

ROLEX Uhren erhalten Sie
nur in diesen Fachgeschäften

- Aachen, Joseph Lucker, Am Eisenbrunnen
Ahrweiler, Ludwig Wolff, Niederhuthstraße 42
Aschaffenburg, Vogl, Herstattstraße 18
Augsburg, R. Hörl, Karolinenstraße 1-3
Baden-Baden, Uhren-Thoma, Lichtentaler Straße 5
Bad Godesberg, Julius Schrottka, Bahnhofstraße 28
Bad Nauheim, Franz Schmid, Parkstraße 10
Bamberg, L. Schmitt, Langstraße 12
Berlin W 15, Heinz Wipperfeld, Kurfürstendamm 193
Berlin W 30, Heinz Wipperfeld, Hilton-Colonnade
Bielefeld, Fritz Böckelmann, Alter Markt
Bonn, Gerdum-Clüserath, Sternstraße 38
Bonn, Wilfried Toussaint, Sternstraße 68
Braunschweig, H. W. Büngenstock, Schuhstraße 21
Braunschweig, „Die Schmuckecke“,
Waldemar H. Schulze, Schönstraße
„Goldschmiede am Damm“, Damm 33
Bremen, Hellmut A. Haase, Hufilterstraße 15
Bremen, Gerh. D. Wempe, Sögestraße 47-51
Bremerhaven, J. Wizius, Bürger 32
Darmstadt, Uhren-Teichel, Ernst-Ludwig-Straße 16
Düsseldorf/Mdth., Kersken, Duisburger Straße 28
Dortmund, Juwelier Rüschenbeck, Westenheiweg 45
Dortmund, Friedr. Strunck, Westenheiweg 19
Düsseldorf, Heinrich Biome, Königsallee 30
Duisburg, Robert Lepping, Königsstraße 1
Essen, Josef Deiter KG, Kettwiger Straße 22
Eßlingen, Werner Brögle, Kronenstraße 25
Flensburg, Peter Jürgensen, Große Straße 45-47
Frankfurt/Main, Christ OHG, Roßmarkt 5,
Hotel Frankfurt Intercontinental,
Rhein-Main-Flughafen,
Main-Taunus-Zentrum
Frankfurt/Main, Karl Henecka, Kaiserstraße 15
Frankfurt/Main, Juwelier Riede, Schweizer Straße 29
Frankfurt/Main, Gerh. D. Wempe, Steinweg 5
Freiburg, Adolf Kühn, Kaiserstraße 211/213
Garmisch-Partenkirchen, Josef Stöckerl,
Bahnhofstraße 93
Gießen/Lahn, Reinhold Balsler, Seifersweg 5
Göttingen, Wilchowski, Groner Straße 24
Gütersloh/Westf., Martin Dodt, Strangerstraße 15
Hamburg, Gerh. D. Wempe, Reeperbahn 103,
Aisterarkaden 7, Fuhlsbütteler Straße 145,
Neuer Wall 1-5, Osterstraße 129,
Wandsbeker Marktstraße 57, Steinstraße 23
Hamburg, Willy Filitz, Mönckebergstraße 19,
Dammtorstraße 12
Hamburg, W. Becker & Co.,
Gerhart-Hauptmann-Platz 12
Hamm I.W., Juwelier Propsting, Weststraße 2/4
Hannover, Fritz Scheurle, Georgstraße 36
Hannover, Diederich-Scheurle, Georgstraße 38
Hannover, Gerh. D. Wempe, Georgstraße 27-29
Heilbronn, Juwelier Luthile, Deutschhofstraße 2
Kaiserslautern, Walter Lembach, Fackelstraße 28
Karlsruhe, Oskar Hiller, Kaiserstraße 100
Kassel, Juwelier Schmidt, Obere Königsstraße 47
Kiel, Juwelier Fröber, Brunswikerstraße 28
Köln, Walter Lembach, Hohe Straße 66
Köln, Carl Jos. Linnartz, Burgmauer 6
Koblenz, Uhren-Müller, Löhstraße 71,
Glockenspielhaus
Krefeld, A. Giessmann, Rheinstraße 82
Leverkusen, Uhren-Hodes, Friedrich-Ebert-Platz 15
Lübeck, Gerhard D. Wempe, Holstenstraße 28
Lübeck, Th. Köhler & Sohn, Kohlmarkt 15
Ludwigshafen, Albert Hoch, Bismarckstraße 54
Mainz, Jean Welland, Große Bleiche 28
Mannheim, Wilhelm Braun, 07, 10 Planken
Mannheim-D 1, Hubert Nitsch, Paradeplatz 2
Mannheim/Lahn, T. Kuster, Wettergasse 36
Mönchengladbach, Uhren Offermann,
Bismarckstraße 15
München, Andreas Huber, Residenzstraße 11,
Weinstraße 8, Neuhauser Straße 53
München, Uhren-Sonntag, Sendlinger Straße 18
München, Uhren-Hauser, Marienplatz 28
München, Dr. Engel & Co., Lenbachplatz 9
München, Adolf Scheuring, Am Bahnhofplatz 2,
Marienplatz 17
München-Harlaching, Franz Bauer,
Peter-Auzinger-Straße 11
Münster i.W., Wilh. Nonhoff, Haus Rothenburg 12-13
Münster i.W., Oeding-Erdel, Bahnhofstraße 10
Neu Isenburg, Juwelier Riede,
Dreiherrnsteinplatz 39
Neuss, Juwelier Badort, Niederstraße 3
Nürnberg, A. Merklein, Karolinenstraße 6
Nürnberg, J. Waliner, Karolinenstraße 44
Offenbach/Main, Uhren-Bauer, Bieberser Straße 10
Osnabrück, Ludwig Carl, Große Straße 39
Regensburg, Juwelier Kappelmeier, Neupfarrplatz
Saarbrücken 3, Hermann Muhleke OHG,
Bahnhofstraße 78
Solingen, Zimmermann Nachf., Hauptstraße 7
Stuttgart, Juwelier Leffers, Königstraße 21
Stuttgart, Juwelier Pfister, Königstraße 78
Timmendorfer Strand, Juwelier Lindner,
Kapitolblock th. „Ma Jim“
Trier, W. Engel, Grabenstraße 16, Simoonstraße 4
Ulm, Uhren-Roth, Münsterplatz 46
Wiesbaden, Josef Rappi, Kirchgasse 29
Würzburg, Ernst Hüfner, Domstraße 7
W.-Eibersfeld, Juwelier Soengen, Poststraße 7
W.-Eibersfeld, Glockenspielhaus Abeler,
Poststraße 11
Westerland/Sylt, Georg Krause, Friedrichstraße 21
Westerland-Sylt, Rudolf Ostermann,
Friedrichstraße 12
Worms, Ph. Becker, Kaemmererstraße 35

