

Braustätten auf. In dem hochmodernen Friesischen Brauhaus in Jever zum Beispiel, das vor Reinheit nur so strotzt, ummantelt Spiegelglas die 27 Meter hohen Gärtanks.

Nun aber müssen die Deutschen fürchten, daß billige Auslandsbiere die teuren Investitionen gefährden. Diskrete Schutz-Zölle wie beim Bier dürfen innerhalb der EG nicht sein: Artikel 30 des EG-Vertrags verbietet derartige Handelshemmnisse. Europäische Konkurrenten haben sich inzwischen über die Deutschen beschwert. In diesem Jahr, meldete EG-Kommissar Karl-Heinz Narjes besorgt in die Heimat, wird wahrscheinlich der Europäische Gerichtshof über den Streit entscheiden.

Der Ausgang des Prozesses ist nicht zweifelhaft. Nach Landesrecht hergestellte Erzeugnisse, so hat das Gericht bisher stets befunden, müssen auf den Märkten aller Mitgliedsstaaten zugelassen werden.

Nur Gesundheitsbedenken, wenn sie begründet sind, berechtigen zu Einfuhrbeschränkungen. Darauf setzt jetzt die bundesdeutsche Bier-Lobby alle Hoffnung und verbreitet mit Fleiß, der Rohfruchtsud der EG-Kollegen enthalte allerlei giftiges Zeug.

So warnte auch Franz Josef Strauß davor, mit der Freigabe der Importe „die Chemie Tür und Tor zu öffnen“. Die Folgen, behauptet er, wären „äußerst bedenklich“.

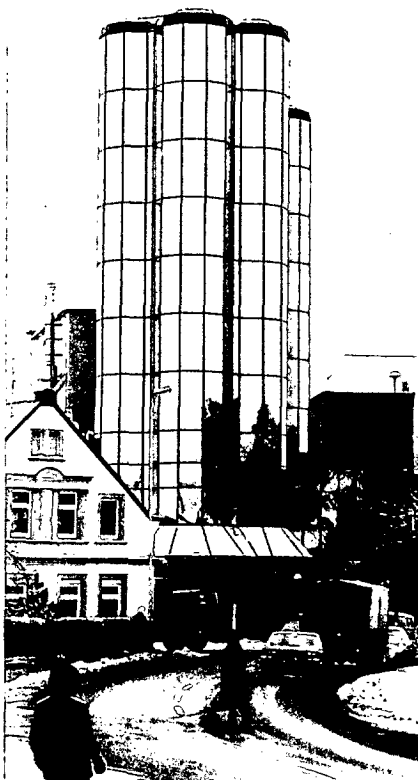
Die in Bonn ansässige Arbeitsgemeinschaft der Verbraucher, die den deutschen Bierkonsumenten durchaus vor Schaden bewahren möchte, sieht das anders: „Verbraucherschutz wird nur vorgeschoben, um Eigeninteressen durchzusetzen.“

Auch auf die EG-Kommissare macht der deutsche Reinheitsmythos wenig Eindruck. Die Brüsseler wissen nämlich, so gab Bundesernährungsminister Josef Ertl zu bedenken, daß „auch in der Bundesrepublik Bier, das für die Ausfuhr bestimmt ist, unter Verwendung von Rohfrucht hergestellt werden darf und hergestellt wird“.

Für die deutschen Brauer eine mißliche Lage: Sie können sich nicht gut sagen lassen, daß sie giftiges Bier in fremde Länder verkaufen und den reinen Saft nur ihren Landsleuten aus-schenken.

Tatsächlich sind die hiezulande verkauften Biere nicht alle von jener schier Reinheit, die deutsche Brauer rühmen. Das Symbol allen Bieres, das tschechische „Pilsner Urquell“ zum Beispiel, dürfte nach dem Reinheitsgebot eigentlich gar nicht ins Land importiert werden, weiß Anton Klimm, Vorstandsvorsitzender des Münchner Hacker Pschorr Bräu.

Längst gehen auch die heimischen Reinheitsbrauer mit Chemikalien um. „In steigendem Maße“, berichtet Jörg Gromus von der Beck's Brauerei in Bremen, „setzen auch mittlere und kleinere



Friesisches Brauhaus in Jever
Mythos von der schier Reinheit

Betriebe verschiedene Stabilisierungsmittel ein.“

Die Mittelchen haben einen wichtigen Vorteil: Das Bier läßt sich billiger herstellen.

Um den Gerstensaft mit Naturprodukten wie Bentonit und Kieselgel zu klären und haltbar zu machen, kalkulieren die Brauer 30 bis 57 Pfennig je Hektoliter ein. Der chemische Werkstoff Polyvinylpolypyrrolidon leistet dasselbe für nur 4,6 Pfennig.

