

die Zentrale „ein schwerer Klotz am Bein“.

Im vergangenen Jahr liefen bei Alfa-sud 82 000 Autos vom Band. Die Fabrik, klagt Firmenchef Cortesi, könnte aber leicht 120 000 Wagen produzieren und verkaufen — wenn ihre 16 000 Beschäftigten nicht soviel streiken und blaumachen würden. „Man muß sich fragen“, maulte Präsident Cortesi, „ob das nicht Raub der Arbeiterschaft zulasten anderer Arbeiter ist.“

Während der Übertragungen von der Fußball-Weltmeisterschaft 1974 feierte fast jeder zweite Alfa-Werker krank, während der Spiele der italienischen Nationalmannschaft oder des Endspiels mußte der Betrieb gar total stillgelegt werden. Im Schnitt fehlen gut 22 Prozent der Alfa-Belegschaft. Durchschnittlich siebenmal pro Tag gestreikt. Cortesi Ende Juni: „Eine unerträgliche Situation.“

Schuld an den teuren Mißständen sind nach Ansicht der Gewerkschafter vor allem die Planer der Fabrik und das Alfa-Management. Mehrere Produktionsanlagen und Arbeitsgänge in Pomigliano d'Arco behauptet die Metall-Dachgewerkschaft FJM, seien falsch angelegt. Die Folge: Engpässe in der Produktion, Spannungen in der Belegschaft — und Mängel an den neuen Autos, die nicht selten so schlecht lackiert sind, daß sie, kaum ausgeliefert, zu rosten beginnen.

Die Reklamationen aufgebracht Kunden aber kosten den Staatsbetrieb noch einmal etliche Millionen Mark im Jahr.

„Da sitzen die wahren Übel von Alfasud“, klagt FJM-Funktionär Giorgio Zilli. „Gestreikt wird doch meist gegen miese Arbeitsbedingungen — und warum auch nicht?“ So streikten die Arbeiter in einer überhitzten Werkshalle fünf Stunden lang, bis der Vorarbeiter endlich ein Fenster öffnete. Zilli vergangene Woche: „Sündenböcke für die Mißstände bei Alfasud sollte Signor Cortesi gefälligst unter den Direktoren und Abteilungsleitern, nicht bei den Leuten am Fließband suchen.“

Die Staatsmanager hingegen verweisen auf die ständigen Agitationsversuche der zumeist kommunistischen Gewerkschaftsfunktionäre, die sich nahtlos in die Kampagne der italienischen KP gegen die zumeist mit der christdemokratischen Regierungspartei verfilzten Bosse der „industria statale“ einfügten.

Der unwiderstehliche Hang neapolitanischer Arbeiter zum dolce farniente hätte — zumal in einer sicheren Staats-Stellung — Alfasud zu einem kaum noch zu führenden Unternehmen gemacht.

„Ein richtiges Wunder“, räsonierte Kfz-Meister Carlo Scotti in Pomigliano, „daß hier trotz aller Konfusion überhaupt noch so viele einwandfreie Alfas vom Band rollen.“

## KONZERNE

### Krummes Geschäft

**Mit rigorosen Methoden hat der US-Bananenkonzern United Brands den europäischen Markt erobert. Droht nun eine Geldstrafe?**

Die Herren des mächtigen Bananen-Konzerns United Brands Company (Marke: „Chiquita“) in New York schauten auf die Karte Europas und fanden Grund zur Verstimmung.

Die Konzernmächtingen ärgerte, daß ihr Marktanteil in Irland bei nur drei Prozent dahinkümmerte. In Dänemark wiederum hatte sich die Firma Th. Olesen, die die Früchte der Amerikaner seit über 50 Jahren verkaufte, zu eng mit der Konkurrenz eingelassen.



United-Brands-Produkt Chiquita: Stellung mißbraucht?

Die New Yorker Bosse gedachten, ein Exempel zu statuieren. Für sie waren die Eroberung des irländischen Marktes und die Disziplinierung des dänischen Händlers nur eine Frage der Zeit.

Zunächst nahm United Brands Olesen in die Zange. Denn der Däne verkaufte seit 1969 nicht nur Chiquita-Bananen, sondern auch die Produkte des US-Konkurrenten Castle & Cooke. Zur Strafe drosselte United Brands systematisch die Lieferungen an Olesen — erst um 20 Prozent, schließlich sogar um die Hälfte.

Olesen konnte immer weniger seine Reifungsanlagen ausnutzen. Kunden sprangen ab, als er Aufträge nicht erfüllen konnte. Am 20. Februar 1974 beschwerte sich der Däne bei der Brüsseler EG-Kommission.

