

HAUSGERÄTE

Die Küche ist voll

Die Hausgeräte-Hersteller stecken in einer schweren Flaute. Werksstilllegungen sind unvermeidlich.

Helmut Plettner, Vorstandschef bei der Bosch-Siemens Hausgeräte GmbH (BSHG) in München, ist ein gefragter Mann. „Jeden Monat“, so berichtet der Manager, werde ihm „eine Firma zum Kauf angeboten“. Sogar aus den USA gingen Offerten ein.

Bisher beschied Plettner alle Anbieter abschlägig. Wohlklingende Markennamen wie Bauknecht oder Zanker konnten den BSHG-Chef nicht locken, auch nicht Angebote zum Nulltarif. Denn, so Plettner: „Es gibt so etwas wie Danaer-Geschenke.“

Die Zurückhaltung des BSHG-Vorstands ist kennzeichnend für die Stimmung in einem Industriezweig, der noch bis vor kurzem zu den ausgesprochenen Wachstumsbranchen in Deutschland zählte. Mit der weißen Ware, mit Elektroherden und Kühlschränken, Geschirrspülern und Waschmaschinen, ließ sich gut Geld verdienen. Dutzende von Firmen fanden mit immer neuen Hausgeräten – Allesschneidern oder Eierkochern, Espressomaschinen oder Ministaubsaugern – ein ordentliches Auskommen.

Seit Beginn der achtziger Jahre hat sich das Bild gewandelt. 1981 stockte der Umsatz der Hausgeräte-Industrie bei knapp zehn Milliarden Mark, nach Abzug der Preissteigerungen errechnet sich daraus ein Rückgang von etwa drei Prozent. Dieses Jahr sieht es eher noch schlechter aus: Ohne Berücksichtigung der Preiserhöhungen ging der Umsatz im ersten Halbjahr um vier Prozent zurück.

Immer mehr Firmen arbeiten mit Verlust oder müssen sich mit Mini-Renditen zufriedengeben. Die Konsumsparte der AEG, die wesentlich zum Verfall des Elektrokonzerns beitrug, erscheint wie ein Negativsymbol für einen ganzen Industriezweig.

Die Gründe für das Tief im Hausgeräte-Geschäft sind offenkundig. „Die Küche“, umreißt ein Branchenexperte lapidar die Lage, „ist voll.“

Kühlschränke, Waschmaschinen, Mixergeräte und Staubsauger gehören heute in mehr als 90 Prozent aller Haushalte zur Standardausrüstung. Kaffeemaschinen und Elektroherde werden von mehr als drei Viertel aller Familien benutzt.

Die hohen Zinsen und der schleppende Wohnungsbau tun ein übriges, um das Neugeschäft zu bremsen. So bleibt nur das sichere, aber magere Ersatzgeschäft, denn die Haushaltsgeräte halten heute im Schnitt sieben bis acht Jahre.

Große Erwartungen setzten die Hersteller bis Ende der siebziger Jahre auf Luxusgeräte wie Geschirrspülmaschi-

nen, Wäschetrockner und Mikrowellenherde.

Erst in jedem vierten Haushalt wird das Geschirr maschinell gereinigt. Doch die meisten Bundesbürger wollen offenbar bei der Handarbeit bleiben. Der Absatz von Geschirrspülern ging in den vergangenen zwei Jahren um jeweils zehn Prozent zurück.

Mit Wäschetrocknern sind gar nur 14 Prozent der bundesdeutschen Haushalte ausgestattet. Dennoch läuft das Geschäft nicht. Offensichtlich sind die von steigenden Energiepreisen und sinkendem Realeinkommen getroffenen Verbraucher nicht bereit, 800 oder 1000 Mark für solch maschinellen Luxus auszugeben.

Weit unter den Erwartungen blieb auch der Absatz von Mikrowellenherden, jenen angeblich energiesparenden Schnellkochgeräten, die in Deutschland

Gewaltige Überkapazitäten entstanden. Allein in Europa, so schätzen Experten, können 15 bis 20 Prozent mehr Küchenmaschinen gefertigt werden, als sich gegenwärtig verkaufen lassen.

