

rungsquote ebenso stetig sinkt und das Täter-Risiko immer geringer wird.

So hat Schränker Grage „nur das Risiko meiner örtlich bekannten Handschrift“. Er geht deshalb lieber außerhalb seiner Heimatstadt Köln Safes knacken, und zwar mit Werkzeugen, die „kinderleicht auf allen Baustellen und in Fabrikationsbetrieben zu holen“ sind.

So ist der lange über Interpol gesuchte Italiener Guido „in Deutschland immer unterwegs gewesen“. Er „wurde nie kontrolliert“ und brauchte sich „auch nie zu verbergen“. Sein Rat an Deutschlands Polizei: „Für manche Ausländer wäre es schlimm, wenn zuerst in ihrem Heimatland nach dem Vorleben gefragt würde.“ Weil die westdeutsche Polizei „unsere Unterwelt“ nicht kenne, wisse sie auch nicht, „daß in Deutschland viele erheblich vorbestrafte Ausländer eine Gewerbe-erlaubnis haben und dann viele kriminelle Möglichkeiten besitzen“.

So folgte Autodieb Werner Steffen angesichts der Länder- und Gemeindegrenzen, die der Polizei zumeist gesetzt sind, nach einem Coup stets dem Grundsatz: „Immer sofort auf die Autobahn, was kann da noch passieren.“ Für den Notfall hatte er stets passende Papiere parat, denn — so Steffen zu Haas — „die vielen gefälschten Führerscheine und Papiere könnt ihr nie wieder aus dem Verkehr ziehen“.

Und so kennt schließlich der Jungkriminelle Heinz Meinecke auf seinem Fachgebiet, dem Diebstahl speziell von Opel-Wagen, „so gut wie kein Risiko“. „Mit schnellen Opel-Wagen kommt die Polizei nicht mit. Nur einmal bin ich... in einem gestohlenen Wagen kontrolliert worden, aber so oberflächlich, daß ich nicht auffallen konnte.“

Ebenso lobt Safe-Spezialist Grage, der nach seinem gegenwärtigen Zuchthausaufenthalt möglicherweise umsatzfähig will — „Ich habe ein neues Patent, das verkaufe ich vielleicht und bleibe anständig“ —, die Großzügigkeit westdeutscher Polizisten: „Man hat mir schon einmal einen Wagen, mit Schweißapparat und Einbruchswerkzeugen im Kofferraum, wieder ausgehändigt.“

„Mehr Kripo unterwegs, zu Fuß, mit privaten Wagen, mit kleinen Funkgeräten und Signalpfeifen“, so könnte es nach Grages Meinung nachts auf Deutschlands Straßen wieder sicher werden, denn, sagt der Fachmann, „das macht einen verrückt“. Kollege Steffen dagegen empfiehlt der Polizei Rückgriffe auf die Unterweltler: „Ihr braucht Leute von uns“ — jedoch: „Ihr zahlt nicht genug.“

Und als Beitrag zur vorbeugenden Verbrechensbekämpfung gab Dieb Steffen, der als sogenannter reisender Täter viel im Bundesgebiet herumkam, Interviewer Haas den Tip: „Bei dem vielen Umherreisen haben wir erst erkannt, welche ungeahnten Möglichkeiten für Einbruchsdiebstähle es im süddeutschen Raum außerhalb der Städte gibt. Da wird noch mancher kräftig hinlangen.“

Daß sie angesichts so vieler ungenutzter Möglichkeiten seitens der deutschen Polizei überhaupt gefaßt wurden, führen beispielsweise der Neapolitaner Bertolli und der Kölner Grage auf puren „Zufall“ zurück.

Bertolli wurde festgenommen, als er in einer westdeutschen Gastarbeiter-Kneipe vor einer Streife davonlaufen wollte. Erst später erfuhr er, daß die so auf ihn aufmerksam gewordenen Polizisten nicht ihn, sondern einen Landsmann gesucht hatten.

