

ler-Märkte geliefert worden. Der Umweg über die DDR ist besonders lohnend: DDR-Produkte müssen nicht verzollt werden.

Die Dokumente, mit denen der Informant seine Erzählungen untermauert, müssen die Staatsanwälte überzeugt haben. Fischer, der Leiter der Razzia, hat jedenfalls „nicht den Eindruck, auf einen Spinner hereingefallen zu sein“.

Anders sehen es die Beschuldigten. Asko-Chef Wagner: „Phantasien im Schneegestöber“. Sein Vertrauter Müller bestreitet die Vorwürfe „ganz energisch“. Die Basler Untersuchungsbehörden, die den Schweizer Max Müller vernommen hatten, seien „entsetzt, daß man ohne stichhaltige Belege eine solche Aktion vom Stapel läßt“.

Er könne im übrigen „lückenlos nachweisen“, daß die EG-Stoffe ausnahmslos bei den Adler-Fabriken in Korea und Sri Lanka angekommen sind. Das wäre allerdings „eine Sisyphusarbeit“.

Die hat auch sein Kontrahent Fischer vor sich. Die Mannschaft des Leitenden Oberstaatsanwalts muß mehr als 15 Tonnen Akten durchsehen.

Das Ergebnis kenne er schon jetzt, meint Wagner: „Der Berg kreißt, ein paar Ratten quietschen, und vielleicht gebiert er ein Mäuschen.“

COMPUTER

Lektion gelernt

Der italienische Büromaschinen- und Computerkonzern Olivetti kommt in Deutschland nicht zurecht. Massenentlassungen drohen.

Carlo De Benedetti, Milliardär und Großaktionär des Olivetti-Konzerns, wußte genau, was er wollte: „Wir müssen auf dem deutschen Markt sehr viel besser werden.“

Heute, vier Jahre später, hat der Italiener mit gewagten Börsenmanövern ein europaweites Finanz- und Industriekonglomerat, die Cofide (Compagnia Finanziaria De Benedetti), zusammenspekuliert. Doch in der Bundesrepublik ist der Mann aus Piemont nichts geworden: Um die deutschen Besitztümer des Italieners steht es schlecht.

Weder bei der angeschlagenen Triumph-Adler AG (TA), die Benedetti vor drei Jahren von VW übernahm, noch bei der Deutschen Olivetti GmbH gehen die Geschäfte, wie sie sollten: Beiden Firmen drohen im Tagesgeschäft Millionen-Verluste. Beim Schreibmaschinenhersteller Triumph-Adler (623 Millionen Mark Umsatz, 3015 Mitarbeiter) sind es die Japaner und Koreaner, die mit immer billigeren Schreibmaschinen die Märkte in Europa und in den USA überschwemmen.

Am oberen Ende der Produktskala machen die ebenfalls immer billiger werdenden Personalcomputer (PC) den Markt kaputt. Die aufwendigen Büroschreibmaschinen, mit Speichern, Displays oder sogar Bildschirmen ausgestattet, sind heute kaum noch verkäuflich: Der PC kann mehr als die Schreibmaschine und ist auch noch billiger.

De Benedettis zweite Deutschland-Unternehmung steht sogar noch schlechter da. Die Deutsche Olivetti GmbH (403 Millionen Mark Umsatz, 1139 Mitarbeiter) macht bei rückläufigen Umsätzen seit Jahren Millionen-Verluste. Die Olivetti-Schreibmaschinen sind im Markt kaum noch zu verkaufen, die Olivetti-Mittelklassecomputer sind in Deutschland ausgesprochene Raritäten.

An die Spitze kamen ständig neue Männer, doch ein neuer Anfang wurde nicht gemacht. Viele leitende Angestellte verließen das Unternehmen. Vergangene Woche wurden – die Krise ist nicht mehr zu vertuschen – Massenentlassungen angekündigt.

Nach dem Scheitern der Kooperation mit AT & T, dem größten Telekommunikationskonzern der Welt, läuft Olivetti Gefahr, den Anschluß im klassischen Computergeschäft zu verlieren. Die Produkte des Hauses sind nicht marktgerecht, es fehlt vor allen Dingen an Softwareprogrammen, die für Verkauf und Einsatz der Rechner unersetzlich sind.

Im PC-Geschäft, in dem Olivetti immerhin hinter IBM zum zweiten Anbieter in Europa aufgerückt war, sind die Italiener wieder zurückgefallen. Die US-Konkurrenten Compaq und Apple drängen mit neuen Produkten auf den europäischen Markt.

