

ZEHN SORTEN BEHERRSCHEN ZWEI DRITTEL DES MARKTES

Marktanteile der zehn führenden Zigarettenmarken in der Bundesrepublik (in Prozent; Stand Februar 1985)



ZIGARETTEN

Absurder Streit

Die Zigarettenhersteller, die in den letzten Monaten etliche Prozesse gegeneinander inszenierten, wollen sich wieder vertragen. Gemeinsam werden sie bald ihre Preise erhöhen.

Eine Reihe von Spezialisten in der deutschen Zigarettenindustrie war in letzter Zeit voll ausgelastet. Mehr als die Werbestrategen und die Techniker in der Produktion hatten die Juristen zu tun.

Die Zigarettenhersteller waren untereinander so zerstritten, daß sie ihre Advokaten aufeinander losließen. „Die benehmen sich wie die Geier“, sagte ein Hamburger Branchenkenner. Jeder versuchte, dem anderen das Leben so schwer wie möglich zu machen.

Allein im letzten Halbjahr haben sich die fünf marktbeherrschenden Unternehmen mit rund 20 Prozessen, Abmahnungen und einstweiligen Verfügungen gegenseitig behackt.

Da verbat sich die Hamburger BAT (Hauptmarke: HB) per Gerichtsbeschluß ein „Pamphlet“ des lokalen Konkurrenten Reemtsma (Peter Stuyvesant). Da klagte die Kölner Reynolds (Camel) gegen BAT wegen irreführender Werbung, die BAT gegen die Martin Brinkmann AG (Lord Extra) wegen Verstoßes gegen die Zugabeverordnung, Philip Morris (Marlboro) gegen Reemtsma wegen Verletzung des Werbeabkommens.

Vergangenen Monat, ein Fall unter vielen, Reemtsma gegen BAT. Reemtsma-Anwälte hatten in „Bild am Sonntag“ und im „Stern“ eine verdächtige Anzeige entdeckt: Breit im Bild stand ein rallyemäßig aufgeputzter Audi Quattro, daneben Fahrer Walter Röhrl und an dessen Ärmel ein kleines HB-Zeichen.

Für die Reemtsma-Juristen war dies ein Verstoß gegen das gemeinsame Werbeabkommen aus dem Jahr 1966. In dieser freiwilligen Vereinbarung hatte die Branche unter anderem beschlossen, keine Anzeigen mit Prominenten oder Leistungssportlern erscheinen zu lassen.

Wer sich nicht an diese Vereinbarung hält, wird mit einer Geldbuße bis zu 300 000 Mark bestraft, zahlbar an den Verband der Zigarettenindustrie in Hamburg.

Die von Reemtsma beanstandete Anzeige mit dem Audi und mit Röhrl kam freilich nicht von der BAT, sondern vom Reifenkonzern Michelin. Gleichwohl beharrten die Reemtsma-Juristen darauf, daß die BAT für die Reifenreklame mitverantwortlich sei. Sie forderten eine Geldbuße von 150 000 Mark.

Dieser besonders absurde Advokaten-Streit hat mit dazu beigetragen, daß die Zigarettenmanager jetzt ihre sinnlosen Zänkereien beenden wollen.

Er werde „nicht mehr mit Hilfe von Rechtsanwältinnen“ um den Markt kämpfen, sagt Brinkmann-Marketingchef Werner Klatten, der nächsten Monat zum Vorstandsvorsitzenden der Bremer Zigarettenfirma aufsteigt. Seine Kollegen in den anderen Firmen denken ähnlich. So klagt auch ein Philip-Morris-Manager darüber, daß „die Rechtsanwältinnen mehr zu sagen haben als die Marketing-Abteilungen“.

Die plötzliche Friedfertigkeit kommt nicht von ungefähr. Jeder will, möglichst noch vor dem Sommer, die Preise bei seinen Marken erhöhen. So etwas geht aber nur gemeinsam.

Einen Preiskrieg, wie ihn Reemtsma Anfang 1983 vom Zaun brach, will die Branche unbedingt vermeiden. Damals waren als Folge einer kräftigen Erhöhung der Tabaksteuer Zigaretten merklich teurer geworden. Die Raucher kauften weniger, drehten lieber selbst oder griffen zu den Billig-Marken, die Handelsketten wie Aldi, Rewe oder Edeka anbieten. Als das Billig-Kraut respektable Marktanteile gewann, hielt sich Reemtsma nicht mehr an das eherne Prinzip der Branche, wonach an den Preisen nicht gerüttelt werden dürfe.

