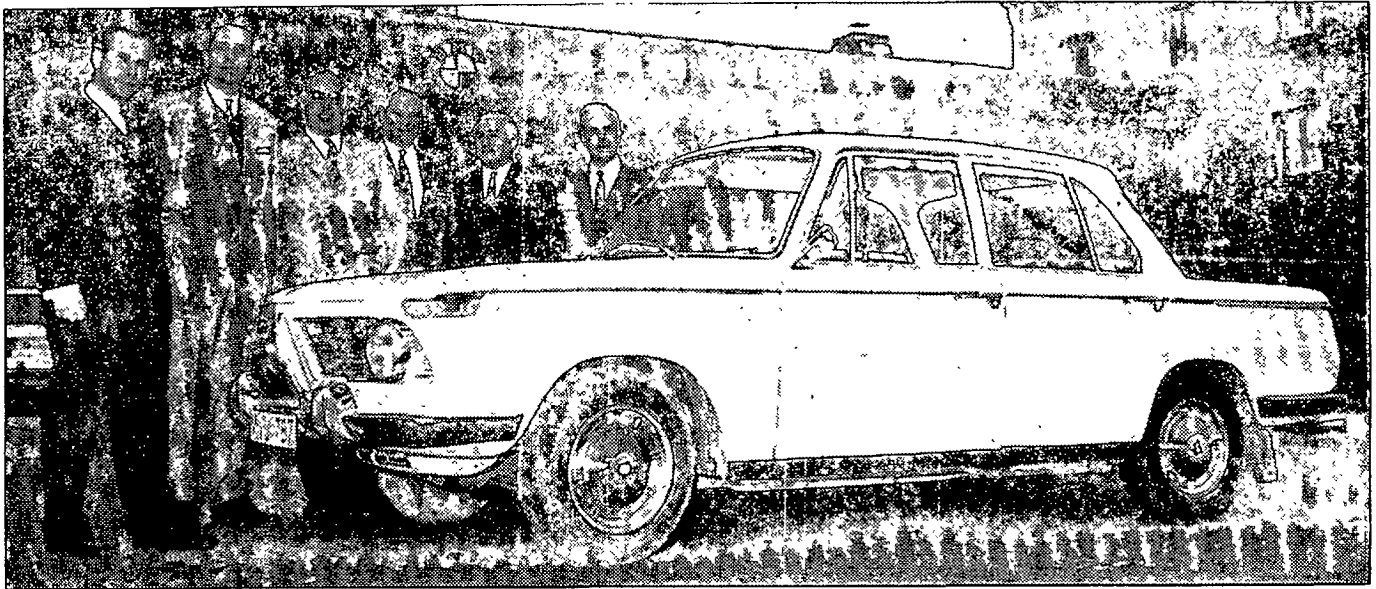




BMW-Generaldirektor Sonne (l.), Mitarbeiter*, BMW 1800: „Vollblut für Familienväter“

INDUSTRIE

BMW

Bayerns Gloria

Unter der Chiffre VG 6502 suchte zum Jahresbeginn ein „international bekanntes Großunternehmen der Metallverarbeitung (marktnahe Mengenfertigung)“ in Zeitungsinseraten einen neuen Generaldirektor. „Streng vertrauliche Verbindungsaufnahme“ wurde garantiert.

Ratlosigkeit befiel die Führungskräfte der Wirtschaft, wer wohl im Stellenteil der Zeitungen — neben Offerten an Punktschweißer und Tabellierer — einen großen Boß zu finden hoffe.

Es waren die Bayrischen Motoren-Werke (BMW) in München-Milbertshofen. Ihr derzeitiger Generaldirektor Dr. oec. Karl-Heinz Sonne, 49, hat überraschend Anfang Januar dieses Jahres gekündigt. Sonne folgt einem Ruf an die Spitze des Kölner Maschinenbau-Unternehmens Klöckner-Humboldt-Deutz AG.

Sein Abgang traf den BMW-Großaktionär Herbert Quandt, 54, völlig überraschend. Denn erst Anfang 1962 hatte Quandt den ehemaligen Vorstandsvorsitzer seiner Concordia Elektrizitäts-AG (CEAG) in Dortmund, der größten Filter- und Staubabscheider-Fabrik des Kontinents, nach München geholt. Als Sonne kam, lag Bayerns industrielles Nationalheiligtum, dessen Aktien einst bei Münchens Bürgern unumschränktes Vertrauen genossen, im Krisen-Dunkel.

