

ABZEICHEN

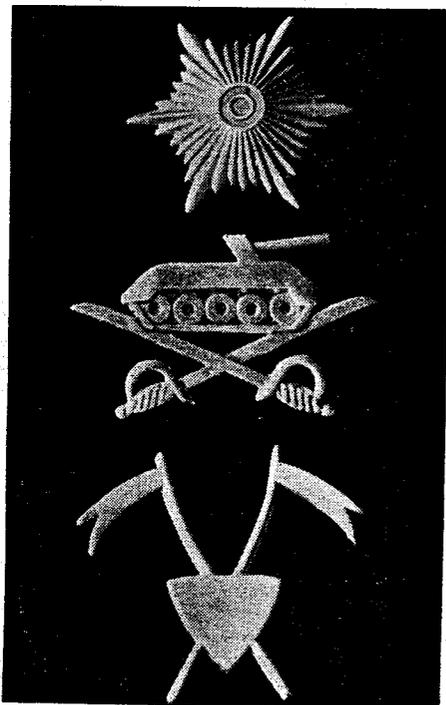
Preußische Symbolik

Die ersten Stabsoffiziere der deutschen Bundeswehr werden sehr bald ihre Uniformen zum Schneider bringen müssen, um ihre Schulterklappen ändern zu lassen. Die Eichenlaubblätter nachgebildeten Rangabzeichen, die sie zur Zeit noch auf den Schulterklappen tragen, sollen auf Wunsch höchster Stellen wieder geändert werden*, da sie dem Schönheitsideal der Armeeschöpfer nicht genügen.

Die bisherige langgestreckte Stilisierung des Eichenlaubes soll durch eine kurvenreichere Form abgelöst werden, die von der Starfirma unter den Entwicklungsbetrieben der westdeutschen Abzeichenfabrikanten — der Lüdenscheider Firma F. W. Aßmann & Söhne — hergestellt worden ist. Zur Zeit wird dieses neue Produkt in Bonn begutachtet. Die Firma hat sich auf diesem zukunftssträchtigen Entwicklungsgebiet in den vergangenen Wochen und Monaten schon wiederholt eigen-schöpferisch betätigt und dabei einen Vorsprung gewonnen, den die übrige Branche dem geschäftstüchtigen Firmenchef Hans Aßmann, der früher selbst einmal die Majorsschulterstücke trug, neidet. Aßmann mußte sogar für die Generale Speidel und Heusinger den phantasievollen Mützen-schmuck herstellen.

Während des zweiten Weltkrieges produzierte die Firma Aßmann & Söhne jeden Monat 30 000 Gros (1 Gros = 144 Stück) Knöpfe für die großdeutsche Wehrmacht. Erinnert sich Aßmann: „Das war wirklich noch ein Geschäft.“ Um eines Tages auf eine ähnliche Hochkonjunktur hoffen zu können, nahm der Firmenchef auch manche unbequeme Anforderung in Kauf, die das Beschaffungsamt des Bundesverteidigungsministeriums an ihn stellte.

Aßmann mußte nämlich nicht nur Uniformknöpfe und Rangabzeichen, sondern auch die Waffengattungseembleme entwickeln, die jeder Bundeswehrmann am Rockkragen tragen soll. Die prominenten Gutachter prüften sehr kritisch die vorgelegten Muster, so daß Aßmann 25 Prototypen in die Schrottkiste werfen mußte. Schärfste



Imitiertes Gardestern (o.)
Die anderen Embleme wurden abgelehnt

Kritik übte der Bundespräsident, der zum Beispiel ein Emblem für die Aufklärungstruppe, das mit zwei gekreuzten Lanzen versehen war, mit der realistischen Feststellung ablehnte: „Das gibt es doch gar nicht mehr. Wer zieht denn noch mit Ulanenlanzen in den Krieg?“

Auch ein Miniaturpanzer auf zwei gekreuzten Degen — als Abzeichen für die Panzergrenadiere — wurde von Bundespräsident Heuss zur Strecke gebracht („Seit wann fahren Panzer über Schwerter?“).

