

D M

DIE DEUTSCHE MARK - DIE ZEITSCHRIFT MIT DEM WARENTEST

Inhalt:

**UNSER TEST:
DAMENSTRÜMPFE**

**KAUFEN SIE
UNTER DER HAND!**

**STARS
HABEN ANGST**

**VORSICHT
MIT KOHLEN**

50 Pfennig

Nr. 0/61 Postverlagsort
Stuttgart — E 8245 C



DIE DEUTSCHE MARK

Redaktionsschluß dieses Probeheftes ist der 25. Juli 1961

Kaufen Sie unter der Hand!	3
Die Handelsspannen sind zu hoch	
Fernseher werden bestraft	10
Die Tücken des 2. Programms	
Ich hab' was gegen Hunde	12
Hundesteuer kostet zwischen 15 und 216 Mark	
Die Liebe zu Italienern	14
Schuhe im Examen	
100 000 Mark Strafe für sieben Worte	18
Kritik ist nicht erlaubt	
Ehrlichkeit - der neueste Vertretertrick	20
Wohin mit dem Geld?	22
Zahlenlotto mit dem Rechenschieber	
Die Helden haben Angst	24
Wie Stars ihr Geld anlegen	
GELD	
Sparen Sie nur für den Notgroschen!	28
Unser Rat	30
PREISE	
Die Preise der Woche	34
Eine Tüte kostet 10 Gramm Zucker	38
Sind Kohlenhändler die Stiefkinder?	40
Preise steigen und fallen	42
TEST : Damenstrümpfe	45

Lieber Leser,

Sie haben die Probenummer einer Zeitschrift in der Hand, die in wenigen Wochen auf dem Markt sein wird. Diese Ausgabe ist nur in einer geringen Auflage gedruckt; sie wird an den Zeitungs- und Zeitschriftenhandel, an die werbende Industrie, an die Werbeunternehmungen, Banken, öffentliche Stellen und sonstige Interessenten geschickt. Sie sollen sich ein Bild davon machen können, was DIE DEUTSCHE MARK will, wie sie gestaltet ist, und von welcher Art die Themen sind, die das Blatt künftig behandeln wird.

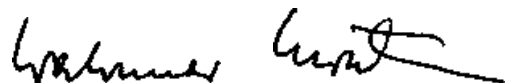
Es gibt noch keine solche Zeitschrift auf dem deutschen Markt. Bei den wenigen Versuchen, die bisher in dieser Richtung unternommen wurden, ist nämlich eine eigenartige Entdeckung gemacht worden: Wer sich mit den Waren des täglichen Gebrauchs beschäftigt, wer sie auf Preiswürdigkeit und Qualität hin untersucht, kann nicht damit rechnen, nur Freunde zu gewinnen - Es ist nicht alles Gold, was glänzt, und nicht jeder Werbespruch darf für sich in Anspruch nehmen, der Weisheit und Wahrheit letzter Schluß zu sein. Eine Zeitschrift wie DIE DEUTSCHE MARK muß deshalb, will sie sich ihre Freunde unter den Lesern suchen, konsequent und unabhängig sein.

DIE DEUTSCHE MARK ist eine Zeitschrift für jeden, der täglich sein Brot verdienen und bezahlen muß. Herausgeber und Redaktion sind davon ausgegangen, daß auch hierzulande jeder wissen will, wofür er sein Geld ausgibt. Kernstücke des Heftes werden deshalb in jeder Nummer die aktuelle Preis-kritik und der wissenschaftlich durchgeführte Warentest sein — eine für Deutschland im großen und ganzen noch neue Einrichtung, soweit es die Veröffentlichung der Ergebnisse angeht. In dieser vorliegenden Nummer können Sie die Ergebnisse eines Tests von Damenstrümpfen nachlesen. Techniker und Wissenschaftler haben das Wort. Wer den Testbericht und die Tabellen gelesen hat, weiß alles über Damenstrümpfe und kann sich beim Kauf entsprechend einrichten. So soll es auch bei den künftigen Untersuchungen sein.

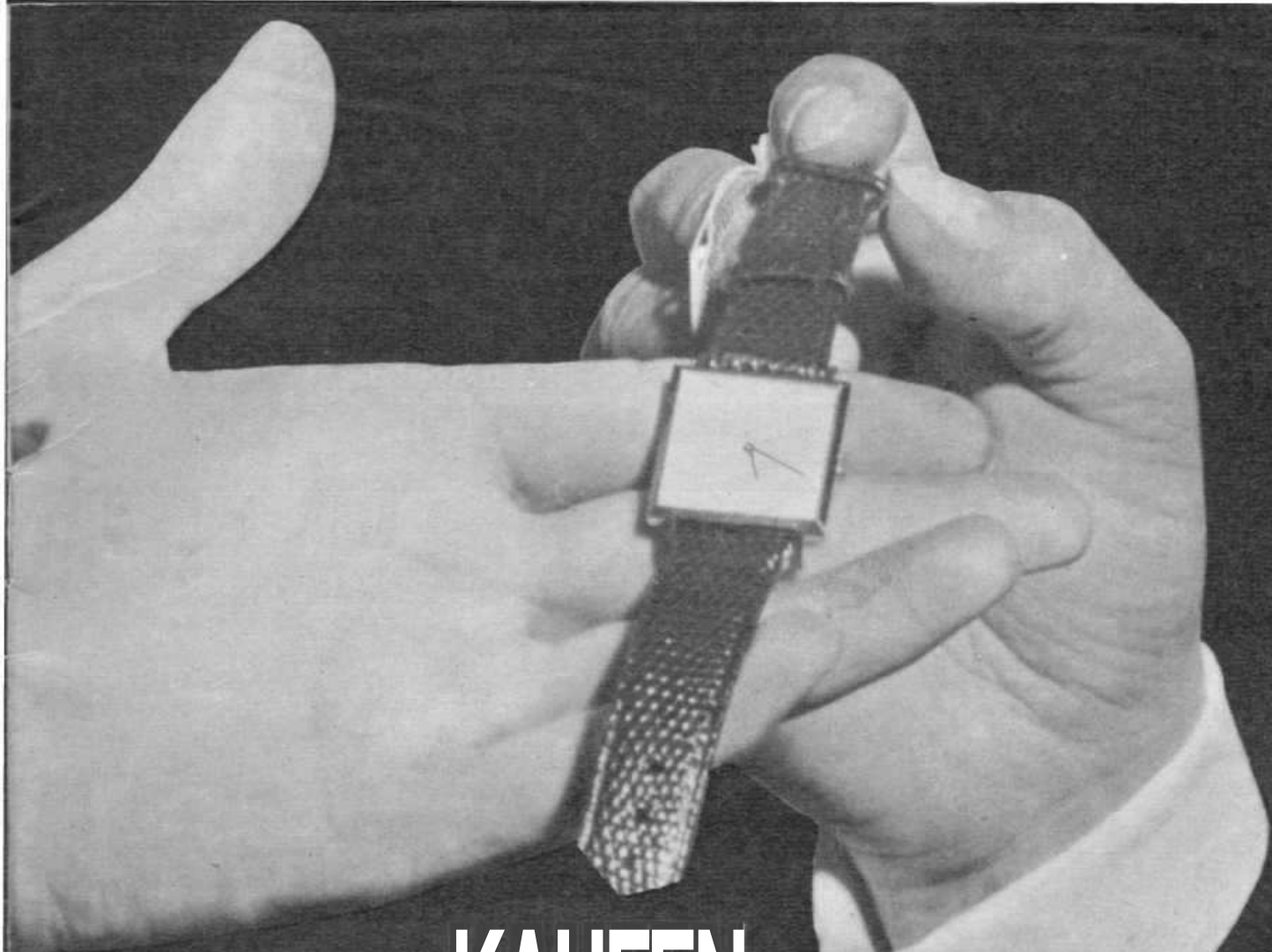
DIE DEUTSCHE MARK wird in einer hohen Auflage gedruckt werden. Die Entwicklung der Wirtschaft in unserem Staat hat es mit sich gebracht, daß der sogenannte „kleine Mann“ nicht mehr klein ist. Die Preisbildung, um es zusammenzufassen, bricht nicht an der Uneinigkeit der Firmen und Verbände zusammen, sondern an der Mündigkeit der Käufer. Das geht nicht ohne Reibungen vor sich, aber es geht vor sich, und es ist wichtig genug, sich in aller Offenheit damit zu beschäftigen.

Fachleute unter den Empfängern dieser Probenummer und „Laien“ werden sich an der lebendigen, aufgelockerten Gestaltung und an dem aufgeräumten Ton erfreuen, in dem DIE DEUTSCHE MARK gemacht wird. Das wird jedoch nicht davor schützen, daß man uns nicht überall gern sieht. Wir haben uns deshalb darauf vorbereitet, daß innerhalb kurzer Zeit gegen das Blatt und seine Mitarbeiter aus allen Kalibern geschossen werden wird. Als Schutz soll uns ein starker Panzer aus Zuversicht und redlichem Bemühen umgeben. Wir hoffen, er wird Ihnen in jeder Zeile dieser 56 Seiten sichtbar.

Ihr



(Waldemar Schweitzer)



Auf dem Grauen Markt gilt
der Tip aller Preisbrecher:

KAUFEN SIE UNTER DER HAND!

Dies ist ein Bericht über den heimlichen Handel, der amtlich die Bezeichnung trägt

DER GRAUE MARKT

Wir leben in einer Inflation. Markenwaren überschwemmen uns. Ihre Zahl steigt ständig. 1520 verschiedene Flaschen bieten 66 Fabrikanten deutscher Markenschnäpse an – 8403 Markenkleider und Anzüge liegen in den Schaufenstern. 4410 Verpackungen für Körperpflegemittel tragen ein Markenzeichen. Sogar eine Kükenzucht hat ihre Brut als Markenartikel eintragen lassen. Der Züchter garantiert, genau wie die Hersteller der Markenartikel, eine gleichbleibende Qualität, regelmäßige Werbung, einheitliche Preise. Der wichtigste dieser drei Punkte, die Preisbindung, hat in Westdeutschland einen erbitterten Streit ausgelöst. Die Meinungen der Gegner hat Bundesfamilienminister Würmeling auf drei Blättern schon dem Bundestag vorgelegt. Danach versichern • Markenartikelfabrikanten: Feste Preise erleichtern den Einkauf, weil die Kunden nicht mehr nach den billigsten Angeboten suchen müssen. • Politiker: Gebundene Preise behindern den Wettbewerb. Während in Bonn geredet wird, haben 40 Prozent aller Käufer bereits eine vorläufige Lösung des Problems gefunden. Sie kaufen Markenartikel mit 20 bis 30 Prozent Rabatt unter der Hand. Für sie kosten 50 Gramm Messmer-Tee nicht mehr 1,75 Mark, sondern 1,40 Mark. Für 250 Gramm Maxwell-Kaffee zahlen sie statt 4,30 Mark nur 3,50 Mark und eine Flasche Chantré-Weinbrand - im Laden 9,75 Mark - können sie für 7,40 Mark kaufen.



DER GRAUE MARKT

Unter dem vorgeschriebenen Festpreis verkaufen Betriebe und Behörden für ihre Angestellten Markenwaren. Der Handel wird in Pfortnerlogen und Kantinen abgewickelt. Weinbrand und Toilettenseife kosten 15 bis 30 Prozent weniger als in den Fachgeschäften. Kunden, die diese Quellen nicht haben, schlossen sich in einigen Städten zu Einkaufsringen zusammen. Sie finanzieren durch kleine Mitgliedsbeiträge primitive Lagerhallen, in denen Markenwaren ebenfalls erheblich billiger angeboten werden. In Bonn liegt bereits ein Gesetz, das den sogenannten Betriebshandel verbieten soll. Und die Fabrikanten versuchen, durch Lieferungssperren die privaten Einkaufsringe zu sprengen.

1	BETRIEBSHANDEL	Preise in der Kantine	Preise beim Einzelhändler
	Zahnpasta (Colgate)	0,75 Mark	1,00 Mark
Tee (Messmer), 50 Gramm	1,40 Mark	1,75 Mark	
Taschentücher (Eucella)	0,30 Mark	0,40 Mark	
Maxwell Kaffee, 250 Gramm	3,50 Mark	4,30 Mark	
Chantré	7,40 Mark	9,75 Mark	
Scharlachberg	11,50 Mark	14,50 Mark	
Doornkaat	8,40 Mark	10,50 Mark	
Schokolade	1,00 Mark	1,30 Mark	

Für Waren, die nicht vorrätig sind, bekommen die „Kunden“ Betriebsbescheinigungen, mit denen sie beim Großhändler billiger kaufen können.

2	EINKAUFSVERMITTLUNG	Preise für Ausweiskunden	Preise beim Einzelhändler
	Nivea (große Dose)	2,40 Mark	3,45 Mark
OMO-Waschpulver	2,00 Mark	2,30 Mark	
Luxus-Seife	0,50 Mark	0,60 Mark	
Blendax-Super (Goldax)	1,10 Mark	1,30 Mark	
Schokolade	1,00 Mark	1,30 Mark	
Rowenta (Dampfbügeleisen)	50,00 Mark	65,00 Mark	
AEG-Tonbandgerät (76 K)	423,00 Mark	520,00 Mark	

In der Einkaufsvermittlung werden auch Waren geführt, die nicht der Preisbindung unterliegen, hauptsächlich Elektrogeräte, Möbel und Textilien.

**Billige Waren
liegen auf
primitiven
Holzregalen**

1. IN STUTTGART existiert eine Einkaufsgemeinschaft für Verbraucher. Das winzige Büro der Zentrale ist auf der Königstraße, der wichtigsten Geschäftsstraße. Es steuert den Sammelkauf aller Waren von Persil bis zum Schlafzimmer. Die Verbraucher-Einkaufs-Vermittlung, Abkürzung VEV, schlägt auf alle Artikel eine geringere „Handelsspanne“ als Einzelhändler. Dafür müssen die VEV-Kunden allerdings in einem alten Lagergebäude in der Nordbahnhofstraße kaufen. In drei Etagen liegen die Waren auf primitiven Regalen. Vorbild der VEV sind die amerikanischen Discount-Häuser, die auf jeden Komfort verzichten. Verbraucher, die im VEV-Lager kaufen wollen, müssen vorher im Büro eine Kundenkarte beantragen. Sie kostet eine Mark.

2. IN MARBURG pflegen die Behringwerke seit zehn Jahren den Betriebshandel. Den „Firmenladen“ bauten die Behringwerke ihren 800 Beschäftigten als Ersatz für Gehaltserhöhungen auf. Bei einem Einkauf für 100 Mark sparen die Kunden des Werkhandels durchschnittlich 20 Prozent, also bei 400 Mark rund 80 Mark. Die Behringwerke haben ihren Handel so perfekt aufgebaut, daß sogar Ratenzahlungen erlaubt sind. Wer Möbel oder Textilien kaufen will, bekommt im Werksladen einen Zettel und die Adresse von Großhändlern, die billig liefern. Verrechnet wird über den Firmenladen. Übrigens, die Behringwerke, die genau wie viele hundert Betriebe in Westdeutschland den Grauen Markt organisieren, liefern selbst preisgebundene Artikel aus.

„Die Untersuchung hat ergeben, daß unter wettbewerbsspolitischen Gesichtspunkten die rechtliche Sonderstellung der Markenartikel bedenklich ist.“

Jahresbericht des Bundeskartellamts 1960

Halt!“ Das Taxi stoppt . . . Ein Mann im Lodenmantel klettert heraus. Geld klumpert! „Eine Quittung!“ Der Fahrer kritzelt auf seinen Block. Der Beleg ist ein Beweisstück für das Gericht in Wiesbaden. Der Wagen steht vor dem Haus Hans-Böckler-Allee 19 in Bad Godesberg. An der Fassade hängt das Schild: „Feinkost Vonhoff“. Auf dem Schaufenster klebt das Plakat „Kampf dem Grauen Markt“.

Der Mann im Lodenmantel schiebt den Zettel in die Tasche. Die Ladentür fliegt auf. Er legt vor Josef Vonhoff eine Urkunde auf die Theke. Das Landgericht Wiesbaden verbietet dem rheinischen Kaufmann

Weinbrand, Marke Chantré, billiger zu verkaufen als die Fabrikanten es vorschreiben. Wenn Vonhoff den Preis nicht sofort erhöht, kann er in Haft genommen werden. Er hatte in seinem Geschäft den Preis für eine Flasche Chantré von 9,75 Mark auf 7,75 Mark herabgesetzt. Jetzt erklärt ihm der Gerichtsvollzieher: Wer zu billig ist, wird heutzutage bestraft! Es ist der 7. Juli.

JEDE FÜNFTE FLASCHE IST BILLIGER

Josef Vonhoff ist einer der 600 Händler, denen in den letzten Wochen von westdeutschen Richtern untersagt wurde, Markenschnaps zu billigeren Preisen zu verkaufen. Die Aktion wurde ausgelöst als Statistiker behaupteten,

- jeder fünfte Händler bietet Alkohol freiwillig unter dem Festpreis an und
- jede fünfte Flasche Markenschnaps wird unter dem vorgeschriebenen Preis verkauft.

Wenn es den Fabrikanten nicht schnell gelingt, alle Preisbrecher zu ermitteln, bricht die Preisbindung für 1443 Alkoholabfüllungen, die 66 Markenherstellerverkaufen, zusammen. Ihnen wurde nämlich nur gestattet, einen festen Preis für ihre Flaschen einzuführen, wenn er auch überall garantiert ist. 180000 Händler verkaufen Alkohol; unterbietet wirklich jeder Fünfte die Preise, müssen noch 35 400 Verkäufer ermittelt und wie Josef Vonhoff vom Gerichtsvollzieher belehrt werden.

ES WAR IMMER NOTWEHR

Um ihre Kalkulation sind nicht nur die Hersteller von Branntwein besorgt. Alle Branchen zittern um die vorgeschriebenen Preise für Markenartikel - vom Regenschirm bis Dauerbackwaren. Denn Händler und Kunden haben Kniffe gefunden, die Preisvorschriften zu umgehen:

Einwandfreie Markenwaren werden billiger geliefert, nachdem auf die Preisschilder der Vermerk „beschädigt“ gemalt ist.

Die Rabattsätze bei größeren Einkäufen steigen automatisch bis zu 15 Prozent, ohne daß es ausdrücklich gesagt wird.

Großhändler liefern direkt an Verbraucher, die so die Einzelhandelsspanne sparen. Die Käufer werden behandelt als wären sie Händler.

Betriebe und Behörden geben ihren Angestellten Bescheinigungen, mit denen sie beim Großhändler erheblich preisgünstiger einkaufen können. In Großstädten tauchen private Vermittler auf, die „zufällig“ Restposten von Markenwaren — vom Feuerzeug bis zum Auto — billiger abgeben. Dieser Handel, bei dem die 200000 Markenartikel unter ihrem Festpreis beschafft werden

können, ist ein fester Begriff: Grauer Markt. Er unterscheidet sich vom Schwarzen Markt der Nachkriegszeit durch die neue Stellung des Käufers. Vor 1948 mußte er um Lieferung betteln. Heute werden ihm Waren von allen Seiten aufgedrängt.

