže autocesta koji bi povezivao cijelu Njemačku prvi je put bio predstavljen već 1927. godine, a od 1932. godine glasilo HAFRABE zvalo se *Die Autobahn (autocesta)*. Godinu dana kasnije, autori glasila su u potpunosti počeli podržavati Hitlera i nacistički režim.⁵⁷ 1934. godine na jednoj naslovnici osvanuo je natpis: „Mreža autocesta put je prema oporavku Njemačke i povratku na staru slavu.“⁵⁸ U ovom natpisu može se iščitati veličina važnosti autocesta u nacističkim planovima za budućnost Njemačke. Krajem 1934. godine HAFRABA je prestala djelovati kao samostalna organizacija te je postala dijelom GEZUVOR-a.⁵⁹

Vrlo važan korak u planu izgradnje mreže autocesta bila je i izgradnja rute Bonn-Köln koja je započela 1930. godine, a otvorena je dvije godine poslije. Konrad Adenauer, budući kancelar Zapadne Njemačke, tada je bio gradonačelnik Kölna te vođa komiteta pokrajine Porajnja. On je bio zaslužan za ostvarenje projekta izgradnje autoceste u tom području kako bi se riješio problem nedostatnog željezničkog prometa i kako bi se iskoristili moderniji načini prijevoza poput automobila, autobusa i kamiona.⁶⁰

4.2 Nacistička ekspanzija

Dolaskom nacističke stranke na vlast, HAFRAB-in projekt izgradnje mreže autocesta ostao je u središtu pozornosti i odigrao je važnu ulogu u ranim godinama nacističke vlasti. Nacistička stranka preuzela je HAFRAB-ine ideje s kraja 1920-ih te ih je nadopunila svojom idejom izgradnje mreže koja bi pokrila cijelu Njemačku, a od nje preuzeta je i ideja o naplati cestarine. Plan izgradnje autocesta začet je s teorijom da će u budućnosti biti potrebne zbog sve većeg broja automobila, a konstrukcija autocesta započela je u rujnu 1933. godine.⁶¹ Na čelu nacističkog odbora za izgradnju autocesta bio je Fritz Todt na čiju inicijativu je započela

⁵⁷ Isto, 158-159.

⁵⁸ Isto, 158.

⁵⁹ Gesellschaft zur Vorbereitung der ReichsAutobahnen - kompanija za izradu autocesta.

⁶⁰ Vahrenkamp, „Motorization in the Interbellum“, 162-163.

⁶¹ Marcel Krueger, *How German Autobahns changed the world*, (CNN travel, 2021) pristup ostvaren 19.7.2022., <https://edition.cnn.com/travel/article/Autobahn-germany-history/index.html>.

izgradnja prve rute autoceste između Frankfurta i Darmstadta u ljeto 1933. godine. Otvorena je 19. svibnja 1935. godine, a do kraja 1938. godine završeno je još 3500 kilometara autocesta te je dodatnih 2500 kilometara bilo u izgradnji.⁶² Zanimljivo je uočiti da je udruženje automobilskih proizvođača bilo protiv HAFRAB-inih planova izgradnje autocesta zbog velikog poreznog tereta koji bi gradnja uzrokovala. Oni nisu uvidjeli prednost koju izgradnja mreže autocesta može imati, a to je da bi zahvaljujući većem broju cesta i lakšim i bržim putovanjima odmah proporcionalno rasla i potražnja za automobilima.⁶³ Projekt *Autobahn* stvorio je viziju povratka, obnove i ujedinjenja nacije kroz izgradnju cesta.⁶⁴

Krajnji cilj projekta izgradnje autocesta je uz gospodarski oporavak bio i pokazivanje njemačke superiornosti nad ostatkom svijeta izgradnjom kompleksne mreže koja bi postavila temelj razvoju industrije. No, postojao je i treći, mračniji motiv iza gradnje autocesta, a to je u vojne svrhe. Savršenom povezanošću svih dijelova zemlje, autoceste bi omogućile tenkovima i ratnim vozilima nesmetan put te bi u relativno kratkom vremenu mogli postati važni čimbenici na bojištu, a autoceste su dodatno ojačane u proljeće 1939. godine kako bi lakše podnosile teret teških vojnih vozila. One postaju jedan od simbola moderne Njemačke te su obećavale društvo u kojemu će se kamionima prevoziti roba ili vojnici prema granicama, i društvo u kojemu će svaka obitelj posjedovati automobil kojim će odlaziti na piknike u živopisna odmorišta i tako uživati u životu.⁶⁵

5. Automobilska industrija kao instrument ekonomskog oporavka

U vrijeme nacističkog preuzimanja vlasti, automobilska industrija bila je u velikoj krizi. Hitler je iskoristio Berlinski sajam automobila 1933. godine kako bi najavio planove za oporavak njemačkog gospodarstva, a obuhvaćali su izgradnju autocesta, automobila za narod i ulaganje u auto utrkanje. Prve tri godine nacističke vladavine 60% svih ulaganja utrošeno je na ostvarivanje projekata motorizacije.⁶⁶ Berlinski sajam automobila korišten je kao godišnja platforma najavljivanja daljnjih projekata automobilske industrije te predstavljanja najnovije tehnologije naciji. Svake godine Hitler je držao govor otvorenja na kojemu je naglasak uvijek bio na automobilu koji će biti dostupan cijelom narodu. Uz gospodarski oporavak, Hitler je

⁶² Evans, *The Third Reich in Power*, 324.

⁶³ Vahrenkamp, „Motorization in the Interbellum“, 166-167.

⁶⁴ Stinchfield, „Automobiles, Autarky and Authority“, 29.

⁶⁵ Burleigh, *Treći Reich*, 247; Ibeji, Mike, *War Factories: The People's Car* (dokumentarni film, 2020), 5.15- 7.15.

⁶⁶ Overy, *War and Economy in the Third Reich*, 80.

koristio masovnu motorizaciju kao instrument pridobivanja priznanja od njemačkog naroda, a bilo mu je jasno i koliko važna može biti uloga automobila ako dođe do vojnih i ratnih zbivanja.

Od 1933. do 1938. godine proizvodnja vozila se utrostručila, dok je proizvodnja automobila rasla 40% godišnje. Značajno je spomenuti da je napokon automobil pretekao motocikl i postao glavno prijevozno sredstvo cestovnog prometa tako omogućivši daljnji razvoj automobilske industrije.⁶⁷

5.1 Početna ulaganja

Pojedini razlozi brzog razvoja automobilske industrije mogu su pronaći u promjenama koje su pogodile Njemačku 1920-ih godina, ali najvažniji čimbenik bio je utjecaj vlade, a on podrazumijeva izgradnju i promociju mreže autocesta i naglasak na motorizaciji. Državna pomoć automobilske industriji uvelike je prouzročena potrebom za ekonomskim oporavkom koji bi režimu omogućio temelj za buduću podršku, no ne treba umanjiti osobni Hitlerov interes koji će biti opisan kasnije u radu. Postupni oporavak ekonomije nakon Velike gospodarske krize također je utjecao na razvoj automobilske industrije što autor R.J. Overy ne pripisuje uspjehu nacizma nego prirodnom kretanju nakon blagog oporavka gospodarske situacije. Poboľšana ekonomska situacija dovela je do rasta broja proizvedenih automobila, a time i do širenja potrošačke mreže.⁶⁸ Nacistička stranka svojom je podrškom i promocijom kao i promjenom odnosa u ponudi i potražnji pozitivno utjecala na razvoj automobilske industrije uz rast i razvoj koje je proporcionalno rasla i ekonomska moć nacističke Njemačke. Ubrzo su mnoga područja ekonomije kao i mnogi dijelovi države postali ovisni o prijevozu motornim vozilima, no iako je automobilska industrija bila u usponu još uvijek je zaostajala za nekim drugim europskim državama.

Nakon 1933. godine potražnja za motornim vozilima značajno je rasla i u industrijskom i u javnom sektoru, a to je obuhvatilo i oružane snage. Najveći rast tržište je doživjelo dolaskom profesionalnih skupina. Liječnici, odvjetnici, farmeri pa čak i male tvrtke i trgovci postajali su sve veći čimbenici. Privatna potražnja rasla je brže nego bilo koji drugi sektor te je najveći rast doživjelo tržište malih, pouzdanih i dostupnih automobila koji su 1937. godine obuhvaćali 30% cjelokupne prodaje. Poljoprivreda je također značajno povećala potražnju, razlog tomu je

⁶⁷ Evans, *The Third Reich in Power*, 327.

⁶⁸ Overy, „Cars, Roads and the Economic Recovery“, 470.

*Reichsnahrstand*⁶⁹ i sigurnost koju je on pružao koja obuhvaća sigurnost vlasništva nad poljoprivrednom zemljom te reguliranje ponude i potražnje na tržištu kontrolom cijene i zabranama. Rezultat sve veće potražnje poljoprivrednih tvrtki sve je veća proizvodnja traktora koja je 1938. godine dosegla broj od 28 tisuća, dok je 1932. godine proizvedeno samo 1500.⁷⁰

No, bila bi greška zaključiti da je samo potražnja bila ta koja je uzrokovala razvoj automobilske industrije, veliku ulogu imale su i promjene na strani dobavljanja. Cijena automobila padala je neprestano od 1926. godine, a to je bilo moguće zbog smanjene cijene važnih materijala, standardizacije dijelova i olakšanja financijskog bremena ukidanjem poreza na luksuz. Pad cijena i rast prodaje ohrabrivao je i daljnja istraživanja i tehnološki napredak te korištenje novih, pristupačnijih i povoljnijih materijala za izradu dijelova automobila poput aluminijskih, bakelitnih i ostalih plastika. Smanjenje cijene materijala pa tako i automobila imalo je povoljan rezultat za njemački izvoz te je 1936. godine Njemačka bila treći najveći izvoznik automobila čime je nestala opasnost da će strani automobili preplaviti njemačko tržište. Udio stranih automobila na njemačkom tržištu se od već spomenutih 40%, 1934. godine smanjio na samo 9%.⁷¹

Jedan od odraza Hitlerove i nacističke opsjednutosti tehnologijom i automobilizmom bilo je osnivanje Nationalsocijalističkog motornog korpusa ili NSKK. On je bio paravojna organizacija koja je obavljala funkciju današnjih automobilskih klubova, a služila je i u svrhu obučavanja automobilskih radnika za rat.⁷² Otvaranjem auto škola i utemeljenjem sve većeg broja auto klubova, NSKK je pridobivao na tisuće novih članova koje je zatim obučavao u svrhu održavanja i korištenja automobila visokih performansi kako bi kasnije postali dio motoriziranih korpusa tijekom Drugog svjetskog rata.⁷³

5.2 Utjecaj na zaposlenost i industriju

Tako brz razvoj automobilske industrije imao je utjecaj na cjelokupni ekonomski oporavak kao i na oporavak ostalih industrija i gospodarstava, a razlog tomu je što je automobilska industrija izabrana za katalizator politike oporavka od strane nacističke vlade.