Im Kampf unterlagen in Deutschland die Unternehmen AEG und Bauknecht. Die beiden anderen großen Firmen der Branche, die Bosch-Siemens-Tochter, mit 16 Prozent Marktanteil hinter AEG die Nummer zwei in Deutschland, und der Gütersloher Familienkonzern Miele, machen noch immer einigermaßen gute Geschäfte. Auch einige kleinere Firmen, etwa die Gaggenau-Werke, liegen noch ganz gut im Rennen.

Die Bosch-Siemens-Tochter rettete sich durch Vorteile bei der Produktion. Anders als die Konkurrenz konzentrierte die BSHG schon Mitte der siebziger Jahre ihre Fertigung auf vier Werke, der



Hausgeräte-Verkauf (in Hamburg): Nur noch das magere Ersatzgeschäft

vor rund 20 Jahren eingeführt wurden. Anders als in Amerika oder Japan, wo das Garen mit elektromagnetischen Wellen schon in vielen Häusern üblich ist, beschränkte sich in Deutschland die Nachfrage weitgehend auf das Gastgewerbe. Die Expreßgarer sind den deutschen Hausfrauen offensichtlich suspekt.

Viele Jahre lang hatten sich die Marketing-Experten der weißen Industrie am Vorbild der hochtechnisierten amerikanischen Küchen orientiert. Entsprechend großartig fielen die Absatzprognosen aus, optimistisch wurden die Fabriken ausgebaut.

Dabei sorgte allein schon die Automatisierung dafür, daß der Ausstoß der Industrie trotz Entlassungen und Werkschließungen ständig stieg. So produzierte 1970 jeder der fast 90 000 Beschäftigten in der Hausgerätebranche Maschinen im Wert von gut 72 000 Mark. Elf Jahre später war die Pro-Kopf-Leistung der nur noch knapp 76 000 Arbeiter auf gut 131 000 Mark hochgeschwollen.

Umsatz pro Mitarbeiter liegt fast doppelt so hoch wie der Branchendurchschnitt.

Die Miele-Manager profitieren vor allem von einer klugen Marketing-Strategie. Die Gütersloher Familienfirma, die 1981 mit einem Umsatzplus von elf Prozent die Konkurrenz überflügelte, schuf sich mit hochwertigen Produkten das Image eines Mercedes unter den Hausgeräteherstellern. Ein streng ausgewähltes Händlernetz sorgt dafür, daß die Prestigegeräte nicht zu Schleuderpreisen verramscht werden.

Bauknecht dagegen hatte sich immer mehr in die untere Preisklasse abdrängen lassen. Als dann in den letzten Monaten auch die großen Konkurrenten AEG und BSHG (Marken: Bosch, Siemens und Constructa) zunehmend zum Billigverkauf übergingen, mußte der Stuttgarter Familienkonzern aufgeben.

Zu sanieren ist das schwäbische Unternehmen nur, wenn einige Werke stillgelegt werden. Der Philips-Konzern, der jetzt für 150 Millionen Mark den Haus-

gerätebereich bei Bauknecht übernehmen will, möchte höchstens fünf der insgesamt acht Bauknecht-Fabriken weiterführen. Die übrigen Fabriken sind nach Ansicht der Philips-Manager veraltet und produzieren mit zu hohen Kosten.

Überalterte Fabriken waren auch das größte Handikap des AEG-Konzerns, der lange vor der Marktflaute in Not geriet. Erst als die Verluste sich zu Milliardensummen addierten, erkannte die Konzernspitze, daß sie mit den Marken BBC, Küppersbusch, Linde, Neff, Rondo und Zanker nicht nur rentable Fabriken zusammengerafft hatte.

Im vergangenen Jahr erst baute die AEG-Spitze den Konzern so um, daß die Parallel-Fertigung gleicher Produkte in verschiedenen Werken wegfiel. Mit einem Schlag wurden fünf Fabriken überflüssig. Weitere Werkschließungen wären notwendig, wenn die AEG mit ihren Haushalts-Maschinen je wieder Geld verdienen will.

Daß AEG und Bauknecht womöglich mit staatlicher Hilfe überleben, wird von den Konkurrenten gar nicht gern gesehen. „Die warten doch alle nur“, sagt der Stuttgarter IG-Metall-Funktionär Ernst Eisenmann, „daß einer über die Klinge springt.“

ÖL-INDUSTRIE

Geheimer Plan

Geht die Mehrheit von Aral, dem größten deutschen Tankstellennetz, an einen ausländischen Öl-Multi?

