

Ausschreibungen — den amerikanischen Dienststellen einreichen wollten.

Dann ermittelte ein Kronrat des Kartells aus den Preisvorschlägen einen Grundpreis, der eine beträchtliche Gewinnspanne garantierte. Dieser Preis wurde einer vorher ausgesuchten Firma diktiert, die dann einen entsprechenden Kostenvorschlag bei der amerikanischen Baubehörde abgeben mußte.

Alle übrigen Firmen reichten zum Schein weit höhere Kostenanschläge ein, um sicherzustellen, daß die Amerikaner dem vom Kartell bestimmten Vorzugskandidaten den Zuschlag gaben. Die Vorzugsfirma wurde mit Hilfe einer Strichliste ermittelt, in der über die Bruttoeinnahmen der einzelnen Kartellpartner genau Buch geführt wurde.

Dieses Kartell fand ein unrühmliches Ende, als die Frankfurter Staatsanwaltschaft die juristische Seite der Absprachen untersuchte. Gleich auf den ersten Seiten der Ermittlungsakte standen die Namen von Großunternehmen wie Wayss & Freytag AG, Philipp Holzmann AG, Julius Berger Tiefbau AG, Hochtief AG Essen und Züblin AG. Sagt der Frankfurter Oberstaatsanwalt Buchthal: „Die Firmen bevorzugen Strafbefehle, da sie einen Prozeß scheuen. Sie mögen keine Skandale in der Öffentlichkeit.“ Insgesamt mußten die 34 Kartellfirmen wegen Verstoßes gegen das alliierte Kartellverbot 223 000 Mark Geldstrafe zahlen. Die Firmen verloren durch diese Bußen aber nur geringe Teile ihrer hohen Gewinne.

Eine Reihe von Bauunternehmen wurde allerdings noch wegen viel zu hoher Kalkulationen von den bundesdeutschen Preisbehörden zur Verantwortung gezogen. Dazu erklärte Bundesfinanzminister Schäfer kürzlich in einer schriftlichen Antwort auf eine bereits vor einem Jahr gestellte Anfrage der SPD-Bundestagsfraktion:

„Die Prüfungen... gestalten sich meist sehr schwierig... Immerhin ist eine größere Anzahl von Verfahren abgeschlossen worden, wobei sich die Betroffenen häufig zur Erstattung erheblicher Mehrerlöse (teilweise zwischen 100 000 und 600 000 Mark) und zur Zahlung hoher Bußgelder verpflichtet haben.“

Bis zum 5. Juli wurden in der Bundesrepublik insgesamt 493 Strafverfahren gegen Baufirmen wegen Gesetzesverstößen bei Besatzungs- und Verteidigungsbauten eingeleitet.

HANDEL

ROGGENSCHWEMME

Ein merkwürdiges Exportgeschäft wickelten die bundesamtliche Einfuhr- und Vorratsstelle und Hamburger Handelsfirmen ab. Etwa 147 000 Tonnen Roggen wurden in aller Stille ins Ausland verfrachtet. Über 10 000 Tonnen nahmen die ehemaligen klassischen Getreideüberschußländer Polen und Ungarn ab, nachdem den beiden Oststaaten ein Halbjahres-Kredit eingeräumt worden war. Die westdeutsche Roggenschwemme ist eine Folge der von den Bauernverbänden hartnäckig verteidigten Verordnung, die den Bauern nicht nur den Roggen-Absatz, sondern auch noch 20 Mark Prämie je Tonne Roggen garantiert. Diese protektionistische Verordnung wurde in den ersten Nachkriegsjahren erlassen, als Westdeutschland noch stark auf die Eigenherzeugung von Brotgetreide angewiesen war. Jetzt aber schafft die überholte Verordnung jährlich einen Roggenüberschuß von 200 000 bis 400 000 Tonnen, der hohe Lagerkosten verschlingt und schließlich mit Verlust exportiert werden muß.

WERBUNG

Erhards Verbrauchswelle

Solange ich Wirtschaftsminister bin, wird es keine Krise in Deutschland geben. Ich werde 50 Millionen Verbraucher mobilisieren.“ Diese großen Worte sprach Bundeswirtschaftsminister Erhard vor einigen Wochen während einer Fachtagung in Köln gelassen aus. Die an einer neuen Verbrauchs- und Kaufwelle interessierten Produzenten und Händler klatschten stürmisch Beifall.

Die von Erhard propagierte „Konsumgüterwelle“ soll vor allem jene langlebigen



Reklamespezialist **Gottwald**
„Man trägt wieder einen Hut“

Wirtschaftsgüter in die deutschen Haushalte spülen, die bisher von den Konsumenten nur zögernd gekauft wurden. Der Minister denkt vor allem an Kühlschränke, Wasch- und Küchenmaschinen und Fernsehapparate. Ein Kühlschrank gehöre ebenso zum notwendigen Inventar, betonte Erhard, wie ein Bügeleisen, ein Gas- oder Elektroherd oder ein Staubsauger. Es sei ein Zeichen von Rückständigkeit, wenn in Westdeutschland nur in jedem zwanzigsten Haushalt ein Kühlschrank stehe, dagegen in Amerika und in der Schweiz jeder zweite Haushalt über einen Frigidaire verfüge.