⁶⁹ Vladino tijelo za regulaciju proizvodnje hrane.

⁷⁰ Overy, „Cars, Roads and the Economic Recovery“, 481.

⁷¹ Isto, 472.

⁷² Burleigh, *Treći Reich*, 215.

⁷³ Neal Bascomb, *Cavalry for the Future*, pristup ostvaren 23.7.2022., <https://www.historynet.com/the-cavalry-of-the-future/>.

Postojao je jedan program koji je povezivao razvoj automobilizma i prometnica pod nazivom *Motorisierungspolitik* ili politika motorizacije, te su automobilska industrija zajedno s programom izgradnje cesta korišteni kao poluga za ekonomski oporavak. Ovo je postignuto na dva načina. Prvi je bio promoviranjem projekta izgradnje cesta kroz razne programe za smanjenje nezaposlenosti. Drugi način bio je pružanjem posebnih inicijativa kupcima poput smanjenih poreza i troškova održavanja automobila kako bi prodaja rasla odmah i tako doprinijela ekonomskom oporavku i boljitku života stanovništva.⁷⁴

Već od sredine 1932. godine, blagim oporavkom od Velike gospodarske krize, izrađivali su se planovi o rješavanju nezaposlenosti koja se povećala tijekom nje.⁷⁵ I prije samog dolaska na vlast nacistički su vođe, ponajviše Herman Göring⁷⁶, govorili o važnosti koju će izgradnja prometnica imati u nacističkoj politici zapošljavanja odnosno u ostvarivanju *Arbeitsschlachta*.⁷⁷ Prvi planovi o borbi protiv nezaposlenosti predstavljeni su javnosti 1932. godine pod utjecajem Franza Von Papena, vice-kancelara u vladi Adolfa Hitlera, a vrhunac postižu u prvih nekoliko godina nacističke vlasti. U takozvanoj „borbi za zapošljavanje“ središnju ulogu u projekcijama oporavka između 1932. i 1935. godine zauzela je upravo automobilska industrija.⁷⁸ Govorom na Berlinskom sajmu automobila 1933. godine Hitler označava autoceste kao pokazatelj napretka jedne nacije, a i njegov osobni stav bio je da je automobil superiorniji način prijevoza u odnosu na zračni ili željeznički.⁷⁹ 17. lipnja 1933. godine, Hitler je zakonom odobrio izradu novih autocesta koje bi povezivale velika njemačka središta te omogućile prijevoz robe i stanovništva rekordnim brzinama.⁸⁰ Zbog manjka održavanja tijekom četiri godine krize, ceste su bile u izrazito lošem stanju i zahtijevale su popravak što je bila savršena podloga za programe poput Sofort-programa⁸¹ čiji je cilj bio smanjenje stope nezaposlenosti.⁸²

Izgradnja autocesta imala je nekoliko različitih svrha, a prva i najvažnija bila je u ekonomskom oporavku Njemačke. Projekt izgradnje autocesta omogućio je stvaranje nekoliko stotina tisuća radnih mjesta, a na izgradnji namjerno nije korištena mehanizacija kako bi se

⁷⁴ Overy, „Cars Roads and the Economic Recovery“, 472.

⁷⁵ Isto.

⁷⁶ Hermann Göring bio je jedan od najistaknutijih članova nacističke stranke te je obnašao dužnost predsjednika sabora od 1932. do 1945. godine.

⁷⁷ Bitka za posao.

⁷⁸ Overy, „Cars, Roads and the Economic Recovery“, 474.

⁷⁹ Evans, *The Third Reich in Power*, 322.

⁸⁰ Isto.

⁸¹ Program obnove državnih cesta.

⁸² Overy, „Cars, Roads and the Economic Recovery“, 472.

zapošljavao što veći broj radnika.⁸³ Radnici su živjeli u radničkim kampovima u blizini gradilišta te su tako pripomogli urbanizaciji Njemačke, a najbolji primjer toga grad je Wolfsburg koji je nastao zbog gradnje tvornice *Volkswagena*. Radnici koji su radili na izgradnji autocesta u Njemačkoj većinom su bili tamo slani kroz agenciju *Reichsarbeitsdienst*⁸⁴ koja je bila zamišljena tako da bi ublažila utjecaj nezaposlenosti na njemačku ekonomiju tako što bi militarizirala radnu snagu i indoktrinirala ih nacističkom ideologijom, te tako uz svrhu smanjenja nezaposlenosti izvršila i zadaću širenja ideja nacističkog pokreta.⁸⁵ Uvjeti izrade bili su relativno teški, a iako su radili 12 do 16 sati dnevno radnici su bili loše plaćeni, ali stopa nezaposlenosti je smanjena, a nacističke ideje dopirale su do sve većeg broja ljudi.⁸⁶

Projekt *Autobahn* koji je započeo 1933. godine nije bio zamišljen samo kao sredstvo borbe protiv nezaposlenosti nego kao i instrument koji bi hrabrio daljnji razvoj automobilske industrije. Već 1934. zaposleno je bilo 125 tisuća ljudi koji su radili na izgradnji, obnovi i održavanju prometnica, a brza izgradnja prometnica dovela je do oporavka i daljnjeg razvoja građevinskih i opskrbnih industrija.⁸⁷ Na primjeru proizvodnje cementa možemo vidjeti koliko je brz bio napredak njemačke industrije poboljšan izgradnjom prometnica. Zbog sve veće potražnje za građevinskim materijalom u 3 godine između 1932. i 1934. proizvodnja cementa se udvostručila.⁸⁸ Iako su konačne brojke izgradnje autoceste bile ispod očekivanja, oko 17 tisuća kilometara cesta je obnovljeno te je sagrađeno oko 3 tisuće mostova. Kontinuiranim razvojem automobilska industrija ostaje predvodnik ekonomskog oporavka sve do početka Drugog svjetskog rata.⁸⁹

Drugi način kojim je vlast utjecala na nacionalni oporavak uz pomoć automobilske industrije bilo je davanje poreznih olakšica. Tijekom 1920-ih porez je bio jedan od elemenata koji je kočio razvoj automobilizma u Njemačkoj, a porezi na luksuz i gorivo onemogućavali su krizom pogođenom stanovništvu da posjeduje automobil. S olakšicama se počelo u proljeće 1933. godine. Prvo je ukinut porez na motorna vozila za sve nove automobile što je smanjilo troškove održavanja za nekih 15%. Drugo, donesen je zakon koji je dopustio vlasnicima polovnih automobila da sve buduće poreze plate odjednom. Porezne olakšice dovode do rasta u

⁸³ Burleigh, *Treći Reich*, 248; Marcel Krueger, *How German Autobahns changed the world*, (CNN travel,2021) pristup ostvaren 19.7.2022, <https://edition.cnn.com/travel/article/Autobahn-germany-history/index.html>.

⁸⁴ Radna služba Reicha.

⁸⁵ „Life for Workers in Nazi Germany“, *BBC*, pristup ostvaren 22.7.2022, <https://www.bbc.co.uk/bitesize/guides/zcj6y4j/revision/1>.

⁸⁶ Burleigh, *Treći Reich*, 248.

⁸⁷ Evans, *The Third Reich in Power*, 328.

⁸⁸ Overy, „Cars, Roads and the Economic Recovery“, 474.

⁸⁹ Isto, 480.

broju prodanih automobila prve godine nacističke vladavine, a već 1935. godine automobilska industrija radila je na 93% punog kapaciteta. Zbog sve veće potražnje, time i rastom proizvodnje, riješen je i problem sezonske nezaposlenosti preko zime. Već u zimu 1933/34. godine proizvođači Opel i Auto Union počinju s radom, a kako je istovremeno započeo i projekt izgradnje autocesta to je rezultiralo cjelogodišnjim zaposlenjem radnika. Država nije dalje ulagala u privatne autokompanije osim Daimler-Benz, BMW i Horcha koji su primali financijsku pomoć dijelom zbog rada na ponovnom naoružanju koji su provodile, dok su se ostale autokompanije financirale vlastitim profitom.⁹⁰ Poreznim olakšicama koje je vlada omogućila automobilskoj industriji otvoren je put ulagačima što je dovelo do brzog rasta proizvodnje automobila koja se između 1932. i 1934. godine učetverostručila.⁹¹

Ubrzanim oporavkom država je željela vratiti samopouzdanje ljudima te pokazati kakvu ulogu nacistički režim može imati u budućim ekonomskim poslovima te gospodarskom oporavku. Nacistička teorija bila je da će javni radovi riješiti krizu, da je *Initialzündung* ili prva iskra važan instrument u stvaranju samopouzdanja kao i instrument ohrabrenja industrije da preuzme inicijativu u oporavku. U tom kontekstu automobilska industrija odigrala je ključnu ulogu kao industrija koja je bila u prirodnom usponu i imala potencijal pozitivnog utjecaja na sve ostale grane industrije.⁹² Na neke utječe izravno izradom vozila i materijala te pružanjem usluga i radionica za popravak, a na neke neizravno obnovom prometnica i lakšim pristupom vozilima. Također, program izgradnje prometnica postao je jezgra za oporavak građevinske industrije.⁹³ Do sličnog zaključka došla je i Liga naroda koja je objavila istraživanje kojim je zaključila da je automobilska industrija pomogla u ekspanziji teške industrije cementa, rudarstva, željeza i čelika, te da o tim industrijama ovisi budućnost oporavka u Njemačkoj, a njihov glavni pokretač je automobilska industrija.⁹⁴

⁹⁰ Isto, 475.

⁹¹ Overy, *War and Economy in the Third Reich*, 73.

⁹² Overy, „Cars, Roads and the Economic Recovery“, 475.

⁹³ Isto, 476.

⁹⁴ Isto.