ROLEX UHREN GMBH

5 Köln, Hohenzollernring 62, Drei Königenhaus
Schreiben Sie uns! Wir senden Ihnen Prospekte.

MANAGEMENT

Sieg nach dem Bankrott

Die Firma Rolls-Royce, die Anfang des Jahres wegen schwerer Fehler ihres Managements Konkurs anmelden mußte, gewann jetzt eine hohe Manager-Auszeichnung.

Sieben Monate lang wetteiferten die Vertreter von 780 britischen Firmen um die „Silver Championship Rose Bowl“ — einen Silberpokal, der seit 1970 jährlich für die beste Management-Leistung in Britanniens „Nationalen Unternehmens-Spiel“ vergeben wird. Vorletztes Wochenende ermittelte ein Computer den Sieger: ein Management-Team von Rolls-Royce — jener Firma, die Anfang Februar wegen er-

mas, „nach Dienstschiuß an dem Unternehmensspiel teilzunehmen.“

In dem „National Management Game“, das vom Verband britischer Wirtschaftsprüfer, dem Computerkonzern ICL und der Londoner Wirtschaftszeitung „Financial Times“ veranstaltet wird, ermittelt die Spielleitung den Sieger nach dem K.-o.-System.

Die Teilnehmer werden in Gruppen von drei bis vier Teams zusammengefaßt und konkurrieren gegeneinander — sowie gegen ein ökonomisches Modell, das in einem Computer gespeichert ist und die einzelnen Schachzüge der Spieler (wie etwa Preiserhöhungen, Investitionen für neue Fabrikgebäude, Ausgaben für Marketing oder Forschungsaufwendungen) bewertet.

