

Schnelle Pakete

Die Konkurrenz privater Paketdienste hat die Post munter gemacht. Statt in fünf bis acht Tagen sollen Postpakete von Ende Mai an innerhalb von zwei Tagen beim Empfänger sein. Der amerikanische Paketzusteller United Parcel Service (UPS) — seit August 1976 auf dem deutschen Markt — hatte der Post mit dem Versprechen Kunden weggelockt,



UPS-Angestellter

schon am Tag nach der Abholung „die meisten“ Pakete auszuliefern. Auch sonst setzt der US-Ableger den deutschen Postlern neue Maßstäbe. Die UPS-Dienstmänner haben „selbstverständlich saubere Hände“, und die Haare fallen nicht „über die Ohren“. „Gesichtshaar“, so die UPS-Arbeitsverordnung, ist nur „in Form von Schnurrbärten“ gestattet.

Stellenmarkt im Rundfunk

Mit Argwohn beobachten Zeitungsverleger eine Neuerung des Hessischen Rundfunks (HR): Auf Anregung des Sozialministers Armin Clauss (SPD) weist die Autofahrer-Servicewelle „HR 3“ in den Sommermonaten zweimal wöchentlich zwei Minuten

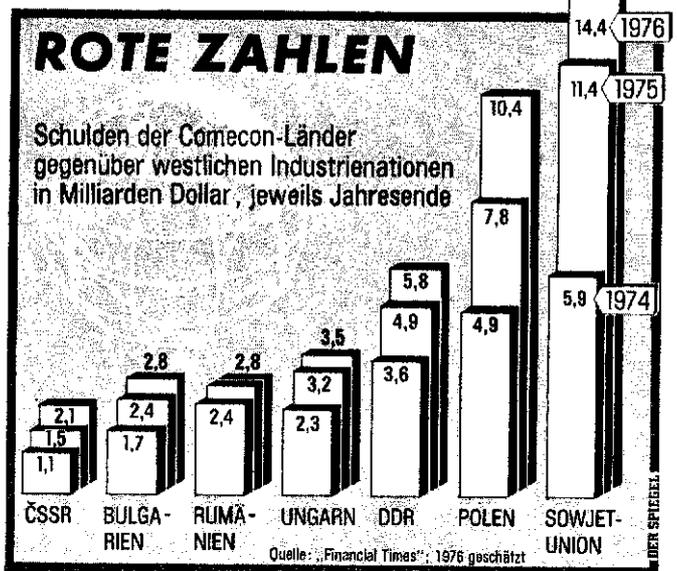
auf offene Stellen hin. Der Kurzsprecher soll nach Claussens Vorstellung „mehr Transparenz auf dem Arbeitsmarkt“ schaffen; die „Frankfurter Rundschau“ wertet die neue Konkurrenz für ihren Anzeigenteil als „direkte Attacke auf unsere Lebensfähigkeit“ (Redaktionsleiter Hans-Herbert Gaebel). Der Verband Hessischer Zeitungsverleger hält den „Rundschau“-Protest für berechtigt; die Verleger stimmten dennoch dem HR-Stellenmarkt zu, „weil wir uns“, so Verbandsgeschäftsführer Gebhard Ohnesorge, „dem Anliegen des Ministers nicht entgegenstellen wollten“. Eine Bedingung setzten die Verleger durch: „HR 3“ bietet nur Stellen an, die länger als drei Monate nicht zu besetzen waren.

Werbung wider Willen

Die verbale Kraftmeierei eines Werbetexters hat die ganze Branche blamiert. Am 20. April erschien die Fachzeitschrift „Motorrad“ mit einer doppelseitigen Farbanzeige „Suzuki — die Sportskanone für Scharfschützen!“ Keine zwei Wochen zuvor — am 7. April — war Generalbundesanwalt Siegfried Buback mit zwei Beglei-



Suzuki-Werbung



Obgleich die Comecon-Schulden insgesamt noch nicht höher als die Brasiliens und Mexikos sind, beunruhigt das Tempo, in dem der Ost-Pump zugenommen hat.

tern von MP-Schützen auf einer Suzuki ermordet worden. Der Motor-Press-Verlag in Stuttgart bestreitet jeden Zusammenhang. Die Anzeige sei bereits am 3. März zur Gravur geschickt worden; nach Darstellung des Verlages war die Scharfschützen-Annonce am 7. April längst gedruckt. Daß trotz aller Aufregung auch ein böser Vorfall seine werbewirksamen Seiten haben kann, beweist ein anderer Fall, bei dem es ebenfalls um Suzuki geht: Hein Gericke, Besitzer des größten bundesdeutschen Zweirad-Ladens, der die Suzuki an die Buback-Mörder vermietet hatte, ist seit dem 7. April erstmals „auf Wochen hinaus ausgebucht“ (Gericke).

Britisches Polster

Die britischen Währungsreserven stiegen vergangenen Monat erstmals auf über zehn Milliarden Dollar — nur vier Monate, nachdem die Devisenvorräte des Vereinigten Königreichs durch eine hektische Flucht von Investoren und Spekulanten auf nur 4,13 Milliarden Dollar

gefallen waren. Zum Rekordzuwachs des Währungsschatzes auf 10,13 Milliarden Dollar trugen mit 2,2 Milliarden Dollar Stützungskredite des Internationalen Währungsfonds und von Partnerländern bei. Den Rest schafften private Anleger zurück ins Land, die aufgrund der Fonds-Hilfe und des sprudelnden Nordsee-Öls neues Pfund-Vertrauen faßten.

Weißer Welle

Die Berliner Weiße, seit langem an der Spree geschätztes Sommergetränk, wird zunehmend auch in der Bundesrepublik getrunken. Während der Bierkonsum der Deutschen stagniert, bringt es die Weiße, ein obergäriges Bier mit geringem Alkoholgehalt, auf stattliche Zuwachszahlen. So stieg der Weißbierabsatz der Berliner Kindl Brauerei 1975 um 96 Prozent, im heißen Sommer 1976 legte die Kindl-Weiße noch einmal 88 Prozent zu. Die Brauerei, Teil des Oetker-Konzerns, möchte mit einem Werbeaufwand von 1,5 Millionen Mark den steilen Trend stützen.