und der Vollständigkeit der Datenverarbeitung bestechend, aber höchst gefährlich, wenn man sich nur auf den Schirm verläßt".

Denn „die Datenfülle und die Perfektion ihrer Speicherung sowie die unbeschränkte Verfügbarkeit" gäben, wie „erfahrene Polizisten beklagen", den Fahndern „zu oft ein Gefühl falscher Sicherheit". Dies behindert Spürsinn und kriminalistische Intuition, unterdrückt Zweifel, ob die Prämissen überhaupt stimmen. Deshalb wurde die Spur Poehlkes voreilig als „nicht mehr vordringlich" herabgestuft.

Eine weitere eklatante Fehlleistung unterlief den unter Erfolgszwang geratenen Ermittlern im August 1985, als sie einen jungen Polizisten namens Roman Gianoncelli der Öffentlichkeit vorschnell als Verdächtigen präsentierten.

Franco Villaverde, 22, wie ihn Breinersdorfer pseudonymisiert, war an dem Tag, an dem er seine Dienstpistole zur Beschießung hätte abgeben müssen, nicht zum Dienst erschienen. Tags darauf fanden Arbeiter des Autobahnamtes auf einem Rastplatz an der Strecke Stuttgart–Heilbronn in einem Papierkorb eine Schachtel für eine Pistole „Walther P 5" und zwanzig Schuß scharfer Munition des Kalibers neun Millimeter, dazu noch einige Ausrüstungsgegenstände und Privatsachen.



Autor Breinersdorfer
Fakten und Fiktion

Daran knüpfte die Sonderkommission Spekulationen. Obwohl keine objektiven Beweismittel gegen den untergetauchten Polizeibeamten vorlagen, es auch keine Zeugen gab, die ihn auf Photos als den Bankräuber identifiziert hätten, wurde zwei Tage später die öffentliche Fahndung nach dem Vermißten eröffnet. Dafür genügte der Polizei, daß der mit unbekanntem Aufenthalt verreiste Kollege der Phantom-Zeichnung des Erbstettener Gangsters ähnlich sah und daß er ein 15 000 Mark teures Toupet trug, das er mit erbeutetem Geld bezahlt haben könnte.

Als Villaverde/Gianoncelli in Italien von dem Verdacht gegen ihn erfuhr, kehrte er sofort nach Deutschland zurück und stellte sich der Polizei. Beim Verhör gab er an, er sei lediglich wegen privater Probleme so überstürzt aufgebrochen, habe „aussteigen" wollen, eines Mädchens wegen oder auch weil er sich seiner Glatze schämte.

Rasch erwies sich, daß seine Dienstpistole nicht die Mordwaffe war und das Blut am Banktresen nicht von ihm stammte.

Der Mißgriff der Ermittler zog noch einen heftigen Disput zwischen der Polizeiführung und dem Staatssekretär im Stuttgarter Innenministerium, Robert Ruder, nach sich. Der Politiker hatte, als einziger, „zutiefst bedauert", was dem jungen Mann geschehen sei. Auch sei es betrüblich, daß die „zuständigen Herren sich zu einer solchen Äußerung nicht durchringen konnten".

Der Chef der zuständigen Landespolizeidirektion Stuttgart I, Hanspeter Sturm, wies den Vorwurf mit dem „erstaunlichen Argument" (Breinersdorfer) zurück, der Polizist habe durch sein „sonderbares Verhalten" selbst verschuldet, daß er in Verdacht geraten sei.

Tatsächlich enthüllt die Einlassung des Polizeipräsidenten, daß bei der elektronischen Rasterfahndung die Beweislast einfach umgekehrt wird. Daß die Spur Nummer 2457 Merkmale aufwies, die nach Ansicht der Polizei auch auf den gesuchten Täter zutrafen, genügte den Ermittlern, den Beamten bloßzustellen – ihm bürdeten sie auf, Belege für seine Unschuld beizubringen.

