

VOLKSWAGENWERK

Fehlschläge in Amerika

Bald nach einer seiner letzten Sitzungen wurde der Aufsichtsrat des Volkswagenwerkes durch eine Hiobsbotschaft aus den Vereinigten Staaten alarmiert. Der Verband der amerikanischen Importwagenhändler (National Imported Car Dealers' Association) hatte während einer Mitgliederversammlung im New-Yorker Hotel Edison zu Kampfmaßnahmen aufgerufen, um den jüngsten Plan des einflussreichen Volkswagen-Generaldirektors Dr.-Ing. e. h. Heinz Nordhoff zu durchkreuzen.

Wie der amerikanische Verbandspräsident bekanntgab, will das Volkswagenwerk nur noch solchen Händlern Fahrzeuge liefern, die keine anderen Marken vertreiben. Von dieser Einschränkung verspricht sich Generaldirektor Nordhoff offenbar größere Verkaufserfolge; denn Händler, die durch Exklusiv-Verträge an eine Firma gebunden sind, werden diese Firma aktiver vertreten, weil sie nicht auf andere Marken ausweichen können. Wegen der geringen Vorliebe der Amerikaner für Kleinwagen (die allenfalls als Zweitwagen der Familie gekauft werden) wollen die amerikanischen Händler aber die Exklusiv-Klausel nicht annehmen.

So erschütterte nun der Protest der Händler auch den Ausweichplan, den Nordhoff sich zurechtgelegt hatte, nachdem er mit einem anderen, weit großzügigeren Vorhaben vor einigen Monaten Schiffbruch erlitten hatte. Nordhoff hatte im vergangenen September in New Brunswick im nordamerikanischen Bundesstaat New Jersey eine große Fabrikhalle erworben, die als VW-Zweigwerk ausgebaut werden sollte. Inzwischen hat der Bürgermeister von New Brunswick das zuversichtlich am Wasserturm der Stadt angebrachte überdimensionierte VW-Emblem wieder entfernen müssen, denn dem Wolfsburger Volkswagen-Chef waren plötzlich Bedenken gekommen. Er hatte reichlich spät entdeckt, daß er bei der Rentabilitätsberechnung für das amerikanische Zweigwerk von falschen Voraussetzungen ausgegangen war.

Der Rechenfehler betraf in erster Linie die stark angestiegenen Blechpreise; außerdem hatte Nordhoff zu spät bedacht, daß er sich auch den Forderungen der amerikanischen Automobilarbeiter-Gewerkschaft unterwerfen mußte, die von ihm verlangte — ähnlich wie bei Ford und General Motors in Detroit —, den garantierten Jahreslohn und die 35-Stunden-Woche einzuführen.

Unter diesen Auspizien, so errechnete man schließlich in der Geschäftsleitung des Wolfsburger Volkswagenwerkes, würde sich die Kraftfahrzeugproduktion in Amerika nur lohnen, wenn täglich 1000 Wagen vom Band liefen und jährlich mindestens 100 000 Fahrzeuge in den Vereinigten Staaten verkauft werden könnten. Für den übrigen Teil der Produktion hätte man nach Kunden in anderen Ländern des amerikanischen Kontinents suchen müssen.

Das Risiko eines solchen Unternehmens wollte die Geschäftsleitung aber nicht eingehen, so daß Nordhoff die Werkhalle in New Brunswick — angeblich mit 225 000 Dollar Gewinn — wieder verkaufte. Dieser Gewinn ist aber in Wirklichkeit, wie der Aufsichtsrat erfuhr, nicht erzielt worden, weil die Summe von der Verkaufssteuer und der Maklerprovision aufgesogen wurde.

So endete schließlich der Amerika-Plan des Volkswagenwerk-Chefs in einer ähnlichen Sackgasse wie Nordhoffs Brasilien-Unternehmen.

In Brasilien hatte Nordhoff nämlich bereits vor zwei Jahren eine VW-Aktiengesellschaft gegründet, die den Aufbau eines großen Zweigwerkes vorantreiben sollte. Als sich dann aber in Brasilien die Wirtschaftskrise verschärfte, schrumpfte dieses Projekt auf die Errichtung eines winzigen Montagebetriebes zusammen, in dem monatlich etwa 100 Fahrzeuge aus importierten Elementen und in Brasilien hergestellten Teilen zusammengebaut werden. Durch dieses kombinierte Produktionsverfahren und die hohen Importzölle ver-



Hamburger Mampe-Fabrikant Neumann
Hundert Prozesse mit der Konkurrenz

teuert sich der Preis des brasilianischen Volkswagens auf etwa 14 300 Mark.