Heute vermag das Werk die Nachfrage nach dem BMW 1800 nicht mehr prompt zu befriedigen. Trotz der Winterflaute im Januar dieses Jahres ist die BMW-Produktion bis Mai bereits verkauft.

Eingeleitet wurde das Rettungswerk von dem Industriellen Herbert Quandt, der sich 1960 in München einkaufte und heute zusammen mit dem Berner Anwalt Dr. Jacques Koerfer größter Aktionär bei BMW ist**. Quandt, obwohl nicht im BMW-Aufsichtsrat, suchte sich das neue Management selbst zusammen, nachdem er Sonnes Vorgänger, den Grandseigneur mit der Shag-Pfeife Dr. Heinrich Richter-Brohm, verabschiedet hatte.

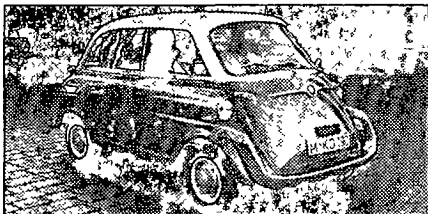
Viele Manager betrachteten seine Offerten zunächst skeptisch, denn bei BMW waren zwischen 1945 und 1960 zehn Vorstands- und 27 Aufsichtsratsmitglieder verschwunden worden; in München-Milbertshofen galten Direktoren als „kurzlebige Wirtschaftsgüter“.

Auf Quandts Empfehlung bestellte der Aufsichtsrat — neben Dr. Sonne als Generaldirektor — zum Verkaufschef Paul G. Hahnemann, 52, vorher Marketing-Leiter der Auto Union. Cheftechniker wurde Wilhelm Gieschen, 56, ehemals Direktor der Focke-Wulf-Flugzeugfabriken, der von 1949 an die

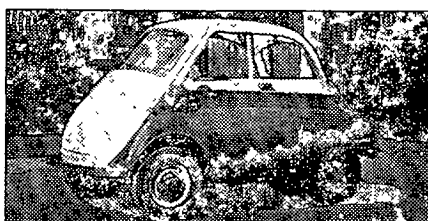
technische Leitung der Bremer Borgward-Werke innehatte.

Von Borgward kam auch der neue Einkaufschef Karl Monz, 52, der schon in Bremen 24 Jahre lang Tiefzieh-Bleche und Schrauben eingekauft hatte. Aus der Uhrenfirma Junghans holte sich Quandt den Diplom-Kaufmann und -Ingenieur Friedrich Wilhelm Pollmann, 42; Pollmann wurde Finanzchef. Den Kölner Ford-Werken warb BMW den Diplom-Ingenieur Bernhard Osswald, 51, als Entwicklungs- und Konstruktionschef ab.

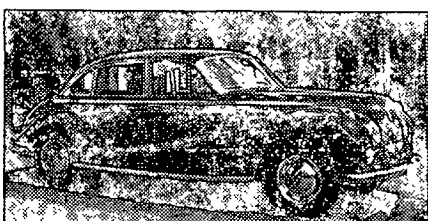
Die Leitung des BMW-Aufsichtsrats schließlich vertraute Quandt dem Essener Wirtschaftsprüfer Dr. Hermann Karoli, 58, an. Der Siebenbürgen-Deutsche gilt als einer der einflussreichsten Berater westdeutscher Konzerne.



BMW 600

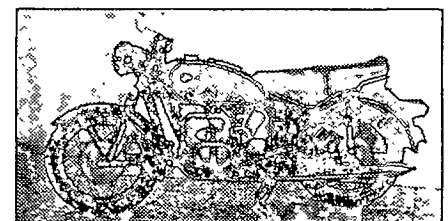


BMW Isetta

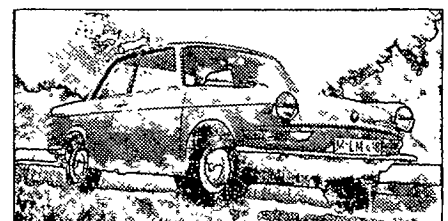


BMW 3.0 V-8

Eingestellte BMW-Produktion
Zwischen arm und reich...



BMW 500



BMW 700



BMW 3200 CS

Fortgesetzte BMW-Produktion
...ein Partisanenvorstoß mit Gewinn

* BMW-Direktoren Pollmann, Gieschen, Hahnemann, Monz und Osswald.

** Zur sogenannten Quandt-Gruppe gehören ferner Beteiligungen an Daimler-Benz, der Accumulatoren-Fabrik Varta in Hagen, der Wintershall AG in Kassel und der Mauser-Werke AG in Oberndorf.

