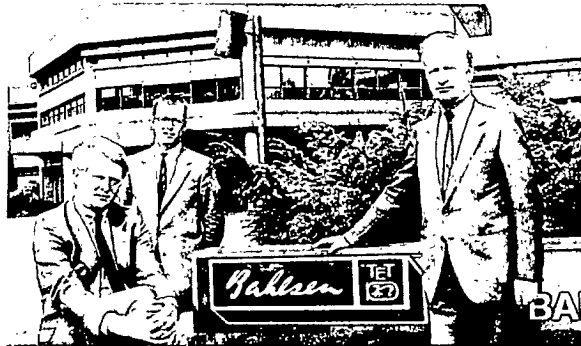


## Keks und Zwieback im Sandkasten

Der Hagerer Zwieback-, Keks- und Schokoladenfabrikant Carl-Jürgen Brandt ist nicht gut auf seinen Konkurrenten Bahlsen in Hannover zu sprechen. Am Montag morgen vergangener Woche scheuchten ihn seine Manager im Skiurlaub in Österreich auf und lasen ihm eine SPIEGEL-Meldung vor. Damit begann eine Posse, die in Hagen, so Geschäftsführer Alfred Hellmann, „gar nicht komisch“ ankam: „Uns wurde schwerer Schaden zugefügt.“ Der SPIEGEL hatte berichtet, Bahlsen (1,5 Milliarden Mark Umsatz) wolle die Firma Carl Brandt (330 Millionen Mark Umsatz) schlucken. Alleinhaber Brandt rief sofort in Hannover an: Die Brüder Lorenz und Werner Michael Bahlsen, scheinbar verwundert, beteuerten, sie könnten sich diese Meldung „nicht erklären“, und versprachen ein sofortiges Dementi. Doch es half nichts, schon am Nachmittag mußte Brandt seine Skistiefel abschnallen und zurück nach Hagen eilen: „Zu unserer allergrößten

Überraschung“ (Brandt) bestätigte das Bundeskartellamt, daß Bahlsen einen schriftlichen Antrag auf Übernahme der Hagerer Firma gestellt hatte. Daraufhin waren Brandt und seine Manager tagelang damit beschäftigt, Kunden, Lieferanten und Banken zu versichern, daß die Firma nicht verkauft wird. Am Mittwoch nachmittag wurde die Produktion stillgelegt, weil Mitarbeiter auf einer Betriebsversammlung Aufklärung forderten. Erst Mitte der Woche gestanden die Bahlsen-Brüder in einem Brief an Brandt, sie hätten zwar einen Übernahmeantrag gestellt, aber nur „im Rahmen strategischer Überlegungen“ erkunden wollen, wie

das Kartellamt wohl solch einen Fusionsfall bewerte. Die Brüder haben sich bei Brandt für die Sandkastenspiele entschuldigt, aber das gute Verhältnis zwischen den Familien Bahlsen – neben den Brüdern gehört noch Cousin Hermann zur Geschäftsleitung – und Brandt ist getrübt. Brandt vermutet einen Bahlsen-Spion im Werk: Der Fusionsantrag war detailliert mit vertraulichen Angaben über Verkaufszahlen und Marktanteile garniert.



Werner Michael, Lorenz, Hermann Bahlsen



Burger King, Kundinnen

## Fastfood-Ketten unter Druck

Obwohl immer mehr Menschen außer Haus essen, müssen sich die Schnellimbiß-Ketten in Amerika inzwischen auf ernsthafte Wachstumsprobleme einstellen. Der Erfolg der Snack-Gastronomie hat so viele neue Konkurrenten angelockt, daß klassische Ketten wie McDonald's oder Wendy's im Mutterland des schnellen Essens die gewohnten Umsatzsteigerungen nicht mehr erreichen. Konnten die Fastfood-Lokale 1972 im Schnitt noch täglich mit 845 Kunden pro Filiale rechnen, so sind es

jetzt nur noch 685. Die Folge: Beim Pillsbury-Konzern (Burger King) zum Beispiel sank der Gewinn der Restaurants gegenüber Mai 1987 um 28 Prozent; andere Ketten, etwa Wendy's, haben begonnen Personal einzusparen.

## Dritter Versuch bei MBB

Die CSU versucht abermals, einen Parteifreund in die Führung des halbstaatlichen Rüstungs- und Luftfahrtkonzerns MBB zu schieben. Der Eichstätt Landtagsabgeordnete Manfred Dumann soll den Vorstandsposten des gerade pensionierten stellvertretenden MBB-Chefs Sepp Hort übernehmen. Dies ist bereits der dritte Versuch, einen CSU-Mann bei MBB unterzubringen. Der Münchner Mercedes-Händler Karl („Karli“) Dersch, ein Spezi von CSU-Chef Strauß, brachte sich vor Monaten durch allzu lautstarke Bewerbung in den Klatschspalten um den Vorstandsposten. Der nächste CSU-Favorit, Verteidigungsstaatssekretär Holger Pfahls, früher Chef des Verfassungsschutzes, mußte nun zugunsten des

unbekannten Hinterbänklers Dumann das Rennen aufgeben. Dumann, Verwaltungsangestellter im Münchner Umweltministerium, ist gelernter Werkmeister.

## Luxuswagen aus Japan

Die japanischen Autohersteller, die ihren Wettbewerbern auf dem US-Markt schon beim Absatz von Klein- und Mittelklassewagen zusetzten, dringen nun auch in die Luxusklasse ein. Dabei kommt den Japanern die derzeitige Schwäche europäischer und amerikanischer Anbieter in diesem Markt-Segment zugute. Die Europäer wie Daim-

ler-Benz, BMW, Porsche und Jaguar mußten ihre Preise nach dem Dollar-Sturz drastisch anheben. Amerikanische Hersteller können ihre Spitzen-Modelle zwar relativ billig liefern, aber die Karosserien von General Motors und Chrysler gelten bei vielen Amerikanern als veraltet. Nur Ford hat modern gestylte große Wagen, kann davon aber nicht genug produzieren, weil alle Oberklassewagen in einer bereits vollausgelasteten Fabrik hergestellt werden. Als erster Japaner nutzte Honda die Lücke. Das Unternehmen verkaufte im vergangenen Jahr bereits über 50 000 Wagen vom Typ Legend.



Honda Legend