VONHOFF: BEAMTE KAUFEN GRAU

Gegen diesen Grauen Markt führte auch Josef Vonhoff seinen Privatkampf, den er so begründet: „In jeder Hausbar, in jedem Schnapsschrank sehen Sie heute eine Flasche Dujardin, Chantré oder französischen Cognac. Wo kaufen die Leute ihn bloß? Bei mir nicht und bei anderen Einzelhändlern auch nicht. Meine Kundschaft besteht zum größten Teil aus Beamten und Angestellten, und die meisten Familien beziehen ihren Schnaps über den Behörden- und Betriebshandel. in Godesberg und Bonn kostet eine Flasche Chantré durchschnittlich 7,60 Mark. Klar, daß ich auf meinem Chantré zum Markenpreis von 9,75 Mark sitzenbleibe. Ich muß einen Preis machen, der mit dem Grauen Markt konkurriert. Nur so kann ich den illegalen Handel beseitigen!“

Die Kalkulation für eine Flasche Chantré ist vorgeschrieben:

- ① Abgabepreis der Fabrik — einschließlich der Steuer: 6,05 Mark.
- ② Spanne für den Großhändler von elf Prozent des Endpreises: 1,07 Mark.
- ③ Spanne für den Einzelhändler von 27 Prozent des Endpreises: 2,63 Mark.

Der Preis von 9,75 Mark ist beim Bundeskartellamt in Berlin angemeldet und genehmigt worden.

PREISENKGUNG OHNE OPFER

Die 170 Beamten, Angestellten und Arbeiter des Kartellamts haben die Aufgabe, darauf zu achten, daß angemeldete Preise auch eingehalten werden. Kann der Hersteller nicht dafür sorgen, wird die Preisbindung für seine Erzeugnisse von Staats wegen wieder aufgehoben.

Für Händler sind die Abmachungen der Fabrikanten mit dem Kartellamt desto uninteressanter, je größer die Konkurrenz ist. Jeden Tag machen in Deutschland rund 50 Geschäfte pleite. Die Jagd um Kunden ist scharf. Als bestes Lockmittel erweisen sich Preissenkungen, die jeder sofort bemerkt, also bei Markenartikeln, deren vorgeschriebener Preis bekannt ist. Dabei bedeutet eine Preissenkung nicht einmal ein großes Opfer für den Händler, denn die Spannen zwischen Fabrik und Einzelhandelspreisen sind bei uns reichlich bemessen:

Schreibmaschinen 40 Prozent; elektrische Rasierapparate 39 bis 48,9 Prozent, Schallplatten 44 bis 45,4 Prozent, Armbanduhren 50 bis 60 Prozent, Mülleimer 40 bis 50 Prozent, Schokolade 36 bis 47 Prozent und Zahnpasta 43 bis 51 Prozent.

EIN FÜNFTEL GESPART

Daß der Graue Markt floriert und der Godesberger Vonhoff Gleichgesinnte haben muß, die den illegalen Handel durch spürbare Preissenkungen zerstören wollen, beweist eine Rechnung, die Professor Rudolf Seyffert, Universität Köln, aufgestellt hat. Danach werden heute in Westdeutschland billiger gekauft:

Mehr als die Hälfte aller Rundfunkapparate, Fernsehgeräte, Waschmaschinen, Kühlschränke und Elektro-Küchengeräte.



Mehr als ein Drittel aller Öfen, Lampen und Anzugsstoffe.

Mehr als ein Viertel aller Polster-, Küchen- und Zimmermöbel, Waschmittel und Seifen.

DER BILLIGE BÄCKER BAUTE

Nach den Untersuchungen des Kölner Wissenschaftlers beträgt der Rabatt durchschnittlich 21 Prozent vom offiziellen Ladenpreis, das sind mehr als ein Fünftel. Seine Zahlen, die niemand bestritten hat, beweisen: Jede Familie, die über Beziehungen verfügt und in eine Einkaufszentrale kommt, spart an jedem fünften Tag das Haushaltsgeld. Die Händler haben etwas dagegen.

Jedes Jahr werden bei uns Konsumgüter für 83 Milliarden Mark umgesetzt. Davon fließen mindestens 14 Milliarden auf den Grauen Markt. Hans Schmitz, Präsident des Deutschen Einzelhandelsverbandes, glaubt sogar, daß dieser illegale Umsatz noch größer ist. Und durch Massenerbefragungen haben Konsumforscher inzwischen ermittelt, daß der Graue Markt heute nicht nur in den Großstädten existiert, sondern auch auf Dörfern. Die Gegenmaßnahmen der Fabrikanten waren bisher ziemlich wirkungslos. Nur ein paar Kaufleute holten die Kunden des Grauen Marktes wieder in ihre Läden zurück, weil sie die Methoden des Grauen Marktes übernahmen: Sie senkten freiwillig und selbständig die Preise.

Hans Küppers, Mönchen-Gladbach, richtete nach dem Vorbild amerikanischer Läden ein primitives Verkaufslager ein. Seine Unkosten waren so gering, daß er Markenwaschmittel nicht für 2,15 Mark, sondern für 1,75 Mark verkaufte, und Chantré für 7,60 Mark. Als die Markenhersteller ihn durch Einstweilige Verfügung zwingen wollten, die Preise zu erhöhen, wechselte Küppers die Lieferanten. Heute kaufen seine Kunden billige markenlose Ware.

Julius Schürmann, Bäckermeister in Helmarshausen, verkauft ein Kilo Brot für 70 Pfennig und jedes Brötchen für fünf Pfennig, zwei Pfennig unter dem offiziellen Preis. Schürmanns Verdienst reichte trotzdem aus, um das Unternehmen erheblich auszubauen. Die Innung hat es aufgegeben, gegen den Preisbrecher zu protestieren. Seitdem ist Brot in Helmarshausen billig.

KOMMT DER PREISSTURZ?

Aber nicht die Preise allein sind schuld am Wachstum des Grauen Marktes. Eine Inflation an Markenwaren hat das Vertrauen zum Markenzeichen erschüttert. Fast 200000 Markenartikel sind beim Bundeskartellamt zur Preisbindung angemeldet. Darunter

1318 Heiz- und Kochgeräte, 2637 Filme und Platten für Photoapparate, 6014 Spielwaren, 21 verschiedene Packungen Schreibpapier, 789 Seifen- und Waschmittel, 135 Backwaren und 663 Dauerbackwaren.

Über 80000 Artikel sind allein für den Kraftfahrzeug-Bedarf. Ein Teil dieser und ein Teil der restlichen über 100000 verdient sicher nicht die Qualitätsbezeichnung „Markenware“. Fabrikanten, die ihre Produkte beim Kartellamt anmelden, werden nur zurückgewiesen, wenn sie ausgesprochenen Schund mitbringen. Das Gesetz gibt keinen Anhaltspunkt dafür, wie zwischen höheren und minderen Qualitäten eine Grenze zu ziehen ist. Es fehlen bei uns



Die deutschen Einzelhändler kalkulieren ihre Waren mit durchschnittlich 40 Prozent Aufschlag. In Frankreich liegt die Handelsspanne bei 33 Prozent, in England bei 27,3 Prozent, in Belgien bei 24 Prozent und in Dänemark bei 25 Prozent. Die angeblich typischen Händler Europas, die Italiener (Foto) sind mit zwei Drittel des Gewinns ihrer deutschen Kollegen zufrieden.



Gütezeichen in allen Branchen und allgemein gültige Wertmaßstäbe, die auch dem Käufer die Möglichkeit geben, festzustellen, ob die Waren, die er kauft, ihren Preis verdienen.

Solange wir nur der Reklame ausgeliefert sind, wird der Weg zu illegalen Händlern leicht. Es fehlt eine scharfe Beschränkung des Begriffs Markenartikel und der Preisbindung.

Ohne es zu wissen, haben Lieferanten und Kunden des Grauen Marktes eine Preisbewegung vorbereitet. Weil sie die Festpreise aushöhlten, ist mit deren Sturz zu rechnen. Je größer die grauen Umsätze werden, um so schneller werden die meisten ihre Preisbindungen lösen müssen. Viele Händler warten schon darauf, frei kalkulieren zu können. Bisher darf sich ihre Rationalisierung nicht auf alle Preise auswirken. Egal, ob die Markenartikel in modernen Selbstbedienungsläden angeboten werden oder bei altmodischen Krämern, in Großstädten mit erheblichen Umsätzen oder in winzigen Dorfläden, die Preise sollen festbleiben. Sie müssen sich nach der Kalkulation der rückständigen Krämer richten. Nur Gastwirte haben schon eigene Kalkulationen durchgesetzt. Sie verkaufen Markengetränke, die im Lebensmittelgeschäft preisgebunden sind, nach eigener Berechnung. Gäste, die komfortabel sitzen, müssen für einen Dujardin mehr zahlen als Stehgäste in einer Ruhrgebietskneipe. Solche Unterschiede gibt es im Handel nicht.

ERHARD: ENDE DER PREISBINDUNG

Führende Wirtschaftler glauben nach der Inflation an Markenartikeln nicht mehr daran, daß Festpreise noch lange zu halten sind.

- Bundeswirtschaftsminister Prof. Ludwig Erhard erklärte in Heidelberg: „Die Zeit der Preisbindung geht zu Ende.“
- Der Präsident des Kartellamtes, Dr. Eberhard Günther, versicherte: „Ende des Jahrzehnts wird es wohl kaum noch Preisbindungen geben.“
- Professor Dr. Georg Bergler vom Institut für Konsumforschung stellte fest: „Die wirtschaftliche Entwicklung läuft gegen die Institution der Preisbindung.“
- Die Zeitschrift für fortschrittliche Unternehmer schrieb: „Die Fixierung von Handelsspannen und Verbraucherpreis hat recht viel mit dem Entstehen der Grauen Märkte zu tun. Das Direktgeschäft floriert erfahrungsgemäß um so stärker je höher die Handelsspannen sind.“

DIE POLIZEI KAM

Es gibt keine exakten Zahlen über den Umfang der Preisunterbietungen in einzelnen Branchen. Das Kartellamt ist auf Schätzungen angewiesen, die Fabrikanten auch. Beide Parteien sind auf der Jagd nach Preissündern. Das Kartellamt, um den Fabrikanten die Lückenhaftigkeit ihres Systems nachweisen zu können, und die Produzenten, um den Preisunterbietern das Handwerk zu legen.

In den letzten Wochen ließen acht deutsche Spirituosenhersteller durch die Gesellschaft für Konsumgüterforschung, Nürnberg, feststellen, wieviel Flaschen ihrer Marken auf dem Grauen Markt landen. Das Kartellamt bat um eine Kopie der Erhebungen. Die Fabrikanten lehnten ab. Am 30. Juni 1961 beschlagnahmte die Polizei darum bei der Firma Pott-Rum das Material. Es reichte aber nicht aus, um die Festpreise aufzuheben.





DER GRAUE MARKT

Das Kartellamt sucht auf eigene Faust weiter, und die Firmen aller Branchen haben Kontrolleure engagiert, die das Bundesgebiet durchkämmen. Aber es ist ziemlich sicher, daß die Berliner Beamten bis heute nicht wissen, wieviel von einer Ware unter der Hand verkauft werden darf, bis sie den Festpreis aufheben können. Und die Hersteller glauben kaum daran, daß sie von allen Einzelhändlern im Kampf um die Preisbindung unterstützt werden. Ihr Gesamtverband finanziert darum eine Propagandawelle in Zeitungen, die sich an die Moral der Käufer richtet. Anzeigentext:

„Wer sich Markenartikel auf Um- und Schleichwegen unter den vorgeschriebenen Preisen beschafft, möchte sich nicht an den Kosten beteiligen, die der Vertrieb jeder Ware in ordentlichen Einzelhandelsunternehmen nun einmal verursacht. Würden aber alle Käufer so denken, gäbe es bald keine Ladengeschäfte mehr, die reiche Auswahl bieten...“

Zum Glück hat der sogenannte Graue Nebenhandel, den auch ein vom Bundestag bereits beschlossenes Gesetz verurteilt, längst nicht den Umfang, den ihm die Gegner fester Markenpreisartikel nachsagen...“

SPANNEN NICHT VERTRETBAR

Daß die Diskussion um den Grauen Markt ausgerechnet vor der Bundestagswahl laut wird, ist sicher kein Zufall. Man merkt es an den Auskünften der Politiker auf den Wahlversammlungen. Sie sind, je nach Herkunft der Zuhörer, für oder gegen den Kauf ‚unter der Hand‘.

Die Einkaufsgenossenschaften, Versandhäuser und Warenhäuser, die durch Massenumsätze billiger sein könnten als Einzelhändler, geben schon offen zu, daß die vorgeschriebenen Handelsspannen für Markenartikel häufig nicht vertretbar sind. Sie wissen, daß sie im freien Wettbewerb günstigere Preise machen können als die kleine Konkurrenz (Foto Seite 6). Sie drängen auf eine Lösung des Problems, weil ihre Kunden auch für ungebundene Waren auf den Grauen Markt abwandern.

WERBUNG KOSTET GELD

Der Verband der Einzelhändler hält nichts von Kampfpreisen gegen den illegalen Handel. Auch er hat sich zunächst für Anzeigenaktionen entschieden. Den Lesern wird in eindringlichen Worten der Vorzug des Einzelhandels geschildert. Der Tolpatsch läßt sich auf dem Grauen Markt übervorteilen. Der pfiifige Kunde geht zu seinem Kaufmann. Pfiifige Kunden haben aber auch ausgerechnet, daß diese Werbeprospekte mit ihrem Geld bezahlt werden. Und so lieferten die Ausgaben zur Bekämpfung des illegalen Handels auch den Beweis für die Berechtigung des Grauen Marktes. Das Geld für die Werbung der Verbände für Preisbindung muß schließlich in den Kalkulationen stecken.

Auch Kunden, die nicht nachrechnen, wird es immer schwerer, den Argumenten der Verbände für höhere Preise im Laden zu folgen. Zu viele Meldungen über das Zustandekommen der Preise laufen um.

ZU GERINGER VERDIENST

Ein Stuttgarter Händler, der auf Damenkleidern sitzengeblieben war, soll die Richtpreise noch um 20 bis 30 Prozent heraufgesetzt haben. Erst dann wurde er seine Ladenhüter los, weil Kunden glauben, hohe Preise garantieren gute Qualität.

Schallplattenfabrikanten boten den Fachhändlern Platten mit klassischer Musik zum Endverkaufspreis von 16 Mark an. Die Händler lehnten den Verkauf dieser Serien ab. Grund: 1. war die Verdienstspanne zu klein. 2. wollte man den Kunden nicht an geringe Preise gewöhnen. Hersteller und Händler haben sich selbst allerdings immer die Möglichkeit gelassen, mit den Preisen je nach Betriebslage zu jonglieren. Markenkleider und Anzüge werden bei Schlußverkäufen verramscht.

DIE FLUCHT NACH VORN

Die ‚Jungen Unternehmer‘ sehen für die Zukunft nur zwei Möglichkeiten, dem Grauen Markt beizukommen: „Entweder die Flucht nach vorn in die totale Marktordnung mit Preisbindung, Überwachungssystem und Rabattkartell, wie man sie heute mit mehr oder weniger Erfolg in manchen Branchen versucht, oder die Aufgabe der Preisbindung, die übrigens nicht unbedingt gleichbedeutend sein muß mit der Aufgabe jeden Einflusses auf den Verbraucherpreis.“ In der Fachzeitschrift „Der Volkswirt“ vertritt Dr. Peter Sweerts-Sporck diese Meinung: „... so mancher ehrliche Freund der vollständigen Konkurrenz wird bestürzt sein über die zahlreichen Hinweise des (Kartell-)Amtes auf mehr oder weniger gravierende Beschränkung des Wettbewerbs... nicht weniger als 840 schwebende... Verfahren zeigen, welche Arbeit sich das Amt zugemutet hat... Man muß sich das einmal plastisch vorstellen. Eine bürokratische Apparatur von 170 Personen will allen Ernstes die vollständige Konkurrenz entwickeln. Mit anderen Worten, die Wirtschaft gegen ihren Willen umzerlegen. Hier klingt doch eine Einstellung an, die ideologisch beeinflusst ist... erfahrungsgemäß scheitern solche Versuche.“

DER UMSATZ STIEG

Josef Vonhoff, der Lebensmittelhändler aus Bad Godesberg, der wie andere Kollegen vom Grauen Markt bedroht wird, denkt nur an die Praxis. Er will geringe Gewinnspannen. Vonhoff: „Ich hätte den Grauen Markt in meinem Einzugsgebiet garantiert ruiniert, aber man hat es mir verboten. In der Woche, in der ich billig verkaufte, setzte ich über 400 Flaschen ab. In dem Halbjahr zuvor, hatte ich nicht mehr als 48 Flaschen angebracht.“

Kampf dem „grauen Markt“!

Als selbst kaufen Sie bei uns die
1/1 Fl. Chantré für nur 7,75
... DM 2,-- unter dem üblichen Ladenpreis!

Eine weitere Preis-Sensation!

Schwarzer Johannisbeersüßmost 1,55
beste Qualität ... 1/1 Fl. für ... und auf alles 3 Prozent Rabatt!

Erwin Traubhals

VERBOTEN

Publikum vor der Zeit

wurde dem Godesberger Händler Vonhoff der billige Verkauf von Chantré. Er bekam die einstweilige Verfügung am 7. Juli aus Wiesbaden. Zur gleichen Zeit prüften die Kontrolleure von Chantré im ganzen Ruhrgebiet den Verkaufspreis für Weinbrand ihrer Firma. Sie fanden 72 Preisbrecher, denen sie mit dem Richter drohten. Alle Händler erhöhten sofort wieder den Preis.

- 6.Q. 566/61 -

Beschluss.

In Sachen

der Firma Peter ECKES Weinbrennerei, Generalvertrieb der Chantré-Erzeugnisse, Nieder-Olm bei Mainz, -vertreten durch ihre Gesellschafter, die Herren Peter und Ludwig Eckes-

Antragstellerin,

- Prozeßvollmächtigte: RAe.Gaedertz und Henn, Wiesbaden- gegen

die Firma FeinkostVONHOFF, Inh.: Josef Vonhoff, Vonhoff, BadGodesberg, Hans-Böckler-Allee 19, 19,

Antragsgegnerin,

wird der Antragsgegnerin im Wege der einstweiligen Verfügung wegen Dringlichkeit ohne mündliche Verhandlung durch den Vorsitzenden nach den §§ 940, 944 ZPO, 25 UWG i.V. mit den §§ 1 UWG, 823, 826 BGB bei Weidung höchstzulässiger Geld- oder Haftstrafen verboten:

1. in ihrem Hauptgeschäft und in ihren Filialen die Erzeugnisse der Antragstellerin zu anderen als den gebundenen Preisen, insbesondere die 1/1 Flasche "Chantré" zum Preis von 7,75 DM statt 9,75 DM an Endverbraucher zu verkaufen,
2. das Erzeugnis "Chantré" Endverbrauchern unter dem vorgeschriebenen Endverbraucherpreis durch Zeitungsinserte oder in anderer Weise anzukündigen.

Die Kosten des Verfahrens trägt die Antragsgegnerin.

Anspruch Dringlichkeit sind glaubhaft gemacht durch Verpflichtungserklärung B 28036 der Antragsgegnerin vom 29.9.58 i.V. mit einem Bescheid des Amtsgerichts der Antragsgegnerin in der "Sonner Kundenzeitung" vom 30.6.1961, worin die Antragsgegnerin 1 Flasche "Chantré" für DM 7,75, also unter dem gebundenen Preis im Einzelhandel angeboten hat.

Wiesbaden, den 5. Juli 1961
L a n d s r i c h t
Kammer für Handelssachen
Der Vorsitzende:

(Signaturen)

DMM stellt vier Fragen

an Kunden in Hamburg, Hannover, Essen, Oberhausen, Saarbrücken, Kaiserslautern, Frankfurt, Stuttgart, Tübingen, München, Nürnberg und Berlin. Ergebnis der großen Umfrage: Die meisten Käufer sind davon überzeugt, daß Markenartikel besonders teuer sind; über 30 Prozent aller befragten Personen glauben, daß der billige Einkauf von Waren mit festen Preisen vom Gesetzgeber verboten ist.