Als Sonne und Karoli die Herrschaft der weißblauen Automanufaktur übernahmen, „war BMW eigentlich gar keine Fabrik mehr“, spottet Verkaufschef Hahnemann. Der alte Vorstand unter Generaldirektor Dr. Heinrich Richter-Brohm hatte weder das Werk noch die Händlerschaft im Griff, und Defätismus breitete sich aus. Das Unternehmen, das einst weltberühmte Flugmotoren, zum Beispiel für das Verkehrsflugzeug Ju 52, sowie renommierte Autos gebaut hatte, war 1959/60 am Ende.

BMW fabrizierte damals nur Fahrzeuge für Tagelöhner und Generaldirektoren. Den kleinen Leuten bot das Werk neben Motorrädern die ulkige Isetta und den mißgestalteten BMW 600 als fahrbaren Untersatz an, den Reichen seine großhubigen Sechs- und Acht-Zylinder-Wagen zu Preisen um 20 000 Mark. Der alte Kundenstamm wanderte zu Mercedes und Porsche ab.

Im Jahr 1957 hatten die Bayern eigens für den Bundeskanzler eine Repräsentations-Kutsche, den BMW 505 mit V-8-Motor und 3,2 Liter Hubraum, in der Hoffnung angefertigt, die Christ- und Geldprominenz von Mercedes wegzuziehen. Doch BMW fehlten Kilb und Glück. Bei einer Probefahrt fand der Wagen das Wohlgefallen Konrad Adenauers. Aber beim Aussteigen stieß sich der Altkanzler den Hut vom Kopf. Mercedes blieb der Leitstern auf dem Weg nach oben.

Das aufstrebende Millionenheer der Lohn- und Gehaltsempfänger hielt der dekorative Richter-Brohm nicht für BMW-reif. Die Folgen dieser Einstellung konnten nicht ausbleiben.

Im Geschäftsjahr 1958 schloß die bayrische Autopresse mit einem Verlust von 12,05 Millionen Mark, im nächsten Jahr war das Defizit auf 14,7 Millionen Mark angeschwollen. Die kleine Isetta und der BMW 600 hatten dem Werk insgesamt einen Verlust von 14 Millionen Mark beschert, die Großwagen sogar ein Minus von 70 Millionen Mark. Nur die BMW-Motorräder und der vorzüglich karossierte Kleinwagen BMW 700 hielten das Unternehmen über Wasser.

Das glücklose Management sah BMWs Rettung in einer Firmen-Heirat mit der Stuttgarter Daimler-Benz AG, die an den Münchner Produktionsanlagen interessiert war.

Aber die traditionellen Kleinaktionäre aus Münchens gehobener Bürgerschicht brachten das Projekt zu Fall. Herbert Quandts Vorschlag hingegen akzeptierten sie: Das Aktienkapital wurde von 30 auf 22,5 Millionen Mark ermäßigt und dann durch Verkauf junger Aktien an die alten BMW-Teilhaber auf 45 Millionen Mark erhöht.

Quandt versprach, von den Banken alle Effekten zu übernehmen, die bei der Kapitalerhöhung keinen Käufer finden würden. Fortan galt BMW in der Branche als „Quandts Modelleisenbahn“, die er sich etwas kosten läßt.

Seinem neuen Mann Dr. Sonne, dessen Vater Geschäftsführer bei der Bochumer Straßenbahn war, fuhr beim Amtsantritt der Schreck in die Glieder. Die Finanzexperten sagten für 1962 einen Verlust von 18 Millionen Mark voraus. Sonne ließ sie noch einmal nachrechnen, aber es blieb immer noch ein Defizit von 13,8 Millionen Mark.

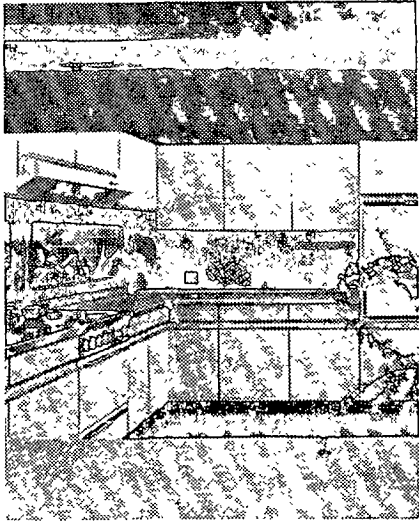
Zwar verstand der neue BMW-Chef so gut wie nichts vom Autobauen — er nahm im „Bau 54“ der Entwicklungs-

Echter Cognac
aus den
wertvollsten
Lagern
der Welt

HENNESSY
JA. HENNESSY & C.
COGNAC
COGNAC
FRANZÖSISCHES ERZEUGNIS

1765

1/1 Flasche DM 18,60



Nieburg-Küchen haben eine dicke Haut

(aus Kunststoff)

Wer gute Küchen baut wie Nieburg, der kann es sich erlauben, auf die dicke Haut seiner Kunststoff-Küchen hinzuweisen. Denn es gibt solche und solche. Und auch andere. Mit einem papierdünnen Überzug. Und dann gibt's Risse schon nach den ersten Jahren. Solche Küchen baut Nieburg nicht.

