

UNTERNEHMER

Zeit eilt

Otto Beisheim, Drittel-Eigentümer der Handelskette Metro, betätigt sich als Großeinkäufer von Firmen.

Herbert Fischhaber, Erster Bürgermeister von Bad Wiessee, ist „mächtig stolz“ auf den Herrn, der regelmäßig seinen Kurort besucht. „Auf Otto“, sagt Fischhaber, „lasse ich nichts kommen.“

Gemeint ist nicht die Ulknudel aus Ostfriesland, sondern einer der reicheren Deutschen, ein Mann namens Otto Beisheim.

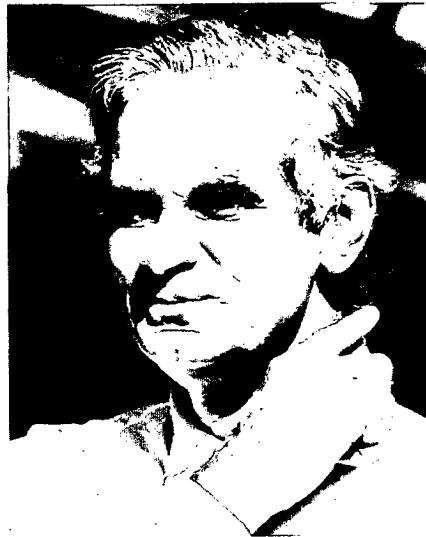
Wenn Beisheim in Wiessee weilt, spielt er stets einige Runden im Tegernseer Golfklub, mit dem beachtlichen Handikap 11. Bürgermeister Fischhaber ist von seinem Kurgast so begeistert, weil er dem Klub schon mal einige hunderttausend Mark zusteckt. Kürzlich gab Beisheim die Zusage, beim Bau einer supermodernen Tennishalle mitzuhelfen.

Die kleinen karitativen Dienste fallen dem hochgeschätzten Gast gewiß nicht schwer. Der im Volk gänzlich unbekannteste Geschäftsmann hat es in nur 23 Jahren zu einem weltweit verschachtelten Firmenimperium gebracht, das mit rund 25 Milliarden Mark mehr umsetzt als die

Warenhaus-Konzerne Karstadt, Hertie und Horten zusammen.

Beisheim, 63, gehören ein Drittel der Großhandelskette Metro, Teile des Bürokonzerne Pelikan und einige hundert Märkte im In- und Ausland.

Jetzt ist noch einiges dazugekommen. Beisheim holte sich die Mehrheit am zweitgrößten deutschen Warenhauskonzern, dem Kaufhof, in sein Handelsreich: Fast gleichzeitig, als wolle er aller



Konzern-Chef Beisheim
Richard Kimble der Managerwelt

Welt seine unerschöpfliche Finanzkraft demonstrieren, griff sich Beisheim die in München ansässige Verbrauchermarkt-Gruppe Hurler („Huma“), an der auch einmal die Familie des Franz Josef Strauß beteiligt war. 200 Millionen Mark zahlte Beisheim für Hurler.

Grenzen des Wachstums kennt der kinderlose Metro-Mann offenbar nicht. Auf seiner Einkaufsliste steht jetzt die Turnschuhfabrik Puma. Am vorigen Montag sprachen die Metro-Gewaltigen in der Schweiz mit den Puma-Unterhändlern.