Im hartumkämpften Büromaschinen-Bereich setzt De Benedetti neuerdings auf Kooperationen mit den Japanern Toshiba, Mita, Sanyo und Mitsui. Das ist nicht ohne Risiko: Das alles entscheidend-



Konzernchef De Benedetti
Reinfall mit Computern



Olivetti-Manager Tatò
Verluste im Konzern verschoben

de Know-how für die Produkte und die Produktionstechnik beziehen die Italiener immer häufiger aus Fernost – die Abhängigkeit wird größer.

Nun will Benedetti den Konzern neu organisieren, er wird in drei selbständige Unternehmenseinheiten gegliedert: eine für Computer („Systems and Networks“), eine für Software und eine für Büromaschinen („Office“). Und wieder einmal müssen andere Manager her.

Der neue Konzern-Chef, Vittorio Cassoni, ist überzeugt, daß Benedettis Leute „ihre Lektion gelernt“ und noch genug Schwung für eine bessere Zukunft haben: „Das Unternehmen reagiert gut – und es reagiert schnell.“

Das tut auch not. Die Dauerkrise in Deutschland wird für einen der führenden Manager des Olivetti-Konzerns immer bedrohlicher: Francesco Tatò, den Chef der neuen Konzerndivision „Office“.

Tatò ließ sich vor seiner Beförderung noch als Sanierer von TA feiern. Bis zu seiner Berufung in die Konzernspitze war Tatò Chef von TA; er wird die Firma auch weiterhin leiten.

Daß Tatò das Unternehmen wirklich saniert hat, ist zumindest zweifelhaft. Er hat zwar nach zwei Verlustjahren 1988 einen Gewinn von 33 Millionen Mark präsentiert. Aber der Gewinn, so meinen Kenner des Unternehmens, sei nicht aus dem regulären Geschäft, sondern aus dem Verkauf einer Fabrik in Berlin und eines Werkes für Autoelektronik geflossen.

Auch im laufenden Jahr sieht es nicht gut aus. Zwar meint Tatò, TA habe „bis zum Monat April mit einem Gewinn von knapp über vier Millionen Mark abgeschlossen“. Doch das Unternehmen macht nach wie vor Verluste, etwa in Nordamerika. Mit einigem Geschick wird TA im laufenden Jahr dennoch so viele außerordentliche Geschäfte ma-

chen, daß wieder schwarze Zahlen ausgewiesen werden können.

So soll die Vertriebsorganisation in den USA abgestoßen werden. Auch das Grundstück der TA-Fabrik hinter dem Frankfurter Hauptbahnhof könnte Tatò verkaufen und wieder zurückmieten. Das brächte zunächst einmal Geld auf das Konto.

Der Italiener hat bei der Firma, die dem Vorbesitzer VW in sieben Jahren zwei Milliarden Mark Verlust einbrachte, gründlich auferäumt. Er hat 4000 Arbeitsplätze beseitigt, unrentable Fertigungslinien aufgegeben, Dutzende von Abteilungen verkleinert. Doch immer wieder zeigt sich, daß auch ein brutaler Sanierer der Entwicklung nur hinterherläuft, wenn der Markt sich rasch verändert.

So setzen die Italiener große Hoffnungen auf eine neue vollelektronische Portable (Haushaltsschreibmaschine), die seit November vergangenen Jahres für 499 Mark angeboten wird. Das Billiggerät wurde gut verkauft, doch die Monatsproduktion von 18 000 bis 20 000 Stück reicht kaum für auskömmliche Gewinne. Und die Preise fallen weiter: Aus Korea kommt jetzt eine Kopie des Geräts auf den deutschen Markt – Preis: 298 Mark.

Da die Geschäfte mit den anspruchsvolleren Büroschreibmaschinen und den teuren Textverarbeitungsgeräten immer schlechter gehen, wird TA sich auf weitere Preiskämpfe einlassen müssen. Die Firma soll nach Ansicht von Branchenbeobachtern jetzt im Olivetti-Konzern als Billigmarke ein neues Profil gewinnen. Nach der Schreibmaschine wird das nächste Billigprodukt vorbereitet: ein Büro-PC für das untere Preissegment mit dem Kode-Namen Dario T35.

Mit einfachen PC soll Triumph-Adler auch weiterhin im Geschäft bleiben. Den übrigen Computerbereich dagegen, der der TA jährlich Verluste von schätzungsweise 20 bis 40 Millionen Mark brachte, wird Tatò los – er wird von der deutschen Olivetti übernommen.

Der TA-Chef wird so ziemlich der einzige sein, dem diese Art von Sanierung gelungen scheint. Übrig bleibt nämlich dabei eine todkranke Olivetti-Computerfirma, deren 1500 Mitarbeiter (500 davon sitzen noch bei TA in Nürnberg) sich auf Massentlassungen einstellen müssen.

