

Ladenschluß

Attraktive Angebote

Die Handels-Gewerkschaft hat verloren, überraschend schnell hat sich der Lange Donnerstag durchgesetzt.

In den 22 Modehäusern der Nürnberger Firma Wöhl ist am Donnerstag um 16.30 Uhr Feierabend. Die reguläre Arbeitszeit ist zu Ende; wer gehen will, kann gehen.

Doch die meisten der rund 2000 Wöhl-Angestellten wollen bleiben. Fast alle Verkäuferinnen und Verkäufer rei-

Schon am 5. Oktober, als nach dem geänderten Ladenschlußgesetz erstmals die Geschäfte bis halb neun verkaufen durften, wälzten sich abends gewaltige Menschenmassen durch die Einkaufszentren und die Citys der Großstädte. Geschlossen waren meist nur die großen Kaufhäuser.

Von den 155 Karstadt-Filialen blieben an jenem Tag nur 10 offen. Aus allen 160 C&A-Häusern wurde, wie eh und je, die Kundschaft um halb sieben vertrieben.

Doch von Woche zu Woche hielten die Konzerne abends mehr Filialen offen: Am Donnerstag vergangener Woche war C&A mit 150 Häusern dabei, Karstadt mit 103 Filialen. In 48 von insgesamt 52 Horten-Häusern konnten Kunden bis halb neun einkaufen, in 75

„Die Geschäftsleitungen“, klagt Claus Eilrich von der Düsseldorfer HBV-Zentrale, „haben die Betriebsräte einerseits unter Druck gesetzt, ihnen andererseits aber auch attraktive Angebote gemacht.“

So hat das Bekleidungshaus Peek & Cloppenburg als Entschädigung für den langen Donnerstag die 36,3-Stunden-Woche eingeführt. Kaufhof-Angestellte, die jeden zweiten Donnerstag zwei Stunden länger arbeiten, müssen alle 14 Tage nur an vier Tagen in der Woche zum Dienst antreten und bekommen achtmal im Jahr ein sehr langes Wochenende von freitags bis montags.

Als ebenso wirkungslos wie der 55-Prozent-Zuschlag erwies sich eine weitere Bremse, die von den HBV-Funktionären in ihre Tarifverträge eingebaut worden war: Die Kaufhäuser sollten nur ausnahmsweise länger offenbleiben dürfen, um „spätöffnungsbedingte Wettbewerbsnachteile“ zu vermeiden.

Doch wenn Textilfilialisten wie Hennes & Mauritz am Donnerstagabend verkaufen, will sich C&A den Umsatz nicht wegschnappen lassen. Und „wenn C&A aufmacht“, erläutert Karstadt-Sprecher Heiko Philipp, „ist das ein ernsthafter Konkurrent, der jeden von uns zwingt, ebenfalls aufzumachen.“

Druck kam vor allem von den Einkaufszentren und Ladenpassagen. Ob im Hamburger Hanse-Viertel, im Frankfurter Main-Taunus-Zentrum oder im Berliner Forum Steglitz – allenthalben waren die Einkaufszentren schon am ersten langen Donnerstag brechend voll.

In diesen Konsum-Tempeln müssen, das schreiben die Mietverträge vor, alle Geschäfte so lange geöffnet sein, wie die Verwalter der Shopping-center dies für richtig halten. Einheitliche Öffnungszeiten seien „absolut notwendig“, sagt Michael Ruland, Geschäftsführer des Forum Steglitz, und er hat schon einigen Mietern mit der fristlosen Kündigung gedroht.

„Mit der juristischen Keule“ hat Ruland unter anderem seinen Mieter Euromarkt, ein großes Lebensmittelgeschäft, zu einer längeren Öffnungszeit gezwungen.

Hartnäckig verweigern jedoch die 80 Euromarkt-Arbeitnehmer die Arbeit am Donnerstagabend. Um die Kündigung des attraktiven Standorts zu vermeiden, ziehen seit drei Wochen Manager der Euromarkt-Kette nach 18 Uhr den weißen Arbeitskittel an: Die beiden Berliner Niederlassungsleiter Friedrich Wagner und Klaus Kosakowski verkaufen Obst und Gemüse, ihr Werbefach Hans Gaier sitzt an der Kasse, andere Führungskräfte bedienen an den Wurst- und Käse-Theken.

Dem Kundenandrang ist die Führungscrew aber nicht gewachsen. Des-



Abendverkauf im Hamburger Hanse-Viertel: „Ein sehr gutes Publikum“

Ben sich darum, donnerstags vier Stunden länger arbeiten zu dürfen – sie bekommen für den Abenddienst 100 Mark netto. Das ist bei den kärglichen Gehältern im Einzelhandel eine fürstliche Bezahlung.

Firmenchef Hans-Rudolf Wöhl ist mit dem langen Donnerstag rundum zufrieden: In den Abendstunden „ist ein sehr gutes Publikum unterwegs“. Das läßt so viel Geld in seinen Geschäften, daß sich der Abendverkauf trotz der höheren Personalkosten lohnt.

Daß die Deutschen auch nach 18.30 Uhr gern eine Menge Geld ausgeben, haben inzwischen alle Einzelhändler gemerkt. Fast überall läuft das Geschäft in den Abendstunden so gut, daß der Widerstand gegen eine längere Öffnungszeit gebrochen ist. Der lange Donnerstag hat sich, in den Großstädten zumindest, innerhalb von fünf Wochen durchgesetzt.

von 81 Kaufhof-Filialen bedienten die Verkäufer zwei Stunden länger.

Die Gewerkschaft Handel, Banken und Versicherungen (HBV) hat den Kampf gegen den langen Donnerstag verloren. Weitgehend wirkungslos blieben ihre – zum Teil mit Streiks durchgesetzten – Tarifverträge, die den Abendverkauf für die Arbeitgeber unrentabel machen sollten.

Teurer wird die späte Öffnungszeit unter anderem deswegen, weil die Geschäftsinhaber für die Arbeitszeit von halb sieben bis halb neun ihren Angestellten einen Zuschlag von 55 Prozent zahlen müssen; zudem dürfen sie ihre Leute nur jeden zweiten Donnerstag einsetzen.

Diese Auflagen schreckten keinen Arbeitgeber ab. Die Betriebsräte in den Groß- und Mittelbetrieben, von der HBV zu hartem Widerstand ermahnt, knickten reihenweise ein und stimmten der Donnerstagsarbeit zu.

halb läßt der Handelskonzern Rewe-Leibbrand, dem die Euromarkt-Kette gehört, donnerstags leitende Angestellte aus München und Frankfurt nach Berlin fliegen. Die müssen abends im Forum Steglitz aushelfen. Euromarkt-Chef Kosakowski verhandelt unterdes mit seinen Betriebsräten weiter, in der Hoffnung, daß sie sich dem Zug der Zeit nicht dauerhaft verschließen können.

Für den Geschäftsführer des Einkaufszentrums ist der Fall klar. Am Langen Donnerstag sei nicht mehr zu rütteln, meint Ruland: „Der Verbraucher hat mit den Beinen abgestimmt.“

— Versicherungen —

Ein eiserner Vorhang

Können deutsche Versicherungen billiger werden? Ausländische Konkurrenten sorgen für Wettbewerb.

Walter Rieger war über ehemalige Kollegen verärgert: „Wir hätten erwarten können“, so der Chef der Bayerischen Versicherungskammer, „daß uns das Aufsichtsamt vor einer wichtigen Änderung wenigstens anhört.“

Gemeint war das Bundesaufsichtsamt für das Versicherungswesen, das Rieger vor seinem Wechsel in die Privatwirtschaft jahrelang geleitet hatte. Die Beamten hatten einem ausländischen Konkurrenten eine neuartige Industrie-Haftpflichtversicherung genehmigt, ohne mit dem deutschen Versicherungsgewerbe darüber gesprochen zu haben.

Das finden die heimischen Versicherer um so ärgerlicher, als die neue Police der amerikanischen Federal Insurance Company tatsächlich etwas grundlegend Neues bringt. Während deutsche Versicherer im Kleingedruckten ihrer Haftpflicht-Policen den Deckungsumfang weitgehend einschränken, wollen die Amerikaner künftig in der Industrieversicherung den Unternehmen einen nahezu uneinge-

schränkten Versicherungsschutz verkaufen, eine sogenannte All-Risk-Police.

Überraschungen dieser Art werden die Versicherer hierzulande demnächst wohl häufiger erleben. Auf dem Weg zum grenzenlosen Europa, so haben die EG-Politiker in Brüssel beschlossen, sollen die Versicherer von liebgewonnenen Privilegien Abschied nehmen.

Spätestens von 1993 an soll auch im Versicherungsgewerbe der Wettbewerb um Preise und Konditionen über alle Grenzen hinweg möglich sein. Nationale Ausnahmeregeln sollen die Versicherer nicht länger gegen Konkurrenz aus dem Ausland abschirmen.

Bislang haben es ausländische Versicherer noch schwer. Sie dürfen sich zwar seit 1976 ungehindert in der Bundesrepublik niederlassen, aber sie müssen ihre Policen vom Aufsichtsamt in Berlin genehmigen lassen und sich bei den Prämien den strengen Kalkulationsvorschriften des Amtes unterwerfen. Diese garantieren den Firmen zwar stets volle Kassen, doch Wettbewerb zum Wohle des Kunden kommt so nicht auf.

Das könnte sich nun ändern. Schon vom kommenden Jahr an werden zumindest die Großkunden der Assekuranz davon profitieren. Firmen, die zwei von drei genau festgelegten Kriterien (500 Beschäftigte, 50 Millionen Mark Umsatz, 25 Millionen Mark Bilanzsumme) erfüllen, dürfen von 1990 an ihre Versicherungen bei jedem in der EG ansässigen Versicherer abschließen. Das heißt: Ein deutsches Unternehmen kann

sich beispielsweise in Paris versichern. Eine deutsche Niederlassung muß die französische Firma nicht betreiben, ihre Versicherungsbedingungen legt sie ohne das Berliner Aufsichtsamt fest.

Die Masse der Verbraucher wird dagegen von den Lockerungsübungen der Eurokraten vorerst kaum profitieren. Nicht nur die deutschen Versicherer, sondern auch ihre Konkurrenten in anderen europäischen Ländern zeigen wenig Neigung, auf nationale Sonderregelungen zu verzichten.

Zugeben möchte das wohl niemand. „Uns ist nicht bange vor dem Wettbewerb“, sagt Georg Büchner, Chef der Württembergischen Feuerversicherung und Präsident des Gesamtverbandes der Deutschen Versicherungswirtschaft.

Das hat jedoch mancher, der sich im Versicherungsgewerbe auskennt, schon anders erlebt. „Das Gros der deutschen Versicherer“, sagt Garlich Wulff, Mitinhaber der Maklerfirma Wuppesahl, „zieht sich wie eine Schnecke in ihr Haus zurück und hofft, daß die Öffnung des Marktes keine Blessuren hinterläßt.“ Statt offensive Strategien zu entwickeln, klagt ein anderer Makler, versuchten die Deutschen, ihre Grenzen „wie mit einem eisernen Vorhang vor ausländischen Einflüssen abzuschotten“.

Verständlich ist das durchaus. Im Auslandsgeschäft haben die deutschen Versicherungskonzerne, anders als etwa die Briten, bislang kaum Erfahrung. Der Krieg hatte viele traditionsreiche Verbindungen ins Ausland zerstört, und rechtli-



Versicherungsfall Großbrand: Grundlegend Neues aus den USA