

drin wäre allenfalls für Holzmüller. Bei einem geschätzten Eigenaufwand von 3,6 Millionen Mark würde er bei einem Verkauf sämtlicher 1080 Wohnungen, die dann ihrem sozialen Zweck entzogen würden, brutto an die 60 Millionen Mark kassieren. Nach den Berechnungen der Wohnungsbehörde wäre das — neben der schon kassierten Rendite und den Steuererleichterungen — ein zusätzlicher Netto-Erlös von „mindestens 20 Millionen“.

Und daß er auch diese Erträge möglichst ungeschoren vom Finanzamt einstecken kann, dafür hat der tüchtige Unternehmer bereits gesorgt — durch ein öffentlich gefördertes und überdimensional abschreibungsfähiges Bauprojekt in Berlin: das 800-Betten-Hotel „Schweizer Hof“.

Für den zuweilen etwas wunderlichen Millionär (vor Geschäftsfreunden brüstet er sich gelegentlich als „Wirtschaftsberater des Heiligen Stuhls“ oder gar als „Befehlshaber des Nordabschnitts der Israeli-Front“) wäre das Sozialgeschäft der Höhepunkt seiner geschäftlichen Karriere. Sein Aufstieg hatte, wie bei vielen, mit dem Kriegsende begonnen. Nachdem der junge Metzgersohn für den Leibarzt Hitlers, Morell, Frischprodukte zur Herstellung von Hormonpräparaten gesammelt hatte, führte er sich bei den amerikanischen Besitzern durch Sprünge ins Schwimmbaden ein — in voller Kleidung.

Die neuen Herren belohnten den Showmaster mit Sonderlizenzen, die ihn zu Vieheinfuhren aus Jugoslawien und Ungarn ermächtigten. Und bald schmückte sich der wohlhabende Fleischhändler mit dem Titel eines Konsuls von Libanon, der ihm mittels Fürsprache seines Vetters Zimmermann verliehen wurde.

Der neuernannte Konsul — der sich zwischendurch als Teilhaber des rasch gescheiterten Magazins „Aktuell“ auch verlegerisch versuchte — feierte die Etappen seines Aufstiegs mit Geschäfts- und Parteifreunden wie dem CSU-Chef Franz Josef Strauß in seinen eigenen „Bürgerstuben“. Und er gewann immer mehr Freunde, zum Beispiel den Erzbischof von Jerusalem, Hilarion Capucci, der alle seine Neubauten einweihen durfte. Seit 1974 ist der Konsul freilich ohne diesen geistlichen Beistand: Capucci wurde in Israel wegen Waffenschlebereien verhaftet und verurteilt.

Die fromme Geste aber ist dem rechten Mann geblieben. Als er in der Wohnungsbehörde mit gefalteten Händen beteuerte, mit seinem Verkaufsplan wolle er sich doch eigentlich „schützend vor alle sozial Schwachen stellen“, erwiderte ihm ein hoher Beamter gelassen: „Es geht hier nicht um Ihre Heiligsprechung, sondern um das Schicksal Ihrer Mieter.“

KARTELLE

Geballte Macht

Das skandinavische Papierkartell will wieder zuschlagen: Zum fünftenmal innerhalb von eineinhalb Jahren soll der Zeitungspapier-Preis steigen.

Die Männer an der Rotation sehen den Chef neuerdings öfter: Unruhig überprüfen viele Zeitungsverleger, ob ihre Drucker mit dem Papier so knauserig umgehen wie angeordnet.

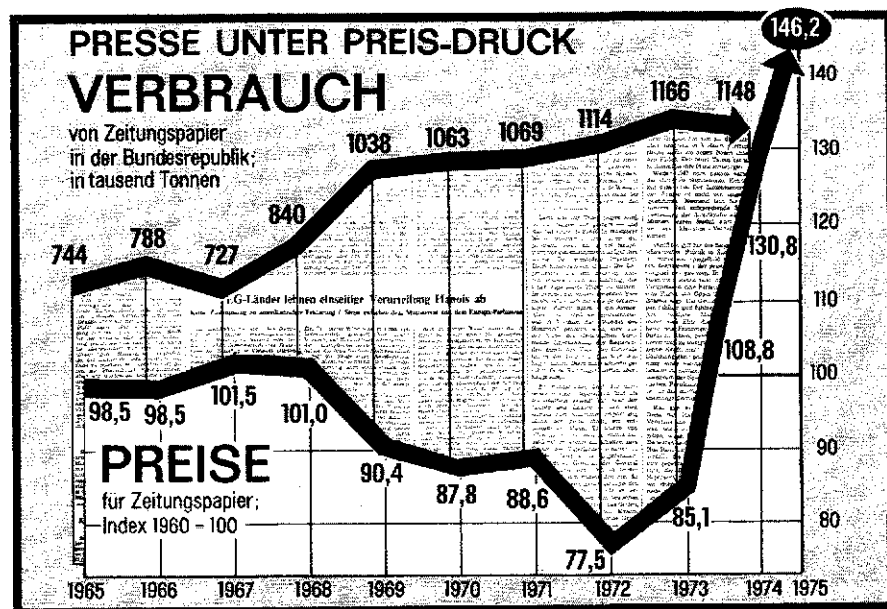
Bis auf 15 Millimeter — im letzten Jahr galten drei Zentimeter als Branchenregel — wird die Rolle heruntergefahren. Viele nicht ganz sauber gedruckte Zeitungsexemplare, die nach Druckerbrauch bisher nur Makulatur waren, gehen heute in den Vertrieb.