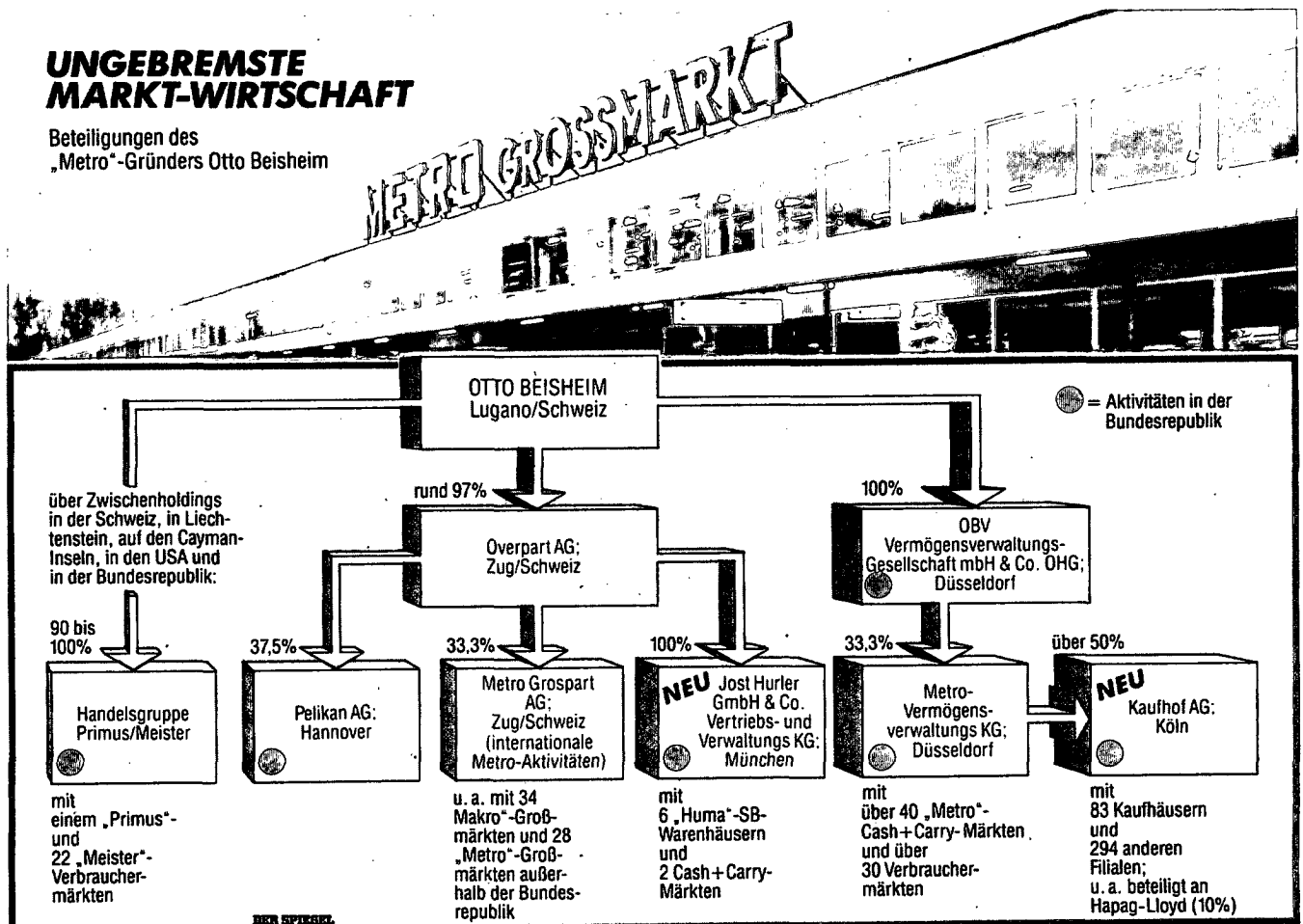
Wenn alle Unterschriften unter den Kaufverträgen trocken sind, dann gebietet Otto Beisheim über einen Konzern, der neben einigen Industrie-Unternehmen die gesamte Palette des neuzeitlichen Handels anbietet: vom Großhandel über den Einzel- und Fachhandel bis hin zu den Verbrauchermärkten und dem Versandhandel.