Fritz Oschmann, Vorstandsmitglied beim Chemie- und Energie-Konzern Veba, hegt einen bösen Verdacht. Die Ölmultis hätten, so der Veba-Manager, mit „ingenieurmäßiger Vorbereitung“ einen „Verdrängungswettbewerb“ gestartet, bei dem „einer hopsgehen soll“.

Wer der eine ist, steht für Oschmann zweifelsfrei fest: Die internationalen Benzinfirmen machen seiner Meinung nach Jagd auf die bundesdeutsche Sprit-Firma Aral, an der die Veba zu 56 Prozent beteiligt ist.

Gelänge es einem der Auslandskonzerne, die Aral zu übernehmen, dann hätten die Multis zweierlei erreicht: Das deutsche Unternehmen Veba wäre aus dem Benzingeschäft verdrängt; und Deutschlands größte Tankstellenkette wäre endlich nationaler Kontrolle entzogen.

Allzuweit sind die Multis offenbar von diesem Ziel nicht mehr entfernt. „Wir können es nicht mehr lange verkraften, in dieser Sparte noch tätig zu sein“, räumte jetzt Veba-Chef Rudolf v. Bennigsen-Foerder ein.

Die Veba, zu knapp 44 Prozent in Bundeseigentum, hat 1981 im Petro-Bereich Betriebsverluste von rund 800



Aral-Tankstelle: Bald in den Händen eines Multis?



Veba-Manager Oschmann
„Einer soll hopsgehen“

Millionen Mark einstecken müssen. Auch in diesem Jahr ist schon ein dreistelliges Millionenminus aufgelaufen.

Für die Misere machen die Veba-Manager vor allem die Preispolitik der Multis verantwortlich. Die hatten von September 1981 an den Sprit an deutschen Zapfsäulen in mehreren Schüben um rund 30 Pfennig verbilligt.

Eine derart starke Preissenkung und die dadurch verursachten gewaltigen Verluste, argumentiert Veba-Oel-Chef Oschmann, seien von der Marktlage her nicht nötig gewesen. Einige Ölfirmen hätten die Situation bewußt herbeigeführt, um ihre Marktanteile hochzuschrauben.

Die Strategie war erfolgreich und ging hauptsächlich auf Kosten der Veba. Im Gegensatz zu den weltweit operierenden Multis kann der Düsseldorfer Energiekonzern seine Verluste an deutschen Zapfsäulen nicht durch Gewinne auf anderen Märkten ausgleichen. Schlechte Geschäfte bei Aral schlagen bei Veba unmittelbar auf die Bilanz durch.

Die Bochumer Tankstellenfirma fungiert ausschließlich als Spritverteiler. Die Verluste an den blauweißen Zapfsäulen müssen daher stets die Lieferanten tragen. Bei Aral sind das jeweils in der Höhe ihrer Beteiligungsquote die Aktionäre – neben der Veba der US-Multi Mobil Oil (Anteil 28 Prozent) und die Kasseler BASF-Tochter Wintershall (15 Prozent).

Die beiden Minderheitsaktionäre konnten, anders als die Veba, ihre Spritverluste bei Aral gut verkraften. Mobil Oil und Wintershall ziehen wie die meisten anderen Multis kräftige Gewinne aus den sogenannten Windfall-Profits, die bei der Förderung von Öl und Erdgas in Deutschland anfallen.

Der größte deutsche Energie-Konzern, der in der Heimat über eigene Bohrlöcher nicht verfügt, muß daher Notmaßnahmen einplanen. Die Veba wird sich in der Sparte Öl demnächst von Fabriken und Beteiligungen trennen. So muß die Kapazität der eigenen Raffinerien, seit 1977 auf 16 Millionen Tonnen fast halbiert, noch weiter abgebaut werden.

Weit folgenreicher ist ein anderer, bislang noch geheimer Schrumpfsplan. Um die Verluste beim Öl einzudämmen, will sich das Veba-Management notfalls teilweise oder ganz von seinen Anteilen an Aral trennen. Das enge, bundesweite Netz der über 5400 blauweißen Tankstellen – bislang noch ein Zeichen des Widerstandes gegen die Allmacht der aus-