

AUTOMOBILE

GRAUER VW-EXPORT

Tisch unterm Tisch

Unverhofft durchstöberten Abgesandte des Volkswagenwerks die Geschäftsunterlagen sämtlicher Hamburger Volkswagenhändler. „Bei Verdacht“, so erläuterte ein VW-Sprecher, tauchten sie ebenso unvermutet auch in den VW-Händlerkontoren des übrigen Bundesgebietes auf.

Wolfsburger Fahnder fanden bei zahlreichen Händlern schlimmen Verdacht bestätigt. Erste Folgen ihrer im März begonnenen und noch andauernden Kontrollaktion: Ein Hamburger VW-Händler wurde gefeuert, zehn weiteren — darunter VW-Chef Nordhoffs norddeutschem Parade-Großhändler Ritter von Raffay — brummte das Volkswagenwerk eine Art Geldstrafe auf. Sie müssen je 20 000 bis 50 000 Mark zahlen.

Die Händler hatten gegen das Wolfsburger Grundgesetz gefrevelt. Laut Paragraph fünf des VW-Händlervertrages dürfen die 81 Groß- und Direkt Händler sowie 860 Händler, die von rund 2000 deutschen VW-Stützpunkten aus Volkswagen verkaufen, keine Wagen ins Ausland liefern. Jeglicher Export, so vereinbarte die Wolfsburger Zentrale mit ihren deutschen Händlern, müsse dem Werk selber vorbehalten bleiben.

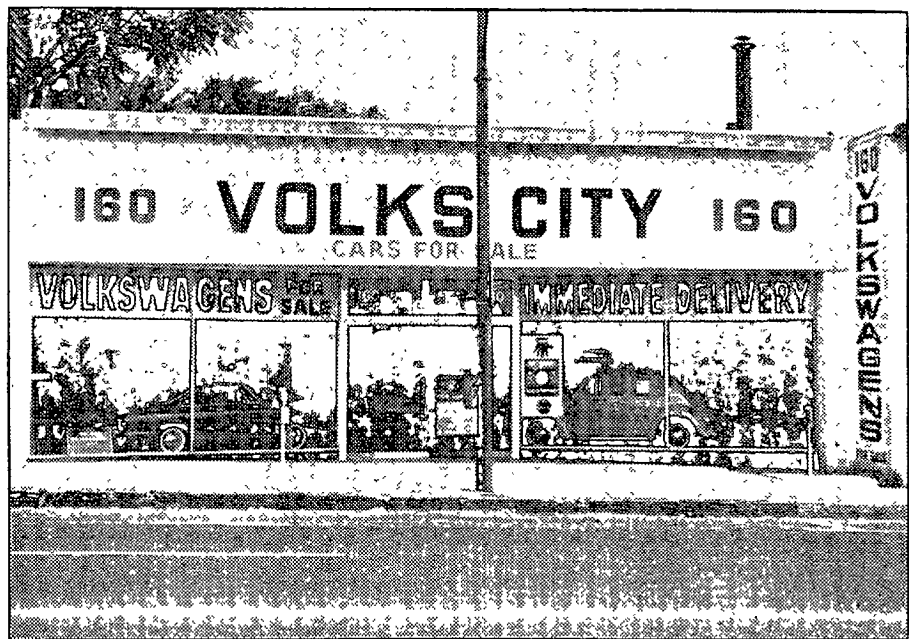
Nordhoffs Exportmonopol blieb jedoch nur so lange unangetastet, bis das VW-Werk seinen Wagen auf dem größten Automarkt der Welt, den USA, eingebürgert hatte. Was unter normalen Umständen auf jedem anderen Markt mit jedem anderen Auto undenkbar wäre, geschah in der Neuen Welt mit Deutschlands ältestem Auto: Neben der offiziellen VW-Organisation etablierte sich ein grauer Markt — ein zweiter VW-Vertrieb, der sich um Nordhoffs Exportmonopol nicht scherte und den Wolfsburgern mit ihrem eigenen Auto Konkurrenz machte.

Bis heute hat Amerikas inoffizieller VW-Handel auf Nordhoffs größtem Exportmarkt nach fachmännischen Schätzungen rund 170 000 Volkswagen abgesetzt. Das bedeutet: Jeder zehnte VW Nordamerikas wurde grau gehandelt.