Bei allen Transaktionen wirkt der frühere Angestellte eines Lederwarengeschäfts im Hintergrund. Otto Beisheim spielt, aus Angst vor Entführern, den Richard Kimble der Managerwelt. Selbst für seine engsten Mitarbeiter ist er schwer erreichbar, oft wissen sie nicht einmal, wo sich der Chef gerade aufhält.

Beisheim lebt zumeist in hermetisch abgesicherten Villen und Wohnungen in Lugano, Florida, Paris, Rottach-Egern und im schweizerischen Baar, von wo er

UNGEBREMSTE MARKT-WIRTSCHAFT

Beteiligungen des „Metro“-Gründers Otto Beisheim



sich telephonisch bei seiner Gefolgschaft meldet. Nur selten erscheint er im Metro-Hauptquartier in Zug.

Von dieser schweizerischen Steueroase aus dirigiert Chefmanager Erwin Conradi, ein ehemaliger IBM-Mann, den Handelsmulti. Conradi kennt man in den deutschen Betrieben des Imperiums, Beisheim wurde dort kaum gesichtet. In der Kölner Zentrale des Kaufhofs tauchte Beisheim erst einmal auf. Das ehrwürdige Pelikan-Stammhaus in Hannover hat er nie gesehen.

Bevor Beisheim sich irgendwann Anfang der Achtziger in den unternehmerischen Untergrund abmeldete, war er keinem Krach aus dem Weg gegangen.

Der cholerisch veranlagte Sohn eines Gutsverwalters hat sich, wie kaum ein anderer, in seinen Aufbaujahren mit Gerichten und Gewerkschaften, mit Kollegen und Konkurrenten angelegt. Die geltenden Wettbewerbs- und Steuergesetze, die Mitbestimmungsrechte und Branchenregeln waren für Beisheim Hindernisse, die es mit List und Tücke zu überwinden galt.

Kaum ein anderer Konzern, registrierte die zuständige Gewerkschaft HBV, sei wegen seiner rüden Personalpolitik so oft vor die Arbeitsgerichte zitiert worden wie die Beisheim-Firma. Beim Kartellamt in Berlin führt die Metro eine Beschwerdeliste von Lieferanten über unmäßige Rabattforderungen seit langem an. Verstöße gegen das Ladenschlußgesetz gehörten nach Ansicht der Konkurrenz vom Start an zum Geschäftsprinzip der Metro.

Der damals mittellose Beisheim hatte 1964 zwei wohlhabende Kompagnons überredet, eine in den USA recht erfolgreiche Verkaufsmethode des Großhandels auf die Bundesrepublik zu übertragen.

In Mülheim an der Ruhr eröffnete das Trio den ersten Cash&Carry-Markt nach US-Vorbild. Kneipiery und Kioskbesitzer, Einzelhändler und Freiberufler konnten bis spät am Abend Waren zum Wiederverkauf erwerben, wenn sie die Artikel bar („cash“) bezahlten und selber abholten („carry“). Herkömmliche Lebensmittel-Großhändler liefern die Ware gegen Rechnung an.

Billige Artikel lockten. Als Großhändler brauchte die Metro zudem ihre Waren nicht mit der Mehrwertsteuer auszuzeichnen, der Nettopreis suggerierte besonders günstigen Einkauf. Ausweise gaben der Kundschaft die Illusion, einem privilegierten Käuferkreis anzugehören.

Das System zog. Bald hatte die Metro ein Netz von 40 Großmärkten über die Bundesrepublik gezogen. Kein Kunde brauchte mehr als 50 Kilometer zum nächsten Metro-Schuppen zu fahren.

Ende der siebziger Jahre stand die deutsche Metro auf dem Höhepunkt, danach ging es leicht bergab. Die aufgebraachte Konkurrenz sammelte sich und zwang die Metro zur Aufgabe einiger Privilegien.



