

den. Bei den Benzinern muß VW sich inzwischen mit billiger einheimischer Konkurrenz herumschlagen. Chryslers „Omni“ oder der „Escort“ von Ford kosten rund 500 Dollar weniger als der 6720 Dollar teure Rabbit.

Mitentscheidend für den Fehlstart des VW made in USA war womöglich die Qualität der Autos. Die VW-Arbeiter, die vor ihrer Anstellung in New Stanton durchweg in branchenfremden Betrieben gearbeitet hatten, mußten angelernt werden. Sie lieferten lange Zeit nur „zusammengeschusterte Autos ab“, wie ein VW-Händler aus Texas klagt.

Der Pfusch am Band führte einmal dazu, daß Tausende von bereits fertigen Rabbits an einem langen Wochenende nochmals die einzelnen Fertigungsstufen durchlaufen mußten, wo die Fehler behoben wurden.

Schwierigkeiten gab es anfangs auch, weil die US-Golfs nicht genügend auf den amerikanischen Geschmack getrimmt waren und sich, so das „Wall Street Journal“, durch „mausgraues, teutonisches Interieur“ auszeichneten. Mittlerweile erstrahlt der Rabbit in modischen, von den Amerikanern bevorzugten Farben und sieht, so der amerikanische Automobil-Journalist Patrick Bedard im Fachblatt „Car and driver“, „etwas mehr nach Detroit aus“.

Darüber hinaus bemühen sich die VWoA-Manager, ihrem in Amerika hergestellten Auto das immer noch anhaftende Import-Image „Made in Germany“ zu nehmen. Sie wollen angesichts der „Buy-american“-Welle und des Rufs nach Importbeschränkungen weiteren Absatzeinbußen vorbeugen.

Nicht einmal bei Besuchen des deutschen Botschafters in New Stanton wird vor dem VW-Werk heutzutage die deutsche Flagge aufgezogen.

WERBUNG

Verwilderte Sitten

Per Telex werben viele Firmen für ihre Dienste. Sie verstoßen damit gegen das Wettbewerbsrecht.

Die Manager der Metron Meßtechnik und Maschinenbau GmbH in Essen warteten auf wichtige Nachricht aus Übersee: Per Telex wollte ein Geschäftspartner ihnen einen eiligen Auftrag bestätigen.

Als der Fernschreiber endlich losratterte, meldete sich jedoch nicht der Auslandskunde. Am anderen Ende der Fernschreibleitung war die Firma Jordan aus Hamm im Siegbereich. Ungebeten bewarb sich Jordan um die Überholung und Modernisierung von Werkzeug- und Produktionsmaschinen.

Bei Metron kamen die Siegerländer damit außerordentlich ungelegen, denn der einzige Fernschreiber im Haus war so lange blockiert, bis eine ganze Seite

Format DIN A4 — eng beschrieben — durchgegeben war. „Die sollen doch um Gottes willen einen Brief schreiben“, kommentierte Metron-Chef Paul Meier-Bornkamp mißmutig die lästige Störung.

Ähnliches widerfährt tagtäglich anderen Firmen mit Telex-Anschluß. Da wirbt die Hamburger Storno Electronic für Auto-Funkgeräte, preist sich die Antriebstechnik Jörns aus Winsen an der Aller — „Ihr Partner für alle (Riemens-)Fälle“ — als Spezialist für Zahnriemenantriebe an oder empfiehlt die Schreibgerätefabrik Saalfrank in Schweinfurt „eines der beliebtesten Schreibgeräte Deutschlands den orig. Travelmatic zum Sonderpreis“.

Die Werbung per Telex ist in Mode. Mittlerweile benutzen schon so viele Unternehmer den Fernschreiber als Türöffner, daß der Deutsche Industrie-



Telex-Kunde Meier-Bornkamp: Lästige Reklame

und Handelstag (DIHT) vor einer „unerträglich belästigenden Verwilderung der Wettbewerbsitten“ warnte.

Die Wilderer stören solche Mahnungen nicht. Unverdrossen werden Schreibpapier und Büroklammern, Kantinenbesteck und Luftfracht über Fernschreiber feilgeboten — angeblich weil die Angebote besonders eilig sind, in Wahrheit aber nur, weil sich der Absender vom Telex-Text besondere Aufmerksamkeit verspricht.

Über den Ticker werden sogar Arbeitskräfte ausgelobt. So offeriert die Niederlassung Gladbeck der LKB-Lüftung-Kraftanlagen GmbH in München kurzfristig freie Montage-Kapazität: „3 E-Schweißer, 4 A-Schweißer (mit gültiger Prüfung)“ oder „3 Maschinen-schlosser (mit Facharbeiterbrief)“.