1.

Sind Sie der Meinung, daß Markenartikel teurer sind als Waren ohne Markenzeichen?

Männer:	Frauen:	Durchschnitt:
84 Prozent	80 Prozent	82 Prozent
JA	JA	JA

Typische Antwort: „Man bezahlt doch nicht nur den Artikel, sondern auch den Namen und die Reklame.“

2.

Wären Sie mißtrauisch, wenn Markenartikel zu ungleichen Preisen verkauft werden?

Männer:	Frauen:	Durchschnitt:
56 Prozent	37 Prozent	46,5 Prozent
NEIN	NEIN	NEIN

Typische Antwort: Jeder Kaufmann kalkuliert nach verschiedenen Maßstäben, also muß er auch zu verschiedenen Preisen kommen.“

3.

Halten Sie es für ungesetzlich, wenn Waren mit festen Preisen billiger verkauft werden?

Männer:	Frauen:	Durchschnitt:
76 Prozent	63 Prozent	69,5 Prozent
NEIN	NEIN	NEIN

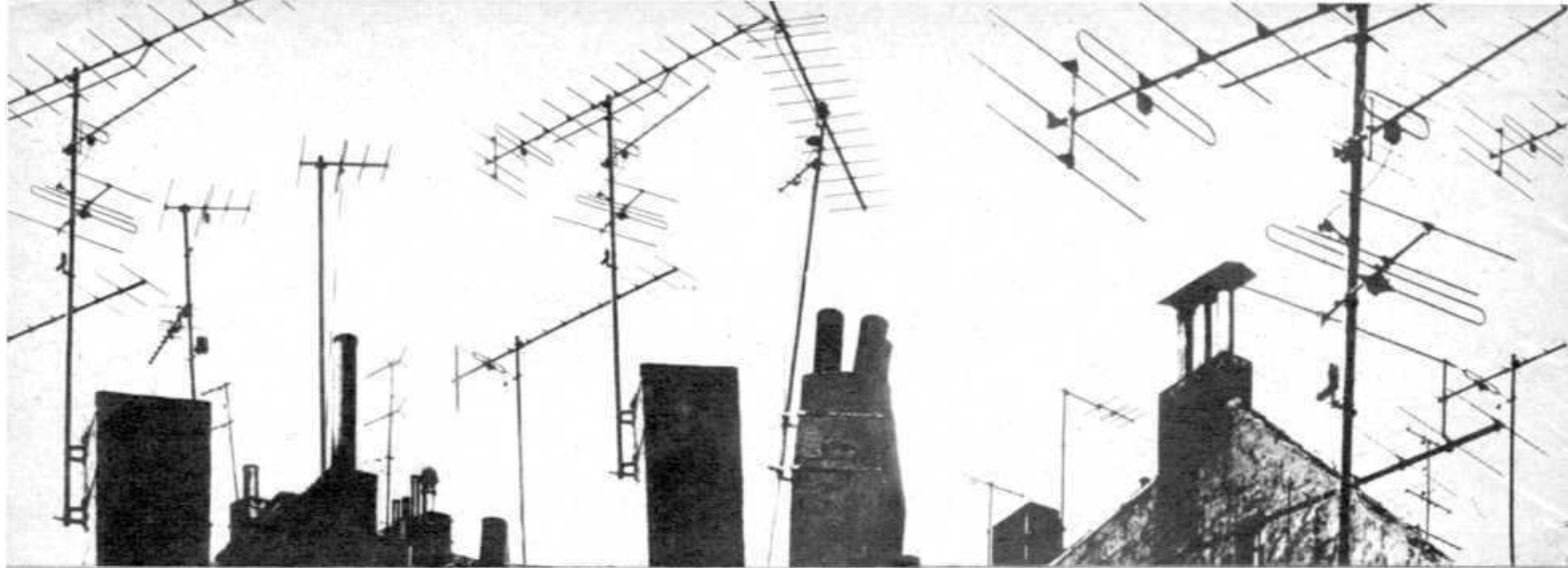
Typische Antwort: Jeder Kaufmann sieht zu, wo er bleibt. Verkauft er billiger, muß ich deswegen nicht annehmen, betrogen zu werden.“

4.

Halten Sie es für ehrenrührig, wenn Waren mit festen Preisen billiger verkauft werden?

Männer:	Frauen:	Durchschnitt:
78 Prozent	71 Prozent	74,5 Prozent
NEIN	NEIN	NEIN

Typische Antwort: „Ehre und Seifenpreis sind doch zwei Paar Stiefel.“



Drei Millionen Fernsehse

Die Post behauptet, daß Fernsehgeräte der Baujahre 1952 bis 1959 nicht entstört sind. Und die Besitzer solcher Kästen müssen nun damit rechnen, daß der Empfang auf ihren Mattscheiben verboten wird. Wer einen alten Apparat hat, der stört, kann ihn zwar umbauen lassen, muß aber, wenn die Post mit ihren Vermutungen recht hat, auf saftige Rechnungen gefaßt sein:

- Der Umbau eines Empfängers, der vor 1955 gebaut worden ist, kostet zwischen 400 und 500 Mark. — Etwa 300000 Mattscheiben aus dieser Frühzeit flimmern noch.
- Geräte aus den Jahren 1955 bis 1959 können für 80 bis 150 Mark durch Zusatzgeräte störungsfrei gemacht werden.

Die Fernseher aus der Pionierzeit werden „bestraft“, weil sich Post und Geräteindustrie auf die technischen Probleme, die mit dem zweiten Programm zu erwarten waren, nicht rechtzeitig eingestellt haben. Während die Politiker sich noch um Sendelizenzen stritten, wurschtelten die Hersteller sorglos. Obwohl es für die Schwierigkeiten beim Empfang aller Programme nach dem Einschalten einer zweiten Welle Beispiele gab, nahm sie niemand zur Kenntnis.

ÜBERFÜLLTE KANÄLE

Als die Amerikaner 1956 im Gebiet Kaiserslautern ein eigenes Fernsehprogramm für ihre Soldaten aufziehen wollten, standen sie vor folgendem Problem: Die deutschen Wellenkanäle sind überfüllt. Senden konnten sie eigentlich nur im „vierten Band“. Dieses vierte Band hat aber einen schweren Fehler. Es wird zum Teil durch Oberwellen anderer Kanäle gestört. Und Empfänger, die keine Entstörer haben, wirken wie Sender. Sie verursachen statt eines Bildes

Schlangenlinien und Flimmern. Wenn ihre Besitzer Pech haben, dann senden die Geräte alle Störungen über die Antennen sogar nach draußen und verseuchen ganze Stadtteile.

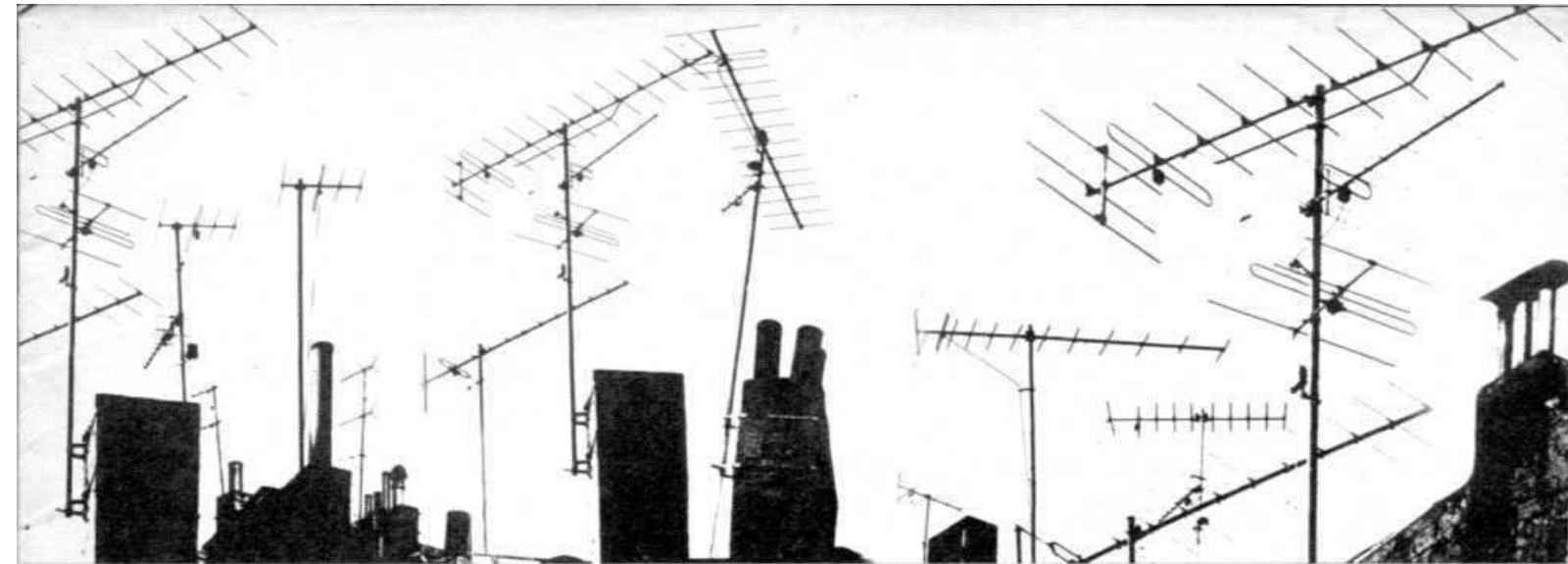
ES GAB NUR EIN GESETZ

Auf diesem gefährlichen vierten Band sendet jetzt nicht nur der amerikanische Lokalsender Kaiserslautern, sondern auch das zweite Fernsehen im gesamten Bundesgebiet. Daß dieses deutsche „Kontrastprogramm“ über das Band vier kommen würde, war aber eigentlich allen Fachleuten seit Jahren klar. Nur die Geräteindustrie „merkte es nicht“ und baute bis 1959 Bildschirme, die nicht abgeschirmt sind.

Die Geschichte der deutschen Fernsehempfänger ist grotesk: Als vor rund zehn Jahren die ersten Geräte angeboten wurden, gab es noch keinerlei Bestimmungen über den Störerschutz. Damals wurde täglich höchstens zwei Stunden lang gesendet und an ein zweites oder drittes Programm dachte niemand. Oder besser: Die Industrie hoffte darauf, ohne darauf hinzuarbeiten. Schließlich, vor genau drei Jahren, ergriff die Post die Initiative und verkündete im Frühjahr 1958 zum ersten Mal ihre Bestimmung für den Schutz gegen Störstrahlen. Der Fernseher verstand nicht, was dieser Paragraph zu bedeuten hatte und verließ sich auf die Hersteller der Apparate, die aber wiederum die Bestimmungen der Post nicht sonderlich ernst nahmen.

Darum kurbelte der Bundespostminister die Vorschriftenmaschine an. Am 24. Oktober 1958 verschärfte er die Zulassungsbestimmungen für Fernsehgeräte und führte das Prüfnummernsystem ein. Diese Verordnung trat zwar erst genau ein Jahr später in Kraft, sie legte aber

Wenn es nach der Post geht, werden 300000 Fernsehgeräte auf dem Müll landen. 2,6 Millionen Apparate sind zwar ebenfalls reif zum Wegwerfen, könnten aber durch einen Umbau davor bewahrt bleiben. Der Grund für diese Massenverschrottung: Die Post will kein Fernsehgerät mehr dulden, das den Empfang anderer stören kann. Und bei rund drei Millionen Apparaten ist diese Gefahr gegeben. Wenn die Post jetzt stur auf der Einhaltung ihrer Bestimmung besteht, werden drei Millionen Fernseher um wenigstens 300 Millionen Mark ärmer. Die meisten von ihnen wissen noch gar nicht, daß sie dabei für eine Nachlässigkeit der Industrie bezahlen sollen.



ehrer werden bestraft

schon fest, daß eines Tages alle Fernsehgeräte von der Fernmeldetechnischen Zentrale der Bundespost in Darmstadt ein Zeugnis bekommen sollten. Nur wer heute eine solche Bescheinigung besitzt — sie klebt am Gerät — kann sicher sein, daß keine Scherereien mit der Post zu erwarten sind. Von diesem harten Erlaß der Post erfuhr die Öffentlichkeit damals wieder nichts, und die Produktion von nicht entstörten Geräten lief weiter. Alle Käufer, die nach Bekanntgabe der Verordnung zwischen dem 24. Oktober 1958 und dem 1. Oktober 1959 veraltete Geräte kauften, sind Opfer der Sturheit in der Industrie und der Nachlässigkeit bei der Post.

POST LEISTET VORSCHUB

Am 1. Oktober 1959 stellte die Industrie endlich ihre Produktion auf entstörte Geräte um. Ausgerechnet die „Nürnberger Schraubenfabriken“ — eine verhältnismäßig kleine Fernsehfirma — hatte das erste brauchbare Zusatzgerät entwickelt. Aber das Katz- und Mausspiel zwischen Post und Industrie war noch nicht beendet. Obwohl feststand, daß alle Geräte, die vor dem 1. Oktober 1959 gebaut wurden, veraltet waren, kamen diese überholten Kästen in die Geschäfte. Die Lager der Hersteller waren nämlich überfüllt. Und die Abordnungen des Handels und der Industrie jammerten so lange im Vorzimmer des Postministers, bis der Verkauf der unvorschriftsmäßigen Apparate in einer neuen Verordnung noch bis zum 1. Mai 1960 gestattet wurde.

DIE ARMEN HANDLER

Den Sinn dieser „Übergangsfrist“ beschreibt die Firma Grundig in ihren „Technischen Informatio-

nen“ vom November 1959 so: „Diese Übergangslösung, die bis zum 1. Mai 1960 befristet ist, trägt der Erhaltung der wirtschaftlichen Werte Rechnung und vermeidet Verluste beim Handel.“ Vom Kunden ist in dieser Stellungnahme keine Rede. Er soll nur zahlen. Der Grund für die Haltung des Handels und der Industrie, die den Kunden nie erschöpfend in der Werbung aufgeklärt haben, ist einleuchtend: Sie wollen immer neue Geräte absetzen und dafür sorgen, daß die alten Kästen verschrottet werden, damit ihr Geschäft nicht gestört wird.

Die Post steckte angesichts der großen Bestände beim Handel noch einmal zurück. Eine neue Übergangsregelung bestimmt, daß auch nach dem 1. Mai 1961 nicht entstörte Fernsehgeräte zugelassen werden können. Diese Genehmigung läuft aber nach 12 Monaten ab. Grundsätzlich gibt die Post ihre Forderung also nicht auf. Wenn auch die Störschutzbestimmungen von der Post ziemlich konfus formuliert sind, steht fest:

1. Wer ein altes Fernsehgerät besitzt, darf es nur noch so lange betreiben, wie der Empfang anderer Teilnehmer nicht beeinträchtigt wird.
2. Wenn ein altes Gerät verkauft wird, erlischt die Zulassung der Post und der Käufer darf dieses Gerät erst wieder anmelden, wenn es umgebaut worden ist. Die Kosten liegen, wie gesagt, zwischen 80 und 500 Mark.
3. Selbst Geräte, die innerhalb der Familie verschenkt werden, bekommen von der Post erst eine Empfangsgenehmigung, wenn eine Firma bescheinigt, daß sie entstört sind.

Es bleibt nun den alten Fernsehern nur noch eine Möglichkeit, Post und Industrie ein Schnipp-

chen zu schlagen: Sie dürfen alte Geräte nie abmelden. Wenn sie verkauft oder verschenkt werden, darf die Post es nicht erfahren, und der alte Besitzer muß mit dem neuen über die Zahlung der Gebühren interne Abmachungen treffen.

Die Entstörung der Matscheiben kostet 300 Millionen Mark



Oberregierungsrat Kübler:

Ich hab'was ge

Walter Küblers erste Amtshandlung nach drei Wochen Urlaub: Er ärgert sich. Vier Hunde heben vor seinen Augen die Beine. Dort, wo Küblers Kinder spielen, verrichten sie ihr Geschäft.

Walter Kübler ist Oberregierungsrat. Er hat drei Kinder, keinen Hund. Kübler sitzt im baden-württembergischen Finanzministerium und ist für Hundefragen der wichtigste Mann im Lande. Seit zwei Jahren arbeitet er an einem Gesetz, das die Hundesteuern neu regeln soll. Oberregierungsrat Walter Kübler ist mit dem alten Gesetz aus zwei Gründen nicht zufrieden. Er glaubt,

es gibt in den Großstädten zu viele Hunde, die nur die Straßen, Gehwege und Anlagen verschmutzen, Kinder und Erwachsene belästigen und den Verkehr stören; die Gemeinden sollten mit den Hundesteuern mehr Geld verdienen als bisher. Wer einen Hund hält und dadurch andere stört, muß dafür an die Allgemeinheit spürbar Abgaben leisten.

In der Schreibtischschublade des Oberregierungsrates ist der Entwurf für die neue Steuerordnung fertig. Er sieht vor, daß bei Gemeinden bis 2000 Einwohner ein Hund 24 Mark im Jahre kostet. In Gemeinden bis zu 10000 Einwohnern sollen Hundebesitzer 36 Mark zahlen, in Gemeinden bis 50 000 Einwohner 48 Mark und in Gemeinden über 50 000 Einwohner 60 Mark. Außerdem hat Walter Kübler vorgeschlagen: Jeder Gemeinderat kann diese Richtsätze durch Mehrheitsbeschluß auf die Hälfte herabsetzen oder verdoppeln. Die meisten werden lieber verdoppeln.

GELDQUELLEN GESUCHT

In den zehn Finanzministerien der übrigen deutschen Bundesländer sitzen zehn Beamte mit den gleichen Sorgen. Zum Teil sind ihre neuen Hundesteuergesetze schon verabschiedet. Einige warten, genau wie Oberregierungsrat Kübler, auf eine günstige Gelegenheit in ihrem Landtag. Aber alle Gesetze widersprechen sich in ihren wichtigsten Punkten. Sie sollen einerseits die Zahl der Hunde kleinhalten und andererseits für die Gemeinden mehr Steuern herausholen.

In Hessen kostet die Tierliebe im Augenblick zwischen 12 und 96 Mark. Die Gemeinden in Rheinland-Pfalz verlangen zwischen 12 und 180 Mark pro Hund. 40 Millionen Mark Hundesteuer werden jährlich in der Bundesrepublik kassiert. Vier Millionen Mark davon schluckt der Verwaltungsapparat. 36 Millionen Mark bleiben übrig. Was geschieht nun mit dem Geld?

„Das kommt — nach Angaben der Gemeinden — dem Tierschutz zugute“, sagt Oberregierungsrat Walter Kübler. „Die Stadt Stuttgart hat im letzten Jahr 800000 Mark Hundesteuer eingenommen, nur 30000 Mark haben wir für den Tierschutz bekommen“, rechnet der Präsident des Tierschutzvereins, Josef Grimminger, grimmig vor.

Josef Grimminger ist kein Feind der Hundesteuer. Seine Meinung: „Diese Abgaben sollen in Grenzen gehalten werden. Ich halte vierzig Mark in Großstädten und zwanzig Mark in den Dörfern für angemessen. Die Hälfte davon sollte für den Tierschutz, die andere Hälfte aber wirklich für Reinigungsarbeiten ausgegeben werden.“

GEMEINDEN MÜSSEN KASSIEREN

Seit siebzig Jahren gibt es in Deutschland Hundesteuern und genau so lange wird das Geld für die Reinigung der Straßen und Anlagen erhoben. Aber bis heute war die Hundesteuer immer nur eine zusätzliche Einnahme für allgemeine Kosten der Gemeinde. Im Augenblick zahlen Hundefreunde für neue Straßen und für den Wohnungsbau. Die Gemeinden wären nicht einmal in der Lage, die Hundesteuer zu streichen, denn im Gesetz steht: Die Gemeinden müssen Hundesteuern erheben. Sie bekommen keine Zuschüsse von der Landesregierung, wenn sie nicht alle eigenen Steuerquellen erschöpft haben.