Nicht nur wegen der voreiligen Preisgabe des Namens eines Unschuldigen und des schlechten Stils der Verantwortlichen in diesem Einzelfall legt sich Breinersdorfer mit den Polizeiführern und Staatsanwälten an. Der Kriminalschriftsteller hält ihnen zudem „rechtsstaatlich zweifelhafte" Ermittlungsmethoden vor, etwa die „flächendeckende" erkennungsdienstliche Behandlung von mehr als 300 Erbstettener Bankkunden. Sie verleitete obendrein zu einem Fehlschluß: Als die Vergleiche mit einem Fingerabdruck, der an einer Glasscherbe gefunden wurde, negativ ausfielen, nahm die Polizei irrigerweise an, er sei dem Täter zuzuordnen.

Kritisch merkt Breinersdorfer auch an, daß „in einigen, zahlenmäßig nicht bekannt gewordenen Fällen" Telephongespräche abgehört wurden, ohne daß die Betroffenen hinterher, wie es die Strafprozeßordnung vorschreibt, benachrichtigt wurden.

Bisweilen schildert er die polizeiliche Praxis sogar harmloser, als sie tatsächlich ist, so die „nicht unumstrittene" Ringalarmfahndung, wie sie nach dem dritten Poehlke-Raubzug ausgelöst wurde.

Anders als im Roman, wo Poehlke ein freundliches Gespräch mit dem kontrollierenden Kollegen führt, wurden in Wirklichkeit die Autofahrer, die Kontrollstellen passierten, nicht angehalten. Vielmehr wurden heimlich 25 000 Kennzeichen notiert und die Fahrer mit dem Täterraster verglichen.

Poehlke fiel, mangels Übereinstimmung, auch hier durchs Fahndungsnetz.

COCA-COLA

Müde geworden

Der Vertrieb wird gestrafft, kleinere Cola-Abfüller in Deutschland fürchten um ihre Existenz.

Das Jubiläum in Atlanta, Georgia, ist gebührend vorbereitet, 14 000 Gäste werden erwartet. Präsident Ronald Reagan soll dabeisein, Kollegen aus dem Showgewerbe werden auftreten, Geschäftsfreunde aus aller Welt wollen anreisen.

Coca-Cola, der weltweit meistgetrunkene Softdrink, feiert am 8. Mai den hundertsten Geburtstag. Vier Tage, vom 7. bis zum 10. Mai, dauert die Party. „Das wird", sagt ein Manager des Coca-Cola-Konzerns in Atlanta, „das größte Spektakel, das je von einem Unternehmen veranstaltet wurde."

In der deutschen Coca-Cola-Zentrale in Essen wird weniger laut gefeiert werden. Die Stimmung ist überhaupt nicht danach.

Viele der eigenständigen deutschen Coke-Abfüllbetriebe bangen um ihre Existenz. Die Konzernzentrale in Atlanta will die Zahl der Konzessionäre, die das Getränk in Lizenz produzieren und vertreiben, drastisch verkleinern. Von den jetzt noch 89 Konzessionären sollen etwa 50 schnellstmöglich ihre Lizenz verkaufen oder sich mit anderen Abfüllern zusammentun.

Dabei hat der Konzern kaum einen anderen Markt so im Griff wie die Bundesrepublik. Acht von zehn verkauften Dosen oder Flaschen mit Cola tragen das Coke-Markenzeichen. Konkurrent Pepsi – bei Amerikanern inzwischen sogar beliebter – kommt in Deutschland nur auf einen Marktanteil von rund zehn Prozent.

2,7 Milliarden Mark setzte Coca-Cola im vergangenen Jahr mit dem braunen Saft und anderen Softdrinks wie Fanta und Sprite in Handel und Gastronomie um, 11 000 Mitarbeiter beschäftigen die

Warum nicht Jeder



den trockenen, weißen Bordeaux Frühlingswein kaufen kann:

