

Washington im letzten Jahr schon mutig vorgewagt“, lobt Kritiker Klaus Milke. Der Bankier vermerkt „mit großem Respekt den Ernst, mit dem Sie sich dieser Frage zuwenden“.

Der verbindliche Ton täuscht die kritischen Aktionäre nicht darüber hinweg, daß sie bei den drei Großbanken in der Sache wenig erreicht haben. Keine verzichtet ganz auf Geschäfte mit Südafrika. Die Dresdner unterhält mit der „Swabank“ sogar weiter eine Tochter in Namibia, das entgegen den Beschlüssen der Vereinten Nationen von Südafrika wie ein Kolonialgebiet gehalten wird. „In den USA hat es fast 20 Jahre bis zum Boykott gedauert“, tröstet sich Paschla mit langem Atem, „wir sind erst sechs Jahre aktiv.“

Auch für den Bayer-Kritiker Köhler-Schnura ist die Erfolgsbilanz nicht gerade ermutigend. „Der Frust überwiegt“, gesteht er, „wenn man auf der HV mal wieder eiskalt abgekoffert wird.“ Natürlich erwarten sich die alternativen Aktionäre keine Mehrheit für ihre Gegenanträge – etwa: Köhler-Schnura in den Bayer-Aufsichtsrat; oder: Kürzung der Dividende von elf auf drei Mark, damit Bayer die vom Konzern verursachten Umweltschäden beseitigt.

Doch die Hauptversammlung ist, so der Coordination-Sprecher, „die einzige Möglichkeit für einen normalen Menschen, die wirklich verantwortlichen Personen im Abstand von zwei Metern mit ihrem Handeln zu konfrontieren“. Die Wirkung ihrer Auftritte in den Medien haben die Kritiker natürlich auch bedacht. Allerdings ist Köhler-Schnura erst dieses Jahr richtig klar geworden, daß die Abweichler erst nach Redaktionsschluß der meisten Wirtschaftsblätter ans Podium gelassen werden.

Wenigstens eine Wirkung schreibt sich die Coordination auf ihr Konto: Die Auftritte der Kritiker hätten die Besucherzahl der Bayer-Versammlung von wenigen tausend auf den bundesdeutschen Spitzenwert von 13 500 Aktionären dieses Jahr „hochgedrückt“ – und wenn es auch nur das Interesse war, „mal zu gucken, was sind denn das für Typen“ (Köhler-Schnura).

Selbst dieses kleine Erfolgserlebnis gönnt ihnen der Konzern nicht. Akribisch haben die Bayer-Manager jetzt für fast zwei Jahrzehnte die Entwicklung der Zuhörerzahl untersucht. Der Andrang des Publikums, so folgern die Manager aus ihrer Analyse, hänge nicht von Axel und seinen Kollegen ab, sondern vom erwarteten Wert der Präsente, die das Unternehmen den Aktionären am Ausgang des Saales überreicht.

Im Jubeljahr 1988 verursachte folglich ein besonders großzügiges Geschenk im Wert von 102,50 Mark den Besucherrekord: die Bayer-Hydrocollagen Quenty forty, sporty und beauty „für die Haut ab 20, 30 und 40 Jahren“.

## LUFTVERKEHR

### Rosinen picken

**Bekommt die Lufthansa im Inland wirklich Konkurrenz? Eine kleine Charter-Gesellschaft will im Herbst Linien-Jets einsetzen.**

Es ist der 31. Oktober 1988, ein Montag. In aller Frühe, um 6.50 Uhr, startet auf dem Frankfurter Flughafen eine Passagiermaschine des Typs DC-9 Richtung Hamburg, der erste Linienflug der Charter-Gesellschaft Aero Lloyd.

Um sieben Uhr hebt in Frankfurt eine weitere DC-9 in Richtung München ab. Gleichzeitig fliegt von Düsseldorf aus ei-

weitere Strecken hinzukommen – nach London, Paris und Zürich.

Der Neuling lockt mit seinen Preisen. Aero Lloyd fliegt 10 bis 15 Prozent billiger als die Lufthansa. Auf der Route Hamburg-München, der längsten, macht die Ersparnis bei Hin- und Rückflug 72 Mark aus, auf der Strecke München-Frankfurt 44 Mark.

Bequemer als bei dem bisherigen Alleinanbieter wird es nicht, im Gegenteil. Die Passagiere sitzen in den zwölf Jahre alten DC-9 von Aero Lloyd ein wenig enger als in den Boeing 737 der Lufthansa. Erste Klasse wird gar nicht erst angeboten.

