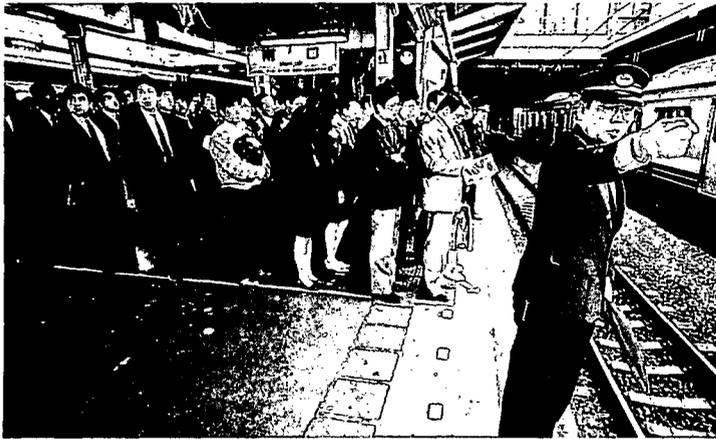


Aufsichtsamt rüffelt Lebensversicherer

In auffallend scharfem Ton hat das Bundesaufsichtsamt für das Versicherungswesen Lebensversicherungsgesellschaften kritisiert, die unzulässig hohe Provisionen zahlen, um das Neugeschäft anzukurbeln. Die Provision ist auf maximal 3,5 Prozent der Versicherungssumme begrenzt; doch viele Gesellschaften bieten Versicherungsmaklern insgeheim hohe Zusatzvergütungen, wenn sie Verträge mit neuen Kunden abschließen. Die Allianz beispielsweise, so berichtet ein Hamburger Makler, habe ihm heimliche Zusatzprovisionen aus der Schweiz überwiesen. In einem Brief an den Verband der Lebensversicherungsunternehmen – mit der Bitte um Weiterleitung

an die Mitgliedsfirmen – moniert die Aufsichtsbehörde „Unregelmäßigkeiten beträchtlichen Ausmaßes“ und „eine Umgehung“ bindender Auflagen. Durch die verbotenen Leistungen an Makler entstehen häufig hohe Verluste, die letztlich die Versicherungsgemeinschaft zu tragen hat. Es gebe Unternehmen, schrieb das Aufsichtsamt, die in ihrer Gier nach höherem Umsatz „unter Umständen ohne Rücksicht auf Kosten und Qualität“ hohe Vergütungen zahlen, die wohl nicht mit den „Grundsätzen der Sorgfalt eines ordentlichen Kaufmanns vereinbar“ seien. Die Kritik gilt vor allem der Hamburg-Mannheimer und der Iduna.



U-Bahn-fahrende Angestellte in Tokio

Fahrverbot für Auto-Arbeiter

Mit einem ungewöhnlichen Vorschlag will Jiro Yanase, Japans größter Autoimporteur, den schleppenden Pkw-Absatz in seinem Land beleben. Um das Verkehrschaos auf den Straßen zu verringern und dadurch Autofahren wieder attraktiver zu machen, sollen die Autohersteller, so Yanases Forderung, ihren Mitarbeitern verbieten, mit dem Wagen zur Arbeit zu kommen. Yanase geht mit gutem Beispiel voran: Seit gut einem Jahr müssen die 7000 Yanase-Mitarbeiter mit öffentlichen Verkehrsmitteln zum Dienst fahren. Unterstützung findet der Importeur von Opel und Mercedes beim japanischen Verkehrsministerium. Auch bei den angesprochenen Autoherstellern zeigten die Appelle bereits Wirkung. Toyota-Arbeiter

sollen mittwochs aufs Auto verzichten, die Angestellten der Nissan-Zentrale in Tokio sollen gar nicht mehr mit dem Pkw zur Arbeit kommen.

Flaes Geschäft mit Hi-Fi-Neuheiten

Der in der Hi-Fi-Branche erwartete Kampf um das Audio-System der Zukunft findet vorerst nicht statt. Die neuen Digital-Recorder von Philips und Sony liegen trotz massiver Werbung wie Blei in den Regalen der Händler. Mit rund halbjähriger Verspätung hatte Philips im November den ersten DCC-Recorder ausgeliefert. Wenig später konterte Sony mit der Mini-Disc (MD). Beide Firmen klagen über flae Geschäft und knüpfen deshalb große Erwar-

Kohl plädiert für Hannover

Bundeskanzler Helmut Kohl will die Elektronik-Messe Cebit in Hannover am Dienstag nächster Woche mit einer überraschenden Zusage eröffnen: Er werde sich dafür einsetzen, daß die Weltausstellung Expo 2000 in Hannover stattfindet. Der Plan ist wegen der hohen Kosten seit Jahren heftig umstritten. Finanzminister Theo Waigel weiß nicht, wie er das Geld für das teure Spektakel auf-treiben soll. Gleichwohl will Kohl mit einem Milliardenbetrag die Expo unterstützen – und er erwartet, daß

nicht nur die Stadt Hannover und das Land Niedersachsen, sondern auch die deutsche Wirtschaft eine ordentliche Summe aufbringt. Doch die Konzernchefs, vor allem aus der Chemie- und Elektroindustrie, weigern sich bislang beharrlich, Geld für die auf bis zu zehn Milliarden Mark geschätzte Ausstellung zu spendieren.

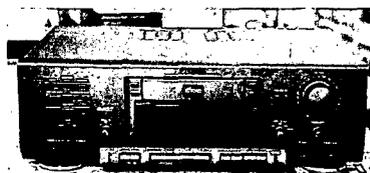
Die Post als Schlüsseldienst

Die Bundespost will schusseligen Bundesbürgern helfen und ein bißchen dabei verdienen. Vom Mai an liegen in allen Postämtern Prospekte der Stuttgarter Firma Keymail aus, die für 30 Mark eine nummerierte Metallplakette als Schlüsselanhänger anbietet. Unter einer persönlichen Kennziffer wird die Privatadresse des Besitzers zehn Jahre lang gespeichert. Geht das Schlüsselbund verloren, kann der Finder es in den nächsten Briefkasten werfen oder direkt beim nächsten Postamt abgeben. Über die Stuttgarter Firma erhält der Inhaber seine Schlüssel dann zurück. Große Hotels nutzen den Service seit Jahren. Bedarf gibt es für die neue Dienstleistung auf jeden Fall: Pro Jahr verlieren fast eine Million Bundesbürger ihre Schlüssel.

tungen an die neuen Hi-Fi-Geräte. „Das Marktpotential für Mini-Disc“, jubelten etwa die Sony-Manager nach den ersten Bestellungen der Händler, „liegt 1993 bei 70 000 bis 80 000 Geräten.“ Doch die Käufer halten sich zurück. Landauf, landab berich-



Werbung für Mini-Discs



PHILIPS

DCC-Recorder

ten die Händler über nur minimales Interesse an den neuen Aufzeichnungsgaräten. Dagegen scheint eine bereits abgeschriebene Recorder-technik doch noch zu Ehren zu kommen: DAT-Recorder, so die Beobachtung von Händlern, sind stärker gefragt als je zuvor.