Einmütig akzeptiert wurde lediglich der Entwurf eines Kragenabzeichens für die künftige Militärpolizei, das — allerdings nicht ganz stilecht — an den alten preußischen Gardestern erinnern soll. Kommentiert Aßmanns eifrigster Mitarbeiter, der Major im Generalstab außer Diensten Helmut Tewaag, 41, der sich vor seiner Tätigkeit in der wieder lukrativ gewordenen Metallkurzwaren-Industrie als politischer Referent des früheren CDU-Fraktionschefs und jetzigen Außenministers Heinrich von Brentano betätigte: „In dieser Symbolik liegt doch was drin.“

UNIFORM-KNOPPE

Geheime Beschaffungssache

In der Lüdenscheider Metallwarenindustrie ist ein heftiger Streit darüber entbrannt, welche Firmen in Zukunft einen begehrten Massenartikel herstellen dürfen, den die westdeutsche Bundeswehr ebenso dringend braucht wie Kommissbrot — Uniformknöpfe.

Schon seit Jahren wartete die hauptsächlich im Sauerland ansässige Branche der sogenannten Metallkurzwaren-Hersteller auf den glücklichen Augenblick, an dem sie ihre Stenzen und Pressen wieder für den neuen Zauber der Montur in Bewegung setzen könnten. Viele kleine Fabrikanten belagerten schon vorzeitig das Beschaffungsamt des Verteidigungsministeriums in Koblenz.

Da der Geschäftsführer des Fachverbandes Metallkurzwaren, Benno Keulen, 43, voraussah, daß sich die Knopf- und Abzeichenhersteller seines Verbandes sehr bald bei diesem Wettlauf nach Koblenz in die Haare geraten würden, reiste Keulen schon im Februar dieses Jahres zum Deutschen Eck, um Theodor Blanks Beschaffungsreferenten einen Vermittlungsvorschlag zu unterbreiten. Die acht leistungsfähigsten Fabrikanten der Branche — so schlug Geschäftsführer Keulen vor — sollten damit beauftragt werden, im edlen Wettstreit die neuen Uniformknöpfe und Abzeichen zu entwickeln, das Beschaffungsamt könne dann das geeignetste Modell aussuchen und es allen interessierten Fabrikanten zugänglich machen. So sei dann garantiert, daß jeder Hersteller später im freien Wettbewerb den genormten bundesdeutschen Uniformknopf herstellen und an die Uniformfabriken liefern könne.

Die Referenten erklärten sich mit diesem Vorschlag einverstanden, beauftragten aber dennoch nur die Firma F. W. Aßmann & Söhne in Lüdenscheid mit der Entwicklung der Uniformknöpfe für Heer, Luftwaffe und Marine, worüber sich die übrigen Fabrikanten auf einer Sondersitzung im Lüdenscheider Bürgerlokal „Zum Rollmops“ bitter beklagten.

Warum diese Firma den Entwicklungsauftrag bekam, kann Verbandsgeschäftsführer Keulen nur vermuten: „Auf Grund von Beziehungen, die der Firmenchef und

* Zur Kennzeichnung der Rangklasse (Stabs-offiziere) befindet sich an der unteren Kante der Schulterklappen ein Eichenlaubstreifen aus Gelbmetall; darüber sind zur Kennzeichnung des Dienstgrades Sterne (Major ein Stern, Oberstleutnant zwei, Oberst drei Sterne) angebracht.



Militäreffekten-Hersteller Aßmann
„Der punktmatt gekörnte Metallsplintknopf ...“

ehemalige Major Hans Aßmann zur Nato hat.“ Am meisten ärgerte sich ein anderer ehemaliger Reserveoffizier, Knopffabrikant Wilhelm Schulte, 57, der es allerdings nur bis zum Hauptmann gebracht hatte, über die bevorzugte Behandlung der Firma Aßmann & Söhne, die sich für die neue Uniformeffekten-Konjunktur einen ehemaligen Oberst als Spezialisten engagierte.