Findige Chemiefirmen drängen inzwischen ungeniert in den angeblich so reinen Markt. „Stabiquick-stabil, damit Sie Ihr Bier nicht wiedersehen“, wirbt ein Unternehmen in der Bier-Fachpresse. Die Harzer Gipswerke empfehlen sich den Sudhäusern mit dem Spruch: „Besseres Bier mit Braugips.“

Schon längst wird mancherorts das Brauwasser, dessen Güte nahezu jede Bierfabrik rühmt, durch allerlei Beigaben verfeinert. Mit verschiedenen Mineralsalzen oder schlichtem Kochsalz wird das Bier bereits in der Vorproduktion auf Geschmack gebracht.

Und bedenklicher als Ascorbinsäure im Rohfruchtbier sind nach Ansicht von Fachleuten jene krebserregenden Nitrosamine, die durch die gängige Hochtemperatur-Mälzerei ins Bier geraten. Als nicht minder übel gelten die gebräuchlichen Filter, die Asbestfasern ins Bier abgeben.

Franz Josef Strauß ließ in seinem Brief an den Kanzler erkennen, wie seine Sorge um den „Schutz der Bevölkerung vor chemischen Rückständen“ wirklich zu verstehen ist. Wenn die Reinheits-Barriere für Importbier fällt, barmte er, würde „der deutsche Markt von ausländischem Bier überschwemmt“.

LASTWAGEN

Bald wie 1974

In Europa und Übersee verloren die deutschen Lkw-Firmen scharenweise Kunden. Jetzt droht auf dem letzten einträglichen Markt, im Nahen Osten, neuer Ärger: Die Japaner kommen.

Deutsche Lastwagen, schwärmt Wilfried Lichte vom Vorstand des Augsburger Lkw-Konzerns MAN, „sind technisch einfach Weltspitze“. Das mag schon sein. Nur: Mit dem Verkauf klappt es nicht mehr so recht.

Auf nahezu allen Märkten, vor allem im Inland, sind die heimischen Lkw-Bauer in eine schwere Absatzkrise gerollt.

Ob Daimler-Benz oder MAN, VW oder Magirus-Deutz, aber auch ausländische Hersteller wie Ford oder Fiat – mit Ausnahme der Japaner klagen alle Produzenten von Kleinlastern und schweren Brummis über Verkaufsschläppchen.

Um fast ein Fünftel, bei einigen Modellen sogar um ein Drittel und mehr, schrumpfte bis Oktober 1981 in der Bundesrepublik der Verkauf von Fernlastern und Omnibussen, Kippern und Transportern. Auf einigen Auslandsmärkten, beklagte Bodo Dencker, Leiter des VW-Transporterwerks Hannover, „ist auch kaum was zu holen“.

Die flauen Geschäfte haben überall dieselben Ursachen: Wegen der schlech-



Daimler-Benz-Chef Prinz
„Höchst unbefriedigend“

ten Konjunkturlage und der hohen Zinsen halten sich die vielen mittelständischen Bau- und Speditionsfirmen, der größte Kundenstamm der Lkw-Konzerne, beim Kauf neuer Laster merklich zurück. Die alten Diesel bleiben dafür länger im Einsatz.

Auch die Sparetats der öffentlichen Auftraggeber wirken sich aus: Post, Bahn und Kommunen bestellen weniger. Die Geschäfte seiner Mannheimer Omnibusfabrik, klagte Daimler-Chef Gerhard Prinz, seien „höchst unbefriedigend“.

Besserung ist nicht in Sicht. „Wir sind bald“, prophezeit Lochte, „beim Nachfrageniveau von 1974, dem Jahr des ersten Ölschocks, angelangt.“

Besonders arg hat es den VW-Konzern mit seinem Kleinlaster-Modell der

Auf der Suche nach den raren Abnehmern offerieren die Firmen inzwischen Preisnachlässe wie im Winter-Schlußverkauf. VW und Daimler-Benz, die beiden Marktführer im Transportergeschäft, unterbieten sich bis zu 30 Prozent. Um keine Kunden zu verlieren und die überfüllten Fabrikhöfe zu räumen, nahmen Daimler-Händler sogar ein Jahr alte VW-Busse zu Neupreisen in Zahlung.

Fast so trist wie im Inland sehen auch die Verkaufsbilanzen in Übersee aus. Die Mercedes-Werke in Brasilien und Argentinien, die in den vergangenen Jahren stattliche Gewinne erzielten, setzten vergangenes Jahr rund 20 Prozent weniger Lkw und Busse als 1980 ab.

Noch schlimmer ist VW dran. Vor drei Jahren hatte der Konzern vom US-Konkurrenten Chrysler die „Dodge“-Lkw-

bis August 81 rund 20 Prozent weniger als im Jahr zuvor.