5.3 Utjecaj na ekonomiju

Prema autoru R.J. Overyju značaj prvotne iskre koju je uzrokovala automobilska industrija bio je puno veći nego što je primijetila i sama nacistička stranka i bila je dovoljna da podrži ekonomski oporavak Njemačke sve do 1938. godine. Najvažniji utjecaj bio je na zaposlenost.⁹⁵ Sam Hitler je procijenio da je do te 1938. godine automobilska industrija podarila milijun novih poslova, dok autorica Hiott navodi da je 992 500 ljudi bilo zaposleno na izgradnji cesta do početka Drugog svjetskog rata.⁹⁶ Taj broj nije obuhvaćao samo one izravno zaposlene na izradi prometnica, nego i vozače, dobavljače i izrađivače dijelova.⁹⁷ Uz zaposlenost, važno je proučiti i brojke bruto prodaje. Iako brojke nisu bile toliko dominantne kao primjerice u SAD-u, važno je naglasiti da je automobilska industrija izravno utjecala na rast bruto prodaje čelika, željeza i ugljena. Te četiri industrije imale su najvišu bruto prodaju u nacističkoj Njemačkoj te se tako može uvidjeti širina utjecaja automobilske industrije. Kao još jedna stavka moraju se uzeti i tvrtke koje su se bavile cestovnim prijevozom. One su također doživjele strmoglav uspon te su već 1936. godine zarađivale gotovo trećinu sveukupnih prihoda željeznice. Automobilska industrija sama je po sebi u prijeratnim godinama imala važnost možda i veću od industrije naoružanja što možemo zaključiti pogledom na izvoz i zaključkom da je zarada bila veća jedino od izvoza ugljena i struje. Razvoj automobilske industrije imao je izravan utjecaj na povećanje narudžbi za izradu čelika, lampi, tekstila, mašinerije i alata. Također je velik utjecaj imala i na industriju gume, goriva, servisa i garaža čija je proizvodnja rasla eksponencijalno dolaskom sve većeg broja automobila na tržište.⁹⁸ Prednost u rastu proizvodnje automobila je i u činjenici da je njome omogućeno brzo preorijentiranje tvornica automobila za vojne potrebe.⁹⁹

Utjecaj automobilske industrije osjetio se i u dvije industrije koje će kasnije biti značajne za događaje u Drugom svjetskom ratu, a to su industrije sintetičkog goriva i gume.¹⁰⁰ Važnost razvoja tih industrija bio je izrazito loš položaj Njemačke u međunarodnoj trgovini naftom što je predstavljalo i najveći problem njemačkoj automobilskoj industriji te ga je nacistička vlast nastojala riješiti izradom trajnijeg i povoljnijeg sintetičkog goriva.¹⁰¹ Visoka cijena goriva zajedno s niskom plaćom radnika doveli su do situacije gdje su dugotrajna putovanja

⁹⁵ Isto, 479.

⁹⁶ Andrea Hiott. *Thinking Small: The Long, Strange Trip of the Volkswagen Beetle* (New York: Ballantine Books, 2012), 104.

⁹⁷ Overy, *War and Economy in the Third Reich*, 88.

⁹⁸ Overy, „Cars, Roads and the Economic Recovery“, 479.

⁹⁹ Evans, *The Third Reich in Power*, 337.

¹⁰⁰ Overy, „Cars, Roads and the Economic Recovery“, 479.

¹⁰¹ Isto.

automobilom bila neisplativa zato što su troškovi bili veći od dnevne zarade prosječnog radnika.¹⁰² Industrija nafte bila je ključan sastojak automobilske industrije te je sintetičko gorivo masovno korišteno u civilne svrhe toliko da je ponekad dolazilo i do nestašice na bojištima. Nestašice goriva su izravno utjecale i na istraživanje i razvoj ostalih kasnije ključnih komponenti automobilske industrije, a jedna od njih bio je dizel motor. Rastom broja automobila rasla je i potražnja za automobilskom opremom, te je industrija gume doživjela brz rast koji je vrhunac doživio izbijanjem Drugog svjetskog rata i rastom potreba njemačke vojske. Automobilaska industrija odigrala je i ključnu ulogu u restrukturiranju njemačkih, a tako i europskih tvornica. Bila je pionir serijske proizvodnje i pomnije organizacije tvornica tražeći od svojih dobavljača učinkovitost i organiziranost sličnu američkoj.¹⁰³

Ulogu automobilske industrije potrebno je sagledati i iz još jednog kuta, a to je njen utjecaj na prijevoz gdje je najvažniju ulogu imala brzina. S vremenom se povećala brzina distribucije robe, kao i putničkog prijevoza. U tvornicama se postupno uvodio automobilski i kamionski prijevoz robe, a došlo je i do povećanja proizvodnje vozila za poljoprivredne poslove što olakšava njihovo obavljanje te tako dolazi do rasta poljoprivredne proizvodnje. Do početka Drugog svjetskog rata njemačka ekonomija postala je ovisna o motornim vozilima i automobilske industriji, a proizvođači automobila zahtijevali su otvaranje novih tvornica kako bi mogli zadovoljiti rastuću potražnju. Zbog ključne uloge koju je automobilska industrija odigrala u ekonomskom oporavku, nacistička vlast donijela je novi plan za njezin daljnji razvoj. Projekt *Volkswagen*, koji će biti detaljnije opisan kasnije u radu, trebao je povećati proizvodnju do dotad neviđenih razmjera. Uz popularni automobil, dizajniran je i popularni traktor *Volkspflug*. Projekt izrade traktora obuhvaćao je i izgradnju 4 velike tvornice te je trebao postići proizvodnju od 300 tisuća traktora godišnje. Ako bi se ovi brojevi ostvarili, Njemačka bi postala jedan od vodećih proizvođača vozila na svijetu. Nažalost, visoke projekcije proizvodnje nisu bile dostižne te početkom Drugog svjetskog rata prestaju planovi o izradi *Volkspfluga* te nikada nisu oživljeni.¹⁰⁴

Očit je utjecaj automobilske industrije u cjelokupnom oporavku Njemačke 1930-ih godina. Industrija je izravno ili neizravno utjecala na gotovo sve ostale njemačke industrije, a omogućila je i smanjenje stope nezaposlenosti. Nju se može smatrati odvojenim, vodećim sektorom u to doba koji je zbog svog brzog rasta vukao i ostale industrijske sektore, a to je bila

¹⁰² Tooze, *The Wages of Destruction*, 151.

¹⁰³ Overy, „Cars, Roads and the Economic Recovery“ 480-481.

¹⁰⁴ Isto, 482.

ideja nacističkog plana gospodarskog oporavka.¹⁰⁵ Do 1938. godine, automobilska industrija postala je najveći pružatelj radnih mjesta, a broj vlasnika automobila udvostručio se od dolaska nacističke stranke na vlast do 1938. godine.¹⁰⁶ Autor R.J. Overy zaključuje kako bi važnost industrije rasla i u narednom razdoblju da nije došlo do izbijanja Drugog svjetskog rata.¹⁰⁷

5.4 Hitler i automobil

Hitler je razvoj automobilske industrije u Njemačkoj temeljio na radu Henryja Forda i njegova utjecaja na cjelokupno gospodarstvo Sjedinjenih Američkih Država te je želio postati inicijatorom masovne motorizacije. Prilikom odsluživanja zatvorske kazne 1924. godine, upoznao se sa situacijom motorizacije u Njemačkoj i prema autoru Richardu Evansu već je ranih tridesetih dizajnirao mali obiteljski automobil koji bi bio dostupan svim njemačkim obiteljima.¹⁰⁸ Interes Hitlera za automobilom probudio se zahvaljujući njegovom prijateljstvu s Jakobom Werlinom koji je bio prodavač automobila u Münchenu u prvoj polovici 1920-ih te je prodavao automobile članovima nacističke stranke.¹⁰⁹ Hitlerov stav bio je da bi svaki Nijemac trebao posjedovati automobil, a potaknut uspjehom Ford Modela T, želio je na sličan način preobraziti njemačku automobilsku industriju serijskom proizvodnjom jednog modela automobila dostupnog i priuštivog svima, a problem je vidio i u neiskorištenosti cesta. Zbog već spomenutih planova o širenju njemačke mreže prometnica postojala je potreba i za popunjavanjem istih.¹¹⁰ Početkom 1930-ih u Njemačkoj postojao je 1 automobil na 50 obitelji što je Hitler nastojao promijeniti uvođenjem povoljnog, dostupnog i pouzdanog obiteljskog automobila. Budući da privatne automobilske industrije nisu mislile da je ostvarivo, zbog cijene dijelova, izraditi tako povoljne automobile, sama vlada financirala je proizvodnju automobila za narod.¹¹¹

¹⁰⁵ Isto, 482.

¹⁰⁶ Tooze, *The Wages of Destruction*, 150.

¹⁰⁷ Overy, „Cars, Roads and the Economic Recovery“, 482.

¹⁰⁸ Evans, *The Third Reich in Power*, 327.

¹⁰⁹ Blaine Taylor, *Jakob Werlin in the Second World War*, (International Historic Films, 2017), pristup ostvaren 3. 9. 2022, <https://ihffilm.com/jakob-werlin-second-world-war-essay-by-blaine-taylor.html>.

¹¹⁰ John Simkin, *Classroom Activity on the Hitler's Volkswagen (The People's Car)*, (Spartacus Educational, 1997), pristup ostvaren 17.7, <https://spartacus-educational.com/ExamRHU7.htm>.

¹¹¹ Shirer, *Uspon i pad Trećeg Reicha*, 236.

Hitler je automobilsku industriju smatrao savršenom pozornicom za pokazivanje brzine, učinkovitosti i pouzdanosti nove Njemačke te tako i nacističke vlade zbog toga što rezultati oporavka gospodarstva postaju izrazito brzo vidljivi.¹¹²

Hitler je automobil odlučio učiniti i dijelom svog imidža te je time htio pokazati kako su njegove osobne karakteristike istovjetne onima koje je donosila automobilska industrija: brzina, učinkovitost i pouzdanost. On je u svom Daimler-Benz, teškom približno 5 tona, napravio više kilometara nego bilo koji drugi vođa na svijetu. Veliki automobil imao je svrhu izgradnje Hitlerova kulta ličnosti i služio je kao metafora za sam nacistički pokret i njegovo, u Hitlerovim planovima, nezaustavljivo širenje.¹¹³

6. Automobil za narod

Govorom na Berlinskom sajmu automobila 1933. godine Hitler je dao naznačiti svoje buduće planove:

„Žalosno je što u današnjem svijetu, običan, marljiv građanin nema mogućnost priuštiti si automobil. Automobil bi trebao biti dostupan svima kao prijevozno sredstvo i kao oblik rekreacije u slobodno vrijeme. Važno je suprotstaviti se tom problemu zato što postoji opasnost da taj problem postane nerješiv za deset godina.“¹¹⁴

Dizajn automobila dovršen je 1938. godine, a preko 350 tisuća Nijemaca platilo je za automobil i prije nego što je počela njegova proizvodnja.¹¹⁵ Tako je ideja o *Volkswagenu* postala stvarnost, iako možda ne na način na koji je Hitler zamišljao.

¹¹² Overy, „Cars, Roads and the Economic Recovery”, 469; Rieger, *The Peoples Car*, 59.

¹¹³ Ibeji, *War Factories: The People's Car* (dokumentarni film, 2020), 3.50 - 4.40.

¹¹⁴ Richard Weingroff, *The Reichs Autobahnen*, pristup ostvaren 24.7.2022.,

<https://www.fhwa.dot.gov/infrastructure/reichs.cfm>.

¹¹⁵ Isto.