Der Bord-Service soll dem Lufthansa-Standard entsprechen. Drei Flugbegleiter servieren Tee oder Kaffee und teilen belegte Brötchen mit Schinken oder Sa-



Aero-Lloyd-Manager Gradišnik (M.): „Die Strecken würde ich gerne übernehmen“

ne nach Hamburg. Auch in München und Hamburg sollen am letzten Oktober Aero-Lloyd-Jets zu ihrem ersten innerdeutschen Linienflug starten.

Wende im bundesdeutschen Flugverkehr? Im Augenblick sieht es tatsächlich so aus, als bekäme die Lufthansa im Inlandsflugverkehr einen Wettbewerber; als würde ein jahrzehntealtes Monopol, festgefügt Bestandteil des bundesdeutschen Gemeinwesens, gekippt.

Die Aero-Lloyd-Manager scheinen entschlossen, die Liberalisierung des bundesdeutschen Luftverkehrs Wirklichkeit werden zu lassen. Bescheiden zwar, denn Aero Lloyd fängt nur mit acht Flügen morgens und acht abends an. Aber schon nächstes Frühjahr, wenn neue MD-83 und MD-87 von McDonnell Douglas geliefert worden sind, sollen

lami aus. Zwei Sorten Pils, Rot- und Weißwein, Kognak oder Sekt – alles, wie üblich, gratis.

Ob der Neuling mit diesen Offerten genügend Kunden von der altehrwürdigen Lufthansa wegziehen kann, ist keineswegs sicher – zumal die Flugzeiten ziemlich unattraktiv sind: Morgens startet Aero Lloyd ein wenig früh und abends zu spät, von München nach Frankfurt beispielsweise erst um 20.50 Uhr. Die beliebtesten Abflugzeiten blockiert die Lufthansa mit ihrem reichhaltigen Angebot.

Wer mit Aero Lloyd fliegt, kann überdies sein Ticket nicht auf einen Lufthansa-Flug umbuchen. Die Lufthansa erkennt die Flugscheine der Konkurrenz nicht an.

Der Verkauf der Tickets ist ein weiteres Problem. Der Vertrieb läuft über die Reisebüros, deren Provision aber richtet

\* Mit den Geschäftsführern Miso Aksmanovic und Walter Schneider.

**Auf eigenes Risiko**

Mit ungewöhnlichen Methoden versucht Daimler-Benz den müde gewordenen Pkw-Verkauf anzutreiben.

Überall im Würzburger Congress-Zentrum hatten Sicherheitskräfte Posten bezogen. Die Besucher durften nur nach strenger Ausweiskontrolle passieren. Offensichtlich befürchtete der Veranstalter, das Unternehmen Daimler-Benz, es könnte sich ein Spion der Konkurrenz einschleichen.

Mercedes-Verkäufer aus dem gesamten Bundesgebiet erlebten in Würzburg

sich nach dem Flugpreis. Deshalb, so fürchten die Aero-Lloyd-Manager, werden die Flugscheinverkäufer zunächst versuchen, die teureren Lufthansa-Tickets loszuschlagen. Erst wenn die Lufthansa ausgebucht ist, kommt wohl Aero Lloyd an die Reihe.

Erst einmal werden die Linien-Neulinge einiges Geld in die Werbung stecken müssen, um sich bekannt zu machen. Bislang flogen die Aero-Lloyd-Jets nur im Auftrag von Pauschal-Urlaubsfirmen wie TUI oder NUR.

Aero Lloyd ist seit 1981 im Touristik-Geschäft. Richtig in Schwung kam das Unternehmen erst, als 1984 Bogomir Gradišnik das Steuer übernahm. Der gebürtige Jugoslawe ist Chef der Frankfurter Air Charter Market Vermittlungs-GmbH, die zu 49 Prozent an Aero Lloyd beteiligt ist. Air Charter Market wiederum gehört zu einer Holding namens Ado AG im schweizerischen Zug. Deren Eigentümer bleiben im dunkeln.

Die anderen 51 Prozent an Aero Lloyd gehören zwei Frankfurter Kaufleuten.

Die Eigentümer können mit Gradišniks Arbeit hoch zufrieden sein. Im vergangenen Jahr stieg der Umsatz um mehr als 27 Prozent. Dieses Jahr läuft das Charter-Geschäft noch besser. Die Aero-Lloyd-Manager rechnen mit 320 Millionen Mark Umsatz.

Gradišnik fürchtet, daß das „irgendwann einmal aufhört“. Die Konkurrenz ist hellwach. Allein in Spanien sind in den vergangenen Monaten mehrere neue Charter-Fluggesellschaften gegründet worden. Lufthansa und die spanische Iberia haben eine gemeinsame Tochter namens Viva ins Rennen geschickt.

Die Lufthansa selbst müht sich zusehends um die Touristen. Ihre Jets fliegen regelmäßig Ferien-Flugplätze wie das türkische Antalya, das kretische Heraklion oder das spanische Málaga an – alles Ziele, die früher nur die Charter-Gesellschaften in ihrem Flugplan hatten.

Auf lange Sicht, da sind sich die Branchenkenner einig, werden sich die jetzt noch bestehenden Unterschiede zwischen Linien-Gesellschaften und Charter-Unternehmen immer mehr verwischen. Am weitesten hat es da die LTU gebracht. Die Ferien-Jets der Düsseldorfer fliegen schon seit Jahren nach einem festen Flugplan wie bei einer Linien-Gesellschaft.

Gesellschaften wie Aero Lloyd werden auf Dauer bestrebt sein, ihre Flüge betriebswirtschaftlich optimal aufzuteilen: Linie vornehmlich im Winter, in der Jahreszeit, in der die Ferien-Flotte nur schwach ausgelastet ist. Charter vornehmlich im Sommer.

Aero-Lloyd-Chef Gradišnik wird einen Teil seiner Maschinen in diesem Winter für beide Zwecke nutzen. Vier aus seiner Flotte von elf McDonnell-Douglas-Jets setzt der Jugoslawe kombiniert für Linie und Charter ein. Morgens und abends, wenn die Geschäftsreisenden unterwegs

sind, fliegen sie innerdeutsch; tagsüber, wenn der Andrang auf den bundesdeutschen Routen nachläßt, befördern sie Urlauber nach Kreta oder auf die Balearen.

Der Lufthansa paßt die ganze Richtung natürlich nicht. Ausgerechnet auf ihren Stammstrecken muß die Bundes-Airline sich nun mit einem lästigen Preisunterbieter herumschlagen. Lufthansa-Chef Heinz Ruhnau schickte deshalb dem Bonner Verkehrsminister eine 20 Seiten starke kritische Stellungnahme zu Gradišniks Vorhaben.

Es sind die altbekannten Lufthansa-Argumente: Die Aero-Lloyd-Manager hätten sich nur die „Rosinenstrecken“ herausgepickt, heißt es in dem Papier. Die Lufthansa hingegen bediene aus ge-



**Daimler-Benz-Verkauf:** Es darf geholt werden

meinwirtschaftlicher Verantwortung auch so unrentable Strecken wie die nach Hannover, Bremen oder Nürnberg.

Wenn Bonn auf den innerdeutschen Strecken mehr Wettbewerb haben wolle, müsse die Regierung in Kauf nehmen, daß die Lufthansa unwirtschaftliche Flugverbindungen aufgabe. Allein „zum allgemeinen Wohl“ könne seine Gesellschaft den Betrieb nicht aufrechterhalten, droht Ruhnau.

Die Bonner Beamten ließen sich diesmal nicht bluffen. Sie erlaubten Aero Lloyd die gewünschten Flüge.

Die Gefahr, daß Ruhnau Flüge streicht, ist denkbar gering. Wo die Lufthansa sich zurückzieht, steht die Konkurrenz schon parat. „Die angeblich unrentablen Strecken“, versichert Aero-Lloyd-Manager Gradišnik, „würde ich liebend gerne umgehend in eigene Regie übernehmen.“

eine Film Premiere. Gezeigt wurden Crash-Tests mit Mercedes-Typen und mit Modellen von BMW, Opel, Ford, Volvo und Saab.

Eine heikle Vorführung. Die „Diffamierung von Wettbewerbern“, mahnte vorab in einer „wichtigen Information“ die Rechtsabteilung jeden der knapp 2000 Teilnehmer, könnte „unter bestimmten Voraussetzungen strafrechtlich verfolgt“ werden.

Und freundlich war es auch nicht, was die Mercedes-Verkäufer über die Konkurrenz zu hören und zu sehen bekamen. Über die Leinwand flimmerten Bilder von seitlich versetzten Frontalzusammenstößen. Dabei schnitten, wie sollte es anders sein, die eigenen Modelle am besten ab.

„Kunden und Interessenten“, warnten die Daimler-Juristen, dürften nicht darüber informiert werden, „was Sie im