



zuneigt, steht Schlesingers Hauptabteilung Volkswirtschaft. Die deutsche Exportwirtschaft, so die Behauptung, habe gar kein Interesse am Ecu. Vor allem aber könnte eine Zulassung der Euro-Devisen im Inland „breite Schleusen“ öffnen: „Wehret den Anfängen.“

Der Zwist zwischen Gleske und Schlesinger hat Tradition. Schon länger beharkten sich die beiden mit bankinternen Papieren. Ecu-Freund Gleske, in der Bank zuständig für Währungsfragen, kam bereits vor Monaten in einer 39 Seiten langen Analyse zu dem Ergebnis, daß die Bundesbank „ihre bisherige restriktive Haltung zur Zulassung von Ecu-Verbindlichkeiten aufgeben“ solle, wenn Bonn danach frage.

Chef-Volkswirt Schlesinger hingegen wettet über „Euro-Monetaristen“ und „Propagandisten“, die den Ecu „in den Rang einer vorherrschenden Währung in Europa“ erheben möchten. Denn „mit der Einführung einer Parallelwährung“, von diesem Gedanken können ihn auch seine Unions-Freunde in Bonn kaum abbringen, „geht die Autonomie der nationalen Geldpolitik unvermeidlich verloren“.

Das aber kann Schlesinger nicht gefallen. Wenn nämlich der Ecu die Mark verdrängt und eine Europäische Zentralbank installiert wird, könnte die Bundesbank zu einer Art Zweigstelle degradiert werden.

Der karrierebewußte Vizepräsident hat noch viel vor. 1987 möchte er sich von den Bonnern als Pöhl-Nachfolger zum Präsidenten küren lassen. Zweigstellenleiter will Schlesinger auf keinen Fall werden.

HANDEL

Ganz klein

Neues von den Japanern: Sie wollen deutsche Ware unter eigener Marke verkaufen.

Längst haben sich die Verbraucher daran gewöhnt, daß nicht alles deutsch ist, was deutsch aussieht. Hinter zahlreichen heimischen Marken, etwa bei Videorecordern und Hi-Fi-Gerät, verbirgt sich oft japanische Technik.

Nun soll es auch einmal andersherum gehen. Vom kommenden Herbst an möchte der Elektrokonzern Matsushita Waschmaschinen, Trockner und Geschirrspüler unter seiner Marke anbieten – produziert werden sollen die Geräte in deutschen Fabriken.

Mit kleinen Haushaltsgeräten ist Matsushita unter seiner Marke Panasonic in Deutschland bereits vertreten. Die Japaner vertreiben über Kaufhäuser und Fachgeschäfte Mikrowellen-Herde, Kaffeemaschinen und Bügeleisen; auch Staubsauger – aus einem Matsushita-Werk in Spanien – sind dabei.

Nur Großgeräte wie Waschmaschinen und Trockner fehlen den Japanern noch, um die Deutschen mit einem kompletten Angebot zu locken. In der Sparte Hausgeräte erzielte die deutsche Tochter im vergangenen Jahr den höchsten Umsatzzuwachs (54 Prozent). Auf diesem Markt möchte sich Matsushita, so Deutschland-Statthalter Seinosuke Kuraku, deshalb „als Vollsortimenter präsentieren“.

Zwar könnte Panasonic auch eigene Produkte anbieten, denn in Japan stellt Matsushita sämtliche Großgeräte her. Doch das wäre nicht die Art von Ge-

schäft, die den Japanern gefallen könnte. Der Transport der schwergewichtigen und sperrigen Geräte wäre so teuer, daß sie gegen die harte europäische Konkurrenz völlig chancenlos wären.

So suchte Kuraku Hilfe bei deutschen Produzenten. Seit Monaten verhandeln die Japaner mit der Münchner Bosch-Siemens Hausgeräte GmbH (BSHG), die in Berlin und Giengen produziert. Es wäre der logische Partner: Matsushita beliefert die Münchner seit langem mit einfachem Mikrowellen-Gerät und Bauteilen.

Auf der Hausgeräte-Messe Domo-technica in Köln waren vergangenen Monat bereits Waschmaschinen, Trockner und Geschirrspüler der Marke Panasonic, made in Germany, zu sehen. Das sei ein Test gewesen, sagt Kuraku. Der Versuch verlief jedoch so zufriedenstellend, daß Panasonic nun ernsthaft mit der Bosch-Siemens-Tochter ins Geschäft kommen will.

„Natürlich spricht man darüber“, bestätigt auch Gerhard Martin von der BSHG. „Aber wie die Japaner so verhandeln – wir haben seit drei Wochen nichts mehr von denen gehört.“

Der Gedanke, daß heimische Ware demnächst unter japanischem Namen verkauft werden könnte, ist den Deutschen offenbar selbst noch unheimlich. Journalisten, die ihn mit „impertinenten Fragen“ nach dem Stand der Verhandlungen behelligen, droht der BSHG-Sprecher: „Ich setze Sie auf meine schwarze Liste.“

Dabei kann die von den Japanern angestrebte Partnerschaft der BSHG bislang noch kaum Sorgen machen. Die Japaner jedenfalls zeigen sich rücksichtsvoll: „Wir werden“, sagt Panasonic-Chef Kuraku, „ganz klein beginnen.“



Panasonic-Manager Kuraku: Mit dem ersten Versuch zufrieden