Vier Millionen Hunde gibt es in Westdeutschland, fast so viel Katzen, außerdem 814000 Pferde, 12,4 Millionen Kühe, 60 Millionen Hühner und 13 Millionen Bienenvölker. Außer den Hundeleben alle Tiere steuerfrei.

Sachbearbeiter Rudolf Heckmann, Amtmann in der Abteilung des Oberregierungsrates Walter Kübler, läßt sich auf keine Vergleiche ein. Er steht auf dem Standpunkt: „Es gibt zu viele Hunde, ihr Schmutz ist vor allem in Großstädten eine Plage.“ Und im gleichen Atemzug rechtfertigt er die 72 Mark Hundesteuer von Heidelberg so: „Heidelberg braucht Geld, weil es viel für die Besatzungsmacht ausgegeben hat.“

FADENSCHENIGE BEGRÜNDUNGEN

Die Begründungen für das Hundesteuergesetz wirken allerdings fadenscheinig, wenn Hundebesitzer zum Strafbuch greifen. Darin steht, trotz aller Abgaben werden Hundebesitzer nach Paragraph 366 Nummer 10 des Strafbuches bestraft, wenn ihr Tier Wege, Straßen, Plätze oder Flüsse verunreinigt;

nach Paragraph 367 Nummer 11 und nach der Straßenverkehrsordnung, wenn ihr Hund ohne Leine läuft, Passanten belästigt;

nach Paragraph 360 Nummer 11 des Strafbuches, wenn ihr Hund zu laut bellt;

nach Paragraph 23 des Bundesjagdgesetzes dürfen im Wald frei herumlaufende Hunde abgeschossen werden.

Nach Paragraph 833 haftet der Hundehalter für alle Schäden, die sein Hund anrichtet.

So viel ist im Gesetz über lebende Hunde gesagt. Tote Hunde werden vom Tierkörperbeseitigungsgesetz erfaßt. Es legt seit langem fest: Der Hundehalter ist verpflichtet, die Kosten für die Beseitigung eines toten Hundes selbst zu tragen.

DIE HUNDESTEUER BRINGT VIERZIG MILLIONEN MARK

Und so unterschiedlich kassieren die deutschen Städte ihre Hundesteuer

Baden-Baden		Berlin	
1. Hund	50 DM	1. Hund	72 DM
2. Hund	100 DM	2. Hund	72 DM
3. Hund	150 DM	3. Hund	72 DM

Bremen		Dortmund	
1. Hund	36 DM	1. Hund	30 DM
2. Hund	50 DM	2. Hund	60 DM
3. Hund	60 DM	3. Hund	70 DM

Düsseldorf		Essen	
1. Hund	50 DM	1. Hund	40 DM
2. Hund	60 DM	2. Hund	50 DM
3. Hund	70 DM	3. Hund	60 DM

Frankfurt		Freiburg	
1. Hund	60 DM	1. Hund	60 DM
2. Hund	70 DM	2. Hund	120 DM
3. Hund	80 DM	3. Hund	120 DM

Gelsenkirchen		Hamburg	
1. Hund	24 DM	1. Hund	60 DM
2. Hund	50 DM	2. Hund	120 DM
3. Hund	60 DM	3. Hund	240 DM

Hannover		Heidelberg	
1. Hund	36 DM	1. Hund	72 DM
2. Hund	50 DM	2. Hund	144 DM
3. Hund	60 DM	3. Hund	144 DM

Karlsruhe		Kassel	
1. Hund	60 DM	1. Hund	60 DM
2. Hund	120 DM	2. Hund	80 DM
3. Hund	120 DM	3. Hund	96 DM

Kiel		Köln	
1. Hund	40 DM	1. Hund	50 DM
2. Hund	50 DM	2. Hund	60 DM
3. Hund	60 DM	3. Hund	70 DM

Konstanz		Mannheim	
1. Hund	50 DM	1. Hund	72 DM
2. Hund	100 DM	2. Hund	144 DM
3. Hund	100 DM	3. Hund	216 DM

München		Oberhausen	
1. Hund	30 DM	1. Hund	32 DM
2. Hund	30 DM	2. Hund	50 DM
3. Hund	30 DM	3. Hund	60 DM

Pforzheim		Saarbrücken	
1. Hund	60 DM	1. Hund	34 DM
2. Hund	120 DM	2. Hund	68 DM
3. Hund	120 DM	3. Hund	132 DM

Starnberg		Stuttgart	
1. Hund	15 DM	1. Hund	60 DM
2. Hund	20 DM	2. Hund	60 DM
3. Hund	25 DM	3. Hund	60 DM

gen Hunde

Die Liebe zu Italienern wird hoch bezahlt

Daran erkennt man einen guten Schuh:

- Das Oberleder soll weich sein, der Faltenwurf fein und ohne Risse. Die Sohle des Schuhs muß sich biegen lassen, als sei sie so elastisch wie Gummi.
- Nähte und Ränder guter Schuhe sind sauber und gleichmäßig verarbeitet. Das Oberleder ist nicht gestückelt. Der Sohlenrand verläuft sehr gleichmäßig.
- Das Futter sollte aus Leder sein und farblich zum Schuh passen. Schlechte Schuhe haben schlechtes Futter. Die Beschaffenheit der oberen Kante des Schuhs läßt Rückschlüsse auf seine Qualität zu. Gute Schuhe haben häufig unsichtbare Kantennähte.

Italienische Damenschuhe sind modern. Jede siebte deutsche Frau geht auf Sohlen aus Italien. Weder die häufigen Absatzreparaturen noch die Bedenken der Ärzte gegen Stöckel konnten dieser Linie etwas anhaben. Die Vorliebe für „Italiener“ ist so beständig, daß die Händler es sich leisten können, Schuhe aus Florenz und Mailand zu Überpreisen zu verkaufen. Jetzt haben auch zwei deutsche Fabrikanten Betriebe in Italien übernommen. Damit ist das große Geschäft mit den italienischen Schuhen fest in deutscher Hand.

Der Wagen bremst. Die Tür fliegt auf. Grit Jordan steht hilflos auf dem Trittbrett. Der Schaffner zieht sie auf die Plattform zurück. Ihre Schuhe bleiben draußen hängen. Die Absätze haben sich tief in den Rost gebohrt.

Grit Jordan, 26 Jahre, Sekretärin, protestiert erfolglos gegen die technische Ausrüstung der Straßenbahn und verlangt 70 Mark Schadensersatz. Sie bekommt diese Antwort: Der Einstieg deutscher Straßenbahnen ist nicht für italienische Absätze konstruiert. Wir haften nicht! Grit Jordan und Millionen deutscher Frauen stören seit Sommer 1957 mit ihren dünnen Absätzen den Verkehr. Der „Bleistift“ unter dem Schuh hat einen Druck von etwa acht Zentnern. Er bleibt in den Rillen der Gehwege stecken, im Straßenteer, in den Schienen, in den Fußmatten der Warenhäuser. Pfennigabsätze stören den Postminister, weil sie den Boden seines Hauses ruinieren, und sie stören Luftfahrtgesellschaften, die um den Bodenbelag der Maschinen besorgt sind. Doch diese Warnungen können den Geschmack der Frauen nicht beeinflussen. Die deutschen Frauen stehen auf ihren „Italienern“.

DIE PRIVATE EINFUHR

Die spitzen Absätze stören nicht nur auf der Straße, sie stören auch den Absatz der deutschen Schuhindustrie. Die deutschen Fabrikanten haben nämlich inzwischen ausgerechnet: Im Sommer 1957 brachten zwei Millionen Urlauber Schuhe aus Italien nach Hause mit, und diese Einfuhr wiederholt sich in jeder Urlaubssaison. Allerdings kommen Schuhe nicht nur durch



private Einfuhr aus Italien über die Grenze. Der offizielle Import ist heute achtzehnmal so groß wie vor vier Jahren. Noch 1956 wurden in den zwölf Monaten 375000 Paar Schuhe über die Alpen geliefert. 1957 waren es 1,3 Millionen, 1958 2,9 Millionen und im vergangenen Jahr wurden sieben Millionen Paar Schuhe importiert.

GUTE EINKAUFSDINGUNGEN

Die deutschen Schuhhändler erkannten die Vorliebe für italienische Modelle schnell und schalteten sofort. Schon im Herbst 1957 nahmen sie Kontakt mit den 2000 italienischen Schuhfabrikanten und den mehr als 10000 Handwerker auf. Sie kauften alles, was ihnen südlich der Alpen geboten wurde und handelten sich selbst erhebliche Vorteile ein. Sie bekamen italienische Schuhe billiger als deutsche, und die Schuhfabrikanten des Südens schrieben ihnen keine Verkaufspreise vor. Sie garantierten sogar für die Städte, in denen die Importeure handelten, das alleinige Verkaufsrecht. Dadurch konnten die deutschen Händler die Verkaufspreise frei festsetzen — ohne Furcht vor einer Konkurrenz. Etwas umständlich, aber trotzdem deutlich, erklärte der Bundesverband des Deutschen Schuh-einzelhandels in Köln seinen Mitgliedern die Kalkulation italienischer Schuhe so:

„Während die meisten deutschen Fabrikanten für ihre Erzeugnisse den Verkaufspreis verbindlich vorschreiben, kann der Händler den importierten Schuh zu einem Preis anbieten, der sowohl der Nachfrage als auch seinen eigenen Vorstellungen von einer angemessenen Handelsspanne entspricht. Hierzu bietet gerade der italienische Schuh durch seine ansprechende Form und seinen international anerkannten Chic große Möglichkeiten, zumal der Händler unschwer durch Werbung die ohnehin vorhandene Vorliebe des deutschen Verbrauchers für ausländische Erzeugnisse aktivieren kann!“ Die Händler aktivieren.

ZWEI KALKULATIONEN

Die deutschen Schuhfabrikanten schreiben den Händlern für deutsche Schuhe Richtpreise vor. Sie halten eine Handelsspanne von 32 bis 34 Prozent für durchaus angemessen. Die italienischen Schuhe dagegen werden so kalkuliert:

20 Mark Einkaufspreis und 20 Prozent Zoll macht 24 Mark, dazu 60 Prozent Handelsspanne in Durchschnittsmonaten. Bei starker Nachfrage kostet der Schuh sofort 49,50 Mark, also über 100 Prozent mehr als im Einkauf.

Jeder dritte italienische Pumps mit hohem Absatz wird heute wenigstens für 49,50 Mark verkauft. Der Einkaufspreis liegt aber unter 30 Mark. Die Schuhhändler begründen die hohe Kalkulation bei den Italienern mit dem großen Risiko, das sie bei Importen eingehen: „Die kleinen und mittleren italienischen Lieferanten übernehmen für ihre Schuhe keine Garantien. Fehlerhafte Schuhe müssen wir dem Kunden ersetzen. Außerdem können modische Pumps aus dem Süden nur eine Saison lang angeboten werden.“

SCHUHMACHER KAMEN ZU UNS

Der Vertreter deutscher Schuhe, Gustav Musor, Augsburg, sagt dazu: „Das Risiko ist heute für alle Modelle gleich groß. Auch die deutschen Fabrikanten gleichen ihre Produktion der jeweiligen Linie an. Sie hätten sonst keine Chancen. Unsere Frauen gehen eben alle mit der Mode.“ Fest steht, daß von den 13000 Schuhhändlern rund 5000 ihre „Italiener“ über Einkaufsvereinigungen beziehen. Diese organisierten Händler übertragen ihren Genossenschaften das Risiko. Vor zwei Jahren versuchten Deutschlands Schuhhersteller eine Regulierung der Preise zu erreichen. Sie fürchten nämlich: Wenn die deutschen Frauen zu viel Geld für italienische Schuhe bezahlen müssen, kaufen sie weniger deutsche Schuhe. Sie holten italienische Schuhmacher nach Deutschland, um bei uns den italienischen Chic zu kopieren. Das Experiment mißlang. Die leichten italienischen Entwürfe wurden im deutschen Produktionsgang grob und schwerfällig. Italiens Handelskammer in München hat dafür folgende Erklärung: „Unsere Schuh-Modelleure haben ein absolut sicheres Gefühl für Chic und Form, und unsere italienischen Schuhmacher können die Entwürfe mit einer unübertroffenen handwerklichen Fertigkeit in die Praxis übertragen.“

DER NEUE WEG

Erwin Bletzinger, Schuhhändler in Stuttgart und Vorstandsmitglied des Deutschen Schuheinzel-

handelsverbandes, bestätigt ebenfalls: „Die italienischen Schuhe sind schicker als die deutschen, weil den deutschen der letzte Pfiff fehlt.“ Die Fabrikanten haben über vier Jahre lang zugehört, wie der Import aus Italien sich von Jahr zu Jahr verdoppelt und die Umsätze des Handels kletterten, der eigene Absatz aber gleich blieb. Alle Bemühungen, durch günstige Kalkulationen der deutschen Schuhe, gegen die italienischen anzukommen, waren erfolglos. Die Kunden können Preise nicht beurteilen. Sie wissen nicht, daß ihnen für 39,50 Mark zum Teil schlecht verarbeitete italienische Schuhe angeboten werden, die in den Badeorten an der Adria als Ramsch auf der Straße verkauft werden,

daß erst teure italienische Schuhe gut gearbeitet sind, die in Deutschland über fünfzig Mark kosten, daß die großen, eingedruckten Firmenzeichen in den italienischen Schuhen von kleinen Schuhmachern stammen können.

Daß der Preis kein Beweis für Qualität eines italienischen Schuhs ist, liegt nicht an den Herstellern, sondern am deutschen Verkäufer.

Die beiden größten deutschen Schuhfabriken, Salamander in Kornwestheim und Wessels in Augsburg, haben nun italienische Fabriken aufgekauft. Sie sicherten den Modelleuren zu, nicht in die Produktion hineinzureden und kein deutsches Personal zu schicken, um die Linie der Modelle nicht zu beeinflussen.

Sie haben endlich die Möglichkeit, deutsche und italienische Schuhpreise der Qualität entsprechend aufeinander abzustimmen. Dazu Schuhvertreter Musor: „Ich meine, daß etwa fünfzig Prozent Handelsspanne für unsere italienischen Schuhe ausreichen.“

Würde er recht behalten, könnte Grit Jordan aus Stuttgart bald ihre im Trittbrett der Straßebahn zerschundenen „Italiener“ billiger ersetzen. Aber sie kann wahrscheinlich auch im nächsten Sommer nicht vom Preis auf die Qualität schließen. Seitdem Teile der italienischen Produktion fest in deutscher Hand sind, wird nun bereits von den Herstellern angekündigt: Preise für Schuhe werden bis zu sechs Prozent steigen. Deutsche und „Italiener“ werden im Herbst teurer.



ZIMMERMANN

Waschautomat als Waschbüfett mit unabhängiger automatisch gebremster Wäscheschleuder



für Wechselstrom fahrbar – kein Festanschluß

DUO – ZETOMATIC



Neuheiten

Ein neues Tischgerät moderner Menschen

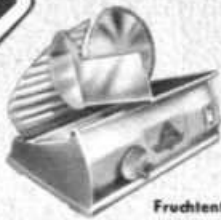
ZETOMIX

der praktische handliche elegante Elektro-Tisch-Mixer



Das weitere Programm

Allesschneider



Fruchtsaftler



Waschautomat ZETOMATIC



Wäscheschleudern für 3 und 4 kg Trockenwüsch

Bitte verlangen Sie unseren Sammelprospekt SPE



Messerschleifer



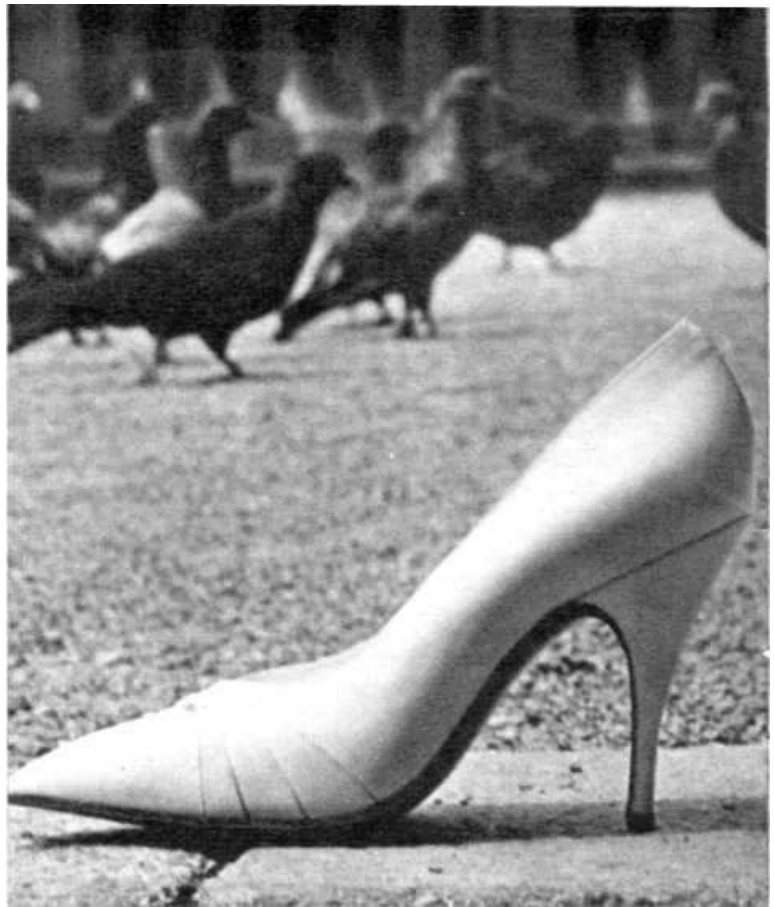
Kaffeemühle

INTUS Z3



OMEGA

RICHARD ZIMMERMANN K.G.
DENKENDORF BEI STUTTGART
Verkauf durch den guten Fachhandel



Der italienische Schuh, weißes Boxcalf, Chromziegenlederfutter, Marke „Milano“, Preis 39,80 Mark, gekauft bei der Firma „Milano-Schuhe“ in München, Dachauer Straße 7.

Diese zwei Paar Schuhe sind getestet worden. In unserem Auftrag führte das „Prüf- und Forschungsinstitut für die Schuhherstellung“ in Pirmasens die Untersuchung durch. In einem abschließenden Bericht wurden die deutschen und italienischen Schuhe gegenübergestellt und in neun Punkten miteinander verglichen. Hier ist das Ergebnis:

OBERLEDER: Der deutsche Schuh ist im Oberleder weicher im Griff als der italienische, aber etwas schwächer. Er ist verstärkt worden, und er hat darum nicht das glatte Gesicht wie der Italiener. Der Narben — die oberste Schicht der Lederhaut — des deutschen Fabrikats ist geschliffen, der Narben des Italieners nicht, bei ihm besteht eher die Gefahr des Narbenplatzens. Im Prüfgerät wurden die Oberleder — wie beim Laufen — strapaziert. Ergebnis: Nach 50000 Biegungen hatten die Leder beider Schuhe feine Risse. Beide Schuhe dürfen nicht mit Terpentin Schuhpflegemittel geputzt werden, sonst bekommen sie Flecken.

FUTTER: Das Futterleder des italienischen Schuhs ist wertvoller als das des deutschen Fabrikats. Beim Tragen kaum ein Unterschied.