Wenige Wochen später flatterte den Wettbewerbshütern in der Europazentrale ein weiterer Beschwerdebrief ins Haus. Diesmal beklagten sich irische Bananenimporteure über das rüde Marktverhalten der United-Brands-Manager.

Die Brüsseler ermittelten gegen den multinationalen Riesen. Bald fanden sie nach den Worten von Willy Schlieder, Generaldirektor der Abteilung Wettbewerb, heraus, daß der Handel mit den Bananen „ein krummes Geschäft war“.

Nach Ansicht der EG-Rechercheure hatte der Konzern, der 40 Prozent des Bananengeschäfts in der Neunergemeinschaft kontrolliert, einen rigorosen Verdrängungswettbewerb betrieben und so seine überlegene Marktstellung mißbraucht.

Seit 1971, ermittelten die Brüsseler Wettbewerbshüter, hatte der US-Multi seine Händler in der Bundesrepublik, Belgien, Luxemburg und den Niederlanden derart unter Kontrolle, daß die Preise für Bananen in diesen Ländern ungerechtfertigt stark voneinander abwichen — obwohl alle United-Brands-Händler ihre Bananen über Rotterdam bezogen.

Die irische Konkurrenz etwa, die seit Jahren den Bananenbedarf der Insel deckt, wurde von den Amerikanern mit Dumpingpreisen angegriffen. So lagen die Preise in Irland zeitweilig bis zu 58 Prozent unter den Preisen, die United

Brands in Dänemark vorschrieb. Ergebnis: bis Ende 1974 hatten Chiquita-Bananen ihren Marktanteil auf der Insel von 3 auf 30 Prozent erhöht.

Über Erfahrung, Mittel und Macht, Märkte zu erobern und Konkurrenten aus dem Geschäft zu steuern, verfügt der Konzern schon seit Jahrzehnten. Die Gesellschaft hatte sich 1970 mit der US-Firma AMK Corporation zusammengenommen und die Gelegenheit genutzt, ihren lädierten Namen United Fruit durch die neue Firma United Brands zu ersetzen. Besonders in Lateinamerika war United Fruit längst zum Synonym für rücksichtslosen Wirtschaftsimperalismus geworden.

Nach dem Zusammenschluß mit AMK war United Fruit nicht nur den schlechten Namen los, die Gesellschaft hatte nun auch andere Interessen als Südfrüchte. United Brands handelt mit

Sojabohnen, Palmöl, Reis und Blumen. Sie ist einer der wichtigsten Fleischproduzenten, handelt mit Chemikalien, Kunststoff, Verpackungsgütern, hat Interessen im Transport- und Fernmeldewesen.

Die Bananen machten bald nur noch knapp 20 Prozent des gesamten Konzernumsatzes (1974: etwa 2,2 Milliarden Dollar) aus — doch immer noch genug für United Brands, um der Welt größter Bananenlieferant zu bleiben.

United Brands besitzt über 30 000 Hektar Bananenplantagen, verkauft jedes Jahr 100 Millionen Kartons, mit insgesamt zwei Millionen Tonnen Bananen. Das sind rund 30 Prozent der Weltbananenproduktion. Über 60 000 Menschen stehen im Dienst des Konzerns. Er verfügt über die größte Bananenschiff-Flotte der Welt. Zudem ist mit dem amerikanischen Multi der mächtigste Gefrierschiffreeder — die Stockholmer Salén-Gruppe — verbunden.

Fast überall in der Welt, wo Bananen reifen, verdient auch United Brands: in Kolumbien, Costa Rica, der Dominikanischen Republik, Panama und Honduras.

In Honduras waren United-Brands-Strategen erst unlängst wieder im alten Firmenstil aktiv. Die Washingtoner Börsenaufsichtsbehörde SEC beschuldigte vor gut zwei Monaten den Konzern, einen hohen Regierungsvertreter des mittelamerikanischen Staates mit 1,25 Millionen Dollar bestochen zu haben, damit er für eine Halbierung der Exportsteuer Sorge.

Auch in Europa waren für insgesamt 750 000 Dollar Regierungsbeamte gekauft worden. Denn das Geschäft mit dem alten Kontinent war für den Konzern immer lukrativer geworden, besonders, seit der Konzern die beiden Arten „Gros Michel“ und „Cavendish“ kreuzte und erstmals die gebogene Frucht mit einem Markennamen aufwertete; es entstand die „Chiquita“-Banane.

Eine gewaltige Flotte aus Bananendampfern und Kühlschiffen entlädt ihre Fracht hauptsächlich in Rotterdam und Bremerhaven. Hier übernehmen Vertriebsgesellschaften die Verteilung in den einzelnen Ländern.