6.1 Pojam *Volkswagena* i začetak ideje

Od samog početka dvadesetog stoljeća razvoj automobilizma u Njemačkoj bio je izražavan i opisivan pojmovima poput *Volksautomobil* ili *Volkswagen*, a ti pojmovi označavali su povoljan automobil koji će biti dostupan svim staležima. Problem su stvarale nerazvijene metode serijske proizvodnje zbog kojih je ideju *Volkswagena* bilo izrazito teško ostvariti. Automobil je bogatima predstavljao luksuz dok je srednjoj klasi automobil većinom služio kao poslovno sredstvo. Omogućavao je zanimanjima poput liječnika, odvjetnika i prodavača širiti utjecaj i tržište kako bi poboljšali svoju financijsku situaciju. Uz veliku poslovnu svrhu koju je pokazivao, automobil je bio i izvor slobode te je bolje od bilo kojeg drugog prijevoznog sredstva pružao mogućnost bijega od posla i stresa. Vozio je po osobnom rasporedu vozača i nije bilo gužvi kakve su se mogle doživjeti u željezničkom prometu. Vožnja automobilom pružala je slobodu, fleksibilnost i udobnost te je vlasnicima pružao osjećaj potpune neovisnosti.¹¹⁶ Nažalost, ta sloboda nije bila dostupna svim stanovnicima Njemačke.

U korak idejama s početka dvadesetog stoljeća, pojam *Volkswagen* se dolaskom nacista na vlast nije koristio samo za jedan automobil nego za sve automobile koji bi trebali biti povoljni i dostupni širim društvenim slojevima. Već su na Berlinskom sajmu automobila 1933. godine mnoge tvrtke svoje nove automobile predstavljale kao *Volkswagen*. Za popularnost *Volkswagena* zaslužan je bio i Joseph Goebbels čije je ministarstvo propagande uvelo *Volksempfänger*. *Volksempfänger* je bio radio koji je zbog niske cijene bio dostupan svima i uz njegovu pomoć raste interes za *Volkswagenom*. Hitler se teme *Volkswagena* dotaknuo i na već spomenutom Berlinskom sajmu automobila istaknuvši da bi automobil koštao otprilike 1000 njemačkih maraka.¹¹⁷

Krajem 20-ih godina dvadesetog stoljeća automobil je rijetko mogao biti viđen na njemačkim cestama, a brojke nam govore da je u Njemačkoj registrirano bilo 4 puta manje automobila nego u Francuskoj i Velikoj Britaniji. 1927. godine osnovan je Klub malih automobilista Njemačke koji se zalagao za mjere koje bi pripomogle pri kupovini i održavanju te tako omogućili svim Nijemcima lakše posjedovanje automobila. No, zbog političke i gospodarske situacije i činjenice da automobil nije bio glavno prijevozno sredstvo to se činilo nemoguće i tim tezama se nije davalo previše pozornosti. Situacija u Njemačkoj bila je zanimljiva i zbog činjenice da je ona odigrala važnu ulogu u ranim danima i ranom razvoju

¹¹⁶ Rieger, *The Peoples Car*, 38.

¹¹⁷ Isto, 58-59.

automobila.¹¹⁸ Karl Benz dizajnirao je prvi automobil koji pokreće motor s unutarnjim izgaranjem 1885. godine, a samo dvije godine poslije isto je uspjelo i Gottliebu Daimleru.¹¹⁹ Jačanjem utjecaja nacističke stranke automobil dobiva na važnosti, a kao uzor ulaganja u automobilsku industriju korištene su Sjedinjene Američke Države.

6.2 Uloga Sjedinjenih Američkih Država

Postoje paralele koje se mogu povući između ideje *Volkswagena* i Fordovog modela serijske proizvodnje, a time i motorizacije. Zanimljiva je činjenica da je nacistička stranka željela u potpunosti odvojiti ta dva programa. Logičan zaključak je da je to učinjeno u propagandne svrhe kako bi se ideja *Volkswagena* pripisivala isključivo nacističkim vođama i njihovoj ideji preobrazbe dotadašnjeg političkog i gospodarskog sustava. Utjecaj masovne motorizacije Sjedinjenih Američkih Država može se interpretirati na dva načina. Prvi je simbolički i ideološki i može se očitati u nacističkim pogledima na američku masovnu motorizaciju i proizvodnju kao i Henryja Forda kao pojedinca koji je inicirao gospodarski oporavak nacije. Drugi način je praktični i odnosi se na pitanje je li ideja *Volkswagena* i njegove izrade oponašala američku automobilsku kulturu i američke metode proizvodnje.¹²⁰

Činjenica da su Ford i General Motors bili glavni kandidati za preuzimanje projekta *Volkswagen* ne govori samo o važnosti američkog modela izrade i proizvodnje nego i o velikom utjecaju koji su američki proizvođači automobila imali na njemačkom tržištu još od sredine 1920-ih. Ford je prvu podružnicu na području Njemačke otvorio još 1925. godine u Berlinu, a 1931. otvorena je i u Kölnu. Nacistička stranka se prema Fordu odnosila ambivalentno. U jednu ruku američka automobilska industrija, a samim time i Ford služio je kao model onoga što je Hitler želio razviti u Njemačkoj. Nacistička partija je i prije dolaska na vlast željela osigurati financijsku pomoć od strane Henryja Forda, a 1938. godine podareno mu je i jedno od najviših odličja nacističke Njemačke. S druge strane, Ford je kao uspješna automobilska industrija predstavljao prijetnju nacističkim planovima, a 1936. godine Hitler je zabranio svojim

¹¹⁸ Isto, 12.

¹¹⁹ „A Brief History of German Automotive Engineering”, *NESFIRCROFT*, pristup ostvaren 3.9.2022, <https://www.nesfircroft.com/blog/2021/11/a-brief-history-of-german-automotive-engineering?source=google.com>.

¹²⁰ König, „Adolf Hitler vs. Henry Ford“, 250.

pristašama kupovinu Ford automobila, a ubrzo se prestaje i s novinskim tekstovima o Fordovim uspjesima.¹²¹

Sličan utjecaj imao je i General Motors. Prvu podružnicu je GM također otvorio 1925. godine u Berlinu, a probio je dublje na njemačko tržište kupovinom tvrtke Opel 1929. godine. Kako bi ostvario iluziju tipičnog njemačkog proizvođača automobila, GM je zadržao većinski njemački menadžment te je tako Opel mogao ponosno stati iza teze da su njihovi automobili proizvedeni njemačkim rukama s njemačkim materijalima u Njemačkoj. Opel je profitirao i od nacističke politike širenja trenda gradnje malih i povoljnih automobila. Sredinom 30-ih držao je 40% njemačkog tržišta automobila, a bio je odgovoran i za oko 65% cjelokupnog izvoza. Kako je Opel dominirao industrijom tako je i GM dominirao industrijom. Mjera o zabrani prijenosa prihoda iz Njemačke u SAD omogućila je Opelu potpunu modernizaciju tvornica i proizvodnje te on tako postaje najmoderniji njemački proizvođač automobila. Opelov kamion ubrzo postaje i kamion njemačke vojske te je Opelov položaj u nacističkoj Njemačkoj postao izrazito snažan ponajviše zbog akumulacije kapitala koja je omogućena izvozom automobila. Iako je GM kao vlasnik Opela predstavljao određenu opasnost za nacističku vlast ona ja ustanovila kako im je GM potreban za provođenje daljnje motorizacija i naoružanja.¹²²

Kao vlasnik polovice njemačkog tržišta automobilske industrije, GM je postao logičan suradnik u proizvodnji *Volkswagena* što je uvidio i Hitler. Na sastanku 2. svibnja 1934. godine predstavnici GM-a potvrdili su Hitleru želju za proizvodnjom povoljnog i lako dostupnog automobila, uvjereni da jedino oni imaju preduvjet za serijsku proizvodnju takvih automobila. U to vrijeme su Hitler i nacistička vlada već iznijeli planove o gradnji autocesta i širenju mreže prometnica te im je u interesu bilo izraditi automobil dostupan svima koji bi upotpunio izgrađene ceste. Sam GM bio je izvor zaposlenosti mnogim Nijemcima i Hitler je znao za tehniku serijske proizvodnje koju je koristio, a bila je drugačija od ostalih njemačkih proizvođača automobila. Na istom sastanku čak je zahvalio GM-u zbog pozitivnog utjecaja na smanjenje stope nezaposlenosti. Bilo mu je jasno da trenutno ovisi o prihodima koje Opel ostvaruje na inozemnom tržištu kako bi financirao ponovno naoružanje, a uviđa i potencijal koji postoji kod Opela tako i kod GM-a koji, ako iskorišten, može dovesti do stvaranja moderne i motorizirane vojske.¹²³

¹²¹ Isto, 252-253.

¹²² Edwin Black, *The Nazi Party: General Motors & the Third Reich*, (Jewish Virtual Library), pristup ostvaren 20.7.2022., <https://www.jewishvirtuallibrary.org/general-motors-and-the-third-reich>.

¹²³ Isto.

Američki napredak Hitler je objasnio velikim prostorom za život ili *Lebensraumom* koji se sastojao od velikog broja resursa i velikog domaćeg tržišta. Prema Hitleru, ovaj model je mogao biti uspješan i u Njemačkoj poboljšanjem i modernizacijom proizvodnje. To bi rezultiralo smanjenjem cijena i njemački proizvođači automobila bi postupno ovladali njemačkim tržištem. 1936. i 1937. godine vodeći ljudi projekta *Volkswagen*, uključujući i Ferdinanda Porschea, posjetili su tvornice automobila u Sjedinjenim Američkim Državama. Bili su impresionirani tehnologijom, a u drugom putovanju oteli su američkim tvornicama nekoliko inženjera i radnika te ih zaposlili na projektu *Volkswagen*. Rezultat toga je da su tvornice *Volkswagena* podsjećale na one američke, a početkom 1936. godine nacistički su vođe konzultirali Forda kako najbolje provoditi plan masovne motorizacije.¹²⁴

6.3 Projekt *Volkswagen*

Zbog svog položaja na tržištu najpoželjnijim kandidatom za izradu *Volkswagena* smatran je Opel. Opel je bio najuspješniji proizvođač malih i povoljnih automobila, a već 1934. i 1935. godine počinje ih reklamirati kao *Volkswagene* ili automobile za narod. Hitler je sam razmišljao o Opelu kao nositelju projekta *Volkswagen*, ali problem je predstavljala već spomenuta činjenica da je Opel bio pod kontrolom General Motorsa. 1936. godine, cijenu svog novog modela P4 Opel je smanjio na 1450 njemačkih maraka što je bilo puno povoljnije od tržišne konkurencije. Samo Ministarstvo prometa smatralo je da su vodeći proizvođači na tržištu, Opel i Auto Union, godinu dana udaljeni od ostvarivanja ideje *Volkswagena*. Na sastancima 1934. godine vođene su rasprave o provođenju plana, a određeno je da cijena automobila ne smije biti viša od 1000 njemačkih maraka i da će glavni dizajner biti Ferdinand Porsche. 1934. godine potpisan je ugovor između njega i Udruge proizvođača automobila ili RDA¹²⁵. RDA je patentirala ime *Volkswagen* te on postaje projekt koji će financirati nacistička vlada.¹²⁶

Njemački narod pokazivao je sve veće zanimanje za automobil, a nacistička stranka uvidjela je da omogućavanjem povoljnog automobila dostupnog svima mogu stvoriti temelje jačanja popularnosti same vlade. Režim obećava omogućiti pristup automobilu svim onima koji ga do tada nikada nisu mogli priuštiti. Projekt *Volkswagen* trebao je predstaviti nacističku Njemačku kao privlačnu zemlju koja može puno toga ponuditi svojim stanovnicima. Automobil za narod

¹²⁴ König , „Adolf Hitler vs. Henry Ford“, 256-257.