MODELLGESTALTUNG DES SCHAFTES: Das deutsche Modell ist schlichter, aber zuverlässiger. Der italienische Schuh ist modisch eleganter, hat aber den Nachteil, daß die Naht der eingesetzten Blatteile direkt in der Gehfalte liegt und aufplatzen kann.

LAUFSOHLE: Die Laufsohle des deutschen Schuhs ist stärker ausgewaschen als die des italienischen, sie nimmt darum leichter Wasser auf als die italienische Sohle. Aber die Gefahr, daß Gerbstoffe aus der Sohle in das Oberleder ziehen und Flecken bilden ist dafür bei den Italienern größer. Das Prüfungsergebnis: nach 24 Stunden hatten die deutschen Sohlen 67,7 Prozent Wasser aufgenommen, die italienischen 45 Prozent. — Die Sohlen liefen über 40 Meter Reibfläche, danach waren die italienischen Sohlen um rund 20 Prozent stärker abgenutzt als die deutschen.

SCHUHE

IM EXAMEN



Der deutsche Schuh, weißes Boxcalf, Schaflederfutter, Marke „Matheis“, Preis 37,50 Mark, ist bei der Firma „Schuh-Walz“ in Stuttgart, Marienstraße 34, gekauft worden.

BRAND- UND DECKSOHLE: Die deutsche Brandsohle ist aus Lederfaserwerkstoff, die italienische aus Chromspaltlederfasermaterial. Die italienische ist beweglicher und saugt besser Schweiß auf. Beide Schuhe haben eine Decksohle aus Ziegenleder.

HINTERKAPPE: Die deutsche Kappe ist aus Lederfaserwerkstoff, hat einen guten Sprung, gleichmäßige Qualität und ist beweglich. Die italienische Kappe ist aus Kuhleder, spröde in der Struktur und kann sich bei Feuchtigkeitseinfluß leicht verformen. Der Pflanzenklebstoff, mit dem die italienische Kappe eingeklebt ist, macht sie hart.

VORDERKAPPE: Beide Schuhe haben Kunstharzkappen mit Stoffeinlagen, es besteht aber ein wesentlicher Unterschied: Die deutsche Kappe ist stärker und darum formfester, ohne steif zu sein.

ABSATZ: Der deutsche Absatz ist aus Kunststoff und hat im Inneren eine Metallhülse. Er brach bei einem Druck von 173 Kilo. Der italienische Absatz ist ebenfalls aus Kunststoff, hat einen Holzkern, ein Leichtmetallunterteil und brach bei einem Druck von 125 Kilo.

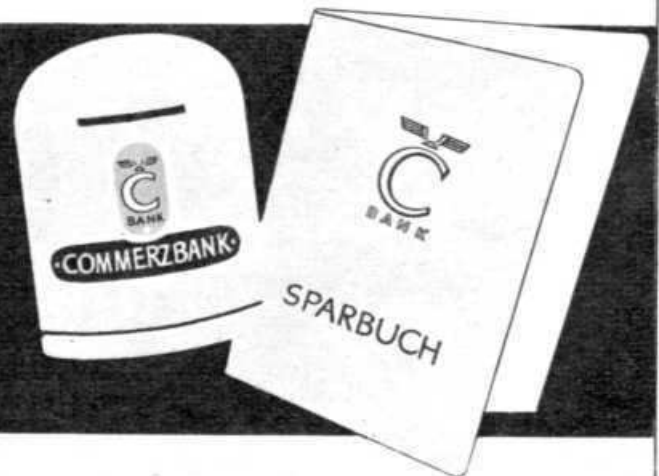
ABSATZLAUFFLECK: Der deutsche „Fleck“ ist aus Kunststoff und sitzt auf einem Metallstift, der in die Absatzhülse hineingeschoben wird. Bei der Reparatur kann der Absatz also nicht beschädigt werden. Der Kunststoff-Fleck des italienischen Schuhs ist mit drei Stiften geheftet, das Material ist weich und nutzt beim Gehen wahrscheinlich schneller ab als der deutsche.

Das Institut urteilte: Zwischen beiden Fabrikaten bestehen keine schwerwiegenden Unterschiede. Die Materialien beim deutschen Schuh sind im allgemeinen besser zu bewerten als beim italienischen, mit Ausnahme des Oberleders, wo geringe Abweichungen zugunsten des italienischen Schuhs bestehen. Die Verarbeitung ist bei beiden Schuhen einwandfrei und gab keinen Anlaß zu Beanstandungen. Der italienische Schuh ist eleganter als der deutsche, hat aber den Nachteil: Die Blatteinsatzteile beim Tragen lösen sich eventuell.



**Sparen macht frei
und unabhängig!**

**Wer mehr im Leben gelten will,
spart beizeiten.**



**Besuchen Sie uns. Wir beraten Sie
in allen Fragen der Geldanlage.**

COMMERZBANK
AKTIENGESELLSCHAFT

FILIALE STUTTGART
KÖNIGSTRASSE 11-15

Wuthenaus teurer Fernsehkommentar: „Dieser Mantel hat breite eckige Schultern, angestückelten Pelz, er ist unkleidsam und altmodisch.“



Das Fernsehen soll 100000 Mark sieben

Die wahrscheinlich teuerste Sendung des Bayerischen Fernsehens dauerte ganze zehn Minuten. Für 13 Worte soll der Sender München jetzt 100000 Mark zahlen. Grund: Sprecherin Marie Antoinette von Wuthenau hielt das Reklamefoto eines Mantels der Firma Marsian vor die Kamera und stellte fest: Altmodisch und unkleidsam. Die Mantelfabrik Maris, Neumünster, machte daraufhin dem Fernsehen den Prozeß. Sie ist der Meinung, daß niemand das Recht besitzt, ihre Ware in der Öffentlichkeit zu kritisieren.

Fräulein von Wuthenau ist eine begabte Person. Sie versteht viel von Mode. Ihre Kommentare vor Bayerns Fernsehkameras waren beliebt. Die Zuschauerinnen bestätigten, die Wuthenau erklärt verständlich, urteilt gut — verurteilt gerecht.

Am 12. September 1958 um 18.55 Uhr passierte das Malheur mit Maris, das Fernsehdirektor Clemens Münster zunächst einen harmlosen Lapsus nannte, den aber Kleiderfabrikant Hermann Marsian als schwere Geschäftsschädigung empfand.

„Also, es war so“, erklärte beim Lokaltermin im Fernsehstudio Marie Antoinette von Wuthenau. „Ich sitze wie jetzt auf der Tischkante. Neben mir liegt ein Stoß französischer und deutscher Modejournale. Ich zeige die neuen Modelle aus Paris und dann den Maris-Mantel aus Deutschland. Ich halte das Constanze-Sonderheft für Frühjahrsmoden in der Hand. Die Kamera II zielt von hinten auf das Maris-Foto. In dem Augenblick erscheint auch das Wort ‚Maris‘ auf dem Bildschirm. Es war nicht beabsichtigt. Ich sage sinngemäß: ‚Dieser deutsche Mantel aus Holstein erreicht bei weitem nicht den Schick Pariser Modelle.“

ES GIBT ZWEIERLEI GESETZE

Die Holsteiner Kleiderfabrik bekam die Folgen der Wuthenau-Kritik sofort zu spüren. Protest-Briefe gingen ein und Verkaufsschwierigkeiten wurden gemeldet. Die Firma in Neumünster schickte ein gehar-

für Worte zahlen



nisches Schreiben an das Bayerische Fernsehen. Als Clemens Münster in seinem edlen Freimänner Büro den eingeschriebenen Brief aus Neumünster studiert hatte, bemühte er sich um eine geziemende Entschuldigung. Er zeigte Verständnis für den Unmut der Norddeutschen. Durch Fräulein von Wuthenau sei der Tatbestand „Reklame im Programm“ erfüllt worden. Aber inzwischen lagen in Holstein die Abrechnungen aus Bayern vor. Bilanz: Umsatzrückgang um 28 Prozent, das macht 400000 Mark und eine Gewinneinbuße von 100000 Mark. Für die Flaute in Bayern blieb nur eine Erklärung: Die Fernsehkritik. Maris beauftragte ihren Rechtsanwalt Dr. Adolf Schertl, München, die Schadenforderung beim Fernsehen einzutreiben. Für Fernsehdirektor Münster war der Happen aus zwei Gründen zu groß.

1. Er wollte sich nicht von einem Mantelschneider den Maulkorb anlegen lassen.
2. Er hatte Angst vor seinem Rechnungshof, stillschweigend 100000 Mark Schadenersatz zu leisten.

Er schickte seinen Syndikus Otto Heinrich Leiling zum Gegenangriff vor. Und der verkündete bajuwarisch hart: „Und wenn wir bis zum Bundesgericht gehen müssen, es ist unser Recht zu kritisieren.“

Die Fronten formierten sich am 3. Oktober 1960 vor dem Münchener Landgericht I. Auf der einen Seite zeigte Mantelanwalt Dr. Schertl auf den Absatz 1 vom Paragraph 823 im Bürgerlichen Gesetzbuch: Wer vorsätzlich Eigentum verletzt, muß zahlen. Auf der anderen schwenkte Syndikus Leiling den Artikel V des Grundgesetzes: Jeder hat das Recht, seine Meinung frei zu äußern. Beide hatten das Gesetz auf ihrer Seite. Der bayerische Landgerichtsdirektor Dr. Schmid ergriff klar für Holstein Partei. Er unterschied zwischen Kritik an Einzelpersonen und Kritik an einer Gruppe. Richter Schmid: „Es war nicht notwendig, den Namen Maris zu zeigen. Wenn Fräulein von Wuthenau den

Namen mit der Hand abgedeckt hätte, dann wäre nach allgemeiner Erfahrung die gezielte negative Kritik nur einem verhältnismäßig geringen Kreis interessierter Zuschauer aufgefallen ... Die Klage ist gerechtfertigt. Der Eingriff (des Fernsehens) war rechtswidrig und schuldhaft.“ Die Bayern sollten zahlen.

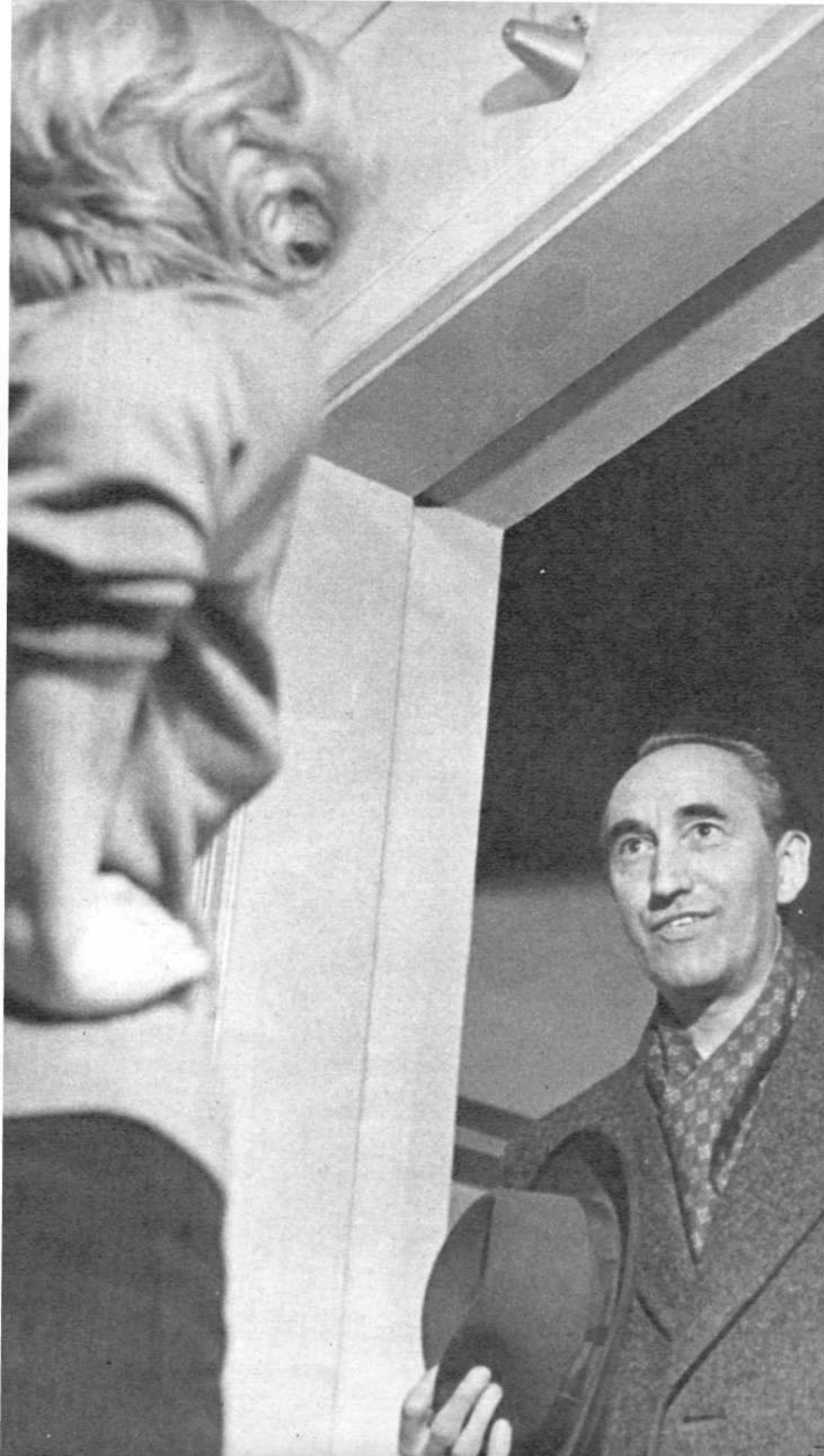
Rechtsanwalt Dr. Schertl erläutert heute das Urteil: Man darf einen Schriftsteller beim Namen nennen und gleichzeitig auf der Mattscheibe versichern, sein letztes Buch sei schlecht. Mantelhersteller oder Schmuckfabrikanten dagegen schützt das Gesetz vor einer negativen Beurteilung in der Öffentlichkeit. Und für „seinen“ speziellen Fall folgert Anwalt Schertl: „Wenn öffentliche Kritik der Firma Maris schadet, können dadurch auch die 1200 Angestellten des Unternehmens geschädigt werden. Selbst wenn der bewußte Mantel so schlecht gewesen wäre, wie ihn Fräulein von Wuthenau gemacht hat, hätte das Bayerische Fernsehen abwägen müssen, welche Interessen wichtiger sind: Die der Firma Maris oder die der Mantelkäufer.“

HYSTERIE IM FERNSEHSTUDIO

Das heikle Problem, ob der Schutz der Fabrikanten wichtiger ist als Käuferberatung, wurde inzwischen zum zweitenmal, und zwar vom Münchener Oberlandesgericht, untersucht. Die höhere Instanz bestätigte Richter Schmidts Urteilspruch im vollen Umfang. Was der Fernsehdirektion den Mut nahm, beim Bundesgerichtshof eine grundsätzliche Entscheidung zu erbitten. München-Freimann verzichtet auf eine Revision. Damit hat die Firma Marsian alle Aussicht, sich die hunderttausend Mark Schadenersatz für den „Lapsus“ bei einer wie der bayerische Oberlandesrichter sagte, „zu schlecht vorbereiteten Sendung“, zu verdienen.

Die Folgen des Streites um die negative Werbung umschreibt Fernsehchefredakteur, Robert E. Lembke: „Ich möchte das Bestreben, keine Schleichwerbung zu machen, bei uns längst als eine Hysterie bezeichnen.“

Der neueste Vertretertrick ist die



Die meisten Vertreter arbeiten heute in der Pfalz und im Saarland. An jeder zweiten Tür klingelten sie innerhalb von vierzehn Tagen. In Bayern wurden von hundert Haushalten in der gleichen Zeit 42 besucht. Die wenigsten Vertreterbesuche wurden in Hamburg festgestellt. Hier tauchten sie nur an 30 Prozent aller Türen auf

Ehrlichkeit

Die Wahrheit verkauft sich gut. Das behaupten die Lehrer der Vertreter-Schule in Mangfalltal, Oberbayern. Sie erzählen ihren Schülern: „Wer ehrlich seine Waren an der Haustür anbietet, kann sie besser los werden. In München probierten sechs Teilnehmer des Unterrichtes diese „neue“ Methode in der Praxis aus. Sie hatten Erfolg. DM-Reporter haben sie beobachtet.

Zum dritten Male fährt der Daumen über die Klingel. Die Tür springt auf — um Zentimeter. Das Gesicht einer Frau erscheint. Roland Ziegler, 25 Jahre, ehemaliger Chemiker, verbeugt sich: „Was, Frau Imin, ist Ihre schwerste Arbeit?“ Die Frau mustert den Mann auf der Matte. Er hat blonde Haare, ein rundes Gesicht. Die Stirn ist faltig. Unter dem Kinn kringelt sich ein zweites.

„Das geht sie überhaupt nichts an!“ — Der Kopf verschwindet, die Tür knallt zu.

161mal klingelten die Vertreter der Schule im Mangfalltal bei ihrem Versuch an Münchener Wohnungstüren. Fünf Männer und eine Frau stiegen einen Tag lang über 3230 Stufen von Mietshäusern; die Wahrheit auf den Lippen, einen Katalog für Waschmaschinen in der Hand. Ihre Erfahrungen: 57mal wurde die Tür überhaupt nicht geöffnet. 12mal flog sie sofort wieder zu. 20mal durften sie ihren Automaten vorführen. Fünf Kaufverträge wurden abgeschlossen, ein Kaufversprechen notiert.

Zur gleichen Zeit, als die sechs ihre ehrliche Methode ausprobierten, erkundeten Meinungsforscher aus Allensbach die Chancen der 30 000 Direktverkäufer in der Bundesrepublik. Sie kamen zu dem Resultat:

- Bei jedem dritten Bürger klingelt in zwei Wochen mindestens ein Vertreter.
- Von hundert Familien kaufen 80 nichts.
- Reinigungsmittel und Haushaltsartikel gehen am besten auf dem Dorf. Jeder dritte kauft.

Elektrische Geräte — Staubsauger. Kaffeemaschinen und Waschautomaten — sind besonders schwer zu verkaufen. Bei 100 Besuchen kommt es zu nicht mehr als einem Abschluß.

KUNDEN MÜSSEN KRITISCH BLEIBEN

Die „ehrlichen“ Vertreter der Mangfalltalschule schnitten dagegen besser ab. Sie räumten bei hundert Besuchen viermal das Mißtrauen beiseite, das ist beim Absatz von Waschmaschinen ein Rekord. Und ihre Lehrer sind nach dem Ergebnis fest davon überzeugt, daß bald die alten Vertreter-Tricks nicht mehr ziehen werden. Sie können aber auf die Dauer nur recht behalten, daß Ehrlichkeit zu besseren Umsätzen führt, wenn auch die Kunden kritisch bleiben.

Die Lehrer aus dem Mangfalltal arbeiten nach diesem Prinzip: Jeder Vertreter bekommt einen klaren Verkaufsspruch, der zu seinem Typ paßt. Und mit diesem Satz beginnen die Verkäufer an jeder Tür ihr Gespräch. (Fotos rechts)

Der erfolgreichste Vertreter bei dem Münchener Versuch, Ingenieur a. D. Ludwig Jungkies, sagte zwölfmal: „Sie werden sicher lachen, aber ich möchte Ihnen eine Waschmaschine verkaufen.“ Niemand warf bei ihm die Türe zu ...



