

Nixons den Drang der Amerikaner gen Osten beeinträchtigen, ergriffen schließlich auch die zahlreich nach Wien gekommenen Banker zunehmend das Wort.

Den Fragen der westlichen Industriellen nach Handelsbeschränkungen im Osten begegneten die östlichen Finanzexperten mit Fragen nach dem handelshemmenden Währungsdurcheinander im Westen. Der Vizepräsident der ungarischen Nationalbank, János Fekete: „Ich kenne ein West-Ost-Geschäft, das beinahe einmal geplatzt wäre, weil wir keine kursstabile Währung finden konnten.“

Aus deutschen Bankkreisen zeigten sich im Wiener Ballsaal die führenden Adressen. Die Gruppe der Produzenten wurde von Ernst Wolf Mommsen angeführt — Staatssekretär im Verteidigungsministerium, aber früher Geschäftsfreund der Russen bei Großlieferungen der Thyssen Röhrenwerke AG.

Hanns Honstetter, Generaldirektor der Blendax-Werke, bahnte bereits konkrete Geschäfte mit den Ungarn an. „Lassen Sie sich von uns doch einmal verführen“, forderte er beim abendlichen Whisky den Budapester Außenhandels-Manager Miklos Virag auf. „Unsere Kosmetika geben Ihrem Volk ein besseres Lebensgefühl.“

Cola-Verkäufer Austin glaubt, daß die viertägigen Kontakte sich bald schon in seinen Auftragsbüchern niederschlagen. Die Wiener Veranstalter schließlich sind davon überzeugt, daß nur sie ein derartiges Treffen hätten veranstalten können.

Der Vorsitzende des Donaueuropäischen Instituts, Fritz Bock, bezeichnete es als „eine österreichische Eigenart, mit allen Leuten reden zu können“. Sein Generalsekretär Günther Granser sieht sich als Bademeister: „Schauens, wir lassen das Wasser ein, und die anderen tun schwimmen.“

## EDELSTEINE

### Für jedermann

**Eine Steinlawine rollt über die Bundesrepublik: Juweliere, Boutiquen und Kaufhäuser haben das Geschäft mit farbigen Kristallen entdeckt.**

Fünf Millionen Mark wert war der „große Chrysanthemen-Diamant“ (39 mal 25 mal 16 Millimeter), eine Million Mark sollte der Welt größter Roh-Smaragd kosten, „El Grande Salvador“ (6325 Karat) — beide zu besichtigen hinter Panzerglas im Hotel „Frankfurter Hof“.

Kleinodien im Schätzwert von insgesamt 50 Millionen Mark wurden vorletzte Woche auf dem Frankfurter „Internationalen Juwelensalon“ präsentiert.

Aber zumindest ebensoviel Interesse wie die kaum erschwinglichen Raritäten erregten bei Besuchern Steine und Kristalle, die viel billiger — und eigentlich augenfälliger — sind: violetter Amethyst und vielfarbiger Opal, rosa Rhodochrosit und blauer Lapislazuli, rosa Rosenquarz, grüner Malachit und gelber Pyrit. Die bunten Kristalle minderer Kostbarkeit, nicht nach Karat, eher nach Pfund bemessen, haben gegenwärtig Hochkonjunktur.

„Schmuck muß nicht teuer, sondern schön sein“, sagte Dr. Johannes Miller vom „Deutschen Edelsteintag“. Und zahlreiche Juweliere haben sich bereits umgestellt. Der Goslarer Diamant-Fachmann Karl-Heinz Pfitzner, der vor wenigen Jahren noch Mineralien nur nebenbei handelte, jetzt aber selbst farbige Steine aus Brasilien importiert, läßt sich zum Gemmologen ausbilden — wie



**Mineralien-Angebot im Kaufhaus „Zum Anhimeln“**

sein West-Berliner Kollege Kurt Pohland, der die zunehmende Nachfrage nach Mineralien erläutert: „Das sind eben echte Steine, die für nahezu jedermann erschwinglich sind.“

Beide glauben, daß „im Zeichen des allgemeinen Wohlstandes“ während des letzten Jahres ein „Durchbruch“ geschehen sei: „Auch die kleine Sekretärin will nicht mehr Talmi, den allerbilligsten Modeschmuck, kaufen; sie leistet sich schon mal ein schönes Mineral, vielleicht roh und ungeschliffen, in Silber gefaßt.“ Schließlich: So ein Schmuckstück kostet selten mehr als 50 Mark.