Der graue VW-Markt konnte sich derart üppig entfalten, weil das VW-Werk den von Jahr zu Jahr steigenden Bedarf Amerikas an Volkswagen jahrelang nicht zu decken vermochte. Als einer der ersten witterte ein untergesetzter graumeliertes Amerikaner deutscher Herkunft in diesem Mißverhältnis zwischen Angebot und Nachfrage ein Geschäft: Kurt Liepold, heute 52 Jahre alt und Geschäftsführer der Hamburger „Atlantic-Export KG“, einer der größten jenes halben Dutzends Firmen, die Amerikas grauen VW-Markt mit Nachschub versorgten.

„Monatelange Lieferzeiten“, sagte Liepold, „waren für den amerikanischen Autokäufer nicht nur neu, sondern auch unverständlich. Viele wollten das Ding sofort haben und dafür auch Überpreise zahlen.“

Noch im Jahre 1951 war Liepold überzeugt gewesen, „daß in Amerika kein Mensch für den Volkswagen Interesse haben kann“. Ein Angebot, offizieller VW-Händler zu werden, lehnte er glatt ab. Er versprach sich mehr vom



Werksfremde VW-Handlung in den USA. Jeder zehnte VW Amerikas

Handel mit gebrauchten US-Straßenkreuzern, die er in seinem Laden am Broadway in New York feilbot.

Fünf Jahre später aber war das Interesse der Amerikaner an Volkswagen so groß und das Angebot der Wolfsburger so knapp, daß Liepold 1956 nach Deutschland flog, um Volkswagen aufzukaufen. Bei Auto-Becker („Die zweite Hand“) in Düsseldorf und bei Hamburger Händlern raffte er 50 gebrauchte VW zusammen und verschiffte sie nach New York. Sein Partner schlug sie im Lande ohne Preisbindung mühelos zum Neuwagenpreis los.

Wenig später entschloß sich Liepold, seinen Wohnsitz ganz ins Volkswagenland zu verlegen. Dort hatten unterdes schon andere Amerikaner damit begonnen, nunmehr fabriktneue Volkswagen nach den USA zu verfrachten. Männer wie der österreichische Emigrant Walter Sarnitz aus Florida oder der Texaner

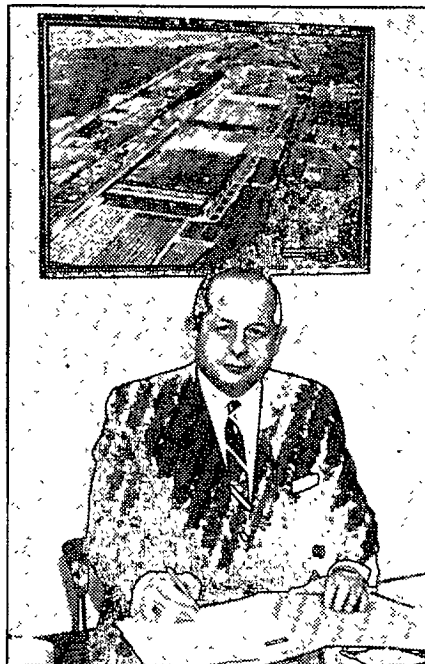
Ray Culbertson ließen sich zu Dutzenden in Hamburg nieder und machten die Grandhotels der Hafenstadt zu Einkaufszentralen des grauen Marktes.

Auf eigene Faust, aber bald auch mit Hilfe landeskundiger deutscher Großaufkäufer, handelten sie legalen Nordhoff-Kunden in ganz Deutschland die Volkswagen wieder ab, die diese nach monatelanger Wartezeit gerade übernommen hatten. Für die Eintagsbesitzer von Volkswagen war der Handel ein gutes Geschäft, das sich bald herum sprach: Die Amerikaner zahlten ihnen bis zu 5100 Mark für den Wagen, den sie zum Listenpreis von 4600 Mark beim VW-Händler abgeholt hatten.

„Für mich war eigentlich fast immer ein halbes Dutzend Aufkäufer unterwegs“, erinnerte sich Liepold. Zusätzlich fischte die graue Gilde mit Zeitungsinseraten („Zahle Höchstpreise“) nach Lieferanten. Privatleute begannen, ganze Rudel von Volkswagen zu bestellen, die sie normalerweise nie hätten bezahlen können. Sie arbeiteten insgeheim für Liepold und andere Firmen und verdienten pro Wagen bis zu 500 Mark. Auf diese Weise richteten sich die Amerikaner trotz Lieferfristen eine Art VW-Fließband ein, das in den Ladecks ihrer Frachter endete.