Gerd Schwalbe, 47 Jahre, ehemaliger Opersänger, lernte in der Schule diesen Spruch: „GutenTag, gnädige Frau, ich bin Ihr Wäschefachberater! Erlauben Sie, daß ich eintrete?“ **Sein Ergebnis:** Zwölfmal geklingelt, zehn Verkaufsgespräche, zwei Vorführungen kein Verkauf.



Peter Born, 37 Jahre, ehemaliger Filmkaufmann, fängt so an: „Interessiert sich Ihr Mann für den Haushalt?“ **Sein Ergebnis:** 37mal geklingelt, achtmal hat man ihm nicht geöffnet, sechsmal wurde die Türe zugeschlagen, 23 Gespräche, vier Vorführungen, ein Vertragsabschluß.



Caria Seith, 40 Jahre, Hausfrau, versucht es mit dieser Frage: „Hätten Sie einen Moment Zeit? ich möchte mich mit Ihnen über Ihren Haushalt unterhalten.“ **Ihr Ergebnis:** 31mal geklingelt, 14mal ohne Erfolg, 13 Gespräche, drei Vorführungen vereinbart, ein Vertragsabschluß.



Siegfried Krull, 29 Jahre, ehemaliger Schiffselektriker, überrascht die Kunden mit diesem Satz aus der Vertreterschule: „Wieviel Vertreter waren heute schon da?“ **Sein Ergebnis:** 41mal geklingelt, 26 Gespräche geführt, vier Vorführungen vereinbart, ein Vertragsabschluß.



Roland Ziegler, 25 Jahre, ehemaliger Textilchemiker, probiert es mit diesem Anfang: „Was ist Ihre schwerste Arbeit?“ **Sein Ergebnis:** 25mal geklingelt, siebenmal wurde nicht geöffnet, viermal wurde die Türe wieder zugeschlagen, 14 Gespräche aber kein Vertragsabschluß.



Ludwig Jungkies, 29 Jahre, ehemaliger Textilingenieur, strahlt: „Sie werden lachen, gnädige Frau, aber ich will Ihnen eine Waschmaschine verkaufen.“ **Sein Ergebnis:** 15mal geklingelt, dreimal nicht geöffnet, zwölf Gespräche, vier Vorführungen, ein Vertragsabschluß.

116 Menschen haben im letzten Jahr je 500000 Mark gewonnen. Ihre Sorge ist...



**Wohin
mit
dem**

Zehn Millionen Menschen — jeder Fünfte — träumen In Westdeutschland vom Geld. Die Meinungsforscher sagen: Nichts beschäftigt die Phantasie so sehr wie Geld; nicht der Beruf, nicht die Familie; weder Krankheiten noch Kriege. Wegen der Politik zerbricht sich nicht einmal jeder zwanzigste den Kopf.

Das Thema Geld spukt in vielen Köpfen, und Millionen Teenager und Greise, Arme und Reiche, Männer und Frauen bekennen sich Woche für Woche offen zu ihrer größten Leidenschaft: in 52 Wochen des Jahres hellwach Kreuze malen. Auch sie träumen. Ihr Traum heißt Lotto, und die Pointe dieses Traumes ist: mit einem Schlag 500000 Mark gewinnen.

Millionen träumen vom Glück. Sind wir darum ein Volk von Träumern? Oder ein Volk von Spielern?

20 Millionen Mark werden alle acht Tage für den Lotto-Traum ausgegeben. Das ist am Stück, selbst für einen Millionär, eine runde Summe. Aufgeschnitten, das heißt durch acht Millionen Wettscheine geteilt, bleiben 2,50 Mark.

Für 2,50 Mark kann man auch ins Kino gehen. Achte bis zwölfte Reihe. Der Traum dauert dann — abzüglich Wochenschau, Zigaretten-Trickfilm und Eispause — 90 Minuten. Das Lotto garantiert schon für 1,10 Mark eine Woche Träumerei. Auf einen Hauptgewinn sollte man nicht spekulieren. Im vergangenen Jahr sind nur 116 Wettscheine von 416 Millionen mit dem Hauptgewinn ausgezeichnet worden. 116 haben 500000 Mark gewonnen. So groß die Zahl 500000 ist, so klein ist 116. Man sieht es geradezu schrumpfen, wenn man 416000000 daneben schreibt. 415999884 Tippzettel haben nämlich nicht 500000 Mark gewonnen. Aber die Maler der Kreuze auf den 415999884 Scheinen, die ohne Hauptgewinn blieben, hatten auch Glück: Sie dürfen weiterträumen.

Die 116 Pechvögel haben verspielt. Wer die halbe Million bekommen hat, kann nie mehr vom großen Glück träumen. Wer 500000 Mark gewinnt, hat keine Zeit und keine Lust mehr zum Träumen. Hauptgewinner müssen höllisch aufpassen, auf die Freunde, auf das Geld und auf sich selbst. Denn eine halbe Million kann so schnell wie ein schlichter Fünziger zwischen den Fingern zerrinnen. Statt zu träumen, müssen Glückspilze grübeln.

1956 hatten die Meinungsforscher schon ermittelt, daß von 1500 Glücklichen, die mehr als 5000 Mark gewonnen hatten, nach zwei Jahren nur 900 noch einen Pfennig besaßen. Die übrigen hatten ihr Geld verjubelt. Das ist nicht die schlechteste Art, sein Geld unter die Leute zu bringen. Ein gewissenhafter Mann freilich, ein Bankfachmann etwa, verabscheut diese „Geldanlage“. Wolfgang Sanner ist ein Bankfachmann. Er rechnet darum den Tippem vor, wie man richtig mit 500000 Mark „fertig“ wird. Das sind seine Richtlinien für künftige Träume der Wetter:

60000 Mark darf man „verjubeln“. Wofür? Jeder zweite wünscht sich ein neues Radio Bücher, ein Auto. Jeder zwanzigste ist scharf auf Alkohol oder Reisen.

180000 Mark soll man in festverzinslichen Wertpapieren anlegen. In zwölf Jahren, bei einem jährlichen Zinssatz von sechs Prozent, hat sich der Wert je 100-Mark-Anteil bei Pfandbriefen, Kommunalobligationen und Industrieanleihen verdoppelt. 180000 Mark werden in Zinshäuser gesteckt.

80000 Mark werden in Aktien angelegt. Man sollte sich allerdings auf Wachstumsaktien beschränken; das sind Aktien, deren Wert langsam, aber sicher steigt.

Wer so wirtschaftet, hat auch im hohen Alter noch was vom großen Glück. Leider ist das Wirtschaften bei diesem Traumgewinn nur das halbe Problem. Bankfachmann Wolfgang Sanner weiß zwar, wie man 500000 Mark günstig anlegt, er weiß aber keinen Weg, wie man die halbe Million leicht gewinnen kann. Dafür hat der studierte Mathematiker Dr. Barow nachgerechnet, wie die Chancen stehen. Seine Erkenntnis ist für alle Tipper ernüchternd. Für das große Glück braucht man ziemlich viel Zeit.

Geld?



Nach der Wahrscheinlichkeitsrechnung, die Dr. Barow aufgestellt hat, sind die Gewinnaussichten im deutschen Zahlenlotto bei einem Tip im ersten Rang 0,0000000715. Auf dieser Zeichnung ist die Theorie des mißtrauischen Mathematikers in die traurige Praxis umgesetzt

1. RANG: Es wären eingezahlt worden 6 991 166 Mark

Der NEANDERTALER hätte anfangen müssen; nach 268891 Jahren hätten seine Nachfahren gewonnen.

2. RANG : Es wären eingezahlt worden 27 092 Mark

HEINRICH I. hätte vor 1042 Jahren beginnen müssen, dann hätte die Familie bis jetzt bestimmt gewonnen.

3. RANG: Es wären eingezahlt worden 494 Mark

HEIDI BRÜHL, 19 Jahre alt, hätte gewonnen, wenn sie jede Woche vom Tag ihrer Geburt an gespielt hätte.

4. RANG : Es wären eingezahlt worden 27 Mark

PRINZ ANDREW, jüngster Sohn der britischen Königin, hätte 54 Wochen nach der Taufe Glück haben können.

Theorie

- „Zahlenlotto ist eine pestartige Seuche“ (Friedrich Karl Freiherr von Moser, Staatskanzler in Hessen-Darmstadt, gestorben 1798)
- „Die Vision der Halbmillionenge-

winne beim Lotto legt einen zähen Nebel über Gemüter und Hirne.“ (Dr. h. c. Möller, Generaldirektor der Karlsruher Lebensversicherung, Mitglied des Landtags in Stuttgart)

Praxis

- Im letzten Jahr setzte das Lotto 1094 Millionen Mark um.
- Im Jahre 1919 nahm das Deutsche Reich aus der staatlichen Lotterie über 74 Millionen Goldmark ein.

Vierzig Jahre später, im Jahr 1959, wurden von allen Ländern der Bundesrepublik zusammen mehr als 206 Millionen Mark als Lotto- und Lotteriesteuern einkassiert.

DIE HELDEN HABEN ANGST



Stars sind keine Aktien — sie haben trotzdem ihren Kurswert. Jeder Tag kann für sie eine Hausse oder eine Baisse bringen, ein Hoch oder Tief. Das Publikum entscheidet über den Ruhm, der Ruhm diktiert die Gagen, und die Gagen machen einen Star. Darum leben Stars gefährlich.

Die Abrechnungen der Filmproduktionen, Schallplattenkonzerne, Fernsehstationen und Tourneemanager beweisen: Bei uns werden heute die attraktivsten Gagen Europas gezahlt. Aber Sängern, Schauspielern, Musikern und Boxern sitzt trotzdem die Existenzangst im Nacken. Die Gründe:

Die deutschen Finanzämter sind unerbittlich. Sie verlangen die höchsten Steuern auf dem europäischen Festland. Stars, die 250000 Mark im Jahr kassieren, müssen 48,48 Prozent ans Finanzamt abführen. Das sind genau 121 197 Mark. Bei einem Jahreseinkommen von 500000 Mark verlangt die Steuer 50,74 Prozent. Es bleiben 246292 Mark. Die Abzüge machen also 253708 Mark aus. Das Publikum ist launisch. Nicht länger als fünf Jahre blieben — bis auf Ausnahmen — die Großen des Nachkriegsfilms „im Geschäft“. Nicht länger als sieben Jahre sind Schlagerstars erfolgreich.

Die Prominenten des deutschen Schauspielgeschäftes haben daraus gelernt. Sie fliehen vor dem Finanzamt ins Ausland. Sie zahlen ihre Steuern in der Schweiz, in Liechtenstein, und sind darauf bedacht, die Vorteile, die ihnen die kleinen Länder bieten, als Absicherung für die Zukunft anzulegen. Die Praxis:

Die Schweiz verlangt von 500000 Mark Gage nur knapp 30 Prozent. In Lugano macht die Steuer genau 107208 Mark aus und 40000 Mark eidgenössische Wehrsteuer. Stars, die im Tessin eine halbe Million versteuern müssen, verdienen also bei der Steuererklärung 106500 Mark.

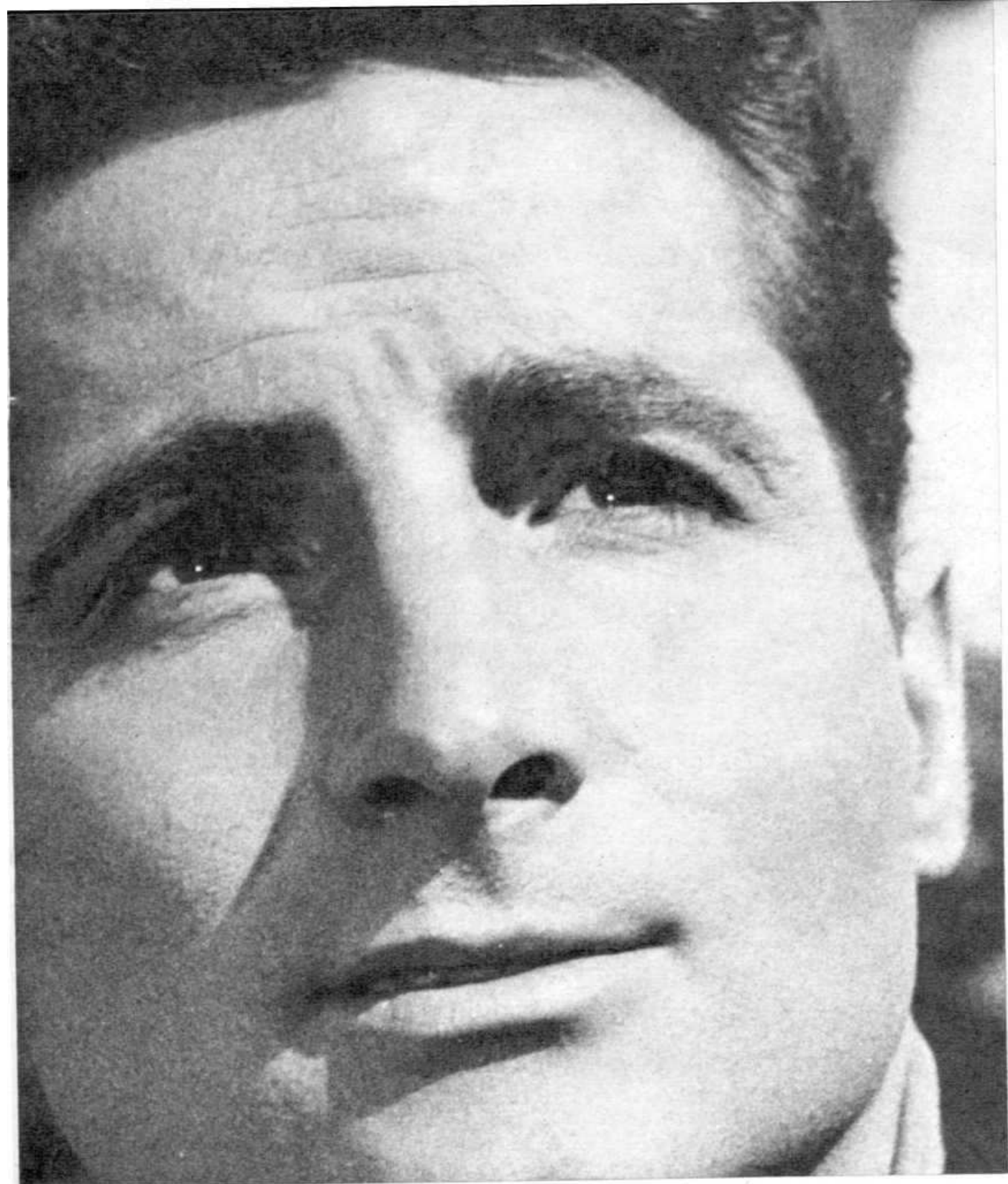
Liechtenstein ist bei einer Einnahme von 250000 Mark mit 31 500 Mark zufrieden. Das sind 89697 Mark weniger als die deutschen Steuern ausmachen.

Allerdings verlangen die Behörden im Steuerparadies von Einwanderern Einkommengarantien. Wer die nicht geben kann, bleibt im Lande und legt sein Geld „solide“ an. Sänger, Filmsternchen, Artisten, zu deren Lebensauffassung es scheinbar gehört, unbürgerlich zu sein, fühlen sich erst sicher mit einer bürgerlichen Existenz. Sie haben kein Vertrauen zu sich selbst, zum Beifall, zu ihrer Branche und kaufen Hühnerfarmen, Wäschereien, Tankstellen, Pensionen. Der nüchterne Geschäftsbericht einer Bratküche, die Gewinn abwirft, klingt zwar nicht romantisch, ist aber beruhigender als die bisher übliche Versorgung:

- 60 Künstler werden allein in Berlin mit 25 bis 100 Mark unterstützt.
- Der Ehrensold für die ehemaligen Stars Michael Bohnen und Aribert Wäscher beträgt 200 Mark im Monat.

Für sie interessiert sich niemand, denn an Elendsgeschichten vergessener Stars findet das Publikum längst keinen Gefallen mehr. Im Gegenteil, es gibt inzwischen genügend Beweise dafür, daß die Zuneigung der Fans erst richtig fest blieb, wenn die bürgerliche Existenz ihrer Idole gesichert war. Konsequenz:

Stars müssen Geschäfte machen



Freddy Quinn, Spezialist für Heimwehlieder, hat wahrscheinlich die größten Einnahmen unter Europas Schlagersängern. Man schätzt, daß Freddy heute 12 bis 15 Prozent vom Großhandelspreis jeder Schallplatte kassiert, die mit seinen Liedern verkauft wird. Das machte bisher ungefähr 1,6 Millionen Mark aus. Nach der Gegenstopliste des Films bekommt er pro Rolle 100000 Mark. Zusammen mit Gastspielen werden Freddys Einnahmen auf zwei Millionen geschätzt. Die Steuer wird 50 Prozent davon gefordert haben. Freddy ist also in doppeltem Sinne „Schlagermillionär“. Trotzdem bewohnt er eine Mietwohnung in Hamburg. Er steckte sein erstes Geld in eine Vertriebsfirma von Musikboxen. Heute schweigt er über seine Absicherungen in einer „bürgerlichen“ Branche. Eines steht fest: Um den „einsamen Seemann“ brauchen sich Fans auch nicht zu sorgen, wenn seine Platten nicht mehr gehen.





Luise Ullrich, charmanteste Mutter des deutschen Films, verdient seit über 20 Jahren Spitzen-
gagen. Sie ist mit dem Grafen Faber zu Castell verheiratet, der ihr riet, die Gagen
in einer Fischzucht anzulegen. Luise Ullrich erwarb das Gut Griestal, zu dem
14 Forellenteiche gehören. Der Jahresumsatz liegt bei 100000 Mark. 300 Zentner
Forellen erntet Luise Ullrich im Jahr und ein Zentner wird zum Preise von rund
300 Mark verkauft. Filmmutter Ullrich ist wirtschaftlich unabhängig und braucht
nur gute Rollen anzunehmen, die ihr liegen. Darum hielt sie sich auch, als nach
dem Krieg Gesichter im Dutzend auf deutschen Leinwänden abgenutzt wurden.

Farmer

war der erfolgreichste deutsche Berufsboxer der letzten fünfzig Jahre. Schon in seiner aktiven Sportzeit legte er die Millionenbörsen gut an. Er verlor im Krieg sein Mustergut Ponickel und seinen Landsitz Saarow bei Berlin. Aber nach dem Krieg begann er seine zweite Karriere als Geschäftsmann, züchtete Nerze, bis das Futter knapp wurde, pflanzte Tabak, bis Arbeitskräfte fehlten, und hat heute Geflügel und Karpfen. „Nebenbei“ betreibt er in Hamburg eine Coca-Cola-Fabrik, die jeden Tag 50 000 Flaschen abfüllen kann und seinen Namen trägt:

Max Schmeling



Gastwirt

ist Deutschlands Schlagersänger mit dem dauerhaftesten Erfolg „nebenbei“. Er drehte bisher neun Filme mit Spitzengagen, hat in zehn Jahren rund 8,5 Millionen Platten umgesetzt, für die er wahrscheinlich zehn Prozent vom Großhandelspreis bekam, und war Star in etwa zehn Fernsehshows. Aus der Sicherheit seines Restaurants „La bonne auberge“ überstand der Hausfrauen-Troubadour auch das Tief seiner Karriere in den letzten zwei Jahren, bis er jetzt gleich mit fünf „Hits“ wieder ins Geschäft kam. Für 1000 Mark pro Tag reißen sich die Varietés um

Vico Torriani



Diese Serie schreibt Jean Baulieu. Er besuchte Europas Steuerparadies und entdeckte: Wer viel Steuern spart, kann sich jeden Luxus leisten.