Nun, das hängt mit den Etiketten zusammen. Da steht nicht „Frühlingswein" drauf — sondern einfach „Bordeaux" oder „Entre-Deux-Mers", „Graves", „Côtes de Blaye" oder „Graves de Vayres". Und weil das nun wirklich nicht jeder wissen kann, bleibt der kleine, exclusive Kreis der Frühlingswein-Freunde auch weiterhin klein und exclusiv. Mal abgesehen von einigen eingeweihten Genießern, die Bordeaux Frühlingswein in drei Phasen auf die Spur kommen: Erstens gucken, ob der Wein über DM 6,- kostet, aus einem Gebiet mit jahrhundertealter Wein-Tradition kommt und nicht älter als zwei Jahre ist. Zweitens probieren, ob er fruchtig, trocken und voll durchgegoren ist. Und drittens eine Nacht abwarten. Wenn auch dann die Frühlingsstimmung durch nichts getrübt ist, spricht alles dafür, daß es sich um einen Bordeaux Frühlingswein handelt.

VIN DE BORDEAUX
Frühlingswein

ACP/SOPEXA

Zentrale in Essen und die Abfüllbetriebe bundesweit.

In Deutschland, so heißt es in der Konzernzentrale, gebe es zu viele Konzessionäre, die vom Erfolg müde geworden seien.

Nach dem Zweiten Weltkrieg, als die von den Nazis 1941 verbotene Limonade wieder in Deutschland verkauft werden durfte, waren die Lizenzen freigebig verteilt worden. Mehr als 150 Geschäftspartner durften Coca-Cola produzieren und vertreiben.

Zu ihnen gehörte auch der Ex-Boxweltmeister Max Schmeling. Weil ihm die Alliierten wegen seiner Rolle in der Nazi-Propaganda eine Presse-Lizenz verweigerten, die er zusammen mit Axel Springer beantragt hatte, tröstete ihn Coca-Cola mit einer Konzession im deutschen Norden.

Die Geschäfte entwickelten sich prächtig, nicht nur für Schmeling. Auf regelmäßigen Treffen spornte sich die „Coca-Cola-Familie", wie die Konzessionäre ihre Gemeinschaft nennen, zu mehr Leistung an.

Doch schon bald gab Atlanta Order, die Runde allmählich und behutsam zu verkleinern. Der Erfolg allerdings war gering. Anfang 1985 gehörten noch immer fast hundert Mitglieder zur Familie.

Jetzt verlangten die Amerikaner eine härtere Gangart. Erich Kreusch, Coca-Colas Statthalter in Essen und hier bereits seit 30 Jahren im Geschäft, sollte die Zahl der Konzessionen binnen Jahresfrist halbieren.

Kreusch verlangte entschieden mehr Zeit für die schwierige Aufgabe: „Der Widerstand ist einfach zu groß." Daraufhin schickten die Coca-Cola-Bosse einen anderen nach Deutschland, der in der Familie aufräumen soll: Neville Isdell, 42, einen Iren, der bis dahin auf den Philippinen lasche Konzessionäre zur Räson gebracht hatte.

Verärgert verließ Kreusch Ende vergangenen Jahres das Unternehmen. Nachfolger Isdell allerdings kommt bislang auch nicht recht voran. Nur wenige Mitglieder der Familie waren bislang bereit, ihre Lizenz zu verkaufen. Die Hamburger Holsten-Brauerei etwa gab auf massiven Druck ihre Lizenz an Schmeling ab.

Nun setzt Isdell auf eine neue Vertriebsstrategie. So sollen in Arztpraxen oder Büros, Frisörläden oder Schulen Mini-Automaten aufgestellt werden, die noch unter Kreusch von Bosch und Siemens entwickelt wurden. Diese „Postmix-Anlagen" (POM) können an jede Wasserleitung angeschlossen werden.

Auf Knopfdruck mixt der Apparat aus Sirup, Kohlensäure und Leitungswasser Coca-Cola oder andere Getränke. Etwa 250 000 solcher Geräte, so planen die Coca-Manager, könnten in Deutschland aufgestellt werden.

