

DARAUF FÄHRT DER JUNIOR AB.

DB Die Bahn

DB Junior-Paß

Gültig vom 01.08.81
bis 31.07.82

für Herr/Frau Kirstin Fischer
geboren am 28.07.64
Straße/Haus-Nr. Schweizer Straße 8
Plz./Wohnort 6000 Frankfurt a.M.
Kirstin Fischer
(Eigenthändige Unterschrift / Vor- und Zunamen)

Für alle, die 12, aber noch keine 23 sind. Für Schüler und Studenten unter 27. Für 90 DM. Informationen überall, wo es Fahrkarten gibt.

KRANKENKASSEN

Ostfriesisches Beispiel

Preisbrecher unter den Brillenanbietern lassen die AOK hoffen, auch in anderen Bereichen ihre Kosten drücken zu können.

Jahrelang, erinnert sich Jürgen Raddatz, habe er „gestrampelt und gekämpft“, aber nichts erreicht. „Jetzt auf einmal aber“, wundert sich der Funktionär des Landesverbandes Niedersachsen der Allgemeinen Ortskrankenkassen (AOK), „ist alles ganz anders.“

Erstmals seit vielen Jahren gelang es Raddatz und anderen AOK-Funktionären, den Innungsverbänden der Augen-

sten bei der AOK 1979 mit 565 Millionen Mark zu Buche.

Dabei bieten die Optiker den Versicherten für rund 100 Mark nur die Auswahl unter acht zeitlos häßlichen Fassungen an. Will der Kunde ein modisches Gestell, dann muß er kräftig zuzahlen. Verlangt dieses Modell größere Gläser oder werden Kunststoffgläser gewünscht — alles kostet zusätzlich Geld.

Im Herbst vergangenen Jahres legte das Wissenschaftliche Institut der Ortskrankenkassen eine Studie über den Brillenmarkt vor. Das Ergebnis: Durch rechtlich fragwürdige Preispraktiken sichern die Optiker sich Gewinnspannen, die sich nur auf einem Markt ohne Wettbewerb durchsetzen lassen. Die Analyse errechnet einen Durchschnittsgewinn von 109 000 Mark pro Betrieb,



Kundenberatung beim Optiker: Durch Preisbrecher aufgeweicht

optiker in harten Verhandlungen einen Preisstopp abzapfen. Außer in Bayern gelten die bestehenden Lieferverträge, die eigentlich am 30. Juni auslaufen sollten, ohne jeden Aufschlag vorerst weiter.

Der Erfolg war nur möglich, weil die Verhandlungspositionen der bisher festgefügt Brillenbranche durch Preisbrecher aufgeweicht wurden. Großanbieter wie Karstadt, Quelle-Optik und die Filialgruppe Günter Fielmann haben die „größere Flexibilität“ (Raddatz) der Optiker bewirkt. Der eingefrorene Preis erspart der AOK in der zweiten Jahreshälfte 1981 zehn Millionen Mark.

Die teuren Brillen hatten die Kassen zunehmend belastet. Noch 1970 zahlten die Ortskassen 6,87 Mark pro Mitglied an die Optiker, 1979 waren es 34,34 Mark. Insgesamt schlug der Po-

obwohl täglich im Schnitt nur fünf bis sechs Brillen angefertigt werden.

Im niedersächsischen Kreis Friesland zog AOK-Geschäftsführer Erwin Frey vor einigen Wochen die Konsequenz aus der Verbandsstudie. Weil die örtlichen Optiker sich nicht auf einen einjährigen Preisstopp einlassen wollten, sondern auf ihre Innung verwiesen, wurde Frey mit dem „schwarzen Schaf“ der Branche, mit dem Filialunternehmen Günter Fielmann, handels-einig.

Fielmann bietet zum Kassenpreis von 38,50 Mark nicht acht, sondern 90 Brillenfassungen zur Auswahl, für größere Gläser und Kunststoffgläser verlangt er keinen Aufschlag. Außerdem verspricht der Optiker-Schreck, seine Preise bis 1985 zu halten.