Nieburg-Küchen überdauern die Stürme der Ehe, der Kinder und der Zeiten. Sie sehen auch nach zehn Jahren noch genauso neu aus wie am ersten Tag — oder beinahe genauso. Denn erst im Laufe der Jahre zeigt es sich, ob das Geld für eine moderne Anbauküche gut und richtig angelegt wurde. Bei Nieburg kann man sicher sein: diese Marke steht für höchste Qualität, modernste Technik, zeitlose Formen. Nieburg-Anbauteile kann man auch nach Jahren nachkaufen, und dann sind sie noch genauso modern wie heute.

Fordern Sie die neuen Farbprospekte mit Küchen-Beratungsbogen und Händlernachweis kostenlos direkt vom Werk.

Nieburg-Küchen

4972 Gohfeld/Westfalen

Abt. Küchenberatung S 265



abteilung Unterricht und wurde bald als „BMWs teuerster Lehrling“ apostrophiert — dafür aber kannte sich der Betriebswirt in moderner Kostenrechnung aus.

Dr. Sonne: „Daß die neuen Männer wirklich arbeiteten, merkten die Mitarbeiter daran, daß die Stromrechnung anstieg: In den Vorstandszimmern brannte schon morgens um sechs Uhr und abends um zwölf Uhr noch Licht.“

Betriebswirt Sonne begann seine Arbeit mit der sogenannten Deckungsrechnung, die bis dahin bei BMW unbekannt gewesen war. Errechnet werden mußten Kosten und Gewinn pro Mann und jede der 126 Varianten des BMW-Auto-Programms. Dabei kamen erschreckende Resultate zutage. Von Variante 100 an wurde überhaupt kein Gewinn erzielt, aber auch die Variante 1 brachte nur ein Plus von gut 50 Mark.

In die neue Abteilung „Wertanalyse“ stellte Sonne zwölf Fachleute ein, die für jedes Autoteil ermitteln mußten, ob kein billigeres Material den gleichen Qualitätsansprüchen genügen würde und ob die bisherige Fertigungsmethode die rationellste sei. Sie berieten auch die Lieferanten, wie sie ihre Teile billiger produzieren könnten. Der BMW 502 zum Beispiel hatte eine massive Chromleiste zum Preis von 48 Mark, die neue war hohl und kostete nur fünf Mark.

Verkaufs-Vorstand Hahnemann, seit 25 Jahren in der Auto-Industrie tätig, fand bei BMW „die erstaunlichsten Dinge“. Hahnemann: „Unsere technischen Außendienstleute zum Beispiel waren alle nur einfache Monteure, die mit Volkswagen unsere Kundschaft besuchten. Verkaufsförderung wurde überhaupt nicht mehr getrieben, denn bei BMW hieß es: ‚Wir verkaufen ja doch nichts.‘“

Am meisten verdroß den neuen Verkaufschef der Umstand, daß nicht die Firmenleitung die Höhe der Auto-Produktion bestimmte, sondern die Händlerschaft. Da bei BMW Verkauf und Produktion nicht synchronisiert waren, riefen die BMW-Vertreter im Land ihre Spezis im Werk an und baten zu irgendeinem Termin um Lieferung eines Fahrzeugs. Entsprechend ungesteuert lief dann auch die Fabrikation.

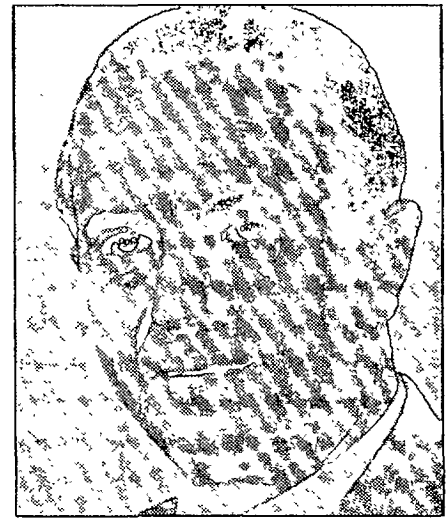
Genauso souverän verhielten sich die Händler, wenn es ums Geld ging. Hahnemann fand zum Beispiel, daß zwei große BMWs seit zwei Jahren ausgeliefert worden waren, aber keine Abteilung des Werkes sich um das Inkasso gekümmert hatte.