¹²⁵ Udruga proizvođača automobila.

¹²⁶ König , „Adolf Hitler vs. Henry Ford“, 257-258.

predstavljao je pokret nacističke stranke kojim su željeli remodelirati njemačko društvo, Njemačku pretvoriti u zemlju vlasnika automobila i stvoriti novu kulturu vožnje.¹²⁷ 1936. godine Ferdinand Porsche dizajnirao je tri prototipa za izradu, a Hitler je već naredio početak izgradnje tvornica, a time počinje i izgradnja grada koji bi bio raj za radnika i pretvorio se u automobilski grad, slično Detroitu u Americi. Dizajnom je *Volkswagen* automobil bio sličan Tatra automobilima koje je dizajnirao Hans Ledwinka u Čehoslovačkoj. To je rezultiralo tužbom prema Ferdinandu Porscheu koja je prekinuta Hitlerovom invazijom na Čehoslovačku. Tužbu je *Volkswagen* nagodio nakon rata.¹²⁸

Glavni dio proizvodnje *Volkswagena* bio je pod pokroviteljstvom Ferdinanda Porschea koji je do tada bio poznat kao osoba zaslužna za izradu najuspješnijih njemačkih trkaćih automobila.¹²⁹ Prvobitni planovi za prodaju *Volkswagena* bili su nerealni. Porsche je imao viziju godišnje proizvodnje od oko 300 tisuća automobila, dok je Hitler smatrao da će u bliskoj budućnosti postojati 3 do 7 milijuna *Volkswagena*. Nakon odobrenja ideje projekta *Volkswagen*, nastao je plan gradnje triju tvornica od kojih bi svaka bila u stanju izraditi 500 tisuća automobila godišnje, a ubrzo se Njemačka fronta rada ili DAF¹³⁰ hvalila činjenicom da će tvornica biti najveća na svijetu. *Volkswagen* tvornica dovršena je 1939. godine te propaganda tada počinje govoriti o Njemačkoj kao o državi s najboljim autocestama na svijetu, kao državi s najuspješnijom scenom auto utrivanja na svijetu te o državi s najvećom tvornicom automobila na svijetu.¹³¹

Volkswagen je zamišljen kao obiteljski automobil za nove autoceste i projekt koji bi simbolizirao transformaciju automobila od poslovnog i investicijskog do privatnog i korisnog dobra, a reklama za novi *Volkswagen* također je služila propagandnu svrhu.¹³² On je prikazivan kao automobil koji može zadovoljiti potrebe Nijemaca za putovanjima i otkrivanjem, a na fotografijama se uvijek nalazi u privlačnim tropskim okruženjima dok su njegovi putnici, većinom prikazivani kao obitelji s djecom, uvijek bivali nasmijani i sretni. On je trebao donijeti sreću i zadovoljstvo milijunima ljudi koji su do sada bili prisiljeni biti bez nje, što se prvobitno odnosilo na radničku klasu. Prema nacističkoj propagandi vožnja je bila ključ mnogim privatnim zadovoljstvima, a korištena je i kako bi se pokazala kvaliteta i pouzdanost automobila. Tisak je pisao o stotinama sati provedenih testirajući automobil te pouzdanosti koja bi smanjila troškove

¹²⁷ Isto, 257-258.

¹²⁸ Ibeji, *War Factories: The People's car*, 10.15-11.10.

¹²⁹ König, „Adolf Hitler vs. Henry Ford“, 257-260.

¹³⁰ Njemačka fronta rada. Sindikat koji je zastupao radnike kod poslodavaca.

¹³¹ Ibeji, *War Factories: The People's car*, 10.15-11.10.

¹³² Burleigh, *Treći Reich*, 258.

održavanja na minimum. Narod je pokazao interes za automobil te on ubrzo postaje glavna tema razgovora u svim slojevima stanovništva.¹³³ Tako je projekt *Volkswagen* izvršio svoju propagandnu zadaću, a to je da se polako politički problemi zaboravljaju, a fokus postaje bolja i uspješnija budućnost.¹³⁴ Kroz ideju *Volkswagena* protezala se i ideja zajednice. Ako bi postojao jedan automobil jednak za sve to bi pojačalo osjećaj pripadanja i prema razmišljanjima nacističkih vlasti pojačalo osjećaj zajedništva, a time umanjilo individualnost svakog pojedinog građana.¹³⁵

Projekt *Volkswagen* zamišljen je tako da bude financiran kroz organizaciju „Snaga kroz radost“ ili KDF.¹³⁶ Cilj organizacije bio je pokušaj uklanjanja dosade koju je, njezin vođa Robert Ley, označio neprijateljem nacizma zbog toga što dosada dovodi do rađanja heretičnih i kriminalnih ideja.¹³⁷ Razlog zašto je *Volkswagen* bio usko povezan s organizacijom „Snaga kroz radost“ bio je u tome što je on zamišljen kao automobil koji će obiteljima pomoći ispuniti slobodno vrijeme omogućavanjem putovanja i ekskurzija i tako umanjiti mogućnost osjećaja dosade.¹³⁸ Robert Ley je 1938. godine iznio uvjete pod kojima bi svaki stanovnik Njemačke imao mogućnost posjedovati automobil. Postojala su tri uvjeta: prvi se odnosio na to da svaki Nijemac, bez obzira na stalež, može postati kupac *Volkswagena*. Drugi uvjet podrazumijevao je minimalnu tjednu svotu plaćanja osiguranja za automobil u iznosu od 5 njemačkih maraka. Treći i posljednji uvjet odnosi se na činjenicu da je prijavu za program štednje moguće podnijeti u svakom uredu organizacije „Snaga kroz radost“.¹³⁹ Sreći građana pridonio je i način na koji je organiziran sustav plaćanja, a to je bilo plaćanje unaprijed. Radnici bi plaćali 5 njemačkih maraka na tjedan, a oni koji su imali mogućnosti i više, te kada bi iznos od 750 maraka bio postignut narudžba automobila bila bi potvrđena. Na Berlinskom sajmu automobila 1938. godine predstavljen je novi dizajn *Volkswagena* koji je mogao postići brzinu od 100 km/h i koštao bi samo 990 njemačkih maraka.¹⁴⁰

¹³³ König , „Adolf Hitler vs. Henry Ford“, 258.

¹³⁴ Rieger, *The People's Car*, 72-78.

¹³⁵ König , „Adolf Hitler vs. Henry Ford“, 257-260.

¹³⁶ Kraft *Durch Freude* – organizacija zaslužena za upravljanje slobodnim vremenom njemačkih radnika.

¹³⁷ Burleigh, *Treći Reich*, 259.

¹³⁸ Isto.

¹³⁹ John Simkin, *Classroom Activity on the Hitler's Volkswagen (The People's Car)*, (Spartacus Educational,1997), pristup ostvaren 17.7, <https://spartacus-educational.com/ExamRHU7.htm>.

¹⁴⁰ König , „Adolf Hitler vs. Henry Ford“, 257.



Slika 1. Reklamni plakat za Volkswagen 1938. godine.



Slika 2. Reklamni plakat za Volkswagen 1939. godine.

6.4 Neuspjeh Volkswagena

Od samog početka se projekt *Volkswagen* suočavao s poteškoćama zbog kojih je već 1937. godine njegova budućnost bila upitna. Utrošeno je 1.75 milijuna njemačkih maraka na izradu tri netestirana prototipa, a Ferdinand Porsche ubrzo je ustanovio da će planirana cijena od 990 njemačkih maraka biti neprofitabilna. Berlinski auto sajmovi 1935. i 1936. godine bili su poprište Hitlerove agresivne obrane projekta i ponovnih obećanja kako će on uspješno biti priveden kraju. Razlog zašto bi neuspjeh *Volkswagena* bio toliko poguban za Hitlera je što bi tada došlo do kršenja njegovih obećanja njemačkom stanovništvu te bi se tako narušilo povjerenje u stranku i režim, a s obzirom na to da je projekt *Volkswagen* bio financiran od strane njemačke vlade njegov neuspjeh bi se negativno odrazio i na nju.¹⁴¹

Broj narudžbi bio je puno manji od očekivanog, a razlog tomu navodi se manjak vjere u režim i nevoljkost plaćanja unaprijed. Do početka Drugog svjetskog rata oko 270 tisuća ljudi sudjelovalo je u već spomenutom planu štednje, ali samo 5% bile su obitelji s 2 ili više djece kojima je *Volkswagen* bio namijenjen. Interes za automobil je postojao, ali mnogi ga još uvijek nisu imali mogućnost priuštiti. Tijekom ratnih godina, od 1939. do 1945., situacija se pogoršala

¹⁴¹ Ibeji, *War Factories: The People's car*, 11.15-13.10

te je zaprimljeno samo 70 tisuća narudžbi. Radnička klasa bila je presiromašna priuštiti si automobil te su se mnogi odlučili na kupovinu motocikla zbog povoljnije cijene i lakšeg održavanja. Cijena od 990 njemačkih maraka bila je izrazito povoljna, otprilike 200 dolara niža od najpovoljnijeg Forda, ali se zanemarivao trošak održavanja automobila. Najveći čimbenici visokih troškova održavanja bili su gorivo, gume, osiguranje i popravci. Politika autarkije uzrokovala je rast cijena, a dodatni prihodi korišteni su za izradu sintetičkih goriva i razvoja industrije gume u svrhu uspješnijeg ratovanja. Cijena od 990 njemačkih maraka je zbog neprofitabilnosti imala i negativan utjecaj na njemačku ekonomiju te bi u budućnosti zahtijevala subvencije kako bi se gubitak nadoknadio. Također, kako se bližio planirani početak Drugog svjetskog rata, sve pomnije pripreme za ratna zbivanja i naglasak na ratnu industriju negativno utječu na automobilsku industriju. Dolazi do sve većeg oporezivanja stanovništva, a plaće radnicima nisu rasle te sve se više financijski podupire vojska. Situacija u Njemačkoj bila je takva da su mnogi stručnjaci uvidjeli da zbog financijskih ograničenja jedino motocikl može biti nositelj motorizacije, ali stav nacističkih vođa bio je da je on nepoželjan za njemački narod.¹⁴²