- Die Prominenten lassen sich in der Bundesrepublik von den kleinen Steuerzahlern „aushalten“.
- 30 Prozent der Filmstars, die in Deutschland Spitzengagen kassieren, zahlen ihre Steuern im Ausland.
- Die erfolgreichsten Komponisten, Texter und Sänger deutscher Schlager leben in der Schweiz.

Im nächsten Heft:

Liechtenstein lebt von Flüchtlingen

GELD

Zinsen für Sparguthaben sind gesunken. Die Aufsichtsbehörden der Banken haben in Frankfurt beschlossen, daß Zinsen für Sparbücher mit gesetzlicher Kündigungsfrist um ¼ Prozent herabgesetzt werden. Sie betragen nun 3¼ Prozent. Ist damit das Sparen in Westdeutschland uninteressant geworden? Diese Frage untersucht Martin Michaelis in der 1. Folge der Artikelreihe über das Sparen.

Stuttgart, 5. Juli 1961

Sparen Sie heute nur für den Notgroschen

Bisher mußte der Bausparer 40 000 Mark auf den Tisch legen, wenn er mit dem Bau eines Hauses für 100 000 Mark beginnen wollte. Künftig sollen schon 20 000 bis 25 000 Mark als Eigenkapital reichen. Die Bausparkassen haben so viel flüssiges Geld, daß sie ihre Kredite erhöhen können. Die Schweizerische Nationalbank warnte vor zu großzügigen Baudarlehen der Banken. Ein Preisauftrieb müsse notfalls durch Kreditbeschränkungen beendet werden.

Steuersenkungen sind auch nach der Bundestagswahl nicht zu erwarten. Der Grund: Die politische Lage wird weitere Rüstungsanstrengungen erforderlich machen.

Gerüchte über die Änderung des Wechselkurses für den Schweizer Franken werden von Schweizer Fachleuten als gegenstandslos bezeichnet. Grund: Die Schweiz führte in den letzten Monaten mehr ein als aus. Eine Aufwertung würde die Situation noch mehr verschlechtern.

Österreichische Maria-Theresia-Taler werden künftig als Gedenkmedaillen behandelt. Die Folge: Sie werden durch Einfuhrzoll und Umsatzsteuer um 18 Prozent teurer.

Bundeswirtschaftsminister Professor Dr. Ludwig Erhard hat vor den Wahlen die Zollfreigrenze für Jedermann-Einfuhren von 100 auf 200 Mark erhöht. Bisher waren diese Pläne am Widerstand der Industrie gescheitert.

Eine sinnvollere Autosteuer fordert der Verband der Motorsportjournalisten. Jetzt wird diese Steuer nach dem Hubraum errechnet. Die Folgen sind kleine Motoren mit zu großer Leistung und zu schnellem Verschleiß.

Der Goldpreis bleibt hoch. Die Verkäufer von Aktien legen ihr Geld in Gold an. Die politischen Spannungen zwischen Ost und West begünstigen Goldspekulationen.

Die Zinsen für neue Pfandbriefe und Schuldverschreibungen sind auf 5 Prozent gesunken. Trotzdem sind die Vertreter der Bundesbank der Meinung, daß die Zinsen für Pfandbriefe noch immer zu hoch sind. Es ist damit zu rechnen, daß in wenigen Monaten sogar 4½prozentige Papiere angeboten — und gekauft — werden

Das Sparen beginnt beim Geldausgeben! Diese Weisheit ist nicht neu und sicherlich nicht besonders fesselnd in einer Zeit, in der Geld großzügig fließt. Aber gestatten Sie mir zu diesem Leitsatz aller Sparbuchbesitzer eine Erläuterung: Nur wer weniger ausgibt als er verdient und das „überflüssige“ Geld richtig spart, hat die reelle Chance, einmal ein Vermögen zusammenzutragen. Seine Aussichten, ein wohlhabender Mann zu werden, sind bestimmt größer als die eines Lottospielers, der jeden Sonntag tippt.

In der Bundesrepublik gibt es mehr als 30 Millionen Sparbücher bei Banken und Sparkassen und zehn Millionen Postsparbücher. Zählt man die Guthaben zusammen, dann sind das an die 60 Milliarden Mark. Das ist rund das Doppelte dessen, was die Deutsche Bundesbank an Gold und Devisen besitzt. Die Zinsen, die im vergangenen Jahr an Sparer gezahlt wurden, beliefen sich auf 1800 Millionen Mark. Und dieser Betrag wäre noch höher gewesen, wenn alle Sparer jede gebotene Möglichkeit ausgenutzt hätten, die ihnen zustehenden Zinsen zu kassieren.

MIT DEM PFENNIG RECHNEN

Sollten Sie nun glauben, es lohne sich nicht mehr, über Sparen für drei oder vier Prozent Zinsen zu reden, wenn Besitzer von Volkswagenaktien ihr Geld innerhalb weniger Monate verdreifachen, dann muß ich ihnen widersprechen.

Aus zwei Gründen:

1. Um Volkswagenaktien kaufen zu können, muß man über Geld verfügen und nur, wer es im April hatte, konnte sich an diesem „großen Geschäft für kleine Leute“ beteiligen.

2. Wer anfängt, Kapital zu sammeln, um sich später mit diesem Geld an Geschäften zu beteiligen, muß zunächst sparen und vom Start weg lernen, mit jedem Pfennig zu rechnen — also auch mit den Zinsen für seine Ersparnisse.

Daß inzwischen viele Sparer Volkswagenaktienbesitzer geworden sind, hat der Bundesverband des Privaten Bankgewerbes vorgerechnet: „... die Einlagen auf Sparkonten bei den Kreditbanken stiegen im April nur um 2,3 Millionen Mark. In den Monaten davor hatten sie durchschnittlich um 120 Millionen zugenommen. Ein Teil der Guthaben wurde offenbar in Aktien des Volkswagenwerkes angelegt . . .”

Gewiß, man durfte die Aktien auch in Raten zahlen, aber ein Wertpapierkauf auf Pump ist eine zweischneidige Sache. Doch darauf will ich später in einer besonderen Folge zurückkommen.

ZINSEN FLIESSEN SCHNELLER

Man kann außerdem noch behaupten, Kapital und Zinsen der Sparer würden durch allgemeine Preissteigerungen wieder aufgezehrt. Das Argument ist ziemlich stichhaltig, denn Geldfachleute haben festgestellt, daß die Mark jedes Jahr durchschnittlich um zwei Prozent an Wert verliert. In der Praxis sieht dieser Geldschwund so aus:

Unsere Mark ist im Vergleich zu 1950 nur 92 Pfennig wert, wenn wir Kleider kaufen, 86 Pfennig wert bei Anschaffung von Wohnungseinrichtungen,

79 Pfennig wert im Lebensmittelladen, 71 Pfennig wert, wenn wir Miete bezahlen und 86 Pfennig wert am Fahrkartenschalter der Bahn.

Ich habe aus diesen Verlusten den mittleren Wert berechnet und so festgestellt, daß unsere Mark seit 1950 genau 19 Pfennig an Wert verloren hat. Mit anderen Worten:

Die Kaufkraft sank um zwei Pfennige im Jahr, also um zwei Prozent. Und wenn wir 3¼ Prozent Zinsen bekommen, dann vergrößert sich unser Vermögen tatsächlich nur um 1¼ Prozent.

Ich sage trotzdem, es lohnt sich noch zu sparen, aber nur wenn wir das Geld für den richtigen Zweck auf die hohe Kante legen.

In den letzten Jahren sind nämlich nicht alle Waren teurer geworden. Um es deutlicher zu sagen: Wer sein Geld für die richtigen Anschaffungen zurücklegte, dessen Geld wurde wertvoller, weil die Preise gesunken sind, keine Kreditgebühren aufgerechnet werden und außerdem noch Zinsen fließen. Auch für diese Wertsteigerung des Geldes durch Preissenkungen gibt es eine ganze Reihe von Beispielen.

Wenn wir ein Auto der deutschen Mittelklasse kaufen, dann hat unsere Mark seit dem Jahre 1950 um 10 Pfennig an Wert gewonnen. Bei der Anschaffung einer Fernsehtruhe ist der Wert der Mark in den letzten sieben Jahren um rund 30 Prozent gestiegen. Beim Erkauf von Schallplatten-spielern und Kühlschränken hat die Kaufkraft einer Mark um rund 78 Pfennig zugenommen. (Siehe Schaubild)

Sparen mit einem festen Ziel ist also interessant. Und dabei sind die Zinsen eine erfreuliche Zugabe, die sich noch vergrößern kann, wenn Sie alle gebotenen Möglichkeiten ausnutzen.

Das läßt sich einfach beweisen. Sie wissen, daß Sie für Ihr Geld auf einem Sparbuch mit gesetzlicher Kündigungsfrist jetzt 3¼ Prozent Zinsen pro Jahr bekommen. Das macht also 32,50 Mark für 1000 Mark. Spareinlagen mit einer Kündigungsfrist von einem Jahr aber bringen schon vier Prozent Zinsen. Es lohnt sich darum, wenn Sie Ihr Sparbuch zur Hand nehmen und einen Augenblick überlegen. Dieser Moment kann im ersten Jahr, also bis zum Herbst 1962, schon 13,75 Mark einbringen, wenn Ihr Spar-konto so hoch ist wie das deutsche „Durchschnittsguthaben“: 1833 Mark. Zwar treffen Durchschnittszahlen selten auf den Einzelfall zu, aber nehmen wir einmal an, es wäre so. Sie bekämen nun 13,75 Mark mehr, wenn Sie die gesetzliche Kündigungszeit Ihres Kontos verlängern. Das ist meiner Ansicht nach ein sehr guter Lohn für einen Augenblick Nachdenken.

Ich sagte vorhin, das Sparen beginnt mit dem Geldausgeben, und möchte diesen Satz jetzt abwandeln und feststellen: Sparen beginnt mit dem richtigen Einzahlen. Damit sind wir mitten im

Thema. Welche Vor- und Nachteile haben nun die verschiedenen Sparsysteme? Es gibt zwei Arten von Sparbüchern:

1. Bücher mit gesetzlicher Kündigungsfrist,
2. Bücher mit vereinbarter Kündigungsfrist, die länger ist, als die gesetzliche. Dafür zahlen die Banken und Kassen höhere Zinsen.

Ein Sparkonto können Sie bei jeder Sparkasse, bei jeder Bank und auch bei jedem Postamt für sich und die Angehörigen einrichten. Sie brauchen nur Ihren Paß oder Ihren Personalausweis; denn Sie müssen sich am Schalter ausweisen. Der mißtrauische Staat verlangt das — angeblich, um zu verhindern, daß steuerhinterzogene Gelder auf „schwarze“ Konten eingezahlt werden, die nicht auf den Namen des Inhabers lauten. Aber haben Sie keine Sorge, nur in ganz besonderen Fällen darf das Finanzamt sich nach der Höhe Ihres Guthabens erkundigen und kein anderer Außenstehender wird von der Bank jemals erfahren, wieviel Geld Sie haben.

Ist das Konto eingerichtet, dann genügt künftig das Sparbuch — bei der Post Sparbuch und Postausweiskarte —, wenn Sie einen Teil Ihres Geldes wieder abheben wollen.

KÜNDIGUNG BEI 1000 MARK

Allgemein üblich sind Sparkonten mit der sogenannten gesetzlichen Kündigungsfrist. Sie beträgt 3 Monate, und zwar nur für Beträge über 1000 Mark. Bis zu 1000 Mark können Sie in Abständen von 30 Tagen auch ohne Kündigung von Ihrem Konto abheben.

Wenn wichtige Gründe vorliegen, ist die Bank auch bereit, ohne Einhaltung der vorgeschriebenen Frist auszusahlen.





Spareinlagen mit gesetzlicher Kündigungsfrist und Geld, das auf Postsparbüchern eingezahlt ist, werden — ich sagte es schon — mit 3¼ Prozent jährlich verzinst. Nun gibt es aber noch Spareinlagen mit einer Kündigungsfrist, die vorher mit der Bank oder Sparkasse vereinbart wird. Die Post kennt solche Sparkonten nicht. Die Zinsen für diese Sparkonten sind höher, weil sie ja den Banken oder Sparkassen ihr Geld für längere Zeit überlassen, damit es arbeiten kann. Sie wissen, wie die Banken mit Ihrem Geld arbeiten: Es wird wieder ausgeliehen, es werden Wertpapiere gekauft. Von diesem Verdienst gibt die Bank Ihnen etwas mit. Das sind die Zinsen für Spareinlagen.


KARTE GENÜGT SCHON

Als Faustregel kann man ruhig sagen, daß die Zinsen für Einlagen mit jährlicher Kündigungsfrist immer um rund ein Prozent höher sind als die Zinsen für Konten mit kürzerer Kündigung. Es ist aber wichtig zu wissen, daß jede Kündigung erst sechs Monate nach der Einzahlung erfolgen kann. Praktisch legen Sie also Ihr Geld am Tage der Einzahlung für ein oder eineinhalb Jahre fest. Ich würde Ihnen darum raten, immer gleich eine jährliche Kündigungsfrist zu vereinbaren und den günstigeren Zins mitzunehmen. Wenn Sie Ihr Geld kündigen wollen, brauchen Sie der Sparkasse oder Bank nur einen kurzen Brief oder eine Karte zu schreiben. Es genügt auch ein Anruf oder ein Besuch am Schalter.

Fürchten Sie nicht, daß Sie Ihr Geld praktisch für Jahre los sind. Sie können jederzeit über ihr Konto, ohne Rücksicht auf eine Kündigungsfrist, verfügen. Das kostet dann allerdings etwas. Die Bank oder Sparkasse behandelt „vor dem

So entwickelten sich in zehn Jahren die Preise

1950		1961		1950	1961
890,- DM	Kühlschrank	498,- DM		½ Pfund Butter	1,38 1,66
1125,- DM (Fernsehen erst ab 1952)		798,- DM		1 kg helles Mischbrot	0,52 0,85
718,- DM		770,- DM		1 Liter Milch	0,35 0,44
5150,- DM		4600,- DM		1 Pfund Kalbfleisch (zum Braten)	1,60 3,06
	Volkswagen Export			1 kg Zuckerraffinade	1,18 1,23
				200 g Schinkenwurst	1,00 1,26
				¼ Pfund Kaffee	3,50 2,10



KAPITALMARKT

Anlagen in der Schweiz. Depositen und Einlagen. Kurzfristige Kassa-scheine. Sicher und diskret. In-landbank AG, Zürich, Seefeld-straße 103.

Spanische Gesellschaft, mit der Auswertung einer umwälzenden Erfindung auf dem Sektor der Steinbearbeitung (Marmorsäge) betraut, sucht Kapital, evtl. Teilhaber, zu günstigen Bedingungen. Zuschr. unt. S444 an Fichtenverlag, Viechtach/Ndb.

Hypotheken-Bauzwischenkredite. Kostenlose Beratung in allen Baufinanzierungsfragen für Wohn- und Industriebauten, Umschuldungen. Hans Heldmann, Wohnungsbau- und Finanzberatung, Finanzvermittlung, Darmstadt, Wilhelmstr. 31. Tel.: 70188/89, Fernsch.: 04-19278. Hypothekenspezialbüro seit 1926.

Stille und tätige Beteiligungen vermitteln wir für unseren Klientenkreis mit 100000, 300000, 500000 DM und größeren Beträgen. Bonner Wirtschaftsdienst GmbH, Abt. Beteiligungen, Hypotheken und Finanzierungen, Bonn, Wilhelmstr. 39, Tel. 51133.

USA 9½%-21%. steuerfreies Geld durch Abschreibung. Gutes Einkommen durch Investmentanteile an Büros, Apartments, Läden und industrielle Gebäude bei Kapitalanlage von namhaften Beträgen. Schreiben Sie unter Angabe des verfügbaren Investmentkapitals an: LEON A. SUTTON, 22 East, 41 Street, New York 17, N. Y., USA.

Finanzpartner mit ca. 1.500.000 DM von Österreicher zum Auf- und Ausbau eines gut eingeführten, holzverarbeitenden Betriebes gesucht. Angebote unter „Wertgesicherte Kapitalanlage 24244“ an IWG-Stadtbüro, Wien I, Strobelgasse 1, Österreich.

Benötigt wird eine **II. Hypothek von 600.000 DM** für einen geplanten Wohn- und Geschäftshausneubau, m. überwiegend gewerbl. Anteil, in Frankfurt am Main, Innenstadt, bester Lage. I. Hypothek von 700.000 DM ist vorhanden. Gesamtprojekt ca. 2 Millionen DM. Fertigstellungsgarantie übernehmen wir. Angebote höflichst erbet. an Schaffgotsch KG, Zweigniederlassung Frankfurt/M., Frankfurt a. M., Neue Mainzer Straße 25, Telefon 27547.

Whisky-Zertifikate - Erfolg oder Mißerfolg der Anlage wird durch Sorten und Preise bestimmt. Fordern Sie daher in Ihrem Interesse rechtzeitig unseren eingehenden fachmännischen Rat. Erich Burger & Co., Frankfurt, Gärtnerweg 29, Tel. 556996. Anlageberater in Verbindung mit Londoner Whisky-Experten und Banken.

Fabrikgrundstück an der Stadtgrenze von Wien, ca. 75000 qm, mit sehr gut erhaltenen, frei beziehbaren Objekten (Hallen, großen, evtl. kühlen Lagerräumen, Werkstätten etc.), Dienstwohnungen, Wasser- u. Energieanschlüssen, kompl. Dampfanlage, für Großbetrieb hervorragend geeignet, zu verkaufen. Zuschriften an Karl Oppolzer K. G., Wien III, Zaunergasse 1.

Kapitalanlagen hochverzinslich, gut gesichert, ab 3000 DM bis zu größten Objekten, zum Teil durch Grundschulden. INVESTFINANZ Gesellschaft für Kapitalvermittlung u. Kreditbeschaffung mbH. & Co. KG., Stuttgart, Bolzstr. 4, Telefon 290660 und 295248.

G.m.b.H.-Firmenmantel einer gut eingeführten Saarbrücker Obst-, Gemüse-, Südfrüchte- und Konserven-großhandlung zu verkaufen. Zuschr. erb. unter Nr. 91787 an Ann.-Exp. SARAG, Saarbrücken, Postfach 327.

Bekanntes Brezelbäckerei in Frankfurt/Main, alteingeführt, Jahresumsatz ca. 210000 DM, hoher Reingewinn, monatliche Miete 300 DM, langfristiger Vertrag, 4-Zimmer-Wohnung, monatl. Miete 120 DM, krankheitshalber preisgünstig für 55000 DM an Bäckereipaar zu verkaufen. Dröll & Scheuermann, Frankfurt am Main, Roßmarkt 15, Telefon 20056.

Moderna verhilft zu einer **gesicherten und krisenfesten Existenz** durch die komplette Einrichtung einer chem. Reinigung — Kleiderbad mit modernsten Maschinen - bei einem Anfangskapital von 10000 bis 15000 DM. Ein Reingewinn von 2000 bis 5000 DM monatlich ist erreichbar. Umfangreiche Ausbildung von Nichtfachleuten und Beschaffung von Ladenräumen wird übernommen. Besichtigung von bestehenden Betrieben wird ermöglicht. Moderna - Maschinen, Büro München 27, Schumannstraße 7/II.

Investfinanz Personalkredite mit bankmäßigen Zinsen. INVESTFINANZ Gesellschaft für Kapitalvermittlung und Kreditbeschaffung mbH. & Co. KG., Stuttgart, Königstraße 22 (Haus Marquardt), Telefon 290660.

Urlaubsreisen werden finanziert durch INVESTFINANZ Gesellschaft für Kapitalvermittlung und Kreditbeschaffung mbH. & Co. KG., Stuttgart, Königstraße 22 (Haus Marquardt), Telefon 290660.

