

che Barrieren hemmten die Expansion über die Grenzen.

Allein die Allianz in München war immer schon den anderen ein wenig voraus. Seit Mitte der Siebziger, als der Marktführer in Deutschland an die Grenzen des Wachstums stieß, sucht Allianz-Chef Wolfgang Schieren konsequent den Weg ins Ausland.

In 38 Ländern ist die Allianz inzwischen vertreten. In Italien und Spanien, aber auch in Österreich gehört sie zur Spitzengruppe. In Frankreich konnte der Konzern Anfang Oktober durch eine Beteiligung an der Versicherungsgruppe der Navigation Mixte seinen Marktanteil von 0,6 auf immerhin 3 Prozent erhöhen. Insgesamt stammen inzwischen gut 40 Prozent der Allianz-Prämieneinnahmen aus dem Ausland; 1974 waren es nicht einmal 3 Prozent.

Von solchen Zahlen sind Schierens Konkurrenten noch weit entfernt. Nur etwa 40 der gut 400 Mitgliedsunternehmen des Gesamtverbandes haben im Ausland Niederlassungen gegründet oder Beteiligungen erworben.

„In der Europoliga der Versicherungs-exporteure“, gibt Verbandspräsident Büchner zu, „liegen wir weit hinter der Schweiz und Großbritannien, selbst hinter Frankreich.“

So kassieren die Franzosen etwa 10 Prozent ihrer Prämieneinnahmen im Ausland, die Briten mehr als 30 Prozent und die Schweizer, Weltmeister im Versicherungsexport, gar mehr als zwei Drittel. Die Auslandseinnahmen der deutschen Assekuranten machen dagegen nur gut 5 Prozent des Branchenumsatzes aus.

Vor allem britische und französische, aber auch italienische Versicherer erhoffen sich neue lukrative Geschäfte. Im Industriegeschäft können sie demnächst ohne Rücksicht auf nationale Vorschriften mit maßgeschneiderten Policen auf Kundentum gehen oder aber für multinationale Firmen eine sogenannte Europolice mit gleichen Bedingungen in allen Ländern anbieten.

Dabei ist jetzt schon klar: Alle europäischen Versicherer haben es vor allem auf den deutschen Markt abgesehen, den mit Abstand größten in der EG.

Doch das Industriegeschäft ist für viele ausländische Versicherer wohl nur der erste Schritt auf den deutschen Markt. Bessere Gewinne nämlich verspricht das Geschäft mit der privaten Kundschaft.

Bislang darf eine ausländische Firma deutschen Kunden keine Hausrat- oder Unfallversicherung anbieten. Wenn jedoch ein Interessent sich selbst an die Versicherung im Ausland wendet oder einen Makler beauftragt, gibt es – außer bei der Autohaftpflicht – keine Gesetze, die ihm den Abschluß ausländischer Versicherungen verbieten.

Das große Geschäft wird sich unter diesen Umständen kaum machen lassen.



Allianz-Chef Schieren
Drang ins Ausland

Doch die Kontakte werden sich schnell auszahlen, wenn in einigen Jahren auch für die private Kundschaft das grenzenlose Europa perfekt ist.

Viele Ausländer haben sich einen schnelleren Zugang nach Deutschland geschaffen – sie haben sich an heimischen Firmen beteiligt. Italienische Versicherungen beispielsweise kauften sich bei der Nürnberger Leben und der Hamburger Volksfürsorge ein. Die französische Victoire konnte gar die Kölner Colonia übernehmen und rückte so in die deutsche Spitzengruppe.

Die deutschen Versicherer haben nicht mehr viel Zeit zum Umdenken. „Die Zeit der splendid isolation“, meint der Frankfurter Versicherungsprofessor Wolfgang Müller, „geht mit einer Geschwindigkeit zu Ende, die noch vor wenigen Jahren undenkbar war.“

Der schnelle Wandel könnte letztlich dann auch den deutschen Kunden die Vorteile des geeinten Europa vor Augen führen: Nach einer Studie der EG-Kommission wären bei echtem Wettbewerb in einigen Versicherungssparten Preisnachlässe bis zu 50 Prozent möglich.

Arbeitnehmer

Pauken in der Firma

Tun die Betriebe zu wenig, um ihre Belegschaft beruflich fortzubilden?

Auf die Unternehmer in seinem Bundesland ist der baden-württembergische IG-Metall-Chef Walter Riesters derzeit gar nicht gut zu sprechen. „Die Arbeitgeber“, schimpft der Gewerkschaftsfunktionär, „haben mich schwer enttäuscht.“

Riesters Ärger ist verständlich. Anfang 1988 hatte der Gewerkschaftsmann den Unternehmern des Landes nach fast dreijährigen Verhandlungen einen wegweisenden Tarifvertrag abgerungen.