Fabrikant Schulte, Inhaber der Firma Gebr. Gloerfeld KG in Lüdenscheid, wandte sich vergeblich an die Beschaffungsstelle in Koblenz mit der Bitte, ihm einen genehmigten Uniformknopf zu überlassen, damit auch er zur rechten Zeit seine Stanzmaschine auf die genormte Größe einstellen könne. Der zuständige Referent ließ den Fabrikanten wissen, daß die gesamte Angelegenheit Bekleidung und Ausrüstung „geheim ist und deshalb nicht offenbart werden kann.“

Noch am 3. November — also wenige Tage bevor die ersten 101 neuen Soldaten eingekleidet wurden — lehnte Ministerialdirektor Voigt einen weiteren Antrag des Fabrikanten Schulte mit dem Bemerkens ab: „Leider sind die Arbeiten bisher auch heute noch nicht abgeschlossen, so daß ich Ihnen weder die technischen Lieferbedingungen noch Muster übersenden kann.“

Da zögerte Schulte nicht länger und schrieb nun Bundesverteidigungsminister Blank einen geharnischten Brief, in dem er auch im Namen anderer zu kurz gekommener Fabrikanten darauf hinwies:

„Wenn die Ausrüstungsvorgänge tatsächlich ‚geheim‘ sind, dann müssen Sie, Herr Verteidigungsminister, Ihren Sachbearbeiter wegen Verstoßes gegen die Geheimhaltungsvorschriften der Staatsanwaltschaft übergeben, weil er in der Auswahl der Geheimnisträger grob fahrlässig gehandelt hat, indem er einen Unternehmer zur Entwicklungsfirma bestimmt hat, der doppelte Staatsangehörigkeit besitzt (Firmenchef Hans Aßmann ist auch noch Österreicher) und der also im Zweifel sein muß, welchem Staat er zur Geheimhaltung und welchem Staat er zur Offenbarung des Geheimnisses verpflichtet ist.“

„Wenn aber die Ausrüstungsgegenstände nicht ‚geheim‘ sein sollten, dann ist es ein

verabscheuungswürdiger Vorgang, wenn den Entwicklungsfirmen ein Vorsprung unter dem Vorwand des Geheimnisses gegeben worden ist. Die Geheimhaltung von Uniformknöpfen und -abzeichen aber ist an sich schon so absurd in einer Zeit, in der die Großen Vier die Auf- und Abrüstung und die Grundlagen der Atomforschung diskutieren und offenbaren ließen.“

Durch die Begünstigung einer Firma habe Blank einen wichtigen Grundsatz des Bundeswirtschaftsministers Erhard durchbrochen. Wenn man mit großen Rüstungsobjekten genauso verfahren werde, dann sei man auf dem besten Wege, Monopole für eine Reihe begünstigter Firmen zu schaffen. Blank hat diese Beschwerde bisher noch nicht beantwortet.

Um den zornigen Fabrikanten zu beruhigen, unternahm inzwischen der Geschäftsführer des Fachverbandes der Metallkurzwaren-Hersteller, Keulen, noch einmal den Versuch, dem Wilhelm Schulte einen amtlich lizenzierten Uniformknopf auf dem Verbandsweg zu verschaffen. Er besorgte sich von der Quelle der Entwicklung, der Firma Aßmann & Söhne, die technische Beschreibung des Knopfes, in der es heißt: „Der Knopf ist ein leichtgewölbter, punktmatt gekörnter... Metallsplintknopf. Er besteht aus vier Teilen: 1. dem Oberteil (Knopfschale), 2. dem Boden (Knopfdeckel), 3. der Einlage (Pappe), 4. dem Splint.“

Damit kann Fabrikant Schulte auch nichts anfangen. Nachdem er zunächst einen Detektiv bemühen wollte, hat er sich jetzt einen anderen Weg überlegt, um an den genormten Bundeseinheitsknopf zu kommen. Sagt Schulte ironisch: „Ich fahre demnächst in eine neue Garnisonstadt und gehe abends in ein Kino. Dann werde ich in der Dunkelheit einem Soldaten den langgesuchten Knopf abschneiden, um nach diesem Muster endlich selbst Uniformknöpfe herstellen zu können.“