Auch der Olivetti-Vorstandsvorsitzende Cassoni kann nicht glücklich über Tatòs Lösung sein. Bei TA hätte die überrillige Einstellung der Computerabteilung ohne viel Aufsehen bewerkstelligt werden können. In Frankfurt dagegen gibt es Krach.

„Wir werden“, drohte der Betriebsrat, „auf die Straße gehen.“

Vor der Belegschaft hatte schon der Chef protestiert. Der letzte Geschäftsführer der Deutschen Olivetti, Peter C. Günthard, stellte im Mai sein Amt zur Verfügung: Manager einer nicht lebensfähigen Firma wolle er nicht sein.

KONZERNE

Kann mehr werden

Die geplante Fusion zwischen den New Yorker Medienriesen Time und Warner hat den größten Übernahme-krieg der Branche ausgelöst.

Das Telephon klingelte, als Richard Munro sein Büro im 34. Stock des New Yorker Time Life Building zum Dinner mit Freunden verlassen wollte. Mit freundlicher Stimme meldete sich Martin Davis, Chairman des Medienkonzerns Paramount Communications, bei dem Time-Chef.

„Ich bin fest entschlossen“, verkündete Davis seinem verdatterten Gesprächspartner, „die Time Inc. zu kaufen.“ Er denke da an einen Preis von 10,7 Milliarden Dollar.

Die Offerte des Konkurrenten kam ebenso überraschend wie ungebeten: Der New Yorker Medienkonzern Time wollte sich mit einem ganz anderen Konkurrenten zusammentun.

Seit Monaten schon verhandelt Munro mit Warner Communications. Zusammen wären Time und Warner der weltgrößte Mediengigant. Die Zustimmung der Aktionäre, die am Freitag dieser Woche eingeholt werden soll, schien eine reine Formsache zu sein, Time und Warner ergänzen sich prächtig.

Die Time-Gruppe verdient ihr Geld vor allem mit Druckerzeugnissen. Dazu gehören das Nachrichtenmagazin „Time“ wie das Wirtschaftsblatt „Fortune“, zählt „Sports Illustrated“ ebenso wie die einträgliche Klatschgazette

„People“. Warner dagegen produziert Spielfilme, TV-Programme und Schallplatten. Getrennt betreiben beide Unternehmen Kabelfernsehkanäle.

Ganz friedlich wollte das ideale Paar den Pakt durch den Austausch von Aktienpaketen besiegeln. Auch der Name des neuen Unternehmens stand bereits fest: Time Warner Inc.

„Die gemeinsame Größe“, glaubte Time-Chef Munro, „macht uns vor feindlichen Übernahmeversuchen sicher – uns kann dann keiner mehr kaufen.“

Die Angst, durch einen sogenannten Unfriendly takeover von anderen geschluckt zu werden, ist durchaus berechtigt. Vor allem Ausländer kauften sich in den vergangenen Jahren immer bedrohlicher auf dem US-Medienmarkt ein.

Der Bertelsmann-Konzern etwa legte sich den Großverlag Doubleday, die Musikabteilung des Medienriesen RCA sowie Druckereien zu und wuchs damit zur Nummer eins im weltweiten Mediengeschäft heran. Der japanische Elektronik-Multi Sony brachte die Branche durch die Übernahme der Plattenfirma CBS Records in Aufruhr. Medientycoon Rupert Murdoch sicherte sich Unternehmen wie die Twentieth Century Fox oder das Verlagshaus Harper & Row.

Jetzt wollten Munro und Warner-Chef Steven Ross mit der geplanten Gemeinschaftsfirma selbst zum Angriff übergehen. Nach Ansicht des Finanzmaklers John Reidy, der am Time-Deal mitgewirkt hatte, entstünde hier „ein Machtgebilde mit so enormen Finanzmitteln, daß jede Akquisition möglich wird“.

Schon am Freitag allerdings könnte der schöne Traum von wahrer Medien-größe platzen. Nach der Paramount-Offerte ist keineswegs mehr sicher, ob die Aktionäre vor allem von Time einer Fusion zustimmen. Möglicherweise wird die Sitzung deshalb kurzfristig verschoben.

Viel mehr als das Versprechen nämlich, Aktienwert und Rendite der neuen Firma würden künftig kräftig steigen, haben Munro und Ross ihren Geldgebern nicht zu bieten. Ein Verkauf der Aktien an Paramount dagegen brächte einen Gewinn von rund drei Milliarden Dollar für die Aktionäre.

Paramount will mit der Time-Übernahme selbst zum weltweiten Branchenprimus aufsteigen. Zielstrebig hat Davis den einstigen Mischkonzern Gulf +



Paramount-Chef Davis: Prächtiges Geschäft für Aktionäre