Hahnemann entwarf einen Organisationsplan und ein neues Bestellsystem: Jeder der 125 Großhändler, 250 Direkt- und 525 Unterhändler mußte jeweils im September seine — unverbindliche — Bedarfsschätzung für das kommende Jahr an das Werk melden. Jeweils ein Quartal vor dem Auslieferungsmonat galt dann die Bedarfsschätzung, falls der Händler seine Dispositionen nicht geändert hatte, automatisch als verbindliche Bestellung.

Kein Auto wurde mehr an einen Händler ausgeliefert, das nicht zuvor bezahlt war. Beglich der Händler die Rechnung per Wechsel, mußte er alle Wechselspesen übernehmen.

Cheftechniker Wilhelm Gieschen kratzte jeden Pfennig wieder aus der

• Unverändert baut BMW Motorräder mit 250, 500 und 600 Kubikzentimeter Hubraum sowie den Kleinwagen BMW 700.



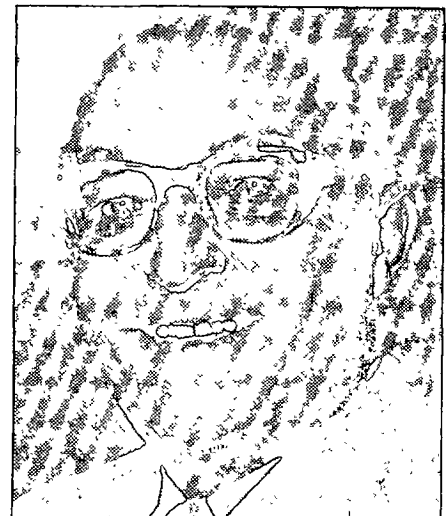
BMW-Großaktionär Quandt
Für Bayerns Nationalheiligtum ...

BMW-Kasse, um ihn in technische Anlagen zu stecken. Die Investitionen stiegen von 72,5 Millionen Mark 1962 auf rund 130 Millionen Mark 1964/65. Um den Produktionsfluß zu rationalisieren, wurde der gesamte Maschinenpark umgekrempelt: Keine Presse und kein Transportband blieb am alten Platz.

Finanzchef Pollmann konstruierte den Verwaltungsapparat so um, daß die neue Datenverarbeitungsanlage das Geschehen im Betrieb einschließlich der Ersatzteil-Geschäfte genau kontrollierte. Pollmann: „Wir waren ja so dankbar für jeden Pfennig.“

Generaldirektor Dr. Sonne und seine Direktoren verbrachten einen großen Teil ihrer Zeit im Modellraum, um endlich wieder marktgängige Autos zu produzieren. Die Isetta und der BMW 600 wurden 1962 als nicht „BMW-like“ aus dem Programm gestrichen. Ein Jahr darauf starben auch die Großwagen bis auf den BMW 3200 CS, der mit einer Bertone-Karosserie und einem Preis von 29 850 Mark heute als „Flaggschiff“ des Unternehmens gilt*.

In der hartumkämpften Preisklasse bis 6000 Mark (Ford 12 M, NSU Prinz, Opel Kadett, VW) allerdings konnte für BMW keine Chance liegen. Auch in der



Neuer BMW-Generaldirektor Wilde
... ein Chef aus Preußen

Preisgruppe über 10 000 Mark (Citroën DS 19, Mercedes) erhofften die BMW-Manager nichts. Vielmehr erkannten sie den oberen Bereich der Mittelklasse als „unsere Marktnische, in der wir uns wie Partisanen bewegen müssen. Wir durften uns auf keine tödliche Gemeinsamkeit mit den Großen einlassen“ (Hahne-mann).

Der erste Vorstoß der Quandt-Partisanen in die Nische aber hatte nur geringen Erfolg. Der alte Vorstand hatte zur Automobilausstellung im Herbst 1961 einen BMW 1500 (75 PS, 8500 Mark) präsentiert, der allerdings erst unter dem neuen Management produktionsreif wurde. Der Wagen rollte im August 1962 auf den Markt, besaß jetzt 80 PS und kostete 9500 Mark. Aber wegen seiner Kinderkrankheiten — heulende Hinterachse, spartanische Ausstattung — wurde er nicht zum großen Geschäft. Ende vergangenen Jahres wurde die Produktion eingestellt.