Ein Hamburger Großaufkäufer, der seine VW-Beute an die Amerikaner weiterreichte oder selber exportierte, heuerte 15 Fahrer an, um die aufgekauften Wagen zu holen. Sie waren in Schichten Tag und Nacht im Einsatz und zahlten bei Übernahme des Wagens in bar. Selbst Polizisten der Hamburger Funkstreifen-Peterwagen überführten in ihrer Freizeit gegen Spesen und durchschnittlich 50 Mark Honorar Volkswagen aus allen deutschen Gauen nach dem Umschlagplatz des grauen Außenhandels.

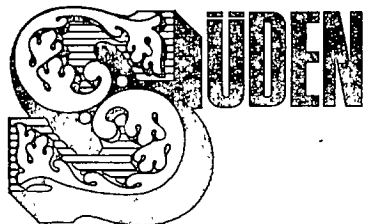
Dort begann oft ein zweiter, weit zäherer Handel. „Die Amerikaner liefen mitunter förmlich Amok, um die Wagen zu übernehmen“, erinnerte sich ein grauer deutscher VW-Einkäufer. „Manchmal umringten mich bis zu 15 Herren, überboten einander und trieben die Preise zehn, 15 oder 25 Mark höher.“ Einer von ihnen, der Texaner Culbertson, hielt sich nicht einmal damit auf, Ankauf und Ausfuhr wie üblich über



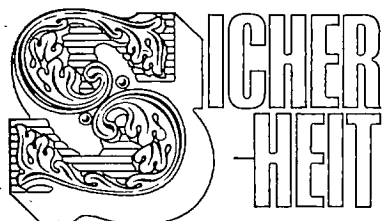
Werksfremder VW-Exporteur Liepold ...kam vom grauen Markt



Seit jeher leuchtendes Symbol aller Lebensfreude. Dort — wo sich Contracta-Urbanisationen befinden — ist sie sozusagen ständig »zu Hause«



Überall in Südeuropa — an den Glanzpunkten dieser Welt — leben bereits heute schon 10000 glückliche Europäer in den Contracta-Landhausparks



Gute Kapitalanlage — Wertsteigerung — Rendite — Verwaltung — Ringtausch — «Service» — Eigenkapital der Contracta-Gruppe über 10 Millionen DM

contracta

Gesellschaft für Auslandsbesitz & Co. KG.
7 Stuttgart · Im Schellenkönig
CONTRACTA-Haus · Telefon 233355
Fernschreiber 7-22741

Laufend Sonderflugreisen mit modernen Transatlantik-Flugzeugen: Lago Maggiore — Luganer See — Tessin — Blumenriviera — Costa del Sol — Costa Brava — Cote d'Azur — Tirol — Steiermark

Nächster Reiseternin: 1. — 4. Juli 1965

Der großen Nachfrage wegen rechtzeitige Anmeldung erbeten!

Seriöse Partnerschaft auf europäischer Ebene durch

contracta

GUTSCHEIN

für den Bezug des farbigen CONTRACTA-Bildbandes und der Festschrift »20 Jahre CONTRACTA-Idee«

Name: _____

Wohnort: _____

Straße: _____

ILW / X / 26 / 65

* CC = Contracta Club e.V.

contracta

die Banken abzuwickeln. Er zahlte aus den Hosentaschen, die stets prall mit Dollarnoten vollgestopft waren.

Bevor die so ergatteten Volkswagen jedoch verfrachtet werden konnten, entstanden noch weitere Kosten. Im Hamburger Freihafen etablierten sich zwei Firmen, deren Belegschaften die für Amerikas grauen Markt bestimmten VW den Vorschriften der US-Zulassungsstellen anzupassen hatten. Sie versahen sie etwa mit Rammschutz, Sealed-Beam-Scheinwerfern, Meilen-Tachometern und Frontscheiben aus Zweischichtglas.

Trotz aller Kosten konnten die grauen Exporteure ihre Ware in den USA stets reibungslos und mit durchschnittlichen Profiten von 300 Mark pro Wagen verkaufen. Aus zwei Gründen: Zum einen waren die ungeduldrigen Endverbraucher bedenkenlos zur Zahlung von Überpreisen bereit, zum anderen verfrachteten Nordhoffs graue Konkurrenten ihre Wagen unter wesentlich geringeren Kosten als Nordhoff selber.