Zunächst verbilligte Reemtsma, wo die Brüder Herz aus dem Hause Tchibo das Sagen haben, nur die Marke West um 50 Pfennig. Dann begann, ungewöhnlich für die Branche, ein regelrechter Preiskrieg. Die Hersteller mußten bei allen wichtigen Marken mit dem Preis herunter. Die Firmen, die bis dahin

immer bestens verdient hatten, sackten in die Verlustzone.

Da war es aus mit der Harmonie, und danach hatten die Anwälte zu tun.

Zuvor waren Streitereien freundlich beigelegt worden. Wenn einer vorlaut in seiner Werbung war, mußte er eine Geldbuße zahlen. Der Verband der Zigarettenindustrie veranstaltete dann mit diesem Geld eine schöne Fete, auf der sich alle gemeinsam amüsierten.

Als aber die Gewinne kippten, verging den Herren die Lust am gemeinsamen Feiern. Da waren nicht nur die Juristen gefragt; alle mußten nun auch in ihren Firmen aufräumen.

Verhältnismäßig glimpflich kam Philip Morris davon. Deren Erfolgsmarke Marlboro gewann Marktanteile; im vergangenen Monat überholte sie erstmals die seit 25 Jahren führende BAT-Marke HB.

Schlimmer hatte der Preiskrieg BAT und Reemtsma getroffen, am ärgsten aber die Martin Brinkmann AG. Bei den Bremern standen die ältesten Maschinen der Branche, saßen die meisten Hauptabteilungsleiter – über 40 Mann –, und ein hilfloses Management verbreitete Chaos.

„Bei Brinkmann“, sagt ein Insider, „wußte der eine nie, was der andere machte.“ – Im vergangenen Jahr mußte der Vorstandsvorsitzende Henry Guidice gehen und mit ihm drei weitere Vorstandsmitglieder. Dann kamen unter dem neuen Chef Theo M. van Gorkom die Hauptabteilungsleiter dran.

Gorkom halbierte deren Zahl und verordnete ihnen neue Dienstwagen: statt Mercedes 200 nun Audi 80. Bei manchen Führungskräften war in den satten Jahren der Realitätssinn abhanden gekommen: Empörung brach aus. Während die Firma Verlust machte, kämpfte ein Mercedes-Fan vor dem Arbeitsgericht um seinen Wagen.

Sein Kind spielte Baßgeige, trug der Hauptabteilungsleiter vor. Das sperrige Instrument, mit dem das Kind zum Musikunterricht chauffiert werde, passe nicht in einen Audi 80. Der Mann verlor die Klage und bald darauf seinen Job bei Brinkmann. Das war einer von über 1000 Arbeitsplätzen, die bei den Bremern im

Die natürliche Küchenalternative für Menschen mit umweltbewußtem Lebensstil.



zeyko-bio



Sie heißt nicht nur »bio«, sie hat alles, was von einer echten Bio-Küche erwartet werden sollte: durch und durch massives Fichtenholz, Oberflächenschutz durch biologisch unbedenkliche Naturharz-Lacke, keinerlei Kunststoffteile und eine handwerklich kompromißlose Sauberkeit.

Zeyko-bio - die natürliche Küchenalternative für Menschen mit umweltbewußtem Lebensstil.

Schreiben Sie an:
Zeyko-Küchen, Abt. DS 13
7262 Althengstett/Schwarzwald
Sie erhalten kostenlos aus-
führliches Informationsmaterial.

zeyko Küchen-Perfektion in
Schwarzwälder Wertarbeit

vergangenen Jahr ge-
strichen wurden.

Auch die anderen Unternehmen sparten, wo immer sie konnten, vor allem am Personal. Einer scharfen Rationalisierung fielen beispielsweise 150 Arbeitsplätze bei der Reemtsma-Tochter Badische Tabakmanufaktur in Lahr zum Opfer; die BAT stütze ihre Belegschaft um über zehn Prozent und kommt nun mit 350 Beschäftigten weniger aus. Zudem wurden Pensionszusagen für die Mitarbeiter drastisch zusammengestrichen.

Inzwischen geht es den meisten Firmen wieder deutlich besser. Die BAT etwa verdiente im vergangenen Jahr mehr als im Superjahr 1981. Nur Brinkmann hat die Wende noch nicht ganz gepackt.

Die Erträge allerdings, so jammert die Branche, seien noch zu dürftig. Neues Unheil sei über die Zigarettenfirmen hereingebrochen - der starke Dollar.