Als Ziel der Typen-Politik steuerte BMW nun die repräsentative Mittelklasse an. Die elegante Karosserie des BMW 1500 wurde beibehalten, er bekam aber stärkere Motoren mit 1,6 und 1,8 Liter Hubraum. Die freigewordenen Fachkräfte und Maschinen konzentrierte Sonne auf die neuen Typen, den

- ▷ BMW 1600 (83 PS, 9485 Mark),
- ▷ BMW 1800 (90 PS, 9985 Mark) und
- ▷ BMW 1800 TI (110 PS, 10 960 Mark).

Quandts Partisanen brachten 1963 bereits 27 987 Mittelklasse-Wagen an den Mann, 1964 schon 37 800 Autos. Verkaufssoll 1965: über 55 000 Fahrzeuge.

Käufer und Kenner zeigten sich von der „neuen Klasse“ der bayrischen Autobauer beeindruckt. Die „Deutsche Automobil Revue“ reihte den BMW 1600 „in die Gruppe jener modernen Vollautomobile“ ein, „die hinsichtlich ihrer Ausgewogenheit beste Ingenieur-Arbeit in sich vereinen“. Den BMW 1800 bezeichnete die „Motor-Rundschau“ als „internationale Spitzenklasse“. Mit Superlativen aber wird die Sport-Version BMW 1800 TI bedacht:

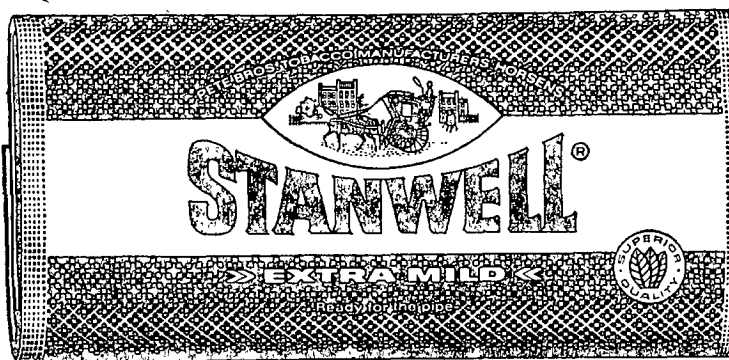
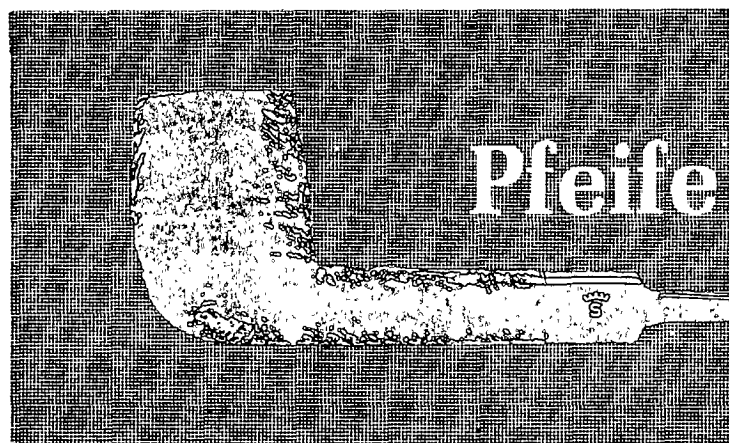
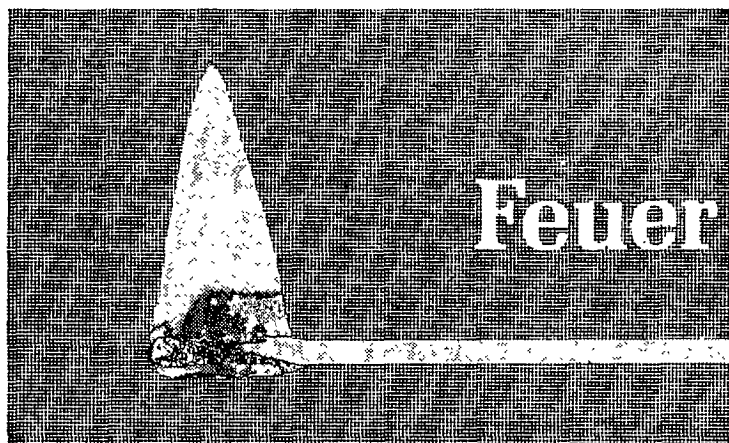
- ▷ „Absolute Weltklasse“ („Deutsche Automobil Revue“),
- ▷ „Tiefstapler in Silbergrau“ („Sport Illustrierte“),
- ▷ „Vollblut für Familienväter“ („Automobil Illustrierte“) und
- ▷ „Bürgerlich getarnte Rakete“ („Hobby“).