Sie wählten für ihre Transporte zu billigen Tarifen Schiffe von Außen-seiter-Reedereien. Und während sie in Deutschland — wie auch Nordhoff — eine Exportrückvergütung von 6,68 Prozent je Wagen kassierten, vermieden sie in den USA, die zehnprozentige Importsteuer, eine Art Umsatzausgleichssteuer, zu zahlen. Sie deklarier-ten ihre Autos — was Nordhoff nicht konnte — als gebrauchte Fahrzeuge. Tatsächlich waren die Autos in den meisten Fällen ja auch bei den Über-führungsfahrten mit eigener Kraft ge-rollt.

Dennoch konnte die Hamburger Ein-kaufszentrale nicht annähernd so viele VW liefern, wie ihre amerikanischen Kleinver-teiler verlangten. Selbst offi-zielle VW-Händler in den USA, denen das Werk nicht genügend Wagen liefern konnte, entschlossen sich, für drän-gende Kunden auf dem Graumarkt ein-zukaufen.

Hamburgs Großaufkäufer sahen sich daher immer wieder zu noch höheren Liefer-Leistungen angetrieben. So stieg im Hotel Vier Jahreszeiten ein Texaner namens Wilson ab und erkundigte sich sofort, wo und wie er rasch eine Schiffsladung Volkswagen auftreiben könne. Wilson: „I wanna buy 'em like bananas — in bunches!“ (Ich möchte sie wie Bananen kaufen — büschelweise!)

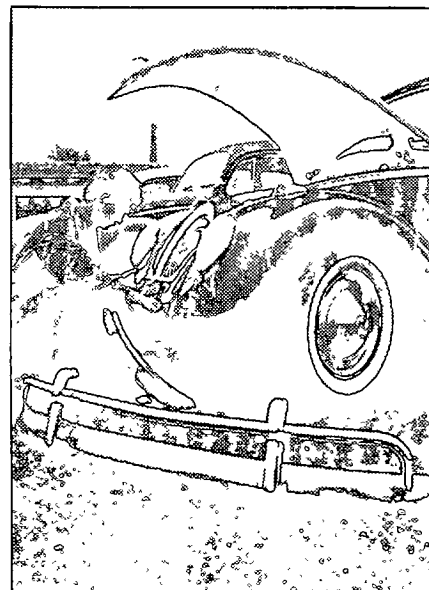
Wilson, in der grauen Branche bald nur noch nach seinen Initialen B. W. als „Bidabbljuh“ bekannt, bekam seine VW-Büschel. Den gesteigerten Anfor-derungen konnten die Aufkauf-Firmen freilich nicht etwa dadurch gerecht werden, daß sie ihre Peterwagen-Män-ner noch häufiger über die Autobahnen preschen ließen. Vielmehr gingen sie nunmehr zum regelrechten Großeinkauf über.

Zwischenhändler verfeinerten das System der Schein-Aufträge beim offi-ziellen VW-Handel. Mit gebündelten Bestellungen schafften sie ganze Wagen-ladungen neuer VW zu den Umrüstern. Als potente Lieferanten erwiesen sich auch Großabnehmer des Volkswagen-werks wie etwa Autoverleihfirmen. Sie konnten dabei den ihnen von Nordhoff eingeräumten Mengenrabatt zu fetten Gewinnen nutzen. Als sie sahen, wie die graue Gemeinde ein Schiff nach dem anderen abfertigte, schwenkten endlich selbst reguläre VW-Händler verstohlen in das für sie verbotene Geschäft ein.

„Wir bekamen sogar Volkswagen, die bereits im Werk vorschriftsmäßig für den US-Export ausgerüstet worden waren“, verriet Liepold, „das waren die besten.“ Es handelte sich häufig um Wagen, die Nordhoff bereits in europä-ische Länder exportiert hatte, wo sie den US-Touristen angeboten werden sollten. Die grauen Eminenzen des VW-Handels luchsten sie den Händlern ab und exportierten diese sogenannten Karussell-Käfer ein zweitesmal.

Der graue Boom erreichte in den Jahren 1958 und 1959 seinen höchsten Stand. Nordhoffs Hamburger Konkur-renten verfrachteten pro Monat bis zu 3000 Käfer. In diesen beiden Jahren verkauften sie den Amerikanern über 70 000 Volkswagen.