Auch Grage „brauchte“ sich eigentlich „nicht schnappen zu lassen“. Nach getaner Arbeit an seinem 41. Geldschrank stellte ihn die Polizei. Grage, der seine Verfolger schwer bewaffnet währte, hob die Arme. Zu spät erkannte er: „Die Polizisten hatten keine Pistole gezogen. Wäre ich bloß abgehauen.“



Lintas-Chefs, Mouson-Anzeige*: Erholung von Waschpulver

WERBUNG

AGENTUREN

Flirt mit Fremden

Was sich da schrägen Blicks und kußbereiten Mundes räkelt, ist offenkundig nicht Frau Saubermann oder die Frau, die weißer wäscht. Mit der Langhaarigen, die auf Anzeigen für Creme Mouson schwärmt, erholt sich eine der größten, ältesten und eigenartigsten Werbeagenturen Deutschlands von allzu langer Waschpulver-Ehe: Lintas in Hamburg.

Der Seitensprung hat die Lintas-Werber „begeistert und beglückt“. Denn bisher wurden sie in ihrem Hauptquartier, einer ehemaligen Polizeikaserne an der Hamburger Burchardstraße, streng gehalten. Sie mußten zumeist für Waschmittel werben

(Omo, Sunil), viel für Margarine (Rama, Sanella) oder Speiseeis (Langnese). Und sie hatten nur einen Auftraggeber, der zugleich ihr oberster Chef war: den Unilever-Konzern.

Lintas ist die Abkürzung für Levers International Advertising Service, eine weltweite Werbeagentur, die der Riesenkonzern schon vor mehr als 40 Jahren gründete. Die deutsche Filiale datiert von 1929 und gehörte bis zum Zweiten Weltkrieg zu den fünf einzigen Agenturen, die in Deutschland nach amerikanischem Vorbild warben (die anderen: Mosse, J. W. Thompson, Erwin Wasey, McCann).

Mit der hauseigenen Großwerberei (Vorkriegs-Slogan: „Halb so schlimm, nimm Vim“), die 300 Angestellte beschäftigte, verschaffte der Konzern seinen Produkten wichtige Wettbewerbsvorteile. Deutsche Firmen stellten damals ihre Werbung noch überwiegend in Heimarbeit her oder beschäftigten einzelne Werbeberater.

Auch nach dem Krieg förderte Lintas den Unilever-Umsatz zunächst noch befriedigend. Allmählich aber überlebte sich die Konstruktion.

Die Agentur brauchte sich nicht um Aufträge zu bemühen und auch keine Gewinne zu machen. Wohlverstanden mit den Riesenetats der Mutter (etwa: Omo 30 Millionen Mark; Rama 13 Millionen), gedieh Lintas mühelos zu Mammutgröße. Mit 133 Millionen Mark Umsatz wurde sie die zweitgrößte westdeutsche Werbefirma, aber sie

geriet in die Gefahr, die langweiligste zu werden. Lintas-Leute hatten quasi Beamtenstatus. Einmal in der Obhut des Konzerns, war ihr Arbeitsplatz so gut wie gesichert. Lintas-Werbern winkten Pensionen, wie sie Unilever seinen alten Mitarbeitern zahlt. Jede Werbeidee mußte durch einen Test-Apparat, der immer weiter perfektioniert wurde. Das verlangte Unilever, weil der Konzern bei seinen Super-Etats keine Risiken eingehen mochte.

Mehr als jede andere deutsche Agentur, zwei Millionen Mark jährlich, gibt Lintas für Tests von Werbekampagnen aus, und dabei werden gewagte Einfälle zuverlässig ausgeschieden. Übrig blieben „das strahlendste Weiß meines Lebens“ (Sunil), „die Frau, die weißer wäscht“ (Sunil), Ramas Vierländerin oder Omos Familie Saubermann.

Der Konzernleitung von Unilever dämmerte, daß längst andere Agenturen mit gleicher Leistungsfähigkeit.

* 3. v. l.: Geschäftsführer Christiansen.

aber mit mehr Pfiff entstanden waren. Zunächst erledigte sie der Lintas auf, mit Gewinn zu arbeiten, dann fing sie an, die Konkurrenz ins Haus zu holen. Lintas verlor unter anderen die Etats für Lux-Seife und das Feinwaschmittel Korall an die Agentur J. W. Thompson, für Sunlight-Seife an Foote, Cone & Belding, für Sanella und Palmrin an Heumann, Ogilvy & Mather.