HANDEL

BEZIEHUNGS-KÄUFE

Bei üblichem Rabatt

In den ersten Tagen des Weihnachtsmonats Dezember bekamen Tausende von Handelsbetrieben der Bundesrepublik mit der Post Rundschreiben ins Haus, in denen die Landesverbände des westdeutschen Einzelhandels Wachsamkeit gegenüber jenen „Käufern mit guten Beziehungen“ forderten, die ihre Weihnachtseinkäufe nicht in den lichterglänzenden Ladenstraßen tätigen, sondern heimlich in den Büros der Großhandlungen oder direkt ab Fabrik.

Neueste Untersuchungen haben nämlich gezeigt, daß in diesem Jahr während der Weihnachtssaison mehr als jemals zuvor Haushaltswaren aller Art — besonders aber Radioapparate, Kühlschränke und Fernsehgeräte — unter Umgehung des Einzelhandels gekauft werden. Pfliffige Konsumenten erzielen bei Beziehungskäufen Abschläge zwischen 10 und 33 Prozent der Ladenpreise.

In den Verbandsbüros der Einzelhändler gehen täglich Meldungen darüber ein, daß sich diese Art einzukaufen allmählich zu einem Sondermarkt in der westdeutschen Volkswirtschaft auswächst. So wurde aus Mainz berichtet, daß von 2000 dort verkauften Fernsehgeräten nur etwa 1000 zum vollen Preis im Laden gekauft worden sind. Aus Nordrhein-Westfalen kam die Bestätigung dafür, daß im Industriegebiet bereits ein Drittel aller

Haushaltartikel nicht in Ladengeschäften beschafft werden. Und der am meisten betroffene Deutsche Radio- und Fernseh-Fachverband in Köln gab bekannt, der Absatz von Rundfunkgeräten, der noch 1950 zu nahezu 100 Prozent des Inlandsverkaufs über die Läden des Einzelhandels lief, nehme diesen Weg nur noch zu 79 Prozent.

Zwei verschiedene Käufergruppen sind es, die dank ihrer guten Beziehungen einen profitablen Haken um die Läden schlagen:

- ▷ Angehörige mittlerer oder großer Industrie-Betriebe, denen ihre Firma zu billigen Einkäufen verhilft, und
- ▷ Käufer, die auf Grund persönlicher Beziehungen bei Fabrikanten oder Groß-



Verhinderter Knopffabrikant Schulte
... besteht aus vier Teilen“

händlern zu mehr oder weniger ermäßigten Preisen Ware beziehen.

Westdeutschlands Laden-Kaufleute hatten noch vor zwei Jahren geglaubt, über die erste dieser beiden Gruppen einen entscheidenden Sieg errungen zu haben. Der von ihr geübte Sammeleinkauf über den Betrieb war vor und kurz nach der Währungsreform allgemein verbreitet gewesen, weil die Großbetriebe damals oft nur durch Kompensationsgeschäfte mit ihren eigenen Erzeugnissen für ihre darbenenden Arbeitnehmer Lebensmittel und Hausratswaren beschaffen konnten.

Auf den scharfen Protest des Einzelhandels jedoch, der jene Umsätze in den eigenen Büchern zu registrieren wünschte, wurde dieser Werks- und Behördenhandel eingestellt. In den Amtsstuben des Bundes und der Länder erging ein regelrechtes Verbot für derartige Käufe, und der Bundesverband der Industrie richtete an seine Mitglieder einen dringlichen Appell, den Warenhandel in den Firmen abzuschaffen.

Aber der Burgfriede dauerte nicht lange. Die Einzelhändler mußten nach einiger Zeit feststellen, daß lediglich das bisherige System, derartige Beziehungskäufe abzuwickeln, abgeschafft worden war, nicht

aber der Rabattverkauf an Betriebsangehörige überhaupt. Die Einkäufer und Betriebsräte mancher Firmen hatten vielmehr einen neuen Dreh gefunden, um den Reallohn ihrer Angestellten und Arbeiter zu erhöhen, ohne daß das Lohnkonto des Unternehmens dadurch belastet wurde.