Ludwig Uhrmann von der LKB-Geschäftsleitung verteidigt seinen Werbeweg: „Bei der Personalplanung kommt es auf Stunden an, die normale Post ist uns viel zu langsam.“

Nicht nur das Übermittlungstempo, auch der Preis spricht fürs Telex. Ein einmal in Lochstreifen gestanzter Werbetext kann ohne jeden Arbeitsaufwand als Rundsendung beliebig oft durch die Telexmaschine gejagt werden. Die Postgebühren für solche Mitteilungen machen, wenn die Nachrichten nicht zu lang sind, nur Groschenbeträge aus.

So rechnet die Firma Dürr-Textil in Böhmenkirch bei Heidenheim ganz nüchtern, wenn sie per Fernschreiben T-Shirts anbietet („mit Ihrem Firmenzeichen 4,95 DM, bei Abnahme von 500 Stück“). Geschäftsführer Joachim Dürr: „Das kostet uns zehn Pfennig, jede Postwurfsendung aber mindestens eine Mark.“

Besonderer Vorteil: Postwurfsendungen landen meistens gleich ungelesen im Papierkorb, ein Telex geht jedoch seinen gewohnten Gang durch die Abteilungen oder direkt zum Sachbearbeiter. Da ein Telex stets eine wichtige und eilige Mitteilung enthalten kann, wird es mit Sicherheit beachtet.

Durch die Post lassen sich die lästigen Werber nicht abhängen, denn der gelbe Konzern kümmert sich nicht um den Inhalt der Fernschreiben. „Wer sich belästigt fühlt, muß selbst gerichtliche Schritte einleiten“, empfiehlt das Postministerium laut interner Anweisung.

Hilfe gegen die Tickerplage können die Industrie- und Handelskammern und die Zentrale zur Bekämpfung unlauteren Wettbewerbs in Bad Homburg leisten. Beide ermahnen schon mal die Werber, hilft das nicht, wird geklagt.

Die Wettbewerbsschützer sind dabei in einem Fall bereits bis zum Bundesgerichtshof (BGH) vorgedrungen. Schon 1972 urteilte das höchste deutsche Zivilgericht (Aktenzeichen I ZR 54/71), die Fernschreibwerbung „trage den Keim zu einem immer weiteren Umsichgreifen in sich, führe damit zu einer Verwilderung der Wettbewerbsitten“ und sei unzulässig.

Erlaubt ist die Telex-Reklame laut BGH, wenn der Absender im Interesse des Adressaten vorstellig wird, wenn also beispielsweise ein Hersteller seine Produkte einschlägigen Weiterverkäufern und Großhändlern anbietet. Bei Zweifeln — so raten die Richter — könnten die Eigenwerber vorher anfragen, ob ihre Offerten willkommen sind. ♦

Hoher Verschleiß

Ein Mülheimer-Architekt hatte nur Ärger mit seinem Rolls-Royce — er ging vor Gericht.

Auf den ersten 30 Kilometern rollte der neue Wagen wie im Prospekt beschrieben — lautlos und seidenweich. Der Rolls-Royce Silver Shadow II schien seine 155 397 Mark und sechzig Pfennig wert.

Doch dann wurde es lauter. Hinter dem Armaturenbrett aus seltenem Walnußholz begann es zu „rasseln und zu knistern“, wie sich der Mülheimer Ar-

befassen. Rolls-Käufer Slominsky möchte sein Geld zurück.

„Ich war einfach zu blöd“, gesteht der 37jährige Slominsky, der mit stattlichen Villen und Geschäftshäusern an Rhein und Ruhr sein Geld gemacht hat. Ein schönes Haus und eine Kunstgalerie hatte er schon, da mußte — so meinte der Jungmillionär — ein edles Auto das Bild abrunden.

Ein Rolls-Royce war das Richtige: aus feinem englischen Hause und — so dachte Slominsky — von handwerklicher Vollkommenheit. Er wollte „endlich mal zehn Jahre lang ein und dasselbe Auto ohne Panne fahren“.

Und von lieggebliebenen Rolls-Royce ist selten zu hören. Offenbar, argwöhnt der enttäuschte Mülheimer

Schadhafte Lackstellen, ermittelte Ingenieur Busch in seinem Beweissicherungsgutachten für die Richter, wurden „offenbar mit einem Pinsel“ ausgebessert. Die von Slominsky gewünschte Sonderlackierung (grau metallic), aufgetragen von Auto-Becker, taugte nichts.