Wer über eine Reihe von Perioden den höchsten Nettogewinn erzielt, kommt in die nächste Runde und darf



Rolls-Royce-Manager mit Management-Pokal*: „Doch noch nicht ganz down“

wiesener Unfähigkeit ihrer Manager Konkurs anmelden mußte.

„Mit unserem Sieg“, kommentierte Denis Thomas, 38, Spielführer des Rolls-Royce-Teams, das gute Abschneiden seiner Mannschaft, „haben wir bewiesen, daß unsere Firma doch noch nicht ganz down ist.“

Als freilich Thomas, der in der Motorenabteilung des Triebwerkskonzerns das Rechnungswesen leitet, Anfang des Jahres die ersten Aufgaben des nationalen Manager-Wettstreits zu lösen begann, steckte Rolls-Royce in der größten Krise seiner Geschichte. Weil die Rolls-Royce-Manager die Entwicklungs- und Produktionskosten eines Düsentriebwerks für den Airbus „L-1011“ der amerikanischen Flugzeugfirma Lockheed falsch kalkuliert hatten, ging das renommierte Unternehmen in Konkurs und wurde anschließend verstaatlicht.

„Da war es für uns eine angenehme Abwechslung“, erinnert sich nun Tho-

weitspielen. Die unterlegenen Teilnehmer scheiden aus.

In der nächsten Runde gelten für die Zwischensieger wieder die gleichen Startchancen: Jedes Team erhält einen imaginären Geldbetrag als Startkapital und hat ein imaginäres Verbrauchsgut (Preis: etwa 40 Pfund) zu verkaufen. Die Mannschaften haben dann zu entscheiden, zu welchem Preis genau sie ihr Produkt anbieten wollen und welchen Teil ihres Startkapitals sie für Forschung, Marketing oder den Ausbau ihrer Produktionskapazität ausgeben wollen.

Abgesehen davon, daß die Mannschaften weder die Marktstrategie der übrigen Mitbewerber noch das Bewertungsprogramm des Computers kennen, wird das Spiel, an dem sich führende britische Firmen beteiligen, noch durch eine Vielzahl verschiedener Märkte kompliziert: „Markt 1“ beispielsweise

* Zweiter von rechts: Rolls-Royce-Spielführer Denis Thomas.

ist der Heimatmarkt des Spieler-Teams A, „Markt 2“ der des Teams B, „Markt 3“ der des Teams C und „Markt 4“ der des Teams D.

Jedes Team darf sein Produkt außer auf seinem Heimatmarkt auch auf den Märkten sämtlicher Konkurrenten anbieten und dabei Verkaufs-Preise und -Mengen beliebig variieren. Bietet er auf dem Heimatmarkt an, hat er den Vorteil niedrigerer Vertriebskosten. Gleiche Marketing- und Verkaufskosten für alle Mannschaften gelten hingegen auf einem „freien“ (Export-)Markt, den die Konkurrenten ebenfalls in ihre Verkaufsstrategie einbeziehen können.

Als sich am vorletzten Wochenende die vier bestplatzierten Management-Teams der Nation — außer Rolls-Royce die angesehene Wirtschaftsprüfungsfirma Peat Marwick Mitchell, die Metallfirma Manganese Bronze Holdings und der Teppichproduzent Crossley Carpets — im Londoner ICL-Hochhaus zur Schlußrunde trafen, gaben die Teilnehmer dem späteren Sieger Rolls-Royce nur wenig Chancen. Als Favorit hingegen galt das Team von Peat Marwick Mitchell.

Niemand in der Runde brauchte daran erinnert zu werden, daß einer der Partner von Peat und Kompagnons, Rupert Nicholson, die bankrotte Firma Rolls-Royce als Konkursverwalter und Manager übernommen hatte. Doch das Manager-Team des einst managerkranken Konzerns überraschte selbst die Top-Leute des Rolls-Royce-Sanierers.

Denn anders als seine Konkurrenten, die durch extrem hohe oder niedrige Preise möglichst große Gewinne kassieren wollten, blieb Rolls-Royce-Spielführer Denis Thomas bei seiner festgelegten Marktpolitik.

