

Fabriken schließen müsse und High-Tech verlorenginge.

Für einiges Aufsehen sorgte Schrempp, als er immer heftiger eine staatliche Industriepolitik einforderte und damit dem Wirtschaftsminister Günter Rexrodt („Wirtschaft findet in der Wirtschaft statt“) unverschämt deutlich widersprach.

So wie Schrempp sich wegen seiner zupackenden Art zuvor stets mit Niefer vergleichen lassen mußte, wurde ihm nun nachgesagt, mit solch politischen Vorträgen eifere er Konzernchef Edzard Reuter nach.

Doch Schrempps Auftritte auf der Polit-Bühne dienen nie dazu, der Menschheit die Weltlage zu erklären, wie Reuter dies gelegentlich versucht. Er verfolgt handfeste Konzerninteressen.

Industriepolitik soll dafür sorgen, daß mit jenem Geld, das nicht mehr für Verteidigung ausgegeben wird, neue Technologien wie Solarenergiegewinnung gefördert werden. Und in denen ist die Dasa selbstverständlich engagiert.

Ein wenig Spaß an der Provokation spielt freilich auch mit, wenn Schrempp sich politisch äußert. Den Grünen zollt er „Respekt“, die CSU ist „nicht meine Couleur“, und wem das noch nicht wegen genug klingt, dem erzählt er: „In meinem Vorstand bin ich ein Linker.“

Das ist auch für einen im Grunde eher Konservativen wie Schrempp nicht schwer. Denn in diesem Gremium saß vor einiger Zeit noch Karl Dersch, der in seinem Garten die Reichskriegsflagge gehißt hatte.

Edzard Reuter kann zufrieden sein mit seinem Zögling, den er seit Jahren fördert. Fasziniert hat den Konzernchef wohl, daß Schrempp über eine Fähigkeit verfügt, an der es ihm selbst stets mangelt: Wenn es unvermeidlich ist, schließt Schrempp Fabriken und entläßt unfähige Vorstände. So einem traut Reuter zu, die eigene Kopfgeburt eines Technologiekonzerns in die Realität umzusetzen.

Aber auch Reuter wurde überrascht davon, wie schnell Schrempp zupacken kann. Vor einem Jahr setzte er zum Königsmord an. Der „Strategie“ Reuter müsse noch 1993 durch einen „Realisierer“ ersetzt werden, einen Mann wie ihn, forderte Schrempp gegenüber Vertrauten.

Andere wären über einen solchen Vorstoß gestürzt. Schrempp hatte Glück und kam mit einer Verwarnung davon.

Von Biographen muß er sich bereits fragen lassen, ob ihm nicht die Niederlagen im Leben fehlen, die einen Manager doch angeblich erst reifen lassen. Anfangen kann er mit solchen Fragen wenig. Warum muß einer erst abstürzen, um später wieder aufzusteigen? Was spricht gegen einen, der stets auf Rot setzte, bevor die Kugel auf Rot zum Stillstand kam?

Eigentlich nichts. Wenn da nicht in jüngster Zeit jene Momente wären, in denen Schrempp den Eindruck vermittelt, als hebe er gleich ab. Wenige Tage bevor er gekürt wird, erzählt Schrempp, daß er den Job an der Daimler-Spitze eigentlich nie richtig wollte. Er könne sich auch was anderes vorstellen. Als One-Dollar-Man nach Südafrika gehen beispielsweise, dort eine Wirtschaftsentwicklung in Gang setzen, die dann ausstrahlt auf das übrige Afrika.

Nicht schlecht. Aber vielleicht saniert Jürgen Schrempp zuvor ja noch Deutschlands größten Konzern. □

### Unternehmen

## Abschied der Kids

**Selbst zu Sonderpreisen ist Benetton-Kleidung immer schwerer abzusetzen. Die Händler protestieren gegen die Firmenpolitik.**

Ihren Job als Verkäuferin im Benetton-Shop am Münchner Marienplatz hatte sich Vittoria Zoccoli, 19, ganz anders vorgestellt. Die Italienerin aus Reggio in Kalabrien dachte, ihr Geschäft würde jeden Tag von jungen Leuten belagert, wie sie in Benetton-Anzeigen zu sehen sind.

Statt dessen bedient sie immer öfter Rentner und alte Damen. „Die stehen total auf unsere Jacken und Pullover“, wundert sich die Benetton-Angestellte.

Teens und Twens meiden zunehmend ihren Laden. Sie gehen lieber ein paar Schritte weiter zur Filiale von Hennes & Mauritz. Bei der schwedischen Textilkette sind Jacken und T-Shirts oft modischer und billiger. Vorbei sind die Zeiten, als modebewußte Kids die Filialen des italienischen Massenkonfektionärs stürmten.

Viele stört auch die Schockreklame, mit der Firmenchef Luciano Benetton seine Strick- und Wirkware bewirbt. Eines der Motive zeigte erst kürzlich den blutbefleckten Kampfanzug eines gefallenen bosnischen Soldaten. Seither boykottieren viele Jugendliche die Benetton-Filialen.

Für die rund 650 Benetton-Händler im Bundesgebiet hat

der Trend fatale Folgen. Bei vielen von ihnen schrumpfte der Umsatz in den vergangenen Monaten bis zu 30 Prozent. Selbst zu Schleuderpreisen sind die Hosen und Sweatshirts vielerorts kaum noch abzusetzen.

In ihrer Not haben sich rund 50 Händler, die zusammen über 150 Geschäfte betreiben, zu einer Interessengemeinschaft zusammengeschlossen. Die Ladenbesitzer wollen bessere Zahlungsbedingungen durchsetzen und zusammen mit der Zentrale neue Kollektionen entwickeln, die eher dem deutschen Geschmack entsprechen.

Doch die Benetton-Manager weisen die Kritiker bislang ab. „Was diese Leute machen, ist geschäftsschädigend“, wettet der hessische Gebietsleiter Nilo Riccardi.

Die Reaktion des Benetton-Statthalters ist typisch für die Geschäftspolitik des italienischen Textilherstellers. In Anzeigen und Interviews geben sich Firmenchef Luciano Benetton und seine Manager gern weltoffen und innovativ. Wie verkrustet der Milliardenkonzern ist, blieb bislang verborgen.

Der Protest der deutschen Händler machte die Mängel des Konzerns offensichtlich. Der Textilriese (1993: 2,8 Milliarden Mark Umsatz) betreibt nur rund 30 seiner weltweit 7000 Filialen in eigener Regie. Der Rest wird von selbständigen Einzelhändlern geführt.

Die sind um ihren Job nicht zu beneiden. Die meisten haben nicht einmal einen schriftlichen Vertrag mit der Firmenzentrale. Dennoch dürfen sie nur Benetton-Produkte führen. Ihre Ansprechpartner vor Ort sind sogenannte



**Firmenchef Benetton**  
Gern weltoffen und innovativ

Gebietsvertreter. Die bekommen rund fünf Prozent Provision auf die Umsätze in ihrem Gebiet. Deshalb schwatzen sie den Einzelhändlern möglichst viel Ware auf.

Wehrt sich ein Abnehmer gegen die Bevormundung, drohen Regionalmanager schon mal mit Lieferstopp oder der Eröffnung eines Konkurrenzladens gleich nebenan. „Viele von uns“, stöhnt ein Händler aus dem Rheinland, „werden mit Ware regelrecht vollgepumpt.“

Bringt ein Kunde ein löchriges oder verfärbtes T-Shirt zurück, muß der Ladeninhaber den Verlust in der Regel selbst tragen. „Wir haben in zehn Jahren noch kein einziges Teil gutgeschrieben bekommen“, klagt ein hessischer Benetton-Händler.

Der Geiz ihrer Geschäftspartner nervt viele Ladenbesitzer nur noch, wirkliche Nachteile bringen ihnen die Modemuffel im Konzern. Textilketten wie Hennes & Mauritz oder das Celler Unternehmen „Street One“ bringen inzwischen bis zu zwölf Kollektionen pro Jahr heraus.

Die Benetton-Manager dagegen begnügen sich noch immer mit zwei großen Kollektionen pro Jahr. „Wir wollen eben nicht extrem modisch sein“, rechtfertigt Hessen-Statthalter Riccardi die Unternehmenspolitik.

Den fehlenden Chic könnten die Italiener nur durch bessere Qualität und Paßform wettmachen. Doch auch da hapert es. Die Familienfirma modernisierte zwar die Produktion in Italien, aber die Kleidung paßt häufig nicht. So häufen sich in den Geschäften die Reklamationen.

Manchmal geben Kunden schon bei der Anprobe entnervt auf. Jenseits der Alpen hat sich offenbar noch immer nicht herumgesprochen, daß deutsche Teenager immer größer werden. Vielen von ihnen reichen die fipsigen Benetton-Hosen gerade bis unters Knie.

Firmenchef Luciano Benetton und seine Getreuen sehen die Fehler weniger bei sich selbst als bei ihren deutschen Geschäftspartnern. „Die Händler“, kritisiert der baden-württembergische Benetton-Beauftragte Michele Rossetto, „wollen doch nur von ihren eigenen Problemen ablenken.“

Ähnlich hatten sich die Textilmanager schon einmal verhalten, als Ende der achtziger Jahre in Amerika Einzelhändler gegen die mächtige Zentrale aufmuckten. Die Kleiderverkäufer wollten damals feste Verträge als Filialisten erstreiten, unterlagen aber vor Gericht.

Den juristischen Sieg mußten die Italiener teuer bezahlen. Von ehemals 800 Benetton-Geschäften in den Vereinigten Staaten sind heute noch ganze 150 Läden übrig. □



West-, Ost-Berliner Polizist: Mehr Arbeit, weniger Geld

Berlin

## Bananen billiger

**Der Senat will den Ost-Berlinern mehr Geld geben – doch der Bund und die anderen Länder mosern.**

**E**in Ost-Berliner, dem im Westteil der Hauptstadt übel wird, darf dort nicht zum Arzt – es sei denn, sagt Berlins Sozialsenatorin Ingrid Stahmer, „er kann sich nicht mehr in den Osten zurückschleppen“. Denn das immer noch geteilte Kassensystem sieht im Regelfall die Behandlung in der heimischen Stadthälfte vor.

Ein Rentner aus der Berliner Adalbertstraße 71 kann sich beim Aldi-Einkauf deutlich mehr leisten als der Nachbar aus der Nummer 65, weil die einstige Sektorengrenze zwischen beiden Häusern heute immer noch eine Rentengrenze ist. Und im Streifenwagen bekommt der Ost-Polizeimeister nur 80 Prozent der Bezüge seines West-Beifahrers, der obendrein noch anderthalb Wochenstunden weniger arbeiten muß.

Beim Versuch, die Lebensbedingungen in Ost und West einander anzupassen, gerät Bürgermeister Eberhard Diepgen (CDU) zunehmend in Clinch mit den Bonner Regierenden und mit seinen Länderkollegen. Auf „minerverseuchtes Gelände“ kam er jüngst mit dem Senatsbeschluß, die Gehälter schneller anzugleichen als offiziell vorgesehen.

Berlins Absicht, schon von 1996 an das Salär der 118 000 öffentlich Bediensteten im Ostteil auf Westniveau zu heben, löste einen bundesweiten Proteststurm aus: Wegen „grob verbandswidrigen und verbandsschädigenden Verhaltens“ warf die Tarifgemeinschaft deutscher Länder Berlin aus ihren Reihen.

Dabei ist es stadtpolitisch notwendig, trotz der geschätzten Mehrkosten von einer Milliarde Mark die Tarifmauer abzureißen. Denn in vielen Branchen der Privatwirtschaft, etwa bei einigen Banken und Ladenketten, wurden die Gehälter der Ost-Mitarbeiter schon angeglichen.

Bei den Lebenshaltungskosten gibt es zwar noch Ost-Vorteile. Die sogenannte Bruttokaltmiete liegt fast ein Drittel unter Westniveau, auch die Heizgaspreise sind günstiger. Die Banane, Einheitsymbol von gestern, kostet pro Kilo 40 Pfennig weniger als im Westen. „Manchen Osis geht's besser, als sie denken“, folgert die (Ost-)Berliner Zeitung.

### Berliner Gefälle

Unterschiede zwischen Ost- und West-Berlin bei Preisen und Einkommen