Dabei gibt es Papier genug. Anders als 1974, als Produzenten den Verle-

Aschaffenburg ihre Bilanz, die Ausländer spielten beim Reibach tüchtig mit.

Und was im Superjahr 1974 erreicht wurde, soll nun nach Kräften verteidigt werden. Trotz flauer Nachfrage denkt vorerst kein Unternehmen daran, die Preise dem schwachen Markt anzupassen. Eher werden sie ihre Produktion einschränken und so das Angebot künstlich verknapfen. Beim gegenwärtigen Preisstand, errechneten Fachleute, reiche schon eine Kapazitätsauslastung von 60 bis 70 Prozent für eine auskömmliche Rendite.

Die Regeln von Angebot und Nachfrage gelten zur Zeit in der Branche wenig. Verleger und Wettbewerbshüter sind sich einig in dem Verdacht, die Fabrikanten hätten mit festen Absprachen den Markt unter Kontrolle. Längst ermittelt das Bundeskartellamt wegen Verdachts „mißbräuchlicher Preisgestaltung“ auf dem Markt für Zeitungspapier.



gern die Preise diktierten und bestenfalls noch über die zu liefernden Mengen mit sich reden ließen, liefern die Papiermühlen heute jede Menge.

Verschreckt durch mehrere saftige Preiserhöhungen — Zeitungspapier wurde im Verlauf eines Jahres um gut 70 Prozent teurer — und ein schrumpfendes Anzeigenvolumen, drosselten die Verleger den Verbrauch.

Der „Stern“ verkleinerte das Format und spart dadurch pro Jahr 4000 Tonnen Papier. Die „Süddeutsche Zeitung“ erschien im Januar/Februar 1975 mit gut zwölf Prozent weniger Seiten als im gleichen Vorjahreszeitraum, die „Stuttgarter Zeitung“ verringerte den Umfang um mehr als 15 Prozent.

Ungeniert hatten die Papierfabriken im letzten Jahr hingelangt. Mit exorbitanten Preiszuschlägen sanierten etwa die führenden deutschen Unternehmen wie Haindl Papier GmbH, Feldmühle AG oder Papierwerke Waldhof-

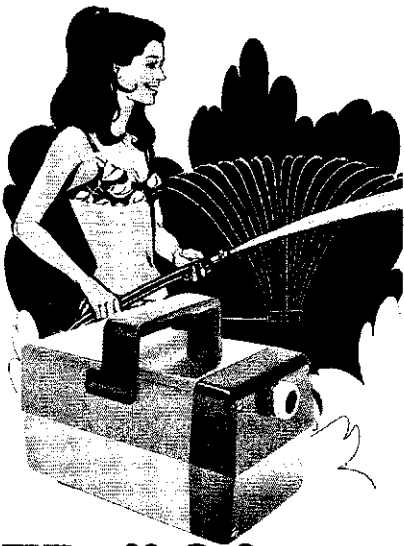
Der Nachweis wird schwerfallen. „Wenn da nicht einer aus der Branche singt“, fürchtet einer der Berliner Wettbewerbswächter, „werden wir kaum zuschlagen können.“

An Indizien fehlt es nicht. Nur bei holzfreien Papieren, die vor allem für Bücher und Plakate Verwendung finden, funktioniert der Markt: Preisrutsch als Folge gesunkener Nachfrage. Für Pressepapiere aber ist das Feld aufgeteilt, Preise und angebotene Mengen werden nach einem offenbar eingespielten System reguliert.

Zeitschriftenpapier etwa mag ein Verleger oder sein Grossist in Düsseldorf, Mailand oder Paris kaufen: Überall wird der gleiche Preis gemacht, zur Zeit beispielsweise für LWC-Papier* rund 133 Mark pro 100 Kilo.

Ein knappes Dutzend größerer Hersteller bestimmt, wieviel Wettbewerb

* Light weight coated — ein gestrichenes, mit einem Kaolin-Überzug geglättetes Papier.