„Wir begannen mit zunächst relativ hohen Preisen“, erläuterte später Thomas seine Spieltaktik. „und senkten sie nach jeder Periode in dem Ausmaß, in dem wir durch den Ausbau unserer Fabrikanlagen und vernünftige Investitionen in Forschung und Entwicklung die Stückkosten unseres Produktes senken konnten.“

Am Ende des siebenstündigen Manager-Turniers hatte Rolls-Royce einen Gewinn von 2,5 Millionen Pfund erzielt — etwa eine Million mehr als der nächstbeste Konkurrent, Crossley Carpets. Peat Marwick Mitchell aber, die Firma des Rolls-Royce-Verwesers Nicholson, landete mit nur 1,3 Millionen Pfund Gewinn auf dem dritten Platz.

Freute sich der Rolls-Royce-Konkursverwalter Rupert Nicholson über den Erfolg seines Spielteams: „Als ich die Vermögensverwaltung der bankrotten Firma übernahm, dachte ich, nur die Fabrikgebäude hätten noch einen Wert. Mit den offenbar vorhandenen Managerqualitäten hatte ich gar nicht mehr gerechnet.“

FARBFERNSEHEN

Den Dienst versagt

Mit einem eigenen Farbfernsehsystem und eigener Bildröhre suchten die Franzosen Europa zu erobern und die US-Konkurrenten abzuwehren — vergebens. Jetzt verbündeten sie sich mit dem US-Konzern RCA.

Unser Farbfernsehen wird sich in Europa durchsetzen und auch woanders“, hatte einst Georges Pompidou prophezeit. Frankreichs derzeitiger Staatschef blieb ein halber Prophet.

Denn Frankreichs Farbfernseh-System Secam (Séquentielle à mémoire) setzte sich nur woanders durch — im Libanon und in Ägypten beispielsweise sowie in einigen afrikanischen Ländern.

In Westeuropa dagegen sehen — außer einer halben Million Franzosen — nur ein paar tausend Luxemburger Secam-fern. Sechs von sieben europäischen Farbgeräten empfangen ihre Color-Sendungen nach dem Konkurrenz-System Pal (Phase alternation line) der deutschen Firma AEG-Telefunken.

Mit dem von dem französischen Ingenieur Henri de France erfundenen Secam-System wollte Charles de Gaulle einst Europas Fernsehen erobern und die Amerikaner abwehren.

Um die Europäer in die Zange zu nehmen, verband sich Charles de Gaulle 1967 mit der Sowjet-Union. Nicht nur das französische Farbfernsehsystem Secam bot er den Sowjets an, sondern versprach auch das technische Know-

how für eine Produktionsanlage, in der anfangs 350 000 von den Franzosen entwickelte sogenannte Gitterbild-Röhren produziert werden sollten.

Die Sowjets akzeptierten, weil sie hofften, damit von der amerikanischen Schattenmaske-Röhre unabhängig zu werden, die vor 20 Jahren vom US-Konzern RCA Corporation (Radio Corporation of America) entwickelt worden war.

Tatsächlich stellt die französische Gitterbild-Röhre ein technisch bestechendes Konzept der Fernsehleuchten dar. „Der Gitter-Prozeß verhält sich zur Schattenmaske wie der Wankel-Motor zum traditionellen Kolben-Motor“, lobte die französische Wirtschaftszeitung „Entreprise“. Nur: Bis heute haben die Franzosen ihren fortschrittlichen Eigenbau nicht zur kommerziellen Serienreife gebracht. „Die französische Röhre versprach Leistungen zu günstigen Kosten, die bisher unerreichbar erschienen“, schrieb „Les Echos“ und klagte: „Leider versprach sie es nur.“

Um nicht länger auf das französische Röhrenwunder warten zu müssen, entschied sich die Sowjetunion 1968, parallel zur Gitterröhre die amerikanische Schattenmaske zu studieren, und schloß einen Kooperationsvertrag mit der US-Firma Buckbee-Mears ab. Heute bauen die Sowjets bereits ein Großwerk, in dem bald 400 000 Röhren produziert werden — ausschließlich nach dem amerikanischen Patent. Die eigene Entwicklung am Gitterprojekt stellten die Russen völlig ein.

Mit dem Mißerfolg der Gitterröhre droht auch die Option der kommunisti-