Geschäftspartner Conradi, Christians: „Eine gewisse Überraschung“

Einzelhändler und ihre Verbände klagten vor den Gerichten, die Firma nutze ihre Stellung als Großhändler rücksichtslos aus und bediene auch Endverbraucher. Die Metro gab klein bei: Sie zeigt nun auch die Bruttopreise an und läßt den Zugang zu ihren Märkten schärfer kontrollieren.

Otto Beisheim sah sich fortan nach neuen Geschäftsfeldern um, die gewaltigen Gewinne mußten schließlich irgendwo angelegt werden. Der Konzern suchte neues Wachstum im Einzelhandel.

Den Tip, den konzeptionslos geführten Kaufhof zu übernehmen, hatte Beisheim von einem Mann bekommen, der ebenfalls in der Schweiz Zuflucht gesucht hat.

Warenhaus-Gründer Helmut Horten hatte sich nach dem Verkauf seines Firmenbesitzes in den Tessiner Gebirgsort

Madonna del Piano bei Lugano zurückgezogen, 15 Autokilometer von Beisheims Domizil entfernt. Als ihm im Herbst 1980 die Kaufhof-Anteile von der Dresdner und der Commerzbank angeboten wurden, lehnte Horten ab. Seinem Golfpartner Beisheim erzählte er von der Offerte.

Beisheim wollte von Anfang an die Mehrheit am Kaufhof. Doch die Metro konnte nur 24,9 Prozent erwerben, weil das Kartellamt mehr nicht erlaubte. Die Wettbewerbshüter befürchteten, die beiden Handelsgiganten könnten ihre Nachfragemacht bündeln und gegen die Lieferanten ausspielen.

Mehr als fünf Jahre dauerten die Prozesse, bis in der letzten Instanz der Bundesgerichtshof im März 1986 das Berliner Veto aufhob. Nach dem geltenden Kartellrecht, so die Begründung, sei der Metro keine marktbeherrschende Position nachzuweisen.

In der Zwischenzeit hatten Beisheim und sein Chefmanager Conradi die Macht am Rhein längst übernommen. Die zur Kaufhof-Mehrheit fehlenden Aktien waren bei den Hausbanken des Konzerns, der Schweizerischen Bankgesellschaft und der Westdeutschen Landesbank, hinterlegt.

Seit Mitte 1982 bestimmte Conradi als Aufsichtsratschef beim Kaufhof, wo es im Warenhauskonzern langzugehen hat. Er trimmte das Warenhaus auf Kostenkontrolle und Gewinnmaximierung. In dem neu berufenen Vorstandschef Jens Odewald, 46, fand der Konzern-Verwalter einen wendigen Vollstrecker der gemeinsam angepeilten Ziele.

Odewald verstand vom Handel so gut wie nichts, als er 1979 von einer Hamburger Wirtschaftsprüfungsgesellschaft zum Kaufhof wechselte. Conradi im



Kaufhof-Chef Odewald
Wendiger Vollstrecker

Rücken, krepelte der Finanzexperte das über hundert Jahre alte Warenhaus zu einem Handels- und Dienstleistungskonzern um.

Inzwischen macht der Kaufhof nur noch 53 Prozent seines Umsatzes im traditionellen Warenhausgeschäft. Oedwald wird den Anteil auf unter die Hälfte drücken, „weil sich mit anderen Dingen mehr verdienen läßt“.

Die Kaufhaus-Manager vertreiben bereits Versicherungen, vermieten Büroflächen, veranstalten Reisen und versenden Schmuck, Schuhe und elektronische Artikel. Dem eingesessenen Fachhandel jagt der Konzern mit seinen neuen Abligern „Saturn“, einem Billiganbieter von Unterhaltungselektronik, und „Gemini“, modernen Geschäften für Bücher und Schallplatten, regional hohe Marktanteile ab.

Den Einkauf wickeln Kaufhof und Metro schon lange gemeinsam ab, vor allem in Fernost. Die der Metro verbundene Gemex, die ihr Büro im World Finance Center in Hongkong hat, kauft für Mutter und Tochter ein.