Nur beim Augsburger Daimler-Konkurrenten MAN läuft das Amerika-Geschäft. Mit Blasmusik, Bier und Brezeln weihte der zweitgrößte deutsche Lkw-Produzent Mitte November im US-Staat North Carolina eine neue Omnibus-Fabrik ein. „Das Werk“, schwärmte Vorstandsmitglied Lochte im blau-weißen Festzelt, „ist bereits bis zum Frühjahr 1984 mit Aufträgen ausgebucht.“

Mit seiner Fabrik hat sich MAN in eine lukrative Marktnische gedrängt. Das Unternehmen will in den Staaten seine überlangen Doppelgelenkbusse bauen, und damit sind die Augsburger konkurrenzlos. Für 630 Busse im Auftragswert von rund 360 Millionen Mark liegen Bestellungen vor.

Während in Europa und Übersee nur noch Spezialanfertigungen wie MANs Gelenkbusse und die wendigen Unimogs von Daimler laufen, bleibt den Lkw-Bauern nur ein einziger Markt, wo sie unbeschwert verkaufen können: bei der neureichen Kundschaft im Nahen Osten.

Allein MAN setzte im Geschäftsjahr 1980/81 rund 3000 Schwerlaster, 200 Prozent mehr als im Vorjahr, nach Saudi-Arabien, Kuwait und in den Irak ab. Dem Bau-Boom in der Wüste verdanken die deutschen Lkw-Firmen, daß sie nicht schon längst Personal abbauen mußten.

Daimler-Benz vor allem kann mit den Ordereingängen aus Nahost Verluste von anderswo ausgleichen. Die Stuttgarter hatten den Lkw-Aufschwung in den Ölstaaten früher als andere vorausgesehen und sich darauf rechtzeitig eingestellt: Im Mai 76 bereits bauten sie in Saudi-Arabien ein Montagewerk, in dem jährlich knapp 6000 Laster verschraubt und geschweißt werden. Die anderen arabischen Märkte will Mercedes von Ägypten aus versorgen. Im geplanten Zweigwerk am Nil sollen ab 1984 jährlich rund 4000 Lastwagen und Unimogs sowie 600 Busse gefertigt werden.

Neben den Saudis und Ägyptern findet neuerdings auch der Irak Gefallen an Lastwagen made in Germany. Bei MAN kaufte das Land jetzt 1500 Lkw und 600 Doppeldeckerbusse.

Doch den einträglichen Nahost-Geschäften der Deutschen droht nun Gefahr aus dem Fernen Osten. Von den Erfolgen in der Transporter-Klasse ermutigt, wollen die Japaner auch mit mittleren und schweren Lastwagen die Exporteure aus der Bundesrepublik vertreiben.

Unangenehmer für die Deutschen: Die Japaner drängen auch auf die europäischen Stamm-Märkte von Mercedes und MAN, VW und Magirus.

Als erster Konzern stellte Mitsubishi einen Fünfeinhalbtonner vor, der seit Jahresbeginn auch hier zu haben ist. Gegenüber der deutschen Konkurrenz hat der Neuling einen bekannten Vorteil: Mitsubishi's Canter ist rund 3000 Mark billiger als ein vergleichbarer Mercedes.



VW-Transporter in Hannover: Preisnachlässe wie im Schlußverkauf

LT-Reihe erwischt. Der Verkauf des Kastenwagens in den Klassen 2,8 bis sechs Tonnen Gesamtgewicht geriet so ins Stocken, daß der Konzern in seinem Transporter-Werk Hannover im vergangenen Jahr an 60 Tagen Kurzarbeit einlegen mußte.

Größter Verlierer ist der VW-Dreieinhalbtonner „LT 35“ mit einem Minus von 40 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Daimler-Benz ist in einigen Sparten kaum besser dran. Mercedes büßte bei den Sechs- bis Siebeneinhalbtonnern 33 Prozent gegenüber 1980 ein, in der Klasse darunter verloren die Schwaben gut 25 Prozent.

Bei den Schwerlastern von zehn Tonnen und mehr ist Magirus-Deutz mit einem Rückgang von fast 38 Prozent das Schlußlicht, aber auch die schweren MAN-Brummer büßten gewaltig ein: über 31 Prozent.

Werke in Brasilien übernommen und ein Jahr später die Chrysler-Fabriken in Argentinien. Statt die erträumten Gewinne einzustreichen, mußten die Wolfsburger rund 250 Millionen Mark als Finanzspritze an die beiden Länder schicken.

In den USA, dem größten Nutzfahrzeugmarkt der Welt, wurden die Erwartungen der deutschen Produzenten böse enttäuscht. Daimler-Benz hatte für die Staaten ein ehrgeiziges Expansionsprogramm ausgetüftelt. Zug um Zug sollte drüben die Marktposition ausgebaut werden. Zunächst eröffnete der schwäbische Konzern Mitte 1980 in Virginia eine Lkw-Fabrik und kaufte ein Jahr später für fast 600 Millionen Mark den Truck-Hersteller Freightliner Corp. Doch Trucks und die montierten Mercedes-Lkw rollten langsamer von den Bändern als geplant. Allein Freightliner verkaufte