Den Fleiß ihrer grauen Konkurrenten konnten die VW-Leute am Vergleich zwischen ihren Verkaufszahlen und den Zulassungszahlen ablesen. Nordhoffs



VW-Umrüstung im Hamburger Hafen
Bidabbljuh kaufte büschelweise

US-Verkäufer setzten im Jahre 1959 zum Beispiel 87 281 VW 1200 ab, aber 120 442 wurden zugelassen.

Anfang 1960 schlug Nordhoff auf den Tisch. Er ließ seinen Stab antreten und verlangte zu wissen, wie es möglich sei, daß fremde Exporteure „gegenwärtig 1000 fabrikneue Volkswagen im Ham-burger Hafen zur Verladung bereit stehen haben“.

Der VW-Außendienst schwärmte aus und ermittelte, daß sich zahlreiche Händler in den Maschen des grauen Marktes verstrickt hatten. Zwei VW-Händlern aus Südwestdeutschland, die bei der Lieferung von Neuwagen an Aufkäufer offenbar zu gierig gewesen waren, ließ Nordhoff zum abschrecken den Beispiel die Verträge kündigen. Er mahnte die gesamte Händlergarde zu unbedingter Vertragstreue. Auf schwar-zen Listen gab VW seinen Händlern Firmen bekannt, die den Grauhandel förderten und deswegen nicht beliefert werden sollten.

Um die grauen Widersacher zurück-zudrängen, begann Wolfsburg außerdem den US-Markt stärker zu beliefern. Die VW-Leute vernachlässigten sogar den heimatlichen Markt, um die Warte-fristen ihrer US-Kunden zu kürzen. Tatsächlich konnten Amerikas VW-

Außenseiter, die 1960 noch 18 000 Wagen verkauft hatten, 1962 nur noch 8000 VW absetzen.

Viel stärker aber trugen andere Ursachen zum Rückschlag bei. Nordhoff verteuerte nämlich im Jahre 1961 den Käfer von 4600 auf 4740 Mark, im Jahre 1962 gar auf 4980 Mark. Und zur gleichen Zeit kam Amerikas Fiskus, der sich nur ungern einen Cent entgehen läßt, den grauen Marktherren auf die Schliche. Viele Grauhändler mußten Importsteuer nachzahlen, außerdem mußten sie nunmehr jeden Wagen voll mit zehn Prozent Importsteuer belasten.

Die Folge: Hamburgs graue Aufkäufer konnten die Wagen nur noch höchstens zum Listenpreis hereinnehmen. „Wir kauften von jetzt an nur noch direkt beim VW-Händler“, erinnerte sich ein hantscher Aufkäufer. Tatsächlich hatten sich die VW-Händler, kaum war das Gepolter ihres Chefs verhallt, wieder aus den Deckungslöchern erhoben und die alten Missetaten vorsichtig fortgesetzt. Sie räumten ihren grauen Partnern sogar gewaltige Rabatte ein. „Es gab in Deutschland kaum einen VW-Händler“, verriet ein Branchenkenner, „der nicht in den grauen Markt verwickelt war.“

Was Hamburgs hellgraue Allianz zu leisten vermochte, zeigte sich niemals deutlicher als während des US-Hafenarbeiterstreiks im Winter 1962/1963. Die Wolfsburger fertigten fünf Wochen lang überhaupt keine Ladung nach der US-Ostküste und nur kleine Stückzahlen nach Häfen der US-Westküste ab. Die Grauhändler brachten trotz Streiks über 10 000 Volkswagen an Land und an den Mann.