Die Geschäfts- und Typenpolitik des neuen Managements polierte Bayerns Gloria wieder auf. 1962, als die neuen Männer die Herrschaft antraten, schloß das Geschäftsjahr ohne Gewinn, aber auch — entgegen der Prognose — ohne Verlust; der Umsatz betrug 294,8 Millionen Mark. 1963 schnellte der Umsatz um 47 Prozent auf 433 Millionen Mark, und zum erstenmal seit genau zwei Jahrzehnten zahlte das Werk wieder sechs Prozent Dividende.

1964 war das Sanierungswerk beendet. Das marktgängige Programm trieb den Umsatz auf 514 Millionen Mark. Die Aktionäre hoffen nun auf eine Dividende von acht oder sogar zehn Prozent.

In München-Milbertshofen laufen zur Zeit täglich rund 280 Autos von den Fließbändern. In einem „Generalbauungsplan“ sollen die Produktions-

3 Dinge braucht der Mann



DM 250

EXTRA
MILD

W 41837

anlagen so erweitert werden, daß die Fertigung auf 550 Wagen je Tag steigen kann; die Jahresfabrikation würde sich dann bei 232 Arbeitstagen auf fast 130 000 Personenwagen erhöhen.

Die großen Zukunftspläne der Bayerischen Motoren Werke wird Generaldirektor Dr. Karl-Heinz Sonne, der durch seine Leistung bei BMW Branchenruhm erlangt hat, nicht mehr bewerkstelligen. Sonne wird zum 1. Oktober Generaldirektor von Klöckner-Humboldt-Deutz.

Herbert Quandts Inseratensuche nach einem neuen BMW-Boß indes schlug fehl. Da entsann er sich eines Mannes, der ihm seit 17 Jahren als Justitiar dient: des Rechtsanwalts Gerhard Wilcke, 57. Der neue Fahrdienstleiter gehört seit 1960 dem BMW-Aufsichtsrat an und war Vorsitzter des sogenannten Sanierungsausschusses. Der neue Chef, der noch nie ein Industrie-Unternehmen geführt hat, wird am 1. April in München Einzug halten.

Der seit 1945 dritte Oberpriester des bayrischen Nationalheiligtums ist, ebenso wie seine Vorgänger, ein Landfremder. Richter-Brohm stammt aus einer preußischen Offiziersfamilie, Sonne ist Westfale, und Wilcke kann seine Herkunft aus dem Berliner Westend bis heute nicht verhehlen. Unter seinen fünf Vorstandskollegen ist kein einziger Bayer.

PRODUKTE

ERFRISCHUNGSGETRÄNKE

Soft aus dem Hahn

Neben den Hähnen für Pils und Hell installieren immer mehr westdeutsche Gastwirte eine neuartige Zapfvorrichtung für sogenannte Soft-Getränke. Geschäftsführer Dr. Konrad Ditzes vom nordrhein-westfälischen Verband der Mineralwasserindustrie, die ihre Erzeugnisse auf Flaschen zieht, nennt die neue Zapf-Welle eine „beunruhigende Erscheinung“.

Aus dem Hahn für weiche („soft“), das heißt alkoholfreie Getränke fließen Coca-Cola, Sinalco oder andere Erfrischungsgetränke. Während auf dem Markt der kühlen Hellen das Faßbier immer stärker dem Flaschenbier weichen muß, werden Flaschen auf dem Markt der Soft-Drinks zunehmend aus dem Verkehr gezogen.

Schuld daran ist der Amerikaner Dick Cornelius, 53, aus Anoka in Minnesota. Er baute Tanks, Leitungen und Hähne, mit deren Hilfe Transport und Lagerung der alkoholfreien, kohlenensäurehaltigen Getränke enorm verbilligt wurden. Auf dem amerikanischen Markt fertigt das Cornelius-Unternehmen 85 Prozent derartiger Geräte. Seit 1962 verändert Dick Cornelius mit einer Düsseldorfer Niederlassung auch die Vertriebsgewohnheiten westdeutscher Getränkeproduzenten.

Sein System hat auffallende Vorteile: Die Tanks fassen die Flüssigkeitsmenge von 100 Coca-Cola-Flaschen. Das entspricht vier Kisten mit einem Vollgewicht von 72 und einem Leergewicht von 42 Kilogramm. Der Cornelius-Behälter dagegen wiegt gefüllt 23 und leer nur drei Kilogramm.

