WELLHÖRNER, Volker, »Wirtschaftswunder« -
*Weltmarkt - westdeutscher Fordismus. Der Fall
Volkswagen*

Hervé Joly

Édition électronique

URL : <http://journals.openedition.org/ifha/1497>

DOI : 10.4000/ifha.1497

ISSN : 2198-8943

Éditeur

IFRA - Institut franco-allemand (sciences historiques et sociales)

Référence électronique

Hervé Joly, « WELLHÖRNER, Volker, »Wirtschaftswunder« - *Weltmarkt - westdeutscher Fordismus. Der Fall Volkswagen* », *Revue de l'IFHA* [En ligne], Date de recension, mis en ligne le 01 janvier 1998, consulté le 22 septembre 2020. URL : <http://journals.openedition.org/ifha/1497> ; DOI : <https://doi.org/10.4000/ifha.1497>

Ce document a été généré automatiquement le 22 septembre 2020.

©IFHA

WELLHÖRNER, Volker, »Wirtschaftswunder« - Weltmarkt - westdeutscher Fordismus. Der Fall Volkswagen

Hervé Joly

- 1 Ce livre, issu d'une thèse d'habilitation soutenue à l'Université de Bielefeld, aborde une période encore peu explorée par l'histoire économique allemande, celle du »miracle économique« de l'après-guerre. À la suite des travaux de son directeur W. ABELSHAUSER, l'auteur insiste sur la croissance exceptionnelle que connaît à cette époque l'économie allemande, liée notamment à un développement considérable des échanges internationaux. Il choisit de s'intéresser au secteur le plus dynamique, l'industrie automobile, et, en son sein, à l'entreprise qui symbolise particulièrement cette réussite économique ouest-allemande, Volkswagen.
- 2 V.W. ne néglige pas les atouts du constructeur de la Coccinelle à la sortie de la guerre. L'usine de Wolfsburg n'est guère détruite et la production de voitures à usage civil, jamais lancée par le régime nazi, démarre rapidement. L'attentisme des actionnaires américains des deux grands concurrents allemands, Opel et Ford-Allemagne, permet à l'entreprise nationale de prendre une position dominante sur un marché en plein développement. Mais, conformément à la thèse de V. BERGHAHN, l'auteur insiste également sur l'importance de l'influence américaine dans le succès de Volkswagen. L'adoption en 1954 d'une organisation fordienne de la production constitue pour lui une étape essentielle. La nécessité, pour rentabiliser les investissements effectués, de trouver des débouchés importants oblige l'entreprise à un grand dynamisme commercial, notamment à l'étranger. Volkswagen va ainsi atteindre une part de marché de 56,4% à l'exportation en 1962, avec pour principal client les États-Unis (37% des exportations contre 1% en 1950). L'entreprise connaît une réussite exceptionnelle pour un constructeur européen dans le pays berceau de l'automobile, même si, avec 3% du marché intérieur, elle ne remet pas en cause la suprématie de l'industrie locale. Elle

fait le choix de ne pas produire sur place pour profiter des économies d'échelle réalisées grâce à la concentration de la production d'un modèle unique dans une même usine. Le cas également évoqué de Volkswagen do Brasil présente une forme de réussite différente (42,6% du marché en 1961), dans la mesure où des contraintes politiques obligent à réaliser l'essentiel de la production dans le pays. Le livre décrit longuement, en s'appuyant sur la citation de nombreux textes tirés des archives, les conditions de ces succès. Sa limite réside justement dans le fait que le cadre chronologique choisi (1947-1962) exclut la prise en compte des difficultés ultérieures lorsque la stratégie de »monoculture« de la Coccinelle s'essouffle.

3 Hervé JOLY