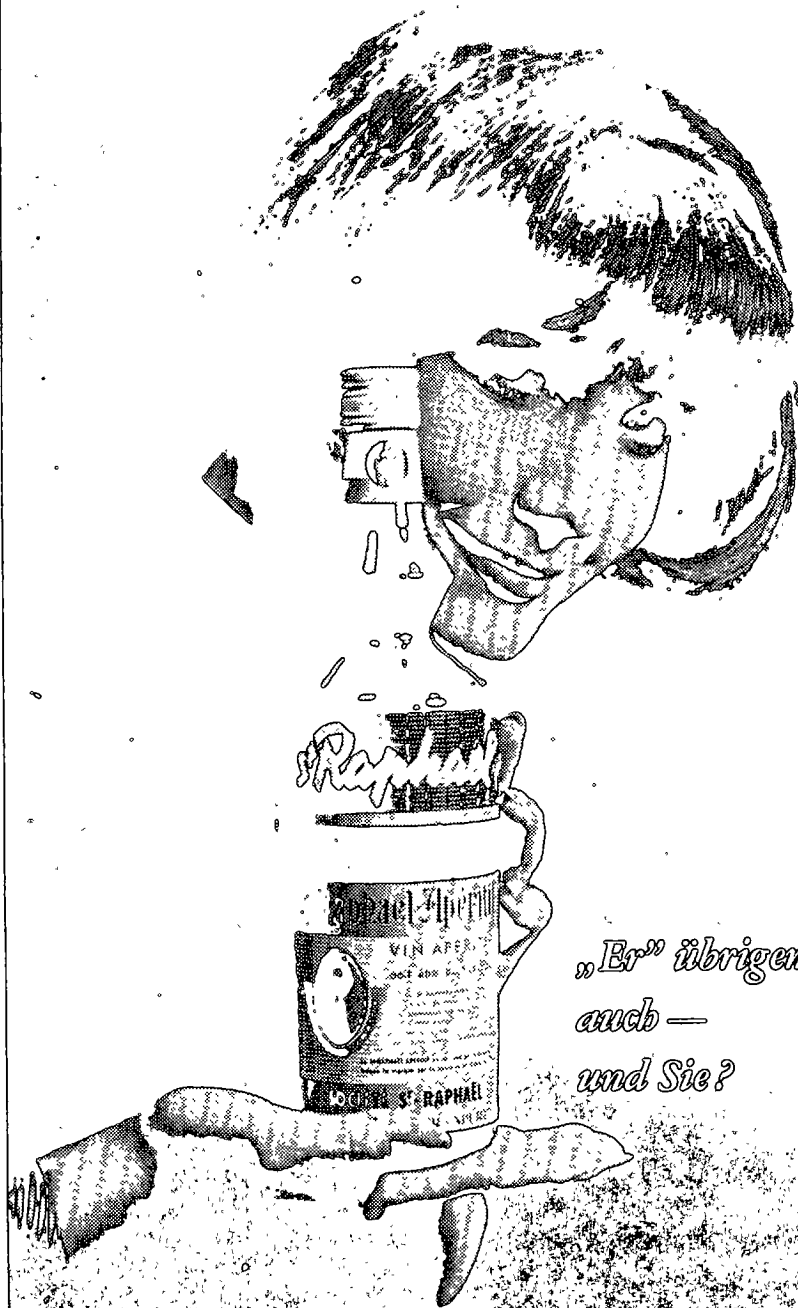
Liebold und seine Kollegen hatten dabei nicht die geringste Mühe, ihren jäh angeschwollenen Bedarf zu decken. Die VW-Händler wurden nämlich damals mitten in der ohnehin flauen Wintersaison vom Werk gezwungen, zusätzlich einen Teil der Produktion aufzunehmen, die für das US-Geschäft bestimmt war. Diese Wagen gaben sie nun an die grauen Händler weiter.

„Wir waren damals, wie auch bei anderen Gelegenheiten, für die Händler ein willkommenes Ventil — und sie haben hübsch verdient dabei“, sagte Liebold. Die Händler wiederum waren über die unverhofft erschlossenen Gewinnchancen so beglückt, daß sie zum Erstaunen des Wolfsburger Werks mitten im Winter nachbestellten.

Und nur durch die Hilfe der deutschen Händler konnte der graue Markt den Amerikanern ein VW-Modell beschaffen, das Wolfsburg aus Kapazitätsgründen erst Ende dieses Jahres auf dem US-Markt einführen will: den VW 1500. Heute laufen bereits mehr als 22 000 VW 1500, hauptsächlich vom Kombityp Variant, auf Amerikas Autopisten. Verkauft wurden diese Wagen, wie ein Grau-Exporteur versichert, zu 80 Prozent von Nordhoffs eigenen US-Händlern, Lieferanten waren Liebold und seine Kollegen. Liebold: „Die deutschen Händler waren oft froh, daß wir ihnen die Dinger abnahmen. Für einen neuen VW 1500 S gaben wir selten mehr als als 5400 Mark — erzielten mithin, einschließlich Überführungskosten, 1100 Mark Nachlaß.“

Die Folgen derartiger Aktivität sind für Amerikas VW-Organisation freilich kaum angenehm. „Besonders schlimm“, so klagt VW, „wirkt sich die schwer-

Verliebt in Raphael



„Er“ übrigens
auch —
und Sie?