Einen „wirklichen Boom“ in Farbsteinen bestätigt auch Dr. Max Günther, Geschäftsführer vom „Bundesverband der Edelstein- und Diamanten-Industrie“ in Idar-Oberstein („Es fehlt uns an Arbeitskräften!“). Auch Günther führt die wachsende Lawine auf den „gehobenen Lebensstandard“ und auf

das Bemühen jedermanns zurück, „sich eine Note zu geben“.

Mittlerweile werden die Mineralien, und zwar Tonnenquantitäten, auch zu Aschern, Brief- und Flaschenöffnern, Buchstützen, Schreibtischgarnituren und Zierkorken verarbeitet, scheinbar sogar für Mobiles — oder einfach als unbehaute Klumpen gehandelt, zur Zimmerzierde oder als Sammlerstücke.

Der „Steinmarkt“ im West-Berliner Europa-Center zeigt, aus Brasilien importiert, ganze Drusen, in denen gewaltige Kristalle, etwa von Amethyst, gewachsen sind; Gewicht: bis zu acht Zentner, Wert: 15 000 Mark. Von der Insel Elba stammen anderthalb Zentner schwere Kolosse von Schwefelkristallen (Pyrit — Preis: zwischen 3000 und 4000 Mark). Und ebenso als Attraktion gilt ein 250 Millionen Jahre altes versteinertes Holz, nahezu baumstammlang.

Auch Kaufhäuser, Friseure und Tankstellenwarte bieten bunte Steine an. Für die Einkäufer der Kaufhauskonzerne Hertie und Karstadt sind Schmucksteine, oftmals als „Sonderangebote“ eingeführt, „längst zum üblichen Artikel am Schmuckstand“ geworden. Und auf Erze und Mineralien spezialisierte Firmen bieten mittlerweile Rauch- und Beistelltische aus Onyx an, Badezimmergarnituren und ganze Kaminwände aus Schmucksteinen.

Die Firma „Interfisch“ stattet ihre Salon-Aquarien nur noch mit gebrochenem Amethyst statt mit Sand und Kiesel aus. Eine Firma zur Herstellung „anspruchsvoller Werbemittel“ bereitet einen Adventskalender für Industriekapitäne vor, dessen Gag verblüffend und einträglich ist: Jeden Tag purzelt ein Edelstein heraus.

Vor allem für Kinder, aber auch für Sammler und Hobbyschleifer, hat der Kieler Großhändler Herbert Krasselt zum Stückpreis von ein paar Mark „Schatzbeutel“ auf den Markt gebracht: Plastiktüten, in denen jeweils vier Steine wie etwa das blaue Azurit und der weiße Bergkristall, Jaspis und Obsidian roh und poliert zu betrachten sind; mit Angaben versehen über Farben, Vorkommen, chemische Formel und Härtegrad und einem Text „aus dem A und O der Steinkunde“.

Neuerdings bietet Krasselt — Werbeslogan: „Schaufelt Mineralien jeder Art ins deutsche Land“ — eine weitere Stein-Variante an: „echte Meteore zum Anhimeln“, Meteoritensplitter für zwölf Mark, aber auch taubeneigroße Eisenstücke für 168 Mark.

Die Amerikaner sind da bereits einen Schritt weiter: US-Unternehmer, so berichtete jüngst das „Wall Street Journal“, erwägen einen profitablen Schuß zum Mond — Raketen und Astronauten würden von der Nasa ausgeliehen. Geschätzter Endpreis pro Karat Mondgestein: 1500 Dollar.