

# ARTANOVA®

SWISS MADE

**INFORMATIONSGUTSCHEIN** Sp. 48/79

Ich möchte die neue Artanova-Collection näher kennenlernen. Bitte schicken Sie mir Prospekte und Bezugsquellennachweis gratis zu.

Name

Strasse

PLZ/Ort

Einsenden an: Artanova AG, CH-6422 Steinen/Schwyz



**Für Anspruchsvolle,  
die das Besondere suchen:**

Artanova-Polstermöbel sind Top-Modelle der obersten Klasse. Jetzt auch in Deutschland für viele die willkommene Alternative: Auffallend die exklusive Eigenständigkeit in der Linienführung und im Design. Dazu die handwerklich solide Ausführung und Verarbeitung wertvollster Materialien – bis ins Detail. Fordern Sie Prospekte und Bezugsquellen-Nachweise gratis bei uns an: Artanova AG, Exklusiv-Polstermöbel, CH-6422 Steinen/Schwyz  
**Modell ARTANOVA AS 7 ▶**

notfalls „in foro“, so der Mediziner, als „hervorragendes Beweismittel“ verfügbar zu haben. Mit diesem Test, sagt Roer, lasse sich darstellen, „ob etwa ein Autofahrer mit 0,6 Promille bereits ‚blau‘ ist oder ein anderer mit 0,9 Promille noch risikolos fahren kann“.

Entfallen würden bei der neuartigen Methode komplizierte Verfahrensfragen, wie sie bei der Blutalkoholbestimmung immer wieder auftreten, von der Rückrechnung bis zur Resorptionsphase der Alkoholkonzentration, der Berücksichtigung des Lebensalters wie der Trinkgewohnheiten. „Was jetzt fehlt, ist der große Feldversuch mit 1000 Personen“, klagt Roer, „aber da sträubt sich die ganze Gerichtsmedizin.“ Aus fachlichen Gründen, wie etliche seiner Kollegen sagen, aus Furcht vor dem Verlust einer Einnahmequelle durch Blutproben, vermutet Roer — der es wissen könnte, denn er ist selber „geprüfter Gerichtsmediziner“.

„Das ist doch alles uralt“, sträubt sich der Göttinger Universitäts-Institutsleiter für Rechtsmedizin, Professor Steffen Berg, der ohnehin gern jeglichen Alkoholverzehr im Verkehr untersagen würde: „Je mehr das Verfahren subjektiviert wird, desto mehr kommt man in Teufels Küche.“

Bedenken ganz anderer Art hat Klaus Lehmann von der „Forschungs- und Entwicklungsstelle für Polizeitechnik“ an der Polizei-Führungsakademie in Hiltrup. Er vermisst an dem Roer-Verfahren, „daß man ja das Normalverhalten der Testperson nicht kennt und mithin auch die Abweichungen nicht messen“ könne, zum Beispiel: „Was mache ich denn wohl beim Zungenbrecher, wenn ich Zahnprothesenträger bin?“

## AUTOMOBILE

### Kopie der Kopie

**Sechs japanische Autokonzerne drängen mit mehr als 40 Modellen auf den deutschen Markt.**

An Hondas Accord mißfiel den Testfahrern der „Auto Zeitung“ „das schlecht abgestimmte Lenkverhalten“, bei Toyotas Carina war es das „unterdämpfte Fahrwerk“, beim Mazda 626 arbeitete die Lenkung nach dem Profi-Urteil „in allen Bereichen unpräzise“. Bei Mitsubishi's Galant fing gar die ganze „Karosserie an zu stampfen“.

In einem großangelegten Test hatte die „Auto Zeitung“ die vier Japaner gegen ein deutsches Produkt, den Audi 80 aus dem Wolfsburger VW-Konzern, anfahren lassen. Das Ergebnis des Wettbewerbs fiel so aus, wie es der Leser einer westdeutschen Auto-Fan-Zeitung erwartet: „Der Audi behält die Nase vorn.“

Nur eine kleine, wenn auch ständig wachsende Automobilisten-Gemeinde sieht es anders: Der 15 000 Mark teure Honda Accord ist mit 13 582 Zulassungen (bis Ende August) mittlerweile das hierzulande beliebteste Japan-Auto. Der Mazda 626 und die Carina von Toyota folgen auf den Plätzen zwei und drei.

Mit insgesamt weiteren 41 Modellen haben die sechs in Deutschland vertretenen japanischen Hersteller deutlich mehr zu bieten als der Marktführer VW. So finden Interessenten bei den Anbietern aus Fernost auch ein Dreizylinder-Unikum von Daihatsu, den Charade für 9995 Mark, und — als



**Toyota-Verladung in Japan: Erfolge auf dem schwierigsten Markt der Welt?**



Mazda 626



Honda Accord

Star im Programm — einen Sechszylinder-Sportwagen (Datsun 280 ZX) für 28 500 Mark. Selbst ein Gefährt mit Wankelmotor und ein uriger Jeep sind bei den Japanern zu haben.

Nicht zuletzt die Programm-Vielfalt ist einer der Gründe für die Achtungs-Erfolge der Importe aus Fernost.