Raphael l'apéritif de France

...sollten Sie immer gut gekühlt und
abgespritzt mit frischer Zitrone servieren.

Allein-Import und Vertrieb: Martini & Rossi, Vermögensgesellschaft, Bld. Kreuznach

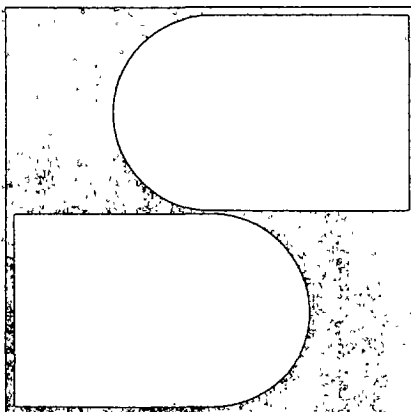
Raucherhusten?
Kratzen
im Hals?

dann

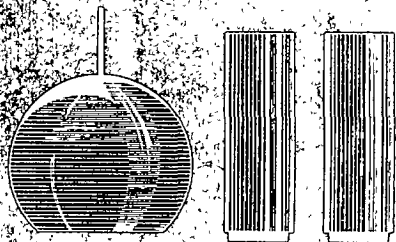


Sie stoppen
Ihren
Raucherhusten
und lindern
das Brennen
auf der Zunge

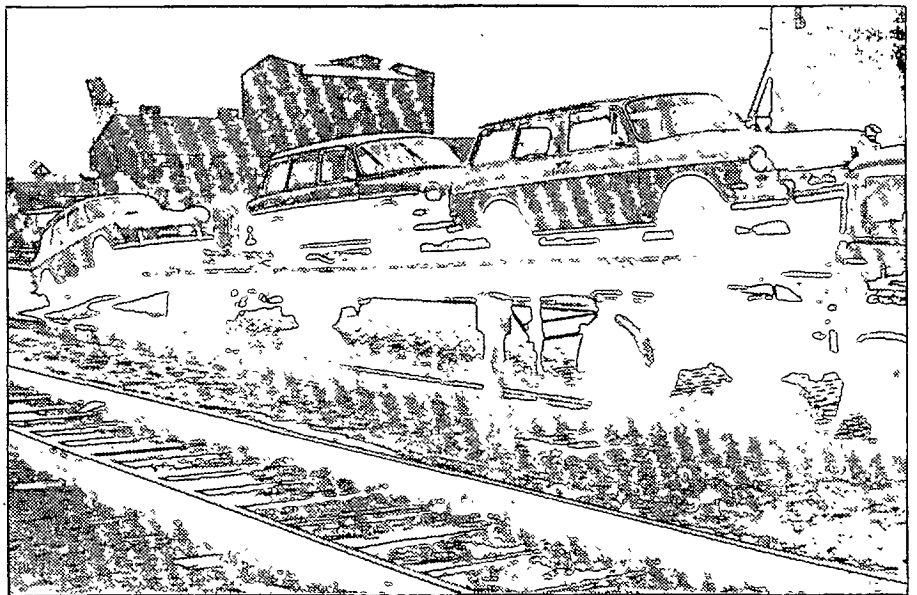
WARNER®
Hustensaft-Bonbons



Staff Leuchten
schenken
Behaglichkeit



Staff & Schwarz GmbH
Leuchtenwerk Lemgo
492 Lemgo Postf. 760



Verladung von VW-Variant für den grauen Markt: „Überpreise sofort“

punktartige Überlastung unserer Service-Stützpunkte aus.“

In der Tat wußten Amerikas graue VW-Händler Gegenangriffe der Wolfsburger geschickt zu parieren. Dabei erwiesen sie sich als Meister elastischer Kampfführung. Zumeist verkauften sie ihre Wagen nach Art fliegender Händler unter freiem Himmel oder aus Baracken. Kaum hatten die VW-Leute sie durch verstärkte Belieferung ihrer Händler irgendwo fortgegrault, da ließen sie sich möglichst nahe bei einem anderen offiziellen VW-Händler nieder. Nicht ohne Grund: Sie können ihren Käufern keinen ausreichenden eigenen Kundendienst bieten.