Kräftige Helfer für prächtige Gärten

Die Visitenkarte Ihres Hauses ist ein saftig grüner Rasen und prächtiges Wachstum aller Gartenpflanzen. Eine LOEWE-Gartenpumpe sorgt jederzeit für die ausreichende, gesunde Bewässerung. LIBELLE 80 – LOEWE's beste: pumpt billiges Wasser aus Bach, Teich oder Brunnen. Handlich, leicht und leise, für jedes Zubehör geeignet. Betreibt 2 Viereckregner gleichzeitig. Sie werden staunen, was dieser kräftige Helfer in Haus und Garten alles schafft – und wie schnell er sich bezahlt macht!

Coupon:

LOEWE-Gartenpumpen

Verlangen Sie noch heute unsere Broschüren: „Kräftige Helfer für prächtige Gärten“

- LIBELLE 80 m. Elektromotor
- LIBELLE 0 m. Benzinmotor
- WASSERKULI-Tauchpumpe
- FLORA-Springbrunnenpumpe

Bitte einsenden an:

LOEWE PUMPENFABRIK GmbH
314 Lüneburg Postfach 2060,
Telefon: (0 41 31) 1 31

LOEWE läßt das Wasser fließen

auf dem europäischen Markt herrschen darf. „Seit sechs Monaten“, wundert sich Herbert H. Bernhardt, größter deutscher Importeur für gestrichene Papiere, „bleiben alle Anbieter hartnäckig bei ihrem Preis, obwohl die Nachfrage weiter zurückgeht.“

Rauer noch sind die Sitten im Geschäft mit Zeitungsdruckpapier, das die Skandinavier bestimmen. Von den über 1,1 Millionen Tonnen, die im vergangenen Jahr in der Bundesrepublik verbraucht wurden, stammten 628 000 Tonnen (gut 90 Prozent aller Importe) aus Finnland, Norwegen und Schweden.

Um die saubere Aufteilung der Märkte machten sich besonders die Finnen verdient. Systematisch drängte der Verein der Finnischen Papierfabriken, das Verkaufssyndikat aller Produ-

Daß diese Reform ihren Preis hat, bekamen die deutschen Zeitungsverleger im vergangenen Jahr zu spüren. Dreimal wurden die Papierpreise erhöht, zum 1. Januar 1975 ein viertes Mal. Spielraum für Verhandlungen blieb nicht. Neben Schürfeld gibt es nur vier weitere potente Anbieter von skandinavischen Papieren.

Alle skandinavischen Hersteller bieten in der Bundesrepublik zu gleichen Preisen und Konditionen an. Die Absprachen werden offensichtlich in Stockholm getroffen, dem Sitz des Kartells Scannevs. Die deutschen Hersteller passen sich an, teils mit Blick auf eigenen Gewinn, teils aus Sorge um die Rohstoffzufuhr (Zellulose) aus Skandinavien.

Obwohl sie sich dieser geballten Marktmacht gegenübersehen, scheinen



Anlieferung von Zeitungspapier: Die Finnen führten rauhe Sitten ein

zenten, die selbständigen deutschen Importeure aus dem Markt.

Erst verlangten die Finnen von den Importeuren die Bekanntgabe ihrer Kunden für finnisches Papier, dann schrieben sie ihnen die Abnehmer vor. Schließlich lieferten sie nur noch direkt frei Haus an den Kunden. Die Firma des Importeurs wurde nicht einmal auf der Rechnung vermerkt. „Solche Bedingungen sind unter der Würde eines ordentlichen Kaufmannes“, klagt der Hamburger Walter Otto Hauschild, einer der aus dem Geschäft ausgestiegenen Importeure. „Da wäre man ja nur noch Briefträger für die Finnen.“

Die Produzenten aus dem hohen Norden sehen das anders. Sie verkaufen ihre Ware inzwischen voll über die Gustav Schürfeld Presse-Papier KG in Hamburg, an der sie zur Hälfte beteiligt sind. Für Geschäftsführer Wolfgang Müller war die Verdrängung der Mitbewerber schlicht eine „Umorganisation des Vertriebssystems“.

Deutschlands Zeitungsverleger nach den bitteren Erfahrungen des letzten Jahres nun zu einer Kraftprobe entschlossen. Sie hoffen auf ein Nachgeben des Papierpreises zum 1. Juli. „Ein Mehrpreis wird sicherlich nicht akzeptiert werden“, warnt Alexander von Kuk, Geschäftsführer des Bundesverbandes Deutscher Zeitungsverleger. Und der Verband Deutscher Zeitschriftenverleger will in einem Spitzengespräch Anfang Juni die Hersteller vor weiteren Preismanipulationen warnen.

Die „ökonomischen Grenzen“ der Kunden sieht auch Finnen-Alleinvertreter Müller. Dennoch erwartet er, daß sich mittelfristig der Trend des Jahres 1974 fortsetzt — nicht zuletzt wegen eines drohenden Streiks der Papiermacher in Kanada, der das Angebot wieder verringern würde.

Für die bedrängten Zeitungsverleger hat Müller nur eine simple Formel: „Kommt's zum Streik, gib't kein Papier. Kommt's nicht zum Streik, gib't's teures Papier.“