Nach solchen Fehlschlägen mit seinen Produktionsplänen auf dem amerikanischen Kontinent setzte Nordhoff nun seine Hoffnung auf die Belegung des Exports. Das Wolfsburger Werk möchte in diesem Jahr mindestens 60 000 Volkswagen in den Vereinigten Staaten absetzen (im vergangenen Jahr wurden in den Vereinigten Staaten 35 000 Volkswagen verkauft). Es mangelt Nordhoff aber an Druckmitteln, um ähnlich wie die amerikanischen Großfirmen auf die Händler einwirken zu können (SPIEGEL 8/56).

Die organisierten Auto-Verkäufer haben jetzt zur Bildung eines Kampffonds aufgerufen (jeder Händler soll monatlich 25 Dollar einzahlen), um Boykott-Maßnahmen zu inszenieren, falls das Volkswagenwerk sich nicht dazu entschließt, allen interessierten Händlern Volkswagen zu liefern, ohne sie gleichzeitig zu verpflichten, keine anderen Marken mehr zu verkaufen.

SPIRITUOSEN

Mampe gegen Mampe

Immer wenn abends noch jemand klingelt und Walter Aleith, Direktor der Spirituosenfabrik Carl Mampe AG Berlin, bei einem Blick durch den Türspalt einen unbekanntenen Mann an der Gartenpforte seiner Villa stehen sieht, durchzuckt ihn der Gedanke: Das ist der Detektiv von Mampe Hamburg.

Dieser Argwohn ist in Walter Aleith fest verwurzelt, seit einmal ein mysteriöser Unbekannter in der Abenddämmerung versuchte, aus ihm in einem Gespräch an der Gartenpforte abfällige Bemerkungen über seinen schärfsten Konkurrenten, den Kaufmann Benno Neumann, herauszulocken. Benno Neumann ist Inhaber der Spirituosenfabrik F. J. Mampe Hamburg. Aleith glaubt, daß Benno Neumann ihm damals einen Detektiv zugeschickt habe, um ihn mit Hilfe dieses Zeugen später wegen Beleidigung belangen zu können.

Diese seltsamen Gedankengänge des Berliner Schnapsfabrikanten Aleith werden angesichts des abgrundtiefen Mißtrauens verständlich, mit dem beide Firmen — Mampe Berlin und Mampe Hamburg — einander gegenüberstehen. Deutlicher Ausdruck dieses erbitterten Haders sind rund zwei Dutzend Streitverfahren, die seit Kriegsende zwischen beiden Firmen vor westdeutschen Gerichten ausgefochten wurden. Ein Teil dieser Verfahren lief sogar durch mehrere Instanzen. An Prozeß-, Anwalts- und Nebenkosten wurden in Sachen Mampe gegen Mampe schätzungsweise schon 100 000 Mark ausgegeben.

Dabei sind diese Nachkriegsprozesse lediglich die Fortsetzung einer Fehde, die bereits vor der Jahrhundertwende begann und seitdem zu gerichtlichen Verfahren führte, deren Zahl die Juristen beider Firmen heute nicht mehr genau feststellen können. Es handelt sich jedenfalls um etwa hundert.

Anlaß zum Zweikampf der Mampe-Firmen war eine unbestreitbar gute Sache. Als im Jahre 1831 die Cholera in Deutschland grassierte, braute der praktische Arzt und Königlich Preußische Geheime Sanitätsrat Dr. med. Carl Mampe im pommerischen Stargard aus Alkohol und heilsamen Kräutern seinen Magenschnaps „Bittere Tropfen“ zusammen. Mampes Tropfen wurden bald als Cholera-Mittel in allen Apotheken geführt. Auch gegen die Folgen reichlichen Kommißbrot-Verzehrs bewährte sich das Destillat des Sanitätsrats. Im ersten Weltkrieg wurde es vom Roten Kreuz auf mehreren Kriegsschauplätzen den deutschen Soldaten regelmäßig verabfolgt.

Die feindlichen Mampe-Firmen, die außer ihren Likören „Halb und Halb“ noch heute nach dem Originalrezept des Geheimen Sanitätsrats „Bittere Tropfen“ herstellen, wissen gar wunderliche Dinge über die Wirksamkeit des Mittels zu berichten. So soll der Großtierfänger Christoph Schulz, der in Zentralafrika den Totentanz der Baila-Neger filmte, dem deutschen Magenschnaps sogar sein Leben verdanken. Die vom Filmen wenig begeisterten Neger hatten dem Tierfänger Pflanzengift in seinen Tee gemischt, worauf er die Sprache verlor, in einem Muskelkrampf erstarrte und wie tot dalag. Erst die „Bitteren Tropfen“, von seiner Frau liebevoll eingeflößt, riefen ihn ins Diesseits zurück.

Trotz so überzeugender Qualitätsbeweise dachte Dr. Carl Mampe nicht daran, seine Erfindung geschäftlich auszunutzen. Vielmehr vermachte er noch zu Lebzeiten das Originalrezept für „Bittere Tropfen“ sei-

nen zwei Stiefbrüdern Ferdinand Johann und Carl Mampe.