Kroz program KDF-a oko 350 tisuća ljudi uložilo je sredstva za novi *Volkswagen* i prikupljeno je oko 280 milijuna njemačkih maraka, ali ljudi svoj automobil nisu dobili. Prije Drugog svjetskog rata proizvedeno ih je samo 630, ali su uručeni visokim dužnosnicima u nacističkoj stranci. Izbijanjem Drugog svjetskog rata u rujnu 1939. godine svi uplaćeni novci počinju biti korišteni u svrhu naoružanja.¹⁴³ Sama vojska smatrala je razvoj automobilske industrije preduvjetom njezine motorizacije što je bio jedan od razloga zašto joj je toliko pažnja posvećena od samog početka dolaska nacista na vlast.¹⁴⁴ Rezultat neuspjeha projekta *Volkswagen* je i činjenica da su autoceste izgrađene u očekivanju povećanog prometa ostale prazne.¹⁴⁵

Zbog toga se mora postaviti i pitanje konačnog cilja projekta *Volkswagen*. Je li konačni cilj bio opskrba naroda vozilima ili je projekt osmišljen u drugačiju, mračniju svrhu? Postoje teorije da je *Volkswagen* od samog početka bio namijenjen kao glavno vozilo njemačke vojske. Dokaz tome su bilješke koje govore o tome da poklopac motora automobila mora biti dizajniran tako da može podnijeti teret strojnice i da mora postojati mogućnost priključiti strojnicu na isti. Od samog dolaska nacista na vlast proizvodnja je imala dvojaku svrhu i većina teške mašinerije i velikih državnih projekata dizajnirani su tako da mogu pomoći i civilnom stanovništvu kao

¹⁴² König, „Adolf Hitler vs. Henry Ford”, 259.

¹⁴³ Rieger, *The People's Car*, 80-81; Evans, *The Third Reich in Power*, 338.

¹⁴⁴ Evans, *The Third Reich in Power*, 338.

¹⁴⁵ Burleigh, *Treći Reich*, 249.

kasnije i vojnim operacijama, a savršen primjer toga su autoceste. Također, većina malih privatnih zrakoplova bila je dizajnirana s mogućnošću da se na njih priključuju topovi i puške, a tehnologija i nacrti korišteni u izradi poljoprivrednih vozila poput traktora i kombajna kasnije su korišteni pri izradi vojnih vozila.¹⁴⁶

Iz dizajna *Volkswagena* proizašao je i zamišljeni njemački vojni automobil *Kubelwagen*. Također pod pokroviteljstvom Ferdinanda Porschea, *Kubelwagen* je bio *Volkswagen* koji je prilagođen teškim uvjetima bojišta. Kao i *Volkswagen*, bio je neuspješan, a razlog je bila spora i nekvalitetna produkcija te ih je u ratnim godinama izrađeno samo 50 tisuća. Njemačka vojska kasnije se okrenula američki proizvedenim vozilima koristeći tvornice na okupiranim područjima. Bez obzira na neuspjeh projekta *Volkswagena*, plan i vizija bila je prisutna i za vrijeme Drugog svjetskog rata. U slučaju pobjedonosnog rata Njemačka bi imala pristup jeftinoj radnoj snazi i neograničenim prirodnim resursima. Albert Speer, ministar naoružanja Trećeg Reicha, počinje govoriti o pojmu europskog *Volkswagena*. Uspjeh u ratu Njemačkoj bi omogućio širenje motorizacije cijelim svijetom zbog širenja teritorija i otvaranja novih tržišta, a plan je bio učiniti *Volkswagen* jedinim automobilom svijeta.¹⁴⁷

U rujnu 1939. godine tvornica namijenjena za proizvodnju *Volkswagena* preorijentirana je na ratnu proizvodnju što dovodi do stagnacije u kasnijim ratnim godinama, a neuspjeh u ratu dovodi do manjka resursa i materijala. Saveznička bombardiranja uništila su tvornicu i ona je napuštena, ali to nije bio kraj ideje *Volkswagena* koja je zaživjela nakon Drugog svjetskog rata.¹⁴⁸

7. Uloga auto utrivanja

Dok je Hitler u tajnosti gradio svoje novo vojno carstvo, potreban mu je bio medij kojim bi pokazao da je Njemačka na putu prema oporavku i istaknuo veličinu njemačkih ambicija. Odgovor je pronašao u auto utrivanju koje je zbog naglaska na ljudsku sposobnost i tehnološki napredak bilo savršen pokazatelj superiornosti jedne nacije te je Hitler odlučio pokoriti europska trkališta u svrhu pokazivanja te iste. Njemačka dominacija svijetom auto utrivanja sredinom 1930-ih godina služila je kao upozorenje ostatku svijeta o snazi i moći nacističke Njemačke te predstavlja prve korake nacističke želje za njegovim pokoravanjem.

¹⁴⁶ König, „Adolf Hitler vs. Henry Ford“, 259-260.

¹⁴⁷ Ibeji, *War Factories: The People's Car*, 12.00-15.40.

¹⁴⁸ Ibeji, *War Factories: The People's Car*. 16.00-20.00; Burleigh, *Treći Reich*, 249.

7.1 Ulaganja, uspjesi i propaganda

Kako bi njemačkom narodu vratio osjećaj nacionalnog ponosa, Hitler je koristio nacionalizam i ideju arijanske superiornosti. Želio je pokazati superiornost Nijemaca nad ostalim narodima s ciljem povećanja samopouzdanja nacije, a zaključio je da su međunarodni sportski uspjesi najbolji pokazatelj iste. Najboljim pokazateljem sportskog junaštva smatrano je auto utrkiivanje zbog činjenice da ono povezuje umijeće čovjeka s tehnološkim napretkom te je kao takvo pokazatelj modernizacije jedne nacije.¹⁴⁹ Njemački entuzijizam prema automobilizmu najbolje pokazuje informacija da je za vrijeme trajanje političke i ekonomske krize 1932. godine, Veliku nagradu Njemačke na stazi AVUS u Berlinu posjetilo oko 300 tisuća gledatelja. Tomu je pripomogla i činjenica da je u to vrijeme Njemačka imala nekoliko izrazito uspješnih vozača utrka poput Manfreda von Brauchitscha i Rudolfa Caracciole. Zbog postizanja brzina većih od 250 km/h i automobila koji su bili izrađivani uz pomoć najnovijih tehnologija, auto utrkiivanje predstavljalo je korak prema modernom dobu. Važnost Velike nagrade Njemačke 1932. godine bila je u tome što je na toj utrci pobijedio Nijemac von Brauchitsch u njemačkom Daimler-Benzu. Bila je to prva pobjeda automobila Daimler-Benz koja je nagovijestila revoluciju u auto utrkiivanju te simbolizirala prevlast nacističke stranke koja je željela Njemačku uspješno uvesti u moderno, tehnološko doba. Rast nacionalističkog sentimenta u Njemačkoj bio je proporcionalan uspjesima na trkalištima diljem Europe. Pobjedu je Hitler iskoristio kako bi pokazao svijetu da Njemačka ima potencijal ponovno biti velika svjetska sila te je odlučio auto utrkiivanjem pokazati uspješnost njemačkog gospodarskog oporavka i nadmoć njemačkog naroda nad ostalim narodima Europe kao i njezinu tehnološku superiornost.¹⁵⁰ Uspjeh dobiva na važnosti zbog poistovjećivanja razvoja auto utrkiivanja i razvoja same politike nacizma. Dokumentarni film *Hitler's Supercars* navodi i da je agresivna promocija uspjeha u auto utrkiivanju pokazivala agresivnu želju nacističke stranke za svjetskom dominacijom.¹⁵¹

Kako bi omogućila njemačkom automobilizmu dominaciju Europom, nacistička vlada odlučila je financijski poduprijeti izradu nove generacije trkaćih automobila. Dvije tvrtke su predstavljale Njemačku na međunarodnoj pozornici auto utrkiivanja, to su bili Daimler-Benz, preteča današnjeg Mercedesa i Auto Union, preteča današnjeg Audiya. Godišnje oko 500 tisuća

¹⁴⁹ Wiseman, James, *Hitler's Supercars* (Dokumentarni film. 2020), 0.00-1.30.

¹⁵⁰ Isto, 2.30-4.50.

¹⁵¹ Isto.

njemačkih maraka ulagano je u Daimler-Benz, a oko 300 tisuća u Auto Union te su ti financijski priljevi omogućili superiornost ova dva proizvođača automobila na trkalištima.¹⁵² Rezultat istovremenog ulaganja u dva proizvođača predstavljalo je stvaranje zdrave konkurencije koja je dovodila do visoko kvalitetnih proizvoda zbog obostrane želje za prelaženjem granica mogućnosti, fokusom na jednog proizvođača Hitler bi riskirao zasićenje. Bila je to izrazito pametna politika nacističkog režima.¹⁵³

Njemački automobili prvi su put svoju superiornost demonstrirali na utrci u Francuskoj 1934. godine kada su dominirali kvalifikacijskim treningom¹⁵⁴ isti dan kada se dogodila i Noć dugih noževa¹⁵⁵. Ova dva događaja bila su simbolično pokazivanje snage na dvije strane te se smatraju pokazateljima nadmoći i ambicije nacističke stranke. Između 1934. i 1937. godine njemački automobili Daimler-Benz i Auto Uniona pobijedili su na 19 od 23 Velike nagrade te su osvojili sve naslove prvaka u razdoblju od 1935. do 1939. godine.¹⁵⁶

Kako bi auto utrivanje postalo instrument oporavka nacije, a time i instrument povratka osjećaja nacionalnog ponosa korištena je pomno isplanirana propaganda. Utjecajem propagande njemački vozači utrka postaju slavne ličnosti, a korištenjem uspjeha auto utrivanja u propagandne svrhe želi se postaviti fokus na uspjeh modernog njemačkog društva. Glavni saveznik nacista bio je radio. Utemeljena je radio stanica čiji se program sastojao od 24-satnog emitiranja obavijesti o uspjesima njemačkih automobila na trkalištima Europe. Uz radio, snimani su i kratki propagandni filmovi čiji su glavni likovi bili vozači utrka. Ti kratki filmovi prikazivani su u kino dvoranama prije popularnih filmskih projekcija te je tako stanovništvo bilo pod stalnim utjecajem auto utrivanja i njegovih uspjeha. Auto utrivanje je izgradilo platformu kroz koju je nacistička stranka mogla prikazati neodoljivu snagu njemačkog naroda dokazavši da imaju najbolje vozače, ali i najbolje stručnjake i inženjere. U promociji auto utrivanja vrlo su važnu ulogu imale i autoceste zato što su one bile lokacija gdje su postignuti rekordi brzine. Tako se nacistička Njemačka nije mogla samo dičiti superiornijim automobilima i stručnjacima nego i superiornijim prometnicama koje omogućuju postizanje rekordnih brzina.¹⁵⁷

¹⁵² Isto, 10.00-10.40.