Noch 1975 konnten die Japaner gerade magere 1,7 Prozent des bundesdeutschen Automarktes abdecken. Bis Ende August dieses Jahres eroberten sie dagegen schon 5,4 Prozent Marktanteil. Damit schoben sich die Japaner noch vor den Italienern auf Rang zwei der Importeure. Nur die Franzosen sind erfolgreicher. Insgesamt, so die Planungen der deutschen Händler, sollen 1979 fast 130 000 japanische Autos hier neu zugelassen werden.

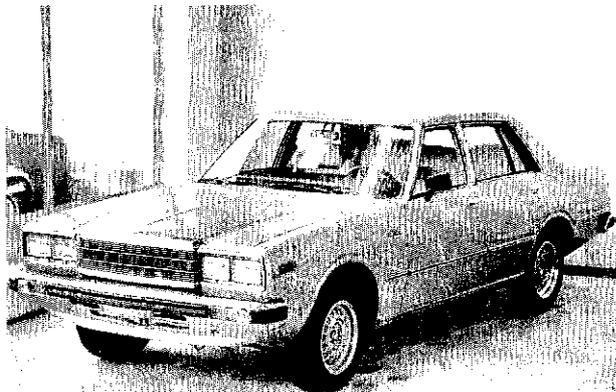
Daß die Konkurrenten aus Japan jetzt so stark nach Deutschland auf den nach Branchenurteil schwierigsten Automarkt der Welt drängen, hängt vor allem mit der Entwicklung in den Vereinigten Staaten zusammen: In den USA sind die japanischen Kleinwagen zunehmend schwerer zu verkaufen.

Auf ihrem Exportmarkt Nummer eins müssen die Japaner um ihre starke Position fürchten, weil die Konkurrenten wieder gut im Rennen sind. VW hat mit seinen Rabbits (Golf) verlorenes Terrain zurückgewonnen, und die US-Hersteller haben mit der Entwicklung kleiner Autos Ernst gemacht.

Hinzu kommt, daß durch die Abwertung des Dollar und die Aufwertung des Yen in den vergangenen Jahren auf dem einst lukrativen US-Markt nun auch die Japaner scharf kalkulieren müssen.

Folgerichtig konzentrieren die Japaner ihre Anstrengungen vermehrt auf die europäischen Märkte. Da allerdings ist für sie nicht mehr viel Spielraum.

Denn in Randmärkten wie Finnland, Österreich, Belgien und der Schweiz haben Japan-Autos mit Marktanteilen



Datsun Laurel

um 20 Prozent bereits ihr Marktpotential weitgehend ausgeschöpft. Auf großen Märkten wie England, Italien oder Frankreich stießen die japanischen Exporteure an andere Grenzen.

So hat die englische Regierung zum Schutz der eigenen Autobranche ein sogenanntes Selbstbeschränkungsabkommen mit den Japanern durchgesetzt, weil die asiatische Konkurrenz bereits 10,5 Prozent des gesamten Marktes erobert hatte.

Italien hat schon seit langem die Japan-Importe auf ein Minimum begrenzt. Ähnlich sieht es in Frankreich aus. So blieb nur die Bundesrepublik ein Markt ohne jede Beschränkung. Noch vor vier Jahren war Toyota der einzige japanische Hersteller, den deutsche Käufer halbwegs kannten. Dann kamen in rascher Folge Nissan/Datsun, Honda, Mazda, Mitsubishi und Daihatsu. Jetzt fehlen nur noch Subaru, Suzuki und Isuzu.

Trotz der jüngsten Verkaufserfolge in Deutschland geht die Rechnung der Japaner bisher kaum auf. Ein Hersteller, der für sechs bis 15 verschiedene Modelle werben und den Kundenservice garantieren muß, kann bei einem Gesamtverkauf von 20 000 bis 30 000 Autos noch kein Geld verdienen. Und mehr als 30 000 Autos verkaufte von den Japanern hierzulande bisher nur Toyota. So zeigen sich die deutschen Autohersteller von der Offensive der Japaner bislang wenig beeindruckt. Gefahren sehen sie allenfalls auf ausländischen Märkten — in Afrika, Fern-



Toyota Carina

**Japan-Autos in Deutschland**  
Vor den Italienern auf Rang 2

ost und Südamerika, wo die Japaner mit aggressiver Preispolitik und relativ schlichten Fahrzeugen ernsthafte Wettbewerber sind.

In Deutschland dagegen, meint etwa VW-Verkaufschef Werner Schmidt, werde einfach nur „zu viel über Japan-Autos geschrieben“. Branchenkenner bezweifeln zudem, daß exotische Modell-Novitäten auch in Zeiten einer ruhigeren Autokonjunktur für deutsche Käufer noch interessant sein werden.

In der Tat hatten die Japaner Auto-Neuheiten wie zum Beispiel moderne Dieselmotoren bisher kaum zu bieten. Ihre Wagen sind zwar meist gediegen in der Qualität, im Gesamtkonzept aber selten mehr als gelungene Kopien europäischer Autos.

Und daß eine Kopie noch lange kein Erfolg ist, zeigt der neue Sechszylinder Datsun Laurel. Er ist die Kopie einer Kopie und soll nun noch im Heimatland der Idee reüssieren: Die Laurel-Karosserie wurde dem Cadillac Seville abgucken — und dessen Designer hatten sich bei Mercedes bedient. ◆