In der Bundesrepublik verteilt die Scipio-Gruppe die Konzernbananen so erfolgreich, daß die Gruppe mittlerweile einen Marktanteil von 35 Prozent hält. Mit Hilfe weiterer Zwischenhändler liefert United Brands sogar 45 Prozent aller in Westdeutschland gekauften Bananen.

Die Wettbewerbshüter der Europäischen Kommission in Brüssel sind sicher, daß der US-Konzern seine beherrschende Marktstellung mißbraucht und damit gegen Artikel 86 der EG-Verträge verstoßen hat. Sollte United Brands seine Praktiken beibehalten, droht dem Konzern eine Geldbuße. Höchstes Strafmaß: zehn Prozent des Jahresumsatzes.

## MINDERHEITEN

### Riechen nach Wasser

**Die Falascha, ein Stamm schwarzer Juden aus Äthiopien, möchten nach Israel auswandern.**

Sie sind bronzebraun, krausköpfig und hochgewachsen wie ihre Nachbarn. Sie sprechen amharisch wie die meisten Äthiopier; wie die Leute auf dem Lande bauen sie ihre Tukulus (Rundhütten) aus Ästen und Lehm.

Einige ihrer Häuser aber ziert ein sechszackiger Davidstern. Und am Samstag, dem Sabbat, treffen sie sich, um auf hebräisch oder im altäthiopischen Geez zu beten: Eine geheimnisumwitterte Minderheit, der ihre Umwelt den Namen „Falascha“ — Ver-

Die Falascha bestehen seit drei Jahrtausenden darauf, zu den verschollenen Stämmen Dan und Juda zu gehören, und wahren seitdem peinlichst ein eigenständiges Judentum. Sie waren einst angesehene Kaufleute wie gefürchtete Krieger und hatten vermutlich sogar eine Zeitlang das voräthiopische Kaiserreich Axum beherrscht.

Um sich der schwarzen Juden zu entledigen, ließ 1862 Äthiopiens Kaiser Theodor II. durch einen Propheten die Kunde verbreiten, der Messias sei in Jerusalem erschienen. Die gesamte Glaubensgemeinschaft zog daraufhin Hunderte Kilometer zum Roten Meer, überzeugt, Gott werde die See wie zuvor für Moses teilen. Sie wurden enttäuscht. Bei der Rückkehr blieb ein Drittel der Pilger auf der Strecke.

In diesem Jahrhundert fristete der Rest des Falascha-Volkes als Pächter



Falascha-Kinder in Äthiopien\*: Meilenweit für koscheres Essen

triebene — gab, die sich selbst aber als „Bieta Israel“ — Haus Israel — sieht.

Im Nordwesten Äthiopiens leben rund 20 000 schwarze Juden. Von ihren Mitbürgern bedrängt und von den Israelis bislang nicht als rechtmäßige Glaubensbrüder anerkannt, drohte das Volk der Falascha unterzugehen. Kürzlich aber beschlossen Jerusalems staatliche Instanzen, Israels Rückkehrergesetz grundsätzlich auch auf die Schwarzen aus Äthiopien anzuwenden.

Der gewerkschaftseigene Industriekonzern „Koor“ sicherte allen künftigen Ankömmlingen aus Afrika Arbeit und Hilfe bei der sozialen Eingliederung zu. Ein Falascha-Hilfs-Komitee wirbt für die Heimkehr der Negerjuden. Und wenn die in Addis Abeba herrschenden Offiziere ihre Einwilligung geben sollten, könnte der Judenstaat in den nächsten Monaten mit einigen tausend Neueinwanderern rechnen.

\* Beim Hebräisch-Unterricht.

äthiopischer Großgrundbesitzer ein dürftiges Dasein. Mit einem durchschnittlichen Jahreseinkommen von vierzig Dollar verdienten die Falascha noch weniger als die restliche Bevölkerung. Ein 1966 von Haile Selassie befürworteter Neuansiedlungsversuch unweit der sudanesischen Grenze, für den US-Juden und Israel Traktoren stifteten, scheiterte. Denn nachdem Khar-tum gegen die „zionistische Verschwörung“ polemisiert hatte, brandschatzten Terrortruppen die neuen Dörfer.

Im Gebiet von Gondar beackern die Falascha weiter ihre kargen Felder mit Holzpflügen und zahlen bis zu 75 Prozent vom Ernteerlös als Pachtgebühren. Ihre Frauen flechten Körbe oder formen Tonvasen. Aus mehreren Dörfern wurden die Falascha in den letzten Jahren verjagt, weil christliche Nachbarn ihre „Buda“, böse Blicke, fürchteten.

Die Falascha achten penibel auf körperliche Reinheit, isolieren die