Die saloppe Art des Bundeswirtschaftsministers, eine durchgreifende Modernisierung des deutschen Haushalts zu fordern, der nach Erhards Meinung oft noch mit Urväterhausrat vollgestopft ist, wurmte den Bundesfamilienminister Wuermeling. So war ihm kürzlich die Abwesenheit des Bundeswirtschaftsministers eine willkommene Gelegenheit, gegen Ende einer Kabinettsitzung kritisch über Erhards Konsum-Propagandawelle herzufallen. Erhard wolle nicht nur „Volkskühlschränke“ und „Volkswaschmaschinen“, sondern auch Fernsehgeräte in den Konsum pressen, nörgelte der Bundesfamilienminister. Das allabendliche Starren auf den suggestiven Bild-

schirm — so meinte er — sei aber dem christlichen Eheleben eher abträglich als förderlich und könne den Familiensinn trüben.

Unbekümmert um diesen Wuermeling-Einwand, fühlte sich Erhard jedoch bemüßigt, nun erst recht sein jüngstes Steckenpferd zum Galopp anzuspornen. Allerdings sind Erhards Parolen eher gesagt als verwirklicht. „Volkskühlschränke“ und „Volkswaschmaschinen“ — also dem üblichen Wortsinn nach billige Standardgeräte — müßte die westdeutsche Leichtindustrie erst entwickeln. Dazu besteht aber wenig Neigung. „Die allgemeine technische Entwicklung“, erklären die konservativen Produzenten, „und die Schutzrechte vieler Hersteller für ihre Modelle lassen eine stärkere Produktions-Vereinfachung vorläufig nicht zu.“

Für die 47 Kühlschrankhersteller gilt es zunächst, den hohen Berg von Kühlschränken zu verkleinern, die im vergangenen Jahr nicht abgesetzt werden konnten. Es sind „240 000 Stück, die noch in den Lagern der Fabriken und Läden stehen. Firmen, die Kühlschränke einfuhrten, blieben auf 6000 englischen Prestcold-Schränken sitzen“, verrät der Generaldirektor der Hamburger Elektrolux-Werke, Werner Freiherr von Bischoffshausen, der diese Branche sehr genau kennt.

Die westdeutsche Kühlschrankindustrie hatte nämlich im vergangenen Jahr vergeblich gehofft, mindestens jeden zwölften westdeutschen Haushalt für den Kühlschrank erobern zu können. Als sich nach dem ohnehin kühlen Sommer jedoch herausstellte, daß es eine klare Fehlspekulation war, 469 635 Kühlschränke (statt 65 550 im Jahre 1950) herzustellen, brach unter den Kühlschrankfabrikanten ein ruinöser Wettbewerb aus. „Ich zweifle daran“, sagt der Elektrolux-Generaldirektor, „daß die Kampf Firmen (die ihre Preise radikal abbauten) ihre Selbstkosten noch decken konnten.“ Zwei kleinere Firmen erlagen diesem Wettkampf.

Wenn der Absatz sich nicht bald bessert, was Erhard zu erreichen hofft, werden die Vorjahrsmodelle schon deshalb kaum noch Käufer finden, weil die meisten Firmen zugkräftigere Schränke — mit technischen Verbesserungen — herausgebracht haben. Einige Firmen bieten ausgesprochene „Kampfmodelle“ zu relativ günstigen Preisen an.

Indessen beschwerten sich in der vergangenen Woche — in der Sitzung des Konsumgüter-Ausschusses des Bundesverbandes der Deutschen Industrie — repräsentative Sprecher der Textilindustrie darüber, daß Erhard mit seiner Haushalts-Rationalisierungsparole nur einige gut-angeschriebene Wirtschaftskreise, aber nicht die schon lange über Absatzschwierigkeiten klagende Textilindustrie fördere.

Die Textilfabrikanten fürchten sogar — wie es der Geschäftsführer des sehr mobilen „Fachverbandes der Wäsche- und weiblichen Berufsbekleidungsindustrie“, Wolfgang Kröger aus Bielefeld, kürzlich formulierte —, „daß durch die starke Propaganda für Haushaltsmaschinen (für die Minister Erhard das Stichwort gab) die Konsumfähigkeit so sehr gebunden wird, daß eine Beschränkung im Einkauf von Bekleidung die Folge ist.“ Einzelne Gruppen der Textilindustrie haben nun exklusive Werbeberater engagiert, die einen ähnlichen Verbrauchswellenschau erzeugen sollen wie etwa der erfolgreiche Wiesbadener Hutwerbespezialist Hartwig Gottwald, 37. Gottwald hat gemeinsam mit seiner Frau die sogenannte „Arbeitsgemeinschaft Hut“ organisiert. Er hat nicht nur die gesamte Hutwirtschaft — vom Stumpfen-Großhändler

bis zur kleinsten Putzmacherin — unter einen Hut gebracht, sondern mit seiner simplen Parole „Man trägt wieder einen Hut“ auch den Umsatz der einschlägigen Geschäfte außerordentlich stark belebt. Höhepunkt der Gottwald-Hut-reklame waren Hutparaden und Strohhutturniere auf den Promenaden der Großstädte und Luxuskurorte. Viele Herren konnte er von der „unmodernen hutlosen Mode“ dadurch abbringen, daß er ihnen Halbzyliner und Strohhüte mit bunten Schärpen aufsetzte*. Sagt Gottwald: „Strohhüte sind die Schlager meiner zweiten Saison.“