Groß-Kredite ab 20000 DM für Maschinen und Fahrzeuge. Dr. Gropp KG., Stuttgart, Kronenstraße 26.

Pfandkredit L. Germann KG. Pfandleihanstalt, Stuttgart, Tübinger Str. 26, 1. St., Tel. 708540, Eingang in der Passage.

Betriebskredite für Handel und Gewerbe. Schnelle u. diskrete Bearbeitung. Rud. Wasner, Finanz., Stuttgart, Kirchstr. 10, Telefon 242462, b. d. Stiftskirche.

Hypotheken, Geschäftskredite zu günstigen Bedingungen vermittelt lfd. Karl Off, Friedrichshafen-Manzell, Postfach 503.

Villa in St. Gilgen (Wolfgangsee), m. Alpenpanorama, 11 Zi., Veranden, ca. 1700 qm Seegrund, Boot-Badehütte um 750000 S (125000 DM) zu verk. Koenig, Wien IV., Schäffergasse 19.

Fälligkeitstermin zurückgezahlte Beträge" als Vorschüsse oder, um es noch klarer zu sagen, die Bank gibt Ihnen einen Kredit und betrachtet Ihr Sparkonto als Sicherheit. Sie müssen auch für den Vorschuß an die Bank Zinsen zahlen.

Die Berechnung dafür ist gar nicht kompliziert. Der Zins, den man von Ihnen fordert, muß den Zins, den Sie für Ihr Guthaben erhalten hätten, um ein viertel Prozent übersteigen.

Ein Beispiel: Nehmen wir an, Sie haben 1000 Mark auf einem Sparkonto mit einjähriger Kündigungsfrist eingezahlt. Ihnen stehen dafür in zwölf Monaten vier Prozent Zinsen zu. Nun wollen Sie Ihr Geld plötzlich zurückhaben. Man wird Ihnen jetzt 4¼ Prozent in Rechnung stellen, also 42,50 Mark. Ich meine, das ist ein Risiko, das man eingehen kann. Verlangen Sie nur einen Teil des Geldes, müssen Sie auch nur für diesen Teil Zinsen zahlen und für den anderen Teil, der Ihrem Konto bleibt, bekommen Sie weitere Zinsen. Wenn Sie nachweisen, daß Sie das Geld wegen unvorhergesehener Ereignisse benötigen, also wegen einer Krankheit oder eines Todesfalls, dann wird man im allgemeinen keine Zinsen von Ihnen fordern, aber auch keine Zinsen für den Teil des Jahres zahlen, für den noch kein Zins gutgeschrieben worden ist.

Das heißt jedoch: Ist die Zinsenbuchung auf Ihrem Konto jedoch schon erfolgt, brauchen Sie sie nicht zurückzugeben.

KEIN SCHECKVERKEHR

Bevor ich Ihnen nun meine Meinung darüber sage, wieviel Geld Sie auf einem Konto mit gesetzlicher und vereinbarter Kündigungsfrist sparen sollten, möchte ich alle etwa auftauchenden Mißverständnisse beseitigen.

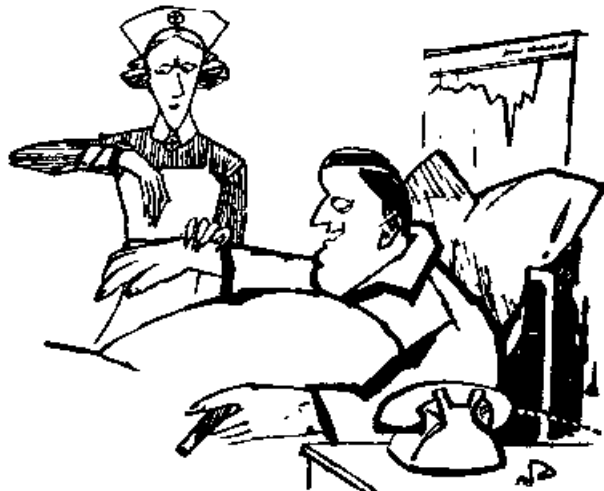
Wenn Sie ein Sparkonto einrichten, können Sie nicht mit einem Scheck über Ihr Guthaben verfügen. Sie dürfen auch Überweisungsaufträge, die regelmäßig laufen, nicht über Ihr Sparkonto abwickeln. Sie sollen auf Ihr Konto nicht einmal laufende Zahlungen, also Gehalt oder Rente, gutschreiben lassen. Kurz: Für den sogenannten bargeldlosen Zahlungsverkehr ist das Sparkonto bei der Sparkasse ungeeignet.

Aber, keine Regel ohne Ausnahme. Gestattet ist es, Beträge von Ihrem Sparkonto auf ein anderes Konto zu überweisen, wenn Sie das Sparbuch am Schalter vorlegen.

Wichtiger als alle Verbote ist sicher die Erlaubnis, überall in Deutschland von Sparbüchern Geld abheben zu können. Sie wissen, daß Ihnen die Post in jedem Amt Ihr Geld auszahlt, bis Ihr Guthaben auf eine Mark zusammengesmolzen ist. Einschränkungen: Sie dürfen täglich nicht mehr als 500 Mark und im Monat nicht mehr als 1000 Mark abheben. Wußten Sie aber, daß Sie auch von Ihrem Sparkassenbuch bei jeder Sparkasse in der Bundesrepublik etwas abheben können? Bei

VW eh

Börsenwitz (1)



Ein Volkswagenaktionär wird in eine Klinik eingeliefert. Diagnose: „Spekulatives VW eh“. Beim Fiebermessen. Aktionär: „Wieviel?“ Schwester: „39,9.“ Aktionär: „Sofort verkaufen!“

Banksparbüchern gibt es diese „Freizügigkeit“ nicht immer. Es ist zweckmäßig, daß Sie sich einmal bei Ihrer Bank erkundigen, ob sie auch den freizügigen Sparverkehr gestattet.

NUR KLEINE SPARKONTEN

Jetzt aber zur wichtigsten Frage: Wieviel Geld soll man auf ein Sparkonto einzahlen. Zwei Spargründe habe ich Ihnen schon beschrieben:

Das Zwecksparen für eine größere Anschaffung. Hier richtet sich die Höhe nach dem Preis des Objektes oder der Anzahlung.

Die Summe, die Sie für spätere Geschäfte sammeln, richtet sich nach Ihren Plänen. Diese Frage werde ich noch untersuchen.

Jetzt kommt aber noch ein meiner Ansicht nach wichtiger Punkt: der Notgroschen. Jeder sollte ihn besitzen. Die Ansichten, wie hoch diese Reserve sein muß, gehen ziemlich auseinander. Mißtrauische meinen, das Sparpolster soll ausreichen, um alle Auslagen eines Vierteljahres zu decken: Miete, Haushalt, Bekleidung und sogar eventuelle Krankenhauskosten. Ich meine, zwei Monatsgehälter reichen als Reserve aus. Und mehr als zweitausend Mark sollte man nicht auf ein Sparbuch einzahlen. Wenn diese Reserve eisern sein soll, können Sie getrost ein Konto mit einjähriger Kündigungsfrist anlegen, das bringt wie gesagt, ein Prozent Zinsen mehr. Und bei dem „Notgroschen“ können Sie getrost mit den Zinsen rechnen, ja Sie müssen es sogar, weil sie die einzige Belohnung für Ihre Sparsamkeit sind. Gestatten Sie mir noch einmal ein Beispiel: Wenn Sie 1000 Mark zu 3¼ Prozent Zinsen sparen, verdoppelt sich ihr Geld in 23 Jahren, also bis 1985. Nehmen Sie aber die größere Kündigungsfrist in Anspruch und den Zinssatz von 4 Prozent, dann vermehren sich die 1000 Mark bis 1970 leicht zu nicht weniger als 2000 Mark.

DIE EINZIGE BELOHNUNG

Vielleicht sind Sie über das Ergebnis der kleinen Rechnung genau so erstaunt wie ich es war, als ich sie vor einigen Jahren nicht selbst anstellte, sondern aus einer Tabelle ablas. Das Geld verdoppelt sich bei einem Zins

von	3%	4%	4,5%	5%	5,5%	6%
inrund	24	18	16	14	13	12 Jahren

Mein Tip:

Legen Sie Ihren Notgroschen möglichst auf zwei Sparbüchern mit verschiedenen Kündigungsfristen an, dann haben Sie die Möglichkeit, falls Sie für dringende Fälle etwas Geld abheben müssen, immerhin einen großen Teil der Zinsen zu retten.

WER SCHULDEN MACHT — SPART

Zum Schluß wäre eigentlich noch zu sagen, daß Sie auch sparen können, wenn Sie kein Geld auf die Bank bringen, sondern Schulden machen. Wer zum Beispiel Bauland kaufen möchte, fährt schlecht, wenn er mit dem Geschäft wartet, bis er das Geld zusammengespart hat. Die Preise steigen nämlich so schnell, daß es besser ist, einfach einen Kredit aufzunehmen. Die Erhöhungen der Grundstückspreise machen später die Kreditgebühren wieder wett. Aber darüber berichte ich noch.

Zusammenfassend also zum Thema Sparen:

Überlegen Sie genau, wofür Sie sparen; nehmen Sie alle Zinsen mit; und tragen Sie darüber hinaus nicht viel mehr als zwei Monatsgehälter als Notgroschen auf Ihr Sparkonto bei der Bank. Sie müssen sich allerdings darauf gefaßt machen, daß im Herbst die Zinsen noch einmal gesenkt werden.

★

Im nächsten Heft möchte ich Ihnen nun noch über eine andere Sparmöglichkeit berichten, die mehr als das Doppelte an Zinsen einbringt als die Chancen, über die ich heute geschrieben habe: Das Prämiensparen. Anschließend werde ich mich mit einem Thema befassen, das uns alle immer wieder fesselt: Gold. Ich will Ihnen vorrechnen, wieviel Geld Sie durch den Kauf von Gold gewinnen — aber auch verlieren können.

Also bis zum nächsten Montag

Ihr

Wolfgang Kasper

KAPITALMARKT

Saar. In wiederaufblühendem Industriegebiet, mit großer Zukunft, bedeutendes **Unternehmen der Bekleidungsindustrie**, mit fachkundigem Personal, sofort oder später unter günstigen Bedingungen wegen vorgerückten Alters des Geschäftsinhabers zu verkaufen. Anfragen erb. unter 42909 an Werbe-Fabri GmbH, Saarbrücken, Petersbergstr. 38.

Seltene Gelegenheit, 600 qm baureifes Parkgrundstück, **Rottach-Egern / Tegernsee**, sehr ruhige Lage am Weißachufer, mit Zufahrt, gegen Höchstgebot von Privat zu verkaufen. Angebote erb. unter SV 1396 an WEFRA Werbegesellschaft, Frankfurt a. M., Stresemannallee 13.

Italien - Adria, Nähe von Ferrara, herl. Sandstrand, Wohnfl. ca. 59 qm, Kaufpreis 16000 DM; Anzahlung 3200 DM, Rest bei Bezugsfertigkeit, Gesamtmöblierung einschl. Kühlschrank ca. 3500 DM. **San Felice-Terracina** (zwischen Rom u. Neapel), baureifes Grundstück, ca. 3000 qm, zu 6 DM/qm, ca. 100 m zum Sandstrand, gute Kapitalanlage.

Gardasee, Grundstücke von 500 bis 1200 qm, baureif in günstigen Preislagen, herrl. Blick zum See. Ein Besitz in Italien sichert nicht nur preisgünstigen Urlaub, sondern bringt durch Vermietung eine gute Rendite. bauland-Münchener Planungs- u. Grundstücksverwertungs GmbH, München 2, Maximilianspl. 12 b.

Frankreich - Charente: Besitzungen zu verkaufen, 1. Viehzucht-Betriebe v. 35 bis 400 ha Größe; 2. Weinberge in Cognac, Anbau feinen Champagners; 3. Weinbrennerei, Deutsche Maklerfirmen angen. Cabinet OLLIVIER, ANGOULEME (Det. Charente), Frankreich.

Zu verkaufen in **STRASBOURG** (Els.) im Universitätsviertel schöne Villa, 12 Zimmer mit Garage und Garten. Eignet sich gut als Verwaltungsgeb. u. für sonstige kommerzielle Zwecke. Anschrift: Th. Stricker, 35, rue du Château Zu-Rhein à MULHOUSE-DORNACH (Haut-Rhin), France.

Frankreich - Cote d'Azur, in Menton ist das „Palais de Carnoles“, ein herrlicher Wohnsitz mit 22000 qm Grund, zu verkaufen. Nähere Auskünfte durti Maitre FOURNIER, Notar, NORENT-FONTES (Pas-de-Calais), Frankreich, Telefon Nr. 2.

Mallorca - Paguera, 3 komf. Neubauvillen, deutsches Privateigentum, 37000/58000/68000 DM. Dipl.-Kfm. Engelmann, Immo. RDM, Wiesbaden, Luisenstraße 41.

Pörschach (Wörthersee), Baugrund, 4200 qm, verklf. Dominierende Lage. Frieda Schwarz, Waiern 27, Feldkirchen, Kärnten.

Baugrund für erstklassiges Geschäftshaus im **Zentrum einer österr. Großstadt**, 500-799 qm, zu verkayfen. Zuschriften an Reg.-Rat Dobretsberger, Linz (Donau), Makartstr. 16.

Berner Oberland, in erstklass. Sommer- und Wintersportplatz ca. 1000 qm erschloss. Land per 39 Fr. zu verkaufen. Offerten unter Chiffre S 8376 Y an Publicitas Bern (Schweiz).

Villa am Klausenpaß (Schweiz), 15000 qm herrl. Park, Stallung für Reitpferde, in einem schönen Ort, zu verkaufen, 12 Zimmer, Parkettböden, Decken-Stuckarb., Zentralheizung, Kaufpreis nur 112000 DM. Wegen Aufhebung der Erbengemeinsch. (weit unter Normalpreis). Zuschriften unt. M. G. 77793 über Carl Gabler Werbegesellschaft mbH., München 2, Karlsplatz 13.

Genfer See, Größeres Grundstück mit herrschaftlicher, neuzeitl. Villa, 11 Zimmer u. reichlichen Wirtschaftsräumen sowie sep. Garagenbau m. Chauffeurwohnung, Nähe Montreux, wegen Trauerfalls zu verkaufen. Makler-Zuschriften zwecklos. Anzufragen bei Frau L. von Ramin, Les Fleurettes, Latour de Peilz, Route de St. Maurice 67.

Als Kapitalanlage zu verk. **In der Schweiz,** im Kanton Zürich, sind 5 ha sehr schön gelegenes Land zu verkaufen. Sehr günstiger Preis. Für Vermittler hohe Provision. Offerten sind zu richten an E. Wieland, Gasthaus Hirschen, Trüllkorn, Kanton Zürich/Schweiz.

Am Luganersee, aus nichtschweizer. Besitz zu verkaufen (Übertrag, derzeit noch frei möglich), Ferien-Wohnhaus sowie groß. Landparzelle, bestgeeign. für Motel, Ferienhäuser etc. Solvente Interessenten erfahren Näheres durch Postfach 2025, Konstanz.

Luxusbungalows in herrlichster, absolut ruh. Lage am **GARDASEE**, 2 bis 4 Zimm. m. Küche u. Bad, Terrasse, Privatstrand, großer Garten, Preis ab 22000 DM. Näh. Auskünfte: Hotel Milano, Maderno/Gardasee (Italien).

Baureife Grundstücke zwischen **Alassio** und **Diano Marina** sowie mehrere Appartements ca 60 qm, zum Preis von ca. 20000 DM, an der italienischen Riviera zu verkaufen. Anfragen: PALEARI, Diano Marina/Imperia (Italien).

Blumenzucht in Italien mit geheizten Treibhäusern u. mod. Anlagen, dazugehörender Landwirtschaft mit Stall, 6 ha Land, mod. Herrenhaus mit 15 Zimmern und all. Komfort, zu verkaufen. Der Besitz liegt 25 km von Lugano, Richtpreis 600000 DM. Anfragen an: Carlo Veronese, Via Osti, 10, Milano.

Bis 1000 DM monatlich können Sie erreichen durch Übernahme betriebsfertiger selbsttätiger Annahmestellen f. Wäsche und chemische Reinigung in Großstädten Baden-Württembergs. Benötigtes Barkapital ab 5250 DM. Weder Mitarbeit noch Fachkenntnisse erforderlich. Betreuung und langjährige Verträge mit Großunternehmen der Branche garantiert. Interessenten richten ihre Zuschrift unter PN 908 an Werbeagentur Dr. Hegemann GmbH., Stuttgart, Holzstr. 19.

GELD

Lieber Leser, an dieser Stelle beantworten wir regelmäßig Fragen, die unsere Redaktion erreichen. Wir werden jeden Brief so diskret behandeln, wie es in Geldfragen nötig ist. Auf die Angabe von Namen und Adressen werden wir deshalb in diesem Fall verzichten. Allerdings haben wir eine Bitte: Vergessen Sie nie, wir sind auch nur Menschen und können uns irren.

Unser Rat

BAUSPAREN: Seit vier Jahren zahlen wir für einen Bausparvertrag regelmäßig die vorgeschriebene Summe. Verliere ich nun die Sparprämien, wenn ich den Vertrag verkaufe?

Die landläufige Ansicht, daß die Prämien für Bauspargelder verlorengehen, wenn der Bausparvertrag verkauft wird, ist falsch. Die staatlichen Bausparzuschüsse bleiben grundsätzlich erhalten, wenn Sie Ihren Vertrag nach der gesetzlichen Frist von sechs Jahren verkaufen. Verträge, die vor 1959 abgeschlossen wurden, dürfen sogar schon nach fünf Jahren verkauft werden, ohne daß die Geschenke aus Bonn bis zu 400 Mark zurückgegeben werden müssen.

Aber Sie können auch früher verkaufen und die Prämien behalten. Allerdings müssen Sie sich einen Käufer innerhalb ihrer Familie suchen. Zur Familie gehören Eltern, Kinder, Geschwister und Schwager bis zum zweiten Grad und in der Seitenlinie. Die verzwickten Verwandtschaftsvorschriften lassen Sie sich bitte von Ihrer Bausparkasse oder gar vom Finanzamt erklären.

STEUER: Man hat mir eine neue Position angeboten, in der ich mehr verdiene als bisher. Meine neue Firma macht mir nun den Vorschlag, einen Teil des Gehaltes in Form eines festen, unsteuerlichen Spesensatzes zu beziehen. Können mir dabei Nachteile entstehen?

Die Möglichkeiten für eine legale Steuerhinterziehung sind geringer als man denkt. Ob sie bei der vom neuen Arbeitgeber vorgeschlagene Lösung überhaupt auf ihre Kosten kommen, hängt von Ihrer Tätigkeit ab. Sie sollen sich für Ihre Verhandlungen merken:

- Pauschale Spesensätze müssen grundsätzlich versteuert werden.
- Steuerfrei sind nur noch Spesen, die nachgewiesen werden können. Dazu gehören Kilometergeld, Tagegelder, wenn Sie länger als 12 Stunden unterwegs sind.

Dieser Pauschalbetrag richtet sich nach Ihrem Einkommen. Unter 6000 Mark Jahresgehalt liegt er bei 10 Mark, bis zu 12000 Mark bei 15 Mark und über 12000 Mark bei 20 Mark täglich. Auch Geschenke des Arbeitgebers müssen versteuert werden, wenn sie 100 Mark überschreiten.

Der Vorschlag Ihres künftigen Arbeitgebers hat aber noch einen anderen Haken. Er geht von

einem niedrigen Grundgehalt aus. Ein niedriges Grundgehalt bedeutet aber auch niedrige Beiträge an die