¹⁵³ Isto, 2.30-4.50

¹⁵⁴ Trening u kojemu je cilj postaviti najbrže vrijeme kako bi na startu utrke krenuli s prvog mjesta.

¹⁵⁵ Smrtonosna čistka i eliminacija konkurencije nacističkoj stranci zapovijedena od strane Adolfa Hitlera. Odvila se u noći s 30. lipnja na 1. srpnja te je Hitler uz pomoć SS odreda usmratio 77 visokih časnika SA odreda uključujući i vođu odreda Ernsta Röhma.

¹⁵⁶ Wiseman, *Hitler's Supercars*, 15.00-20.00.

¹⁵⁷ Isto, 20.00-23.00.

Do 1937. godine, njemačka dominacija auto utrivanjem bila je ograničena na Europu, ali 1937. godine zahvatila je i Sjedinjene Američke Države. Vanderbilt Cup bila je prva prestižna utrka na području Sjedinjenih Američkih Država, a održavala se u New Yorku od 1904. sve do 1968. godine. 1937. godine na njoj su prvi put nastupili njemački automobili te su odnijeli dominantnu pobjedu. Pobjeda na tlu Sjedinjenih Američkih Država, Josephu Goebbelsu, ministru narodnog prosvjedenja i propagande, pružila je savršenu priliku za korištenje pojma svjetske dominacije kako bi opisao njemačke uspjehe u auto utrivanju. Novinski zapisi o tome kako se kukasti križ vijorio satima ulicama New Yorka i kako su „njemački džentlmeni pobijedili američke kauboje“ uz pomoć reda, rada i discipline djelovali su imponantno. Uspjesi na trkalištima pozitivno su utjecali i na organizaciju NSKK.¹⁵⁸

Još jedan element njemačke dominacije auto utrivanjem bilo je postizanje rekorda najveće ostvarene brzine u povijesti. Uz uspjehe na trkalištima u Europi i svijetu, nacisti su željeli pokazati izvrsnost njemačkog inženjerstva postizanjem brzinskih rekorda. U svrhu toga utemeljen je takozvani „tjedan brzine“. Cilj „tjedna brzine“ bio je jednostavan, Daimler-Benz i Auto Union, dva proizvođača automobila koja su dominirali auto utrivanjem, morali su postići što veću brzinu vožnjom po jednoj dionici autoceste, a svrha ovog nadmetanja bilo je pojačanje suparništva koje bi potaknulo oba proizvođača automobila na daljnje tehnološke napretke.¹⁵⁹

7.2 Idol savršenog Nijemca

Prema Goebbelsu, dominacija auto utrivanjem najveće je postignuće nacije na međunarodnoj sceni u razdoblju između dva svjetska rata. To je razlog zašto su inženjeri i mehaničari, koji su omogućili takvu dominaciju međunarodnim auto utrivanjem, opisivani kao vojnici koji donose pobjedu u ratu. Opisivani su kao iznimni muškarci arijanske krvi, hrabrog srca i neiscrpne energije, ali ipak su vozači bili najvažniji instrument propagande. Tretirani su kao slavne ličnosti te su uz promociju tehnološki najrazvijenijih automobila u povijesti, promovirali i osjećaje ponosa, hrabrosti te arijanskog ideala, a korišteni su i od strane automobilskih tvrtki s ciljem poboljšanja prodaje određenih modela automobila.¹⁶⁰ U teoriji vozači su se držali apolitično, ali stvarnost je bila uvelike drugačija te su nosili odore ukrašene

¹⁵⁸ Neil Bascomb, *Cavalry for the Future*, pristup ostvaren 23.7.2022 <https://www.historynet.com/the-cavalry-of-the-future/>.

¹⁵⁹ Wiseman, *Hitler's Supercars*, 29.00-30.00.

¹⁶⁰ Isto, 20.00-23.00.

kukastim križevima i bili su pozdravljani nacističkim pozdravom.¹⁶¹ Vozačima je kao nositeljima propagande dopušteno vrlo malo slobode i njihove aktivnosti na dan utrke bile su pod strogom kontrolom Adolfa Hühnleina, nacističkog vođe NSKK-a. Vozačima je bilo zabranjivano činiti išta što bi moglo negativno utjecati na njihovu percepciju u javnosti.¹⁶² Osim kao slavne ličnosti, vozače se prikazivalo i kao superheroje koji upravljaju automobilima pri brzinama većima od 200 km/h te svakodnevno gledaju smrti u oči. Spoj ponosa, hrabrosti i odanosti režimu dovodi do prikazivanja njemačkih vozača utrka kao savršenih Nijemca, no samo jedan vozač imenovan je zlatnim dečkom njemačkog auto utrkivanja.¹⁶³

Bernd Rosemeyer prvi je put od strane javnosti zapažen 1935. godine, a ubrzo postaje glavno propagandno oružje nacističke Njemačke i njegov utjecaj seže puno dublje od običnog vozača auto utrka. Bio je karizmatičan, zgodan i član SS-a¹⁶⁴ te ga je njemački narod prihvatio i ubrzo zavolio. Status zvijezde zajamčio mu je i njegov brak s njemačkom avijatičarkom Elly Beinhorn što im je pružilo status prvog slavnog ljubavnog para u nacističkoj Njemačkoj te su kao takvi korišteni u propagandne svrhe kao prikaz savršenih muškaraca i žene i ideal onoga čemu svi ostali trebaju težiti. Bernd Rosemeyer izgubio je život u automobilskoj nesreći 1938. godine u pokušaju postizanja novog apsolutnog rekorda brzine, a njegova smrt snažno je odjeknula krugovima auto utrkivanja te se Auto Union, tvrtka za koju je vozio, ubrzo povukla. No, čak i njegova smrt iskorištena je u propagandne svrhe. Njegov sprovod bio je organiziran od strane nacističke partije te su mu uručene sve SS časti. Govorom na sprovodu, Hitler je poistovjetio Rosemeyera s njemačkim vojnicima i ratnicima te ga je opisao kao heroja koji je dao život za slavu Njemačke, čime je Hitler želio Rosemeyera učiniti uzorom za sve mlade Nijemce usredotočivši se ponajprije na hrabrost i snagu koje je Rosemeyer demonstrirao u svakodnevnom životu.¹⁶⁵ Njegova smrt i herojski status iskorišteni su i kao motivacija za daljnje postizanje rekordnih brzina te je ubrzo objavljen dizajn projekta T80 pod pokroviteljstvom Ferdinanda Porschea, ali on nikada nije ugledao svjetlo dana zbog izbijanja Drugog svjetskog rata.¹⁶⁶

Spoj radio propagande, Rosemeyerova kulta ličnosti i njemačke dominacije u utrkivanju bili su savršena formula za podizanje interesa stanovništva za auto utrkivanjem. Zbog sve većeg broja gledatelja na auto utrkama nacisti su uvidjeli kako one mogu biti savršena platforma za

¹⁶¹ Peter McKay, *When Hitler ran the Silver Arrows*, (Which Car?, 2009), pristup ostvaren 26.7.2022. <https://www.whichcar.com.au/features/when-hitler-ran-the-silver-arrows>.

¹⁶² Isto, 20.00-23.00.

¹⁶³ Isto, 25.00-26.00.

¹⁶⁴ Dokumentarac *Hitler's Supercars* navodi da je Heinrich Himmler prisilio Rosemeyera da postane član SS-a.

¹⁶⁵ Wiseman, *Hitler's Supercars*, 36.00-39.00.

¹⁶⁶ George East, *A Dead Racing Driver, Egos and Technological Masterpieces – This is the Story Behind Hitler's Supercars*, (Dyler), pristup ostvaren 25.7.2022 <https://dyler.com/posts/561/hitlers-supercars>.

demonstraciju snage režima. Prilikom svake utrke vijorili su se kukasti križevi, te su utrka prethodili govori važnih članova nacističke partije. Auto utrke postale su politički mitinzi, dok je utrka postala samo jedna od aktivnosti.¹⁶⁷

7.3 Tehnologija auto utrivanja

Zbog sve lakšeg pristupa kvalitetnijem materijalu uzrokovanog standardizacijom dijelova kao i rastom potražnje, automobili postupno postaju sve brži, pouzdaniji i sigurniji. Glavni pokazatelj naprednosti tehnologije u međuratnim godinama više nije bila vojna premoć nego auto utrivanje.¹⁶⁸

Trkališta su bila savršena lokacija za promociju tehnološke superiornosti te su uz propagandnu imale i komercijalnu vrijednost. Uspjeh u utrivanju bio je proporcionalan komercijalnom uspjehu, a jednako je značenje i izreke „pobjeda u nedjelju, prodaja u ponedjeljak“. Ako su automobili bili spremni izdržati napore utrivanja velikim brzinama po zahtjevnim stazama, svakodnevni naponi im ne bi predstavljali problem. Dominacija europskim trkalištima značila je i prestiž te je proizvođačima automobila bilo jasno da je pobjeda na javnim i međunarodnim natjecanjima najbolji način promoviranja robne marke.¹⁶⁹

Auto utrivanje je u prvi plan postavljalo tehnologiju, a uz tehnologiju bila je usko povezana budućnost nacističke Njemačke. Hitler je uočio da uz propagandnu i komercijalnu, auto utrivanje ima i vojnu svrhu i znao je da će tehnologija korištena u auto utrivanju moći biti iskorištena kasnije u vojnim operacijama. Ulaganjem u industriju izrade motora i aerodinamike za trkaće automobile te edukacijom stručnjaka u svrhu usavršavanja novih proizvodnih tehnologija, nacistička Njemačka omogućila je uspješniju ratnu industriju kasnije zapošljavajući iste te inženjere i stručnjake u tvornicama oružja. Veze nacističke vlade i Daimler-Benza sezale su puno dublje od samog utrivanja te on postaje važan sudionik ponovnog naoružanja njemačke vojske. Prije otvorenog kršenja Versajskog ugovora, Hitler je u tajnosti ekonomiju vodio smjerom izgradnje sredstava za rat, a jedna od tvrtki kojima se okrenuo bio je i Daimler-Benz. Došlo je do povećanja proizvodnje vojnih kamiona, oklopnih vozila, tenkova te avionskih okvira i motora. Otvaran je sve veći broj tvornica, a inženjeri Daimler-Benza koristili su tehnologiju za

¹⁶⁷ Isto.

¹⁶⁸ *History Hack: The Nazis and Motor Racing*, Podcast, 2020., pristup ostvaren 28.7.2022. <https://historyhack.podbean.com/e/171-history-hack-nazi-motor-racing/>.