Sie kauften nicht mehr selbst für ihre Belegschaften ein, sondern schickten ihre Arbeitskollegen in Massen zu den Großhändlern. Gegen Vorlage einer vom Betrieb ausgestellten Bescheinigung konnte jeder Arbeitnehmer bei befreundeten Großhändlern der Firma mit Rabattsätzen von 10, 20 und 25 Prozent einkaufen. Großbetriebe ließen sogar solche Bescheinigungen vordrucken. Mit einem Firmenstempel versehen, bedeuteten sie dem betreffenden Grossisten, der Überbringer dieser Bescheinigung sei gegen sofortige Bezahlung berechtigt, soundsoviel Stück der gewünschten Ware, bei „üblichem Rabatt“, abzuholen.

Tausende von Rabatt heischenden Firmenbescheinigungen kursieren in allen Teilen der Bundesrepublik. Einige davon gerieten schließlich in die Verbandsbüros der Ladenbesitzer. So mußte beispielsweise der Einzelhandelsverband in Bayern erfahren, daß auf Grund einer solchen Bescheinigung die Münchner Elektro-Großhandlung Fröschl einem Arbeiter der Baufirma Heilmann & Littmann einen Radio-Apparat um 20 Prozent unter Ladenpreis verkaufte. Und der Verbands-Geschäftsführer in Dortmund konnte auf einer ihm zugespielten Quittungskopie lesen, daß ein Belegschaftsmitglied des Schweiß- und Röhrenwerks W. Reppel eine Schallplatte von Tschai-kowskij „Capriccio italien“ mit 25 Prozent Preisabschlag erstehen konnte.

„Kulanzgeschäfte dieser Art“

Die Dortmunder Einzelhändler schlossen scharf, es sei wohl auch in den fortschrittlichsten deutschen Röhrenwerken kaum üblich, Schweißbrenner-Arbeiten zu den Klängen Tschai-kowskij auszuführen. Sie gingen den Spuren nach und hatten bald drei Grossisten der Elektro-Branche erwischt, gegen die Klage wegen derartiger Rabattverkäufe erhoben werden konnte. Die attackierten Großhändler rechtfertigten sich mit der Erklärung, Kulanzgeschäfte dieser Art habe es im Elektro-Handel schon immer gegeben. Im Laufe der Zeit wurde die Frage, wann eine Belieferung zum Vorzugspreis einen Freundschaftsdienst und wann sie schon eine strafbare Handlung darstellt, zum Gegenstand heftiger Gutachter-Fehden der beiden Handelsstufen. Denn das Wettbewerbs- und das Rabattgesetz enthalten keine klaren Verbotbestimmungen für die auf mancherlei Art getarnten Beziehungs-Geschäfte.

Die Entdeckungen der Einzelhändler bestätigten eine vom Institut für Handelsforschung an der Universität Köln durchgeführte Haushaltsbefragung. Sie hatte ergeben, daß beispielsweise in Köln langlebige Haushaltsgüter bereits zu 37 Prozent auf Grund irgendwelcher Beziehungen außerhalb der Einzelhandelsgeschäfte gekauft werden (siehe Graphik). Und die Zahl dieser Käufe zeigt eine steigende Tendenz.

Dabei geht der billige Einkauf auf Grund persönlicher Beziehungen zu Großhändlern oder Fabrikanten zahlenmäßig sogar noch über den Belegschaftshandel hinaus. Nach Meinung der Kölner Verbandsexperten vom Radio- und Fernsehhandel ist der Einkauf unter Ladenpreis „ein regelrechter Sport“ geworden. Der Zorn des Einzelhandels richtet sich weniger gegen die Käufer selbst als gegen jene Großhändler und Fabrikanten, die trotz ständiger Er-