So wurde zum Beispiel der offizielle VW-Händler in Clifton (US-Staat New Jersey) von nicht weniger als 14 grauen Händlern eingekesselt. Sein Kundendienst, nur auf eine bestimmte Kapazität angelegt, brach zusammen. Nordhoffs Mann verkündete den Notstand.

„Es ist genauso“, verglich der Wolfsburger Chef des Verkaufs und Kundendienstes, Dr. Carl Horst Hahn, „als wenn jemand im New Yorker Restaurant ‚Vier Jahreszeiten‘ seinen eigenen Tisch und Stühle aufstellt, Speisen aus der Küche bezieht und an Gäste verkauft, ohne jedoch Miete zu zahlen oder zu investieren.“ Nordhoffs amerikanische Händler investierten bisher rund eine Milliarde Mark.

Neben ihrem guten Ruf sahen die Wolfsburger auch ihr Preisgefüge bedroht, weil die Außenseiter die empfohlenen offiziellen Preise des Volkswagenwerks (für den Käfer: 1680 Dollar) mitunter „hemmungslos unterbieten“, andererseits aber auch ebenso hemmungslos Überpreise aus den Kunden herauspressen. In solchen Fällen wird der Wagen zumeist mit weit überbezahltem Zubehör bestückt. Als Rekordpreis ermittelte das Werk 2600 Dollar (10 400 Mark), für den ein gebrauchter VW 1500 Variant nach Alaska verkauft wurde. Obendrein hatten die Käufer grauer Volkswagen nach Angaben des Volkswagenwerks häufig Scherereien mit Zulassungsbehörden, weil die Wagen nicht vorschriftsmäßig ausgerüstet waren.

Trotz aller Gegenmaßnahmen der VW-Leute vermochte sich Wolfsburgs graue

Konkurrenz in ihren meist küstennah gelegenen Hochburgen unangefochten zu behaupten. Es sind: New York, Washington D. C. (wo in manchen Jahren sogar mehr Graumarkt-VW als andere abgesetzt wurden), San Antonio, San Francisco, Philadelphia, Los Angeles.

Und im vergangenen Jahr beobachteten die Wolfsburger an allen Fronten des Graumarktes sogar einen Aufschwung, der fast an die Jahre seiner Hochblüte erinnerte. Die Hamburger Exporteure entwickelten noch kunstvollere Methoden des Wareneinkaufs. Sie arbeiteten mit doppelten Rechnungen und Gegengeschäften. Sie suchten sich in den Wolfsburger Direktverkauf an US-Touristen einzuschalten und führten etwa US-Bürger als Käufer an, die meistens gar nicht existierten oder aber — im VW-Vorstand „Lehnstuhltouristen“ genannt — Amerika nie verlassen hatten.

Tatsächlich gelang es den grauen Exporteuren, nach dem absoluten Tiefstand von 1963 (mit nur 7000 verkauften VW) im Jahre 1964 mehr als 21 000 Wagen in Amerika abzusetzen. Wolfsburgs Rechercheure hatten freilich bald heraus, daß die eigenen deutschen Händler der grauen Plage zur Auferstehung verholten hatten.

Der normale VW-Verkauf war 1964 für die Händler erstmals generell schwieriger und unbequemer als früher, weil deutsche Normalverbraucher nunmehr fast immer einen Gebrauchtwagen in Zahlung gaben. Dieser Ballast schmälert zumeist den Gewinn des Händlers. Viele VW-Händler wichen den Schwierigkeiten aus, indem sie den grauen Markt wieder stärker belieferten. Sie erlagen dabei, wie VW-Offizielle deuteten, „der Versuchung des pseudoschnellen Gewinns“. Mit solchem Verhalten werden nach VW-Ansicht unwiederbringliche Kundenverluste auf dem deutschen Markt herbeigeführt.

Dieser Gefahr will Verkaufsdirektor Hahn begegnen. Er holte daher zum Hieb gegen die eigenen Händler aus. Für jeden VW, den die ertappten VW-Händler seit dem 1. Januar 1964 in den grauen Markt lanciert haben, kürzt ihnen Hahn zur Strafe bei zukünftigen Werkslieferungen den Rabatt um drei Prozent. Falls ein Händler rückfällig