Nun wollte es das Unglück, daß nicht beide Stiefbrüder gemeinsam, sondern jeder für sich eine Fabrik für „Bittere Tropfen“ errichteten: Ferdinand Johann Mampe 1835 in Stargard (Pommern) und Carl Mampe 17 Jahre später in Köslin, von wo aus er schließlich nach Berlin übersiedelte. Während die Carl Mampe AG mit Direktor Walter Aleith an der Spitze auch heute noch ihren Sitz in Berlin hat, mußte Benno Neumann, der Urenkel von Ferdinand Johann Mampe, mit seinem Betrieb nach Hamburg ausweichen, als 1945 die Russen in Stargard einrückten.

So kam es denn, daß beide Mampe-Firmen mit ihren Erzeugnissen „Bittere Tropfen“ und „Halb und Halb“ auf dem engen Markt in der Bundesrepublik hart zusammenprallten.

Im Übereifer des Absatzkampfes durchbrachen beide Parteien gelegentlich die Grenzen eines fairen Wettbewerbes. In den zwischen beiden Häusern gerichtlich abgeschlossenen Vergleichen, die bereits in zweiter Auflage gedruckt vorliegen, ist beispielsweise nachzulesen, daß sich die Firmen verpflichteten, die Echtheit ihrer Marken gegenseitig nicht anzuzweifeln. Trotzdem konnte es geschehen, daß der für Mampe Berlin tätige Vertreter Leinveber das Hamburger Konkurrenzprodukt bei einer Konditorei in Füssen mit den Worten aus dem Geschäft drängte: „Nur die Firma Mampe Berlin liefert den echten Mampe.“ Flaschen von Mampe Hamburg, aus denen bis dahin in dem Café ausgeschenkt worden war, schob Leinveber mit verächtlichem Lächeln beiseite und belehrte den erschrockenen Konditor, der zum erstenmal von der Existenz zweier Mampe-Firmen hörte: „Die stellen Sie man in die Ecke. Das Zeug können Sie keinem Kunden anbieten.“

Was nun allerdings bei derartigen Entgleisungen eines Vertreters zu geschehen hat, ist schon seit dem 22. März 1930 zwischen beiden Firmen unzweideutig festgelegt. Damals waren sie sich vor der Zivilkammer des Berliner Landgerichts darüber einig geworden, daß in solchen Fällen der Vertreter streng zu verwarnen und in Wiederholungsfällen zu entlassen sei.

Obwohl es nun den Hamburger Mampe-Leuten gelang, dem Vertreter Dietrich Leinveber acht ähnliche Verstöße nachzuweisen, bezeichnet Direktor Aleith ihn noch heute als seinen besten Mann. Statt den Vertreter zu entlassen, zahlte Aleith lieber gerichtlich festgesetzte Vertragsstrafen und Gebühren von fast 7000 Mark.



Berliner Mampe-Fabrikant Aleith
„Der Negus ist mein Kunde“

Für derartige C-hässigkeiten revan- chierte sich Benno Neumann so oft er konnte. Seinem Berliner Konkurrenten schoß manchmal die Zornesröte ins Gesicht, zum Beispiel als er las, daß eine gastronomische Fachzeitschrift auf Grund eines Interviews mit Neumann behauptete, daß der Negus Negesti Haile Selassie I. seine hochprozentigen Getränke von der Firma Mampe Hamburg beziehe. Direktor Aleith ließ sich daraufhin sofort vom Kaiserlichen Palast in Addis Abeba bestätigen, daß nur seine Berliner Getränke am Hofe bekannt seien und daß jenes Interview eine Falsch- Information gewesen sei.

Die Justitiare beider Firmen waren auch in den letzten Wochen wieder ausschließ- lich damit beschäftigt, neue Schliche der Konkurrenz zu erkunden und juristische Abwehrmunition herzustellen. Vergeblich rieten die Richter den beiden streitbaren Parteien, ihre Firmen aus Gründen der wirt- schaftlichen Vernunft zusammenzulegen, wie es übrigens 1930 schon einmal geplant war. Aber dazu wollen sich weder Aleith noch Neumann verstehen. Sie fürchten allerdings, daß die Kunden eines Tages sagen werden: „Wegen der hohen Prozeß- kosten ist der Mampe-Likör so teuer.“

WERTPAPIERE

INVESTMENT-SPAREN

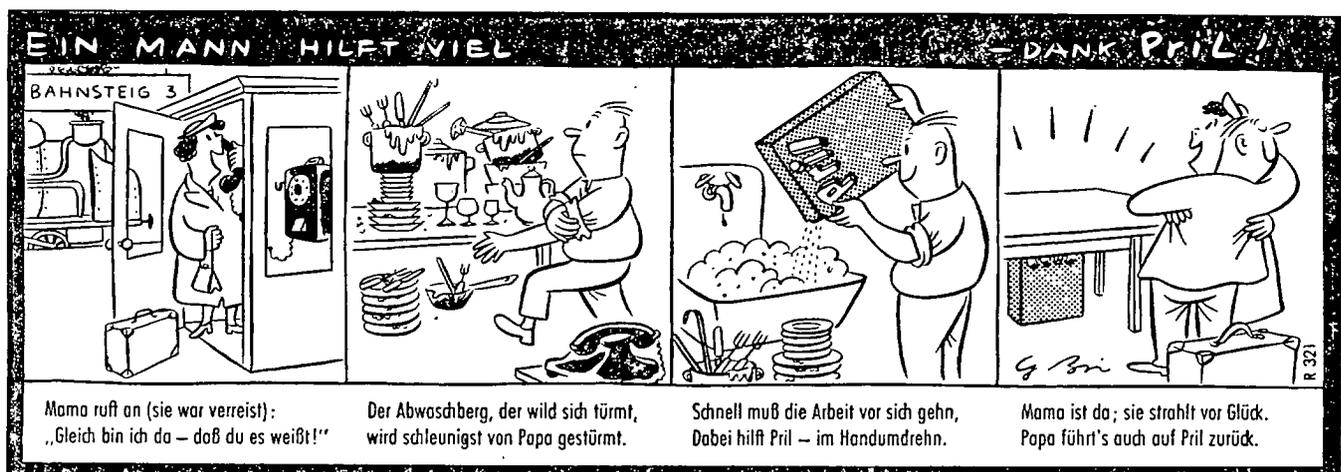
Aktionär für fünfzig Mark

Seit in der Osterwoche unter dem Na- men „Deutscher Investment-Trust, Ge- sellschaft für Wertpapieranlagen mbH“ nach amerikanischem Vorbild eine neu- artige Effektenbank in Frankfurt ihre Ar- beit aufgenommen hat, gibt es in der Bundesrepublik einige zehntausend Ak- tienbesitzer mehr als vorher. Der Werbe- slogan: „Sichern Sie sich Ihren Anteil an der Entwicklung und den Erträgen der deutschen Wirtschaft“, mit dem die Bank Anteilscheine ihres Aktienfonds „Concentra“ zum Kauf anbot, hat aus Sparstrümpfen und Sparsbüchern Millio- nen hervorgezaubert. Binnen vier Tagen wurden an westdeutschen Bankschaltern neunzigtausend der neuen Investment- Zertifikate (Anteilscheine) abgesetzt.

Diese Wertpapiere sehen aus wie Aktien. Im Gegensatz zu ihnen aber verbrieft die- ses Investment-Zertifikat seinem Besitzer nicht nur einen Kapitalanteil an einer ein- zigen Aktiengesellschaft, sondern an nicht weniger als fünfundzwanzig erstklassigen Großunternehmen verschiedenster Bran- chen. Darunter sind Firmen wie die AEG, Continental Gummi, Farbwerke Hoechst, Gelsenkirchener Bergwerks-AG, Süd- deutsche Zucker-AG und andere Spitzen- reiter an Westdeutschlands Börsen.

Die Gründer der Frankfurter Invest- mentbank hatten lange für ihren Tag X vorgesorgt und aufmerksam die Börsen- kurse beobachtet. Das ziemlich ruhige Börsengeschäft gegen Ende des vergan- genen Monats schien ihnen der geeignete Zeitpunkt, ihr Projekt zu starten. Die drei Gründerfirmen — die Rhein-Main Bank, die Hamburger Kreditbank und die Rhein- Ruhr Bank, sämtlich Nachfolge-Institute der ehemaligen Dresdner Bank — streck- ten am Sonnabend vor dem Starttermin gemeinsam eine runde Million vor, mit der an der Börse erste Aktien für den „Concentra“-Fonds eingekauft werden sollten.

Als jedoch der Wertpapier-Spezialist Langhoff von der Rhein-Main Bank am folgenden Montag gegen 11.30 Uhr aus dem Bankgebäude seiner Firma zur Frank- furter Börse hinübergehen wollte, waren alle Vorkalkulationen durch eine außer- gewöhnlich große Nachfrage bereits um- gestoßen. Hatten die Gründer der Invest- ment-Gesellschaft angenommen, sie würden am ersten Tage etwa 10 000 ihrer Anteil-



Mama ruft an (sie war verreist):
„Gleich bin ich da — daß du es weißt!“

Der Abwaschberg, der wild sich türmt,
wird schleunigst von Papa gestürmt.

Schnell muß die Arbeit vor sich gehn,
Dabei hilft Pril — im Handumdrehn.

Mama ist da; sie strahlt vor Glück.
Papa führt's auch auf Pril zurück.