Gastwirte und Sprudellieferanten sparen dadurch zwischen 60 und 70 Pro-



Limonade-Zapfer Roesgen
Schank ohne Schaum

zent Raum, die Transportkosten sind etwa ein Drittel geringer. Jos Leon Roesgen, Geschäftsführer der westdeutschen Cornelius-Firma berichtet: „Wir verkaufen unsere Geräte nur an Abfüller. Die Investitionen in den Gaststätten können wir nicht vornehmen.“

Aus gutem Grund hält sich Roesgen aus dem direkten Geschäft mit den Wirten heraus: Er müßte sonst seinen eigenen Absatz finanzieren. Ein Tank kostet je nach Ausstattung 78 bis 88 Mark und macht sich während seiner Lebensdauer von fünfzehn Jahren wahrscheinlich schon durch den ersparten Flaschenbruch bezahlt, 52 000 derartige Tanks sind bereits in der Bundesrepublik installiert.

Die dazugehörigen Ausschankanlagen kosten in der einfachsten Ausführung etwa 600 Mark. Rund 2700 dieser Geräte konnte die Cornelius GmbH an Getränkehersteller absetzen.

Der patentierte Soft-Drink-Zapfhahn des Amerikaners macht es überhaupt erst möglich, stark kohlenensäurehaltige Getränke ohne Verlust durch Schaumbildung aus dem Tank zu schenken. Cornelius erreicht das durch einen eingebauten Kompensator, der den hohen Förderdruck im Augenblick des Öffnens auf atmosphärischen Druck reduziert.

Diese Eigenschaft des Schankhahns macht ihn auch für die Brauindustrie interessant. Noch immer muß der Gast auf ein bis zum Strich geschenktes Glas Bier zwischen fünf und sieben Minuten warten, weil die gebräuchlichen Zapfhähne das Getränk mit vollem Druck ins Glas pressen, wo die gelöste Kohlenensäure explosionsartig frei wird.

Auf der internationalen Braumesse in Dortmund wurden mit dem Cornelius-Hahn Pilsner Biere in vier Sekunden gezapft. Der amerikanische Selfmademan, der in seiner Heimat jährlich 80 Millionen Mark umsetzt, hofft, bald auch die Bierhähne der Bundesrepublik revolutionieren zu können.

Vorerst nehmen die Behörden noch an den ungewöhnlich dünnen Leitungen aus Edelstahl Anstoß, die angeblich nicht so gut zu säubern sind wie die

dickeren Zinkröhren der altdeutschen Zapfvorrichtungen.

Jos Leon Roesgen argwöhnt, daß hinter der Behörden-Ablehnung Brauereiwünsche stehen: „Die Investitionskosten für die rund 200 000 westdeutschen Lokale sind ihnen offenbar zu hoch.“

PARTEIEN

SPD

Wenn dös so is

Die Sozialdemokratische Partei Deutschlands hat einen Bauernfänger. Vor den Toren Münchens zieht er von Dorfschenke zu Dorfschenke und wirbt um die Wählergunst des stockkonservativen Nährstands.

„Er... hat jedes Datum, jede Tonnenmenge, jede Brüsseler Abmachung und jede Subventionsziffer im Kopf“, notierte das evangelische „Sonntagsblatt“ des Bischofs Lilje, „und spielt mit solchen Kenntnissen die Agrarfachleute der anderen Parteien glatt an die Wand. Ja, wenn dös so is...“, murmeln die Bauern, und dieses für die CSU gefährliche Wort macht immer mehr die Runde.“

Die Gefahr droht von einem kräftig gebauten, linksgescheiterten Landwirtschaftsexperten im Stadtanzug: Georg Kronawitter, 36. Die SPD präsentiert ihn als Parlamentskandidaten im Bundestagswahlkreis München-Land. Er verkörpert die Hoffnungen der Sozialdemokraten, mit Hilfe bayrischer Bauern wenn schon keinen Wahlsieg, so doch Stimmenzuwachs zu erringen.

München-Land gilt, wie alle bäuerlich orientierten Zonen Bayerns, als zweifelhafte Domäne der CSU. Zwar drängt die SPD, die sich in den Großstädten längst etabliert hat, auch in den mittleren und kleinen bayrischen Gemeinden zunehmend auf die Bürgermeisterstühle, aber ein Einschlag in den rustikalen Wählerstamm blieb ihr bislang versagt.

Die CSU — die auch im Bayerischen Bauernverband die wichtigsten Funk-



SPD-Agrarfachmann Kronawitter
Tonnen im Kopf