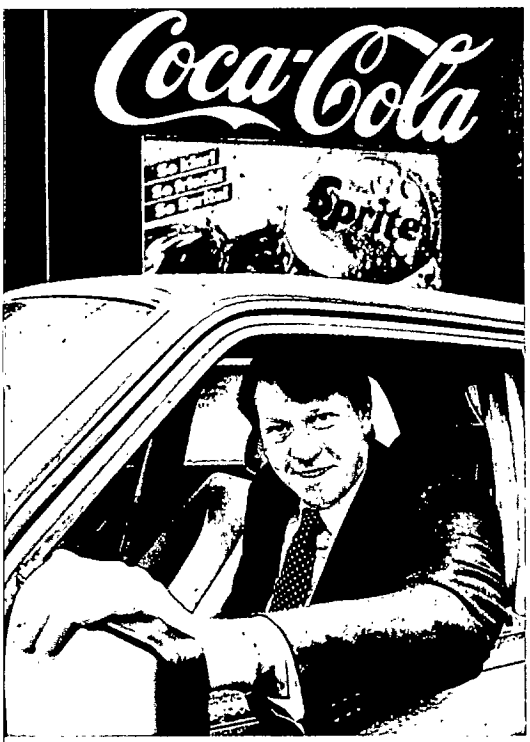
An den hohen Investitionen für den neuen Vertriebsweg und neue Produktionsanlagen sollen sich die Konzessionä-

re zur Hälfte beteiligen. Allein in diesem Jahr müssen insgesamt 140 Millionen Mark aufgebracht werden.

Das wird die Kräfte so mancher Konzessionäre übersteigen, zumal allein der gemeinsame Werbeetat um 12 Millionen auf 50 Millionen Mark aufgestockt wurde. Doch gerade darauf spekuliert Isdell. Er hofft, daß schwache Abfüller jetzt einsichtig werden und finanzstarke Partner suchen.

„Die Amerikaner sollen nicht so tun, als würden wir Kleinen nur Mist machen", ereifert sich ein Abfüller in Süddeutschland. „Fehler wurden in Atlanta mehr gemacht als bei uns."

Tatsächlich fielen die Amerikaner bös herein, als sie im April vergangenen Jahres die 99 Jahre alte Coca-Cola-Re-



Coca-Cola-Manager Isdell
Massiver Druck auf schwache Abfüller

zeptur änderten und den Geschmack der Cola des erfolgreichen Konkurrenten Pepsi anglichen. Die süßer schmeckende „New Coke" wurde ein Flop, die alte Cola mußte zusätzlich wieder auf den Markt gebracht werden.

In Deutschland wurde inzwischen der Plan der Zentrale aufgegeben, auch hier die neue Cola einzuführen. Statt dessen kommt jetzt eine andere US-Brause auf den Markt, eine Cola mit Kirschgeschmack.

Die Manager in Atlanta nämlich sind überzeugt, daß der Durst der Deutschen noch längst nicht gestillt sein kann. „Statistisch gesehen", so ihre schlichte Philosophie, „trinkt jeder Amerikaner jährlich nahezu 100 Liter Cola, jeder Deutsche dagegen nur 25 Liter – da ist also noch eine Menge möglich." ◆

Kristallklare Scheibe mit dem 1. Wisch.
Die Revolution für die Waschanlage!



CW 1:100 immer freie Sicht, ... damit Sie sicher nach Hause kommen!

Durch eine revolutionierend neue Formel macht CW 1:100 Schluß mit gefährlichen Blend- und Schmierfilmen. Sofort!... selbst an flachen Frontscheiben cw-Wert optimierter Fahrzeuge. CW 1:100, d.h. keine Schrecksekunden mehr, sondern Sicht und Sicherheit für das ganze Jahr. CW 1:100 ist umweltfreundlich und oberflächenschonend. Übrigens: Bei der ADAC-Straßenwacht ständig im Einsatz.

Unsere Auslandsvertretungen:
CH – Chemuwa Autozubehör AG, Wald ZH, Telefon 055-95 28 94
DK – Rallye Centeret Næstved, Telefon 03-73 24 47
USA – BIS Smartparts, 11 Business Park Drive, Branford, CT 06405

Ein Produkt der Dr. O. K. Wack Chemie GmbH 8070 Ingolstadt