Die Krawattenindustrie zog schnell nach. Sie will in diesem Jahr mindestens 34 Millionen Krawatten (1954: 25 Millionen Stück) um die Hemdkragen der 17 Millionen männlichen Bundesbürger schlingen und glaubt, daß sie es mit dem Slogan: „Krawatte gut — alles gut“ auch schaffen wird. Und auch die Samt- und Seidenweber wittern bessere Marktchancen. Sie ließen einen Werbefilm „Modespiegel 1955“ drehen und engagierten als Starmannequin Miß Germany 1955, Margit Nünke, die sich auf repräsentativen Modeschauen in Samt und Seide zeigt.

„Jeden Tag ein reines Hemd“

Neuerdings rüsten nun die Hemdenfabrikanten zu einer Großaktion: Sie wollen den Bundesbürger zum täglichen Hemdenwechsel animieren (Slogan: „Jeden Tag ein reines Hemd“). Außerdem hoffen die Hemdenfabrikanten ihren Umsatz dadurch zu steigern, daß sie mehr Modehemden mit jahreszeitlichem Pfiff in Massenfertigung herausbringen. Wer auf sich hält, wird bald nicht mehr nur „Universal-Oberhemden“ tragen — so spekulieren jedenfalls die Werbespezialisten der Hemdenindustrie —, sondern modische Frühlings-, Sommer-, Herbst- und Winterhemden.

Über weitere Hemden-Tricks berieten die Fabrikanten während der Tagung des „Fachverbandes der Wäsche- und weiblichen Berufsbekleidungs-Industrie“ Ende Juni in Wertheim am Main. Die kleinen Firmen halten sich jedoch sehr zurück, da sie sich das Risiko von Fehlspekulationen nicht leisten können.

Dem Präsidium der Bank deutscher Länder (BdL) will die von Erhard angeregte Verbrauchswerbung überhaupt nicht gefallen. Mit einem Seitenhieb auf den konsumfreudigen Minister hieß es in dem neuesten Monatsbericht der Bank: „Es besteht nicht einmal in diesem Bereich (Textilsektor), geschweige denn bei den langlebigen Konsumgütern, die zum großen Teil in den sogenannten Investitionsgüter-Industrien hergestellt werden, Anlaß zu verbrauchsfördernden Maßnahmen.“

Das Präsidium der Bank deutscher Länder möchte nämlich unbedingt verhindern, daß eine künstlich gesteigerte Kauflust den Sparsinn** der Bundesbürger mindert, die im vergangenen Jahr 5,476 Milliarden Mark zu den Kreditinstituten trugen. Außerdem verfolgte die Bank deutscher Länder mit Besorgnis „den überproportionalen Anstieg der Teilzahlungskredite“, der bald nach Erhards spontaner Verbrauchspropaganda einsetzte. Die meisten der künstlich forcierten Käufe sind nämlich Abzahlungsgeschäfte.

* Das imponierte sogar dem Ausland, so daß die westdeutschen Hutfabrikanten 1954 2 013 936 Hüte im Werte von 7,19 Millionen Mark — gegenüber 1 376 002 Stück im Werte von 5,7 Millionen Mark im Jahre 1953 — exportieren konnten.

** Insgesamt beläuft sich das Sparvolumen der Bundesrepublik auf 18,665 Milliarden Mark.



So geht's —
der Gepflegte gewinnt,

und wer sich mit Mouson
Lavendel pflegt, gewinnt
bestimmt — an Selbstver-
trauen und an Ansehen.

Für die gute Rasur
alles von MOUSON:

Rasierseife mit Fuß	1,50 DM
Rasierseife mit Hülse	1,75 DM
Rasierseife in Holznapf	4,50 DM
für 10 Monate ausreichend	
Ersatzstück dazu	3,— DM
Rasiercreme	1,50 DM

Alles mit dem köstlich frischen Duft
des Postkutschen-Lavendels



Mouson Lavendel
Mit der Postkutsche

Nach der Rasur nährt und entspannt die Haut
MOUSON LAVENDEL RASIERWASSER
mit dem hautverwandten Wirkstoff „Phosphes“

MOUSON-Erzeugnisse sind auch in Österreich, der Schweiz, den Beneluxstaaten, Skandinavien und in etwa 60 anderen Ländern der Welt in **Originalqualität** zu haben.