Abgerechnet wird meist über die Metro-Zentrale in Zug. Das spart Steuern. Spätestens in der Schweiz, meist schon in Hongkong, werden die den Lieferanten abgeschöpften Zusatzrabatte den Sonderkonten gutgeschrieben.

Findige Börsen-Jobber hatten schnell heraus, daß der Kaufhof vom Schulter-schluß mit der Metro profitierte. Vor zwei Jahren überflügelte der Kaufhof-Kurs zum ersten Mal den des Branchen-Primus Karstadt. Letzte Woche lag der Kaufhof-Kurs bei über 500 Mark. Beisheims Metro hatte Ende 1980 gerade 183 Mark für eine Aktie bezahlt.

Die Erfolgsserie der hemdsärmeligen Beisheim-Truppe sprach sich allmählich auch in den feineren Kreisen der deutschen Geschäftswelt rum.

Vergeblich hatte sich Otto Beisheim anfänglich bemüht, Kredite von der Deutschen Bank zu bekommen. Seit er vor vier Jahren in einer Blitzaktion den Herren aus Frankfurt aus einer mißlichen Situation verhalf, sind seine Unternehmen bei Deutschlands mächtigstem Geldhaus hoffähig geworden.

Beisheim hatte über seine Schweizer Holding, die den Namen Overpart AG trägt, das Traditionsunternehmen Pelikan in Hannover gekauft. Die Büroartikel-firma war durch Mißmanagement in den Vergleich geraten. Dem Berater der verfehdeten Eigentümer-Sippe, dem Deutsche-Bank-Vorstandsmitglied Alfred Herrhausen, war es nicht gelungen, den Familienkrach zu schlichten.

Beisheims Statthalter Erwin Conradi hievte die Firma binnen zwei Jahren wieder in die schwarzen Zahlen. Friedrich Wilhelm Christians, neben dem inzwischen aufgestiegenen Herrhausen zweiter Sprecher der Deutschen Bank, konnte „eine gewisse Überraschung“ nicht verhehlen.

Seite an Seite präsentierten Conradi und Christians im Oktober 1986 der Öffentlichkeit die neue, Dividenden bringende Pelikan-Aktie. Die 400 000 Aktien, entsprechend 40 Prozent des Kapitals, waren am Tag nach der Börseneinführung vergriffen.

Einige Monate später verkaufte Beisheim weitere 22,5 Prozent an den italienischen Büromaschinen-Konzern Olivetti. Der Coup hatte einen strategischen Sinn. Mit den industriellen Partnern Olivetti und Pelikan auf der Produzentenseite und dem Gespann Metro/Kaufhof im Handelsbereich gelang Beisheim der Einbruch in die bislang vom Fachhandel beherrschte Büroartikel-Branche.

Ähnlich weiträumig sind die Pläne, die hinter dem Erwerb eines Zehn-Prozent-Anteils am Transportkonzern Hapag-Lloyd stehen.

Das Paket schob Beisheim an den Kaufhof. Im Wachstumsmarkt Touristik sollen die Aktivitäten der Kaufhof-Reisetochter ITS und der jungen Metro-Reisesparte kräftig ausgebaut werden. Aus der Verbindung zu Hapag-Lloyd, die Schiffe, Flugzeuge und auch Reisebüros besitzt, erhoffen sich die Veranstalter Vorteile beim Einkauf.

Auch bei dieser Transaktion erwies sich der gute Draht zur Deutschen Bank als nützlich. Vorstandsmitglied Eckart van Hooven sitzt in den Aufsichtsräten von Kaufhof und Hapag-Lloyd.

Seit die Karlsruher Bundesrichter im Kaufhof-Fall dem Metro-Mann einen Kartell-Freibrief überreicht haben, trauen Insider der schwerreichen Beisheim-Truppe zu, daß sie noch weitere Groß-einkäufe plant. Die Zeit eilt. In Bonn wird an einer Verschärfung des Kartellgesetzes gearbeitet, einer Lex Metro.