Das umfangreiche Paragrafenwerk verpflichtete die Geschäftsleitungen, einmal pro Jahr den Fortbildungsbedarf in ihrem Unternehmen zu ermitteln und zusammen mit dem Betriebsrat Schulungsprogramme auszuarbeiten. Die Seminare sollten während der Arbeitszeit stattfinden, die Kosten sollte der Arbeitgeber tragen.

Doch der „bahnbrechende“ Vertrag (*Die Zeit*) erwies sich als Flop. Von rund 1800 Metallunternehmen aus Württemberg und Baden schickten bislang ganze zwei Dutzend Firmen ausgewählte Mitarbeiter auf die Schulbank – darunter der Göppinger Spielwarenhersteller Märklin. Bei der Modelleisenbahn-Firma können sich un- und angelernte Arbeiter sogar kostenlos zur Fachkraft um-



Gewerkschafter Riesters
„Die mauern, wo sie können“

schulen lassen; in bundesdeutschen Unternehmen ist das eine Ausnahme.

Weitere zehn Firmen machten erst mit, als die Belegschaft mit Überstundenboykott drohte. „Die Arbeitgeber“, klagt der Gewerkschaftsfunktionär Riesters, „mauern, wo sie können.“

Das baden-württembergische Beispiel zeigt, wie schwer sich Unternehmen in der Bundesrepublik tun, ihre Beschäftigten für den technischen Fortschritt fit zu machen. Gleichzeitig bestätigt die schleppende Umsetzung des Vertrags, was Gewerkschafter immer befürchtet haben: daß es mit den Beteuerungen der Arbeitgeber, Weiterbildung werde in den Betrieben zunehmend zur „Chefsache“ (Arbeitgeberpräsident Klaus Murrmann), nicht weit her ist. Seit Monaten fordern Politiker wie der Stuttgarter Mi-

nisterpräsident Lothar Späth oder der SPD-Sozialexperte Rudolf Dressler Arbeitgeber und Gewerkschafter auf, Fortbildung im Betrieb per Tarifvertrag festzuschreiben.

Zumindest bei den Gewerkschaften, so scheint es, hatten die Appelle Erfolg. Bei den bevorstehenden Tarifverhandlungen in der Metallindustrie will die Arbeitnehmerlobby neben der 35-Stunden-Woche, höheren Löhnen und dem arbeitsfreien Wochenende erstmals bundesweit bezahlte Paukurse für ihre Schutzbefohlenen durchsetzen.

Die IG Medien beginnt am 24. November Gespräche mit den Arbeitgebern über einen Tarifvertrag zur Weiterbildung. Die IG Chemie hat bereits für die Beschäftigten des Mineralölkonzerns Shell oder des Hamburger Reifenkonzerns Phoenix kostenlose Lehrgänge erstritten; die Gewerkschaft will dasselbe demnächst auch für ihre übrige Klientel durchsetzen.

Bei den Arbeitgebern stoßen die Pläne der Gewerkschafter auf heftigen Widerstand. Märklin-Personalchef Herbert Plutz weiß aus dem eigenen Lager zu berichten: „Die Einsicht, daß die Weiterbildung der Belegschaft mindestens so wichtig ist wie die Instandhaltung des Maschinenparks, ist in vielen Unternehmen leider noch nicht vorhanden.“

Viele Chefs fürchten, der Betriebsrat könnte über tariflich abgesicherte Mitspracherechte bei der Weiterbildung übermäßigen Einfluß auf die Personalpolitik bekommen. Andere Unternehmer scheuen einfach den Aufwand für die Programme.

Die Führungskräfte, nicht nur in den obersten Etagen, haben zudem Angst, ihre Planzahlen zu verfehlen, wenn wichtige Mitarbeiter die Schulbank drücken. Und manch einer befürchtet, die Mitarbeiter könnten sich nach erfolgreicher Fortbildung am alten Arbeitsplatz langweilen oder gar ihre Vorgesetzten überflügeln.

Doch nicht nur die Arbeitgeber, auch viele Werk­tätige sperren sich gegen die geplante Bildungs­offensive. Ungelehrte und ältere Arbeitnehmer haben Angst, sie könnten dem dargebotenen Lehrstoff nicht folgen. Andere blocken ab, weil sie Lohneinbußen fürchten: Während der Fortbildungskurse gibt es zwar normalen Lohn, aber die sonst womöglich fälligen Zuschläge für Nacht- und Akkordarbeit fallen in der Regel weg.