¹⁶⁹ Isto.

izrada trkaćih automobila u izradi izdržljivih i pouzdanih vojnih vozila te je on bio vodeći proizvođač oružja u nacističkoj Njemačkoj u trenutku izbijanja Drugog svjetskog rata. Kao važan čimbenik uspješnog ratovanja, nacistička Njemačka identificirala je potrebu za velikim brojem sposobnih vozača i mehaničara. Tu se uočava važnost NSKK-a. Djelovanje NSKK-a dovelo je do stručnog osposobljavanja oko 200 tisuća vozača koji su sudjelovali u motoriziranim divizijama njemačke vojske. Te divizije bile su važan čimbenik u izgradnji Sigfriedove linije¹⁷⁰, kao i operacijama izgradnje transportnih mostova i izvršavanja *blitzkrieg* operacija u Europi.¹⁷¹

Naprednost tehnologije korištene u trkaćim automobilima i stupanj tehnološkog napretka trkaćih automobila 1930-ih može se iščitati i iz činjenice da brzinski rekord od 432.7 km/h postignut 1938. godine nije poboljšan sve do 2017.godine.¹⁷²

¹⁷⁰ Njemački sustav obrambenih zidova sagrađen između 1938. i 1945. godine.

¹⁷¹ Neal Bascomb, *Cavalry for the Future*, pristup ostvaren 23.7.2022., <https://www.historynet.com/the-cavalry-of-the-future/>.

¹⁷² „Inspiring to the present day: Caracciola’s 432.7 km/h on a public road on 28 January 1938: A Mercedes-Benz record for practically all time,“ *Mercedes-Benz Group Media*, pristup ostvaren 25.7.2022., <https://group-media.mercedes-benz.com/marsMediaSite/en/instance/ko/Inspiring-to-the-present-day-Caracciolas-4327-kmh-on-a-public-road-on-28-January-1938-A-Mercedes-Benz-record-for-practically-all-time.xhtml?oid=32913872>.

8. Zaključak

Prirodni razvoj automobilizma kroz 1920-e godine dovodi do sve većeg utjecaja automobilske industrije na ekonomiju i gospodarstvo jedne države, a time i utjecaja na život građana. Situacija u Njemačkoj tih godina bila je jedinstvena. Zbog utjecaja hiperinflacije i gubitka novca uzrokovanog ratnim zbivanjima, potražnja njemačkog stanovništva za automobilom bila je izrazito slaba. Također, zbog manjka financijskih ulaganja proizvođačima automobila bilo je onemogućeno unaprijediti tvornice s ciljem učinkovitije proizvodnje. Situacija u Njemačkoj bila je kontrast vodećim zapadnim silama tog doba: Velikoj Britaniji, Francuskoj i Sjedinjenim Američkim Državama u kojima 1920-ih dolazi do njezinog brzog razvoja. Uvjeti za takav razvoj postojali su i u Njemačkoj samo su bili kočeni teškom ekonomskom situacijom, a poboljšanjem te iste omogućio bi se razvoj automobilske industrije kao važnog čimbenik cjelokupnog gospodarskog razvoja. Adolf Hitler je uočio njezin potencijal te ju je postavio u središte ekonomskog oporavka zemlje i koristi ju kao glavni instrument oporavka industrijske i gospodarske moći Njemačke. Za tu svrhu bila je korištena na dva načina. Prvi je bio smanjenje stope nezaposlenosti, što je postignuto projektom *Autobahn* ili projektom izgradnje mreže autocesta koja bi pokrila cjelokupni teritorij Njemačke. Drugi način bio je korištenje automobilske industrije kao instrumenta obnove ostalih industrija. Potreba za izgradnjom i obnovom cesta pozitivno je utjecala na građevinsku industriju, a veći broj vozila doveo je do učinkovitijeg i bržeg prijevoza robe što uzrokuje rast produktivnosti. Također, pozitivan utjecaj imala je i na uslužne djelatnosti poput zdravstva, usluga popravaka i trgovine. Zbog sličnosti tehnologije, inženjeri i radnici automobilske industrije iskorišteni su i u drugom instrumentu nacističke obnove Njemačke, projektu ponovnog naoružanja. Hitler je također koristio automobilsku industriju kao instrument pridobivanja naroda i pokazivanja tehnološke snage nacističke Njemačke. Projektom *Volkswagen*, a i usmjerivanjem tržišta prema gradnji sve manjih te tako i povoljnijih automobila, on je svima želio omogućiti vlasništvo automobila korištenjem metoda serijske proizvodnje po uzoru na SAD. Drugi način kojim je Hitler želio pokazati tehnološku superiornost nacističke Njemačke uz pomoć automobilske industrije dominacija je europskim trkalištima. Ona je bila pokazatelj snage njemačke industrije i superiornosti njemačkog naroda nad ostalim narodima Europe, a utjecaj dominacije povećan je izrazito agresivnom propagandom. Bez automobilske industrije nacistička Njemačka ne bi postigla toliko velik stupanj razvijenosti i toliku moć na svjetskoj sceni. Uspješno je korištena

kao poluga koja će usmjeriti njemačku ekonomiju i gospodarstvo putu oporavka, a postavila je i temelje kasnijeg vojnog uspjeha nacističke Njemačke.

9. Literatura

Literatura

1. Burleigh, Michael. *Treći Reich*, Zagreb: Fraktura, 2012.
2. Evans, Richard J. *The Third Reich in Power*. London: Penguin Books, 2005.
3. Gregor, Neil. *Daimler-Benz in the Third Reich*. New Haven and London: Yale University Press, 1998.
4. Gregor, Neil. „The Normalisation of Barbarism: Daimler-Benz in the Third Reich“. U *The Journal of Holocaust Education*, 1-20. London: Frank Cass, 1997.
5. Hiott, Andrea. *Thinking Small: The Long, Strange Trip of the Volkswagen Beetle*. New York: Ballantine Books, 2012.
6. König, Wolfgang. „Adolf Hitler vs. Henry Ford: The Volkswagen, the Role of America as a Model, and the Failure of a Nazi Consumer Society“. U *German Studies Review*, 249-268. Baltimore: The John Hopkins University Press, 2004.
7. Overy, R.J. „Cars, Roads and Economic Recovery in Germany, 1932-8“. U *The Economic History Review*, 466-483, Hoboken: Wiley, 1975.
8. Overy, R.J. *The Nazi Economic Recovery 1932-1938*. London: Cambridge University Press, 1996.
9. Rieger, Bernhard. *The Peoples Car: A Global History of the Volkswagen*. Cambridge, Massachusetts & London: Harvard University Press, 2013.
10. Shirer, William. *Uspon i pad Trećeg Reicha: istorija nacističke Nemačke*. Beograd: Filip Višnjić, 2015.
11. Tooze, Adam. *The Wages of Destruction: The Making and Breaking of the Nazi Economy*. London: Penguin Books, 2008.
12. Stinchfield, Andrew. „Automobiles Autarky and Authority: The Effects of Nazi Centralized Economic Planning 1932-1942“. Honors Theses, Union Collage, 2013.

13. Vahrenkamp, Richard. „Motorization and Autobahn Projects in Germany in the Interbellum“. U *Transportes, Servicios y Telecomunicaciones*, 146-170. Kassel: University of Kassel, 2010.

14. Welch, David. „Nazi Propaganda and the Volksgemeinschaft: Constructing a People's Community“. U *Journal of Contemporary History*, 213-238. London: SAGE Publications, 2004.

Internetski izvori

1. “A Brief History of German Automotive Engineering”, *NESFIRCROFT*, <https://www.nesfircroft.com/blog/2021/11/a-brief-history-of-german-automotive-engineering?source=google.com>.

2. Bascomb, Neal. *Hitler's Cavalry of the Future*, HISTORYNET, 2020., <https://www.historynet.com/the-cavalry-of-the-future/>.

3. Black, Edwin. *The Nazi Party: General Motors and the Third Reich*, Jewish Virtual Library, <https://www.jewishvirtuallibrary.org/general-motors-and-the-third-reich>.

4. Choi, Jueun. ‘Never think that war...is not a crime,’ and more defining WWI quotes, USA Today, <https://eu.usatoday.com/story/news/world/2017/04/04/world-war-i-quotes/100031552/>.

5. *History Hack: The Nazis and Motor Racing*. 2020., <https://historyhack.podbean.com/e/171-history-hack-nazi-motor-racing/>.

6. „Inspiring to the present day: Caracciola's 432.7 km/h on a public road on 28 January 1938: A Mercedes-Benz record for practically all time“, *Mercedes-Benz Media Group*, 2018., <https://group-media.mercedes-benz.com/marsMediaSite/en/instance/ko/Inspiring-to-the-present-day-Caracciolas-4327-kmh-on-a-public-road-on-28-January-1938-A-Mercedes-Benz-record-for-practically-all-time.xhtml?oid=32913872>.

7. Krueger, Marcel. *How German Autobahns changed the world*, CNN Travel, 2021., <https://edition.cnn.com/travel/article/Autobahn-germany-history/index.html>.

8. „Life for workers in Nazi Germany“, *BBC*, <https://www.bbc.co.uk/bitesize/guides/zcj6y4j/revision/1>,

9. McKay, Peter. *When Hitler ran the Silver Arrows: From 1934 until the outbreak of war in 1939, the Silver Arrows of Mercedes-benz and Auto Union dominated grand prix racing. Which Car?*, 2009., <https://www.whichcar.com.au/features/when-hitler-ran-the-silver-arrows>.
10. Taylor, Blaine. *Jakob Werlin in the Second World War*, International Historic Films, 2017., <https://ihffilm.com/jakob-werlin-second-world-war-essay-by-blaine-taylor.html>.
11. Simkin, John. *Classroom Activity on the Hitler's Volkswagen (The People's Car)*. Spartacus Educational, 1997., <https://spartacus-educational.com/ExamRHU7.htm>.
12. „The Nazi Rise to Power“, *Holocaust Encyclopedia*, <https://encyclopedia.ushmm.org/content/en/article/the-nazi-rise-to-power>.
13. Tobin, Dominic. *On TV: Battle of the Silver Arrows documented in Hitler's Supercars*. Motorsportmagazine, 2020., <https://www.motorsportmagazine.com/articles/single-seaters/on-tv-battle-of-the-silver-arrows-documented-in-hitlers-supercars>.
14. „Weimar Republic“, *History.com*, 2021., <https://www.history.com/topics/germany/weimar-republic>.
15. Weingroff, Richard. *The ReichsAutobahnen*. Highway History, 2017., <https://www.fhwa.dot.gov/infrastructure/reichs.cfm>.

Filmovi

1. Ibeji, Mike. *War Factories: The People's car*, dokumentarni film, 2020.
2. Wiseman, James. *Hitler's Supercars*, dokumentarni film, 2020.

1. Popis priloga

1. Slika 1. *Reklamni plakat za Volkswagen 1938. godine.*
https://www.reddit.com/r/PropagandaPosters/comments/77vqq7/1938_nazi_germany_advertisement_for_the/.
2. Slika 2. *Reklamni plakat za Volkswagen 1939. godine.*
<https://www.lastdodo.com/en/items/2846301-der-kdf-wagen>.