Die Metro wird von Banken und Firmenmaklern derzeit mit Offerten überschüttet. Die Hurler-Gruppe wurde Beisheim von der Westdeutschen Landesbank angedient. Die Düsseldorfer Banker waren auch bereit, der kartellrechtlichen Optik wegen, bis zum Platzen der Wettbewerbsschützer die Anteile an der Einzel- und Großhandelskette zu übernehmen.

Beisheims Gehilfen gingen da unge-nierter vor. Conradi und Metro-Chefjustitiar Hannjörg Hereth zogen schon vor Monaten in den Aufsichtsrat von Hurler ein und betrieben von dort die Eingliederung in das Metro-Reich. Die Genehmigung des Kartellamts, vorletzte Woche erteilt, war für die Herren nur noch eine Formsache.

Zum Einstieg bei der Sportartikel-Firma Puma (Werbestar: Boris Becker) riet den Metro-Leuten Vinzenz Grothgar, ehemals Vorstandsmitglied der Westdeutschen Landesbank und gegenwärtig Aufsichtsratsvorsitzender der Puma AG.

Die Sportartikelfirma kam wegen ihrer Verluste im US-Geschäft in Höhe

»Auf meinen Studienreisen kann ich die Dinge jetzt beim Namen nennen.«

»Ob auf der Akropolis oder bei den Pyramiden – immer wieder gibt es Situationen, bei denen es mit der Verständigung hapert. Zum Glück habe ich dann meine PONS Reisewörterbücher dabei. Da gibt's keine Sprachprobleme, denn die sind Sprachführer und Wörterbuch in einem.«

Ab 12,80 DM.

Auch mit Cassetten erhältlich.



Für Ihre Sicherheit:

SCHARPF FUNKALARM

Deutschlands meistgekaufte drahtlose Alarmanlage.

Über 40.000-fach bewährt!

- digitalcodiert ● notstromgesichert
- sabotagesichert ● postzugelassen

Lassen Sie sich zeigen, was wir für Ihre Sicherheit tun können.

SCHARPF FUNKALARM

In Deutschland: Am Siebenstein 2-6072 Dreieich
Tel. (06103) 6 2061/6 2134/6 75 26. Telex 414326

In der Schweiz: SCHARPF INDUSTRIES AG
Chemin des Chipres 4-6, 2525 Le Landeron.
Tel. 038-5143 30/51 24 18

SP 20/87

Steigern Sie Ihre Erträge, indem Sie Bestände und Durchlaufzeiten reduzieren!



Wir unterstützen Sie mit PSK 2000.

Unser neuartiges Informations- und PPS-System PSK 2000 mit der „belastungsorientierten Auftragsfreigabe“ verbindet innovative betriebswirtschaftliche Methoden mit umfassender Anwendungspraxis.

Lassen Sie sich über PSK 2000 informieren.

Über 250 Industrieprojekte in Deutschland und in der Schweiz sprechen für unser Know-how und unsere Erfahrungen.

Informieren Sie sich über unser Seminar

„AUF DEM WEGE ZUR RECHNER-INTEGRIERTEN FABRIK“ (CIM)

am 8.19. September 1987.

strässle
Industrie-Informatik

Postfach 81 06 05, Vaihinger Straße 149a
D-7000 Stuttgart 80 (Möhringen)
Telefon (07 11) 78 91-0

von 50 Millionen Mark vorübergehend in eine Geldklemme. Eine Partnerschaft mit der im USA-Handel stark vertretenen Beisheim-Gruppe könnte Puma nützlich sein.

Der Metro würde die Liaison ebenfalls Vorteile bringen. Mit Puma in den Regalen könnte sie die von den Markenartiklern organisierte Boykott-Front aufbrechen. Die Metro wird zur Zeit weder von adidas noch von Puma beliefert.