Ein weiterer Sachverständiger ermittelte schwere Fertigungsmängel: Eine Unwucht aller Reifen sei schon optisch erkennbar und nicht reparabel. Die Karosserie, Radlager und Achsen seien dadurch einem höheren Verschleiß ausgesetzt, die Fahrsicherheit werde beeinträchtigt.

Als die Monteure Auto-Beckers, Europas größtem Gebrauchtwagenhändler, mit den selbstverschuldeten Lackmängeln und den vom Hersteller zu verantwortenden Defekten nicht fertig wurden, war es der Kunde leid. Die vom Verkaufschef Helmut Becker angebotene „kostenlose Nachbesserung im Rahmen der bis zu dreijährigen Werksgarantie von Rolls-Royce“ wollte Slominsky nach mehrfachem Werkstattbesuch nicht mehr in Anspruch nehmen; er verlangte den Kaufpreis zurück — abzüglich eines Nutzungsanteils für gefahrene 12 000 Kilometer.

Doch der Rolls-Royce-Käufer konnte sich offensichtlich nicht im Kleingedruckten seines Auto-Importeurs aus Becker, der neben Rolls-Royce auch neue Opel, Volvo und Datsun verkauft, verwies auf Paragraph sieben seiner „Allgemeinen Geschäftsbedingungen“. Danach verjähren sämtliche Ansprüche des Käufers aus Schlecht- oder Falschlieferteilung in sechs Monaten seit Übergabe.

Das Düsseldorfer Landgericht kümmerte sich denn auch wenig um die lange Mängelliste. Es wies die Klage ab. Doch Slominsky mag nicht einsehen, daß „ich garantiemäßig schlechter dastehe als jeder Ford-Fahrer“.

In der nächsten Instanz will er beweisen, daß ihm das Kleingedruckte überhaupt nicht vorgelegt wurde.

SEKT

Schön verdient

Die Manager der Trierer Schaumwein-firma Faber, eine der Großen in der Sekt-Branche, stehen unter dem Verdacht der Steuerhinterziehung.

Solange Carl-Ludwig Wagner Oberbürgermeister von Trier war, hatte er der Sektfirma Faber immer nur Gutes getan. Jetzt aber, als Justizminister in Mainz, ließ er seine Staatsanwälte auf sie los.

Sie kamen mit zwei Dutzend Mann, Kriminalbeamte und Steuerfahnder, just als Pfingstfriehe sich an der Mosel breitzumachen begann. „Das war rundum gekonnt bis zur Taschenpfändung“.



RR-Käufer Slominsky mit defektem Silver Shadow: Rost an Felgen und Kotflügel

chitekt Ralf Slominsky schaudernd erinnert.

Lautlos fuhr der Silver Shadow, bei dem ja angeblich nur das Ticken der Uhr zu hören ist, seitdem nie mehr. Und schon bald mußte sich der Architekt auch über sichtbare Mängel an seinem Auto ärgern: Felgen und Kotflügel zeigten Roststellen, von den Stoßstangen blätterte der Chrom, aus Motor und Getriebe tropfte Öl. Das verklebte Vinyl Dach löste sich an den Kanten.

Die Mängel an Slominskys teurem Riesenspielzeug sind inzwischen aktenkundig. „Im Bereich ab 130 Stundenkilometer“ stellte Ingenieur Herbert Busch bei Tachostand 12 302 „Vibrationen im Fahrzeug“ fest.

Busch ist amtlicher Sachverständiger. Sein Bericht über die Testfahrt mit dem Rolls ist jetzt für Slominsky ein wichtiges Beweisstück: Deutsche Richter müssen sich mit den Mängeln der renommierten englischen Limousine

heute, erdulden viele Besitzer eher schweigend Mängel und Pannen, als ihr Statussymbol öffentlich in Verruf zu bringen.

Zudem, so geht die Legende, lasse die Firma keinen verkommen. In England werde ein Pannen-Rolls des Nachts abgeschleppt, auf dem Kontinent helfe ein eilends per Hubschrauber eingeflogener Monteur.

Doch zu Slominsky kam nur der Postbote. Er brachte, vier Wochen nach seiner Reklamation bei Rolls-Royce, einen Brief aus der Zentrale in Crewe (Grafschaft Ceshire). Darin hieß es höflich, für deutsche Kunden sei die europäische Filiale in Lausanne zuständig. Die wiederum schrieb dann später, Slominsky möge sich an seine Lieferfirma in Düsseldorf wenden.

Der Lieferant Auto-Becker aber, der jährlich fünfzig Rolls an seine Kunden von Rhein und Ruhr verkauft, war offenbar nicht in der Lage, die sich häufenden Mängel zu beheben.