Heute muß und darf sich die Konzernagentur erstmals in den fast 40 Jahren ihres Bestehens „im rauen Wind des Wettbewerbs tummeln“, so Lintas-Manager Konrad Hirte.

Der raue Wind gefiel den Hamburger Werbern. „Gewinne stärken die Moral“, sagt Lintas-Chef Carl Friedrich Christiansen, und seine Jagd nach gewinnbringender Kundschaft hatte Erfolg. Er wirbt heute für Springers „Bravo“, für die Produkte After Eight und Smarties des Süßwarenkonzerns Stockmann-Rowntree und gewann in diesem Jahr Creme Mouson und die Allianz-Versicherung in München hinzu. Zehn Prozent des Umsatzes sind schon Fremdgeschäft.

Der Personaltausch mit Unilever hat aufgehört, die Zeit der müden Werbebeamten ist vorbei. Hirte: „Wer nicht gut ist, fliegt raus. Ein Pensionsdenken gibt es nicht mehr.“

Ehrgeizige Jungwerber werden einer US-Partner-Agentur zum Training überstellt. Mehr als 30 sind schon im Madison-Avenue-Stil geschult, und die Lintas-Manager behaupten: „Wir sind amerikanischer als die amerikanischen Agenturen in Deutschland.“

Jedenfalls sind Unilevers Werber keine Unilever-Werber mehr. Gelegentlich muß Lintas-Chef Christiansen die Begeisterung seiner jungen Leute für den Flirt mit fremden Kunden bereits zügeln: „Es darf bei uns natürlich niemand vergessen, daß Butter und Brot nach wie vor von Unilever kommen.“

LUFTFAHRT

SÜDFLUG

Pech mit Partnern

Der Stuttgarter Charterflug-Manager und Gründer der Südflug International GmbH & Co. KG A. Bückle, 42, ist das erste Vietnam-Opfer der deutschen Luftfahrt.

Der ehemalige Jagdflieger geriet mit Westdeutschlands zweitgrößter Charterfluggesellschaft an den Rand der Pleite, weil die Amerikaner ihm nicht pünktlich die bestellten Düsenflugzeuge liefern konnten. Sie bauten im Krisenjahr 1967 mit Vorrang für den Absatzmarkt Vietnam, wo bisher 2669 Flugzeuge und Hubschrauber verloren gingen.

Südflug-Chef Bückle hatte Anfang 1966 bei den Douglas-Werken in Santa Monica (Kalifornien) für 70 Millionen Mark zwei Langstrecken-Jets des Typs DC-8 (162 Sitze) und zwei Mittelstrecken-Jets des Typs DC-9 (112 Pas-

sagiere) bestellt. Die Langstreckenflugzeuge sollten schon im Mai 1967 geliefert werden.

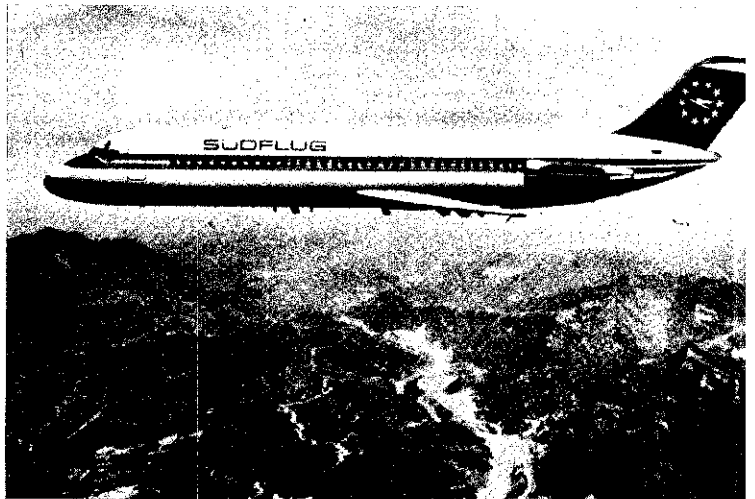
Bückle kurbelte rechtzeitig sein Reisegeschäft an. Mit Unterstützung von Scharnow und Touropa wollte er 1967 mehr Deutsche als je zuvor nach Amerika, Teneriffa, Ostafrika und Thailand fliegen.