Der Mann im Hintergrund, der bei der Metro auch im Puma-Fall das letzte Wort hat, sucht derweil in seiner Wahlheimat persönliche Anerkennung. Otto Beisheim hat in der Schweiz die Staatsbürgerschaft beantragt.

LEBENSMITTEL

Läuft prächtig

Mit seinem Salatöl und Spaghetti-Soßen nach eigenen Rezepten will der Schauspieler Paul Newman nun auch in Deutschland ins Geschäft kommen.

Ganz beiläufig erkundigte sich Paul Newman bei einer Geschäftspartnerin, wie denn sein jüngstes Werk beim deutschen Publikum ankomme. Die Antwort fiel günstig aus – sein Billard-Film „Die Farbe des Geldes“ spielt ordentliche Gewinne ein.

Doch dem Hollywood-Star ging es gar nicht so sehr ums Kino. Newman möchte den Deutschen sein Salatöl „Newman's Own“ sowie Spaghetti-Soßen und eine spezielle Popcorn-Sorte aus eigener Herstellung verkaufen. Da hilft es, wenn der Mann mit den stahlblauen Augen als Filmstar noch ankommt.

Zunächst sollen die Soßen von Juni an in Hessen und Berlin getestet werden. Wenn die Premiere klappt, wird die Ware aus dem Hause Newman bald bundesweit in den Regalen stehen.

Die Chancen stehen nicht schlecht: In den USA und in Großbritannien, in Japan und Australien macht der 62jährige Hobbykoch bereits seit einigen Jahren blendende Geschäfte.

Gelenkt wird das weitläufige Soßen-Business aus einer kleinen Drei-Zimmer-Zentrale in Westport, Connecticut. Dort sind die Firmen Newman's Own Inc. und Salad King Inc. untergebracht, die der Filmstar zusammen mit dem Schriftsteller und Hemingway-Biographen Aaron E. Hotchner, 66, betreibt.

Das Alltagsgeschäft besorgen zwei Sekretärinnen, ein Buchhalter und Hotchers Frau Ursula. Als Konferenztisch

dient eine alte Tischtennisplatte, auch das restliche Mobiliar ist nicht vom Feinsten.

An der Wand hängt der Leitspruch des Unternehmens: „Wenn wir eine Idee verwirklichen, bekommen wir auch den Lohn dafür.“ Paul Newman soll das 1982 in einem Selbstgespräch auf dem Pissoir des Stork Clubs in Westport von sich gegeben haben.

Dort nämlich ist ihm angeblich die Idee gekommen, eigene Salatsoßen in größeren Mengen herzustellen und zu vertreiben. Newman hatte sich über das lausige Dressing, das ihm zum Dinner serviert wurde, geärgert.

Unter Freunden und Bekannten werden Newmans Salatsoßen längst hoch gelobt. Die Mixtur aus Speiseöl, Rotweinessig, Wasser, Zitronensaft, Kräutern, Zwiebeln und einer ordentlichen Prise Knoblauch galt, abgefüllt in alten Weinflaschen, bei Gästen im Hause Newman als begehrtes Geschenk.

Mit seinem Westporter Nachbarn Hotchner und 40 000 Dollar Startkapital gründete der Film-Millionär 1982 die Soßen-Firma. Der Gewinn, so wurde vereinbart, sollte nicht das ohnehin stattliche Vermögen der Eigner mehren, sondern mildtätigen Zwecken dienen.

Das Salatöl lief prächtig. Verschiedene Sorten Spaghetti-Soße kamen rasch hinzu. Inzwischen läßt Newman seine Ware von mehreren Vertragsfirmen in den USA herstellen und auf Bestellung an den Handel verschicken.

Allein im vergangenen Jahr verkauften Newman und Partner für fast 30

NEWMAN'S OWN



Newman-Werbung: Mildtätige Gaben