Weil seit dem letzten Jahr der Kurs der US-Währung steil angestiegen sei, verteuere sich der Rohtabak-Einkauf, der in Dollar bezahlt wird. BAT-Sprecher Hermann Feldgen: „Wenn der Dollar um einen Pfennig steigt, müssen wir eine Million Mark mehr für den Tabak ausgeben.“

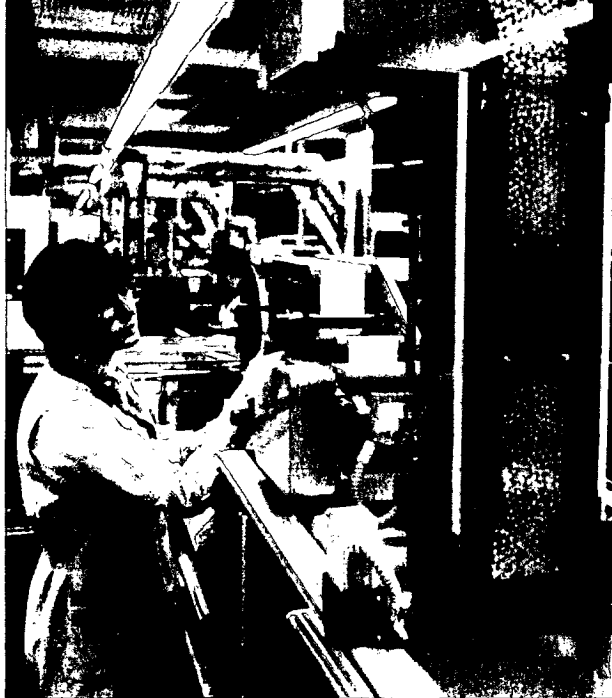
Vor den Billig-Marken des Handels haben die marktbeherrschenden fünf Hersteller keine Angst mehr. Die Handelszigaretten, die vor zwei Jahren noch zehn Prozent ausmachten, sind auf einen Marktanteil von unter vier Prozent gesunken.

So werden denn bei den Marken-Herstellern „derzeit Preiserhöhungsspielräume ausgelotet“ (Philip-Morris-Chef Günter Wille). Und dies geschieht gewiß in gegenseitigem Einvernehmen.

Zum Ausloten gehört auch ein gemeinsamer Vorstoß bei Bundesfinanzminister Gerhard Stoltenberg. Der soll, so der Wunsch aller Zigarettenfirmen, recht bald - und nicht erst nach den Wahlen 1987 - die Tabaksteuer erhöhen.

Die Forderung macht durchaus Sinn. Die Hersteller wollen vermeiden, daß die Tabaksteuer nur alle sechs bis sieben Jahre erhöht wird - dann aber so stark, daß die Konsumenten über die neuen Preise verschreckt sind und vom Rauchen lassen.

Eine maßvolle Erhöhung alle paar Jahre, so das Kalkül, würden die Raucher hinnehmen. Die Preise könnten



Zigarettenproduktion in Bremen
Die Branche will eine Steuererhöhung

dann regelmäßig sanft angehoben werden, immer um ein kleines bißchen mehr, als die Steuererhöhung ausmacht. Dann wären die Gewinne auch wieder so schön wie in der guten alten Zeit.

Derzeit verdient, wie früher, nur einer in der ganzen Branche sein Geld gleichsam im Schlaf: Der Mini-Hersteller Nestor Gianacis aus Hofheim-Wallau besitzt die Namensrechte für Lord Extra und kriegt dafür jedes Jahr zehn Millionen Mark von Brinkmann.

KIRCHE

Rüttelt und schüttelt

Ein Glaubensstreit spaltet die Protestanten in Hamburg und Schleswig-Holstein: Wie politisch dürfen Pastoren sein?

Von Nächstenliebe war nichts zu spüren, als die Hamburger Pastoren Martin Bethge und Hinrich C. G. Westphal, Sprecher der Nordelbischen Evangelisch-Lutherischen Kirche, sich einen Amtsbruder vorknöpfen. In einem offenen Brief prangerten sie die „unwahrhaftigen und erpresserischen Mittel“ an, mit denen er seine Überzeugungen durchzusetzen suche und „öffentlich Ketzerhüte“ verteile.

Gemeint war der konservative Theologe Jens Motschmann aus Itzehoe, der seinerseits wenig zimperlich mit der nordelbischen Kirchenleitung umgeht: Sie lasse die Kanzeln zum „Experimentierfeld für Neuheidentum und Irrlehre“ verkommen - Ursache für die zunehmenden Kirchenaustritte und dafür, daß es „an den Randzonen der Volkskirche bröckelt“.

Der scharfe Disput ist bezeichnend für einen Kirchenkampf, der seit einiger