Der Südflug-Manager hatte vor 15 Jahren sein Radiogeschäft im schwäbischen Münsingen verkauft und mit zwei Mini-Flugzeugen angefangen. 1963 beförderten die Maschinen mit dem blau-weißen Emblem 23 000 Fluggäste, 1967 wird die Zahl der Passagiere zehnmal so hoch liegen (Jahresumsatz: 60 Millionen Mark).

Bückles Eigenkapital blieb indes knapp. Auch als die Reiseveranstalter Scharnow und Touropa sich mit je 25 Prozent Gesellschafteranteil an der Südflug beteiligten, stieg das nomi-



Bückle



Südflug-Gründer, Südflug-Maschine: Notlandung bei der Lufthansa

nelle Kapital nicht über 300 000 Mark zuzüglich sechs Millionen langfristiger Gesellschafter-Darlehen. Die Südflug-Eigner warteten auf das ganz große Geschäft, das sie aller finanziellen Sorgen entheben würde.

Ihre Rechnung schien 1967 aufzugehen. Anfang des Jahres gewährte Präsident Johnson der Südflug als erster deutscher Chartergesellschaft US-Landerrechte für preisgünstige Einzelpauschalreisen, und die Flugmanager in Stuttgart hofften, daß die neuen Jets ihre Kosten bald einfliegen würden.

Im Frühling 67 machte ein Brief der Douglas-Werke das Kalkül zunichte. Sie teilten mit, das erste der bestellten Flugzeuge könne nicht im Mai, sondern allenfalls nach der diesjährigen Reisesaison geliefert werden. Wegen der hochtourigen Produktion für Vietnam war es den Amerikanern unmöglich, genügend Düsentriebwerke heranzuschaffen.

Von den Reiseveranstaltern an feste Verträge gebunden, mußte Bückle nun teure Charterjets aus den USA einsetzen. Für eine DC-8 zum Beispiel zahlte er der amerikanischen Fluggesellschaft Airlift täglich 120 000 Mark, eine Boeing

Intercontinental von Standard Airways kostete ihn in 24 Stunden 80 000 Mark.

Die Charterfirmen flogen mit ihren eigenen Piloten, das für die Douglas-Riesen angeheuerte Besatzungspersonal saß derweil in Stuttgart ohne Arbeit herum. Bückle: „Die ganze Sache hat uns viele, viele Millionen gekostet.“

So zur Ader gelassen, mußte die Südflug im Oktober Vertragsreisen in die USA, nach Teneriffa, Nairobi und Bangkok Konkurrenzgesellschaften übertragen. Seitdem fließen kaum noch Einnahmen in Bückles Kassen. Statt des erwarteten Jahresgewinns zeichnen sich für 1967 rund eine Million Mark Verlust ab.

Bückle versuchte, den Sturzflug durch die Aufnahme finanzkräftiger Partner abzuwenden. Zuletzt verhandelte er mit dem bolivianischen Zinn-

könig Patino, der schon in London und Hongkong Fluggesellschaften unterhält.

Die Mitgesellschafter Touropa und Scharnow sprachen schließlich ein Machtwort. Sie wünschten einen deutschen Käufer und entschieden, die Südflug unverzüglich der Lufthansa zur Übernahme anzubieten.

Bückle blieb nicht einmal eine Galgenfrist. Lufthansa-Vorstandsmitglied Dr. Herbert Culmann bekundete Interesse an dem Geschäft, drängte aber auf eine schnelle Entscheidung: „Die angespannte Liquiditätslage gebietet, daß noch in diesem Dezember alles klar wird.“

Letztes Angebot der Lufthansa: 7,8 Millionen Mark, wenn „der Verlust für dieses Jahr eine bestimmte Grenze nicht überschreitet“ (Culmann). Bückle soll davon fünf Millionen Mark erhalten. Den Rest teilen sich seine ehemaligen Mitinhaber.

Mit dem ansehnlichen Trostpreis ist der ehemalige Jagdflieger nun endgültig am Boden. Er scheidet als selbständiger Flugunternehmer aus und fungiert künftig nur noch als erster Berater der Lufthansa. Bückle: „Es ist alles sehr, sehr traurig.“