„Da sieht man“, kommentiert Jürgen Henning, Verfasser der AOK-Studie,

„was an Luft in den Preisen drinsteckt.“

Inzwischen macht das ostfriesische Beispiel Schule. Fielmann, Quelle-Optik und Karstadt haben den AOK-Landesverbänden Niedersachsen und Bremen inzwischen gleiche Bedingungen angeboten, Quelle bietet sogar die Wahl zwischen 150 Fassungen zum Kassenspreis an. Raddatz, dem vor allem die Preisgarantie bis 1985 gefällt: „Das haben wir noch nie gehabt.“

Da die drei Großanbieter die flächendeckende Versorgung nicht garantieren können, werden die herkömmlichen Optiker nicht brotlos, wenn der Vertrag unterzeichnet wird. Die bisherige Position der Innungen, unabhängig von ihren Kosten die Preise zu diktieren, ist aber empfindlich geschwächt.

Nun hoffen die Krankenkassen, daß sich auch in anderen Sparten Preisbrecher anbieten, etwa unter den Herstellern von Hörgeräten. Die Kassen geben pro Jahr etwa 200 Millionen Mark aus, um Schwerhörigen zu helfen.

Ein normales Hörgerät kostet etwa 1100 Mark. Die Akustiker zahlen aber nur etwa 300 Mark Einkaufspreis — viel Spielraum für wendige Lieferanten.

UNTERNEHMEN

Angst und Schrecken

Scharenweise liefern der deutschen Filiale des US-Computerherstellers NCR die Manager davon. Ein strafferes US-Regime soll nun wieder Umsatz und Gewinn heben.

Monat für Monat verlor die deutsche Filiale des amerikanischen Kassencomputerkonzerns NCR mehrere Spitzenkräfte. Jetzt werden die Abgänge seltener: Von der alten Topmannschaft ist fast keiner mehr da.

Ende Juli hatte — vorerst als letzter — Vertriebsdirektor Johann Himml seinen Schreibtisch bei NCR geräumt, „auf eigenen Wunsch“, wie die Firma mitteilte. Seit November vergangenen Jahres haben fünf Spitzenmanager gekündigt. Zwanzig Distriktmanager, Verkaufsdirektoren und System-Ingenieure verließen ebenfalls die Augsburger Unternehmenszentrale.

Das Signal zum Aufbruch hatte im Herbst der bisherige Geschäftsführer der deutschen NCR, Kurt W. Hackel, gegeben. Nach einer Aufsichtsratssitzung mit seinen Bossen aus der Konzern-Zentrale in Dayton (Ohio) erklärte er „wegen unterschiedlicher Auffassungen“ abrupt seinen Rücktritt.

Er habe „nicht mehr mit ehrlichem Gewissen bei der Firma bleiben“ können, so Hackel heute. Die Ziele der US-Zentrale seien „nicht die des deutschen Unternehmens“ gewesen.

Hackel ging als Vorsitzender zur Funk- und Fernsehfirma Grundig;



Kennen Sie das Geheimnis vieler neuer Geschäftsverbindungen?

Schlagen Sie es auf, dann kommen Sie sofort hinter dieses Geheimnis. Es ist der bequeme und direkte Weg zu Lieferanten und Interessenten.

Er heißt „ABC“ und öffnet sich über 28.000 mal in Deutschland und außerhalb.

Dieses „offene Buch“ hat zwei Abteilungen: Die Info-Bände 1-4 „Portraits der Deutschen Industrie“. Sie enthalten zur Zeit 130.750 Firmenportraits mit allem Wissenswerten auf einen Blick — von der Telefonnummer und Telex über Bankverbindungen bis zu den Namen der Geschäftsführer.

Die Abteilung „Quellenwerk“ zeigt in eindrucksvoller Weise das gesamte Warenangebot der Deutschen Industrie. Mit derzeit 493.026 Herstellern in 85.000 Produkthinweisen ist das „ABC“ ein Handbuch, das keinen Wunsch nach Informationen offenläßt. Es ist ein Treffpunkt, wo man gesucht ... und gefunden wird. Besonders dann, wenn man etwas mehr auffällt, z. B. durch eine Anzeige im „ABC“.

Darüber und über viele andere Eigenschaften des „ABC“ informiert Sie gerne einer unserer Repräsentanten.

ABC DER DEUTSCHEN WIRTSCHAFT
Verlagsgesellschaft mbH
Berliner Allee 8 · Postfach 4034
6100 Darmstadt
Telefon: 0 61 51/8 62 42 · Telex: 041 9257

Das A · B · C der neuen Geschäftsverbindungen.