In den Tarifverhandlungen soll nach den Vorstellungen der Gewerkschafter sichergestellt werden, daß jeder Arbeitnehmer einen Rechtsanspruch auf Bildung während der Arbeitszeit erhält. Mit dieser Garantie wollen die Gewerkschafter verhindern, daß sich eine Pleite wie in Baden-Württemberg wiederholt. Dort hatten die Kollegen nur einen pauschalen Anspruch für die gesamte Beleg-

schaft vereinbart. Eine ganz andere Strategie verfolgen Vordenker im Unternehmerlager wie der Gesamtmetall-Präsident Werner Stumpfe. Die Arbeitgeber, sagt er, würden verbindliche Regeln für die Fortbildung im Betrieb unter Umständen akzeptieren, wenn die Arbeitnehmer bereit wären, einen Teil ihrer Freizeit einzubringen.

Bei den Gewerkschaften stößt der bedenkenwerte Vorschlag auf wenig Begeisterung. „Solange überwiegend die Arbeitgeber allein bestimmen, was der einzelne lernen darf“, meint IG-Metall-Funktionär Riester, „sehen wir nicht ein, warum unsere Leute einen Teil ihrer Freizeit opfern sollen.“

Brillen

Trübe Optik

Mit der Traditionsfirma Rodenstock geht es bergab, der Familienfriede ist gefährdet.

Na also. In dieser Familie ist doch alles in Ordnung. Zwischen Vater Rolf Rodenstock, 72, und Sohn Randolf, 41, steht nur die Wand, die ihre Büros in der Münchner Brillenfabrik trennt. „Mein Vater und ich“, sagt der Junior, „entscheiden zusammen und spielen uns die Bälle zu, und das ist nicht der übliche Spruch.“



Unternehmer Rodenstock, Sohn Randolf
„Wir wollten halt sparsam sein“

Allerdings, im Moment hat der Sohn den schlechteren Part erwischt. Der Herr Papa läßt sich nicht blicken: Der Jung-Unternehmer muß einer verunsicherten Belegschaft und einer erstaunten Kundschaft erklären, warum es in der einst erfolgreichen Firma nicht mehr so läuft wie ehemals.

Die Brillen- und Augengläserfabrik Optische Werke G. Rodenstock, 112 Jahre alt und das größte deutsche Unternehmen der Branche, ist aus der Fassung geraten. Der Umsatz, letztes Jahr rund 700 Millionen Mark, wird 1989 um etwa 10 Prozent zurückgehen, 10 bis 15 Prozent der etwa 5400 Mitarbeiter im Inland müssen ihren Job aufgeben.

Der Gewinn sinkt seit einigen Jahren schon. Jetzt, so fürchtet Randolf Rodenstock, „ist nicht auszuschließen, daß wir in die roten Zahlen kommen“.

In Essen, Bremen, Berlin, Mannheim und Köln werden reichum in der Republik Rodenstock-Filialen und Werke verkleinert, zusammengelegt oder geschlossen. Der Reigen eines „Struktur- und Ergebnisverbesserungsprogramms“, so das verquaste Manager-Deutsch, dreht auf vollen Touren.

Vom Standort Pforzheim werde sich das Unternehmen „zurückziehen“, heißt es vornehm. Die Brillenfertigung in München wird ins nahe Ebersberg verlegt. Die Fabrik in Ebersberg wird dann „Technologiezentrum“. Gemeint ist: Die Massenfertigung von Brillengestellen wandert ab ins billige Ausland, nach Puerto Rico oder Malta.

Bis vor kurzem hatte bei Rodenstock die Optik noch gestimmt. Vater Rolf brillierte vor dem Publikum in zahllosen Ehrenämtern – als Präsident des Bundesverbandes der Deutschen Industrie, als Vorsitzender der Industrie- und Handelskammer von München und Oberbayern oder als Aufsichtsrat der Esso AG.

Nebenbei übte er sich in stiller Hilfe für die CSU, als Spendensammler für die „Bayerische Staatsbürgerliche Vereinigung“. Sein Unternehmen schien wie von selbst zu laufen.

Der wesentliche Beitrag des Chefs zum Unternehmenserfolg bestand offenbar darin, bei Reden und Interviews werbewirksam diverse Rodenstock-Modelle auf- und abzusetzen. Spötter behaupten, seine Brillen seien mit Fensterglas bestückt. Nach offizieller Lesart ist der Firmensenioren „leicht übersichtig“.

Stets braungebrannt, charmant und entspannt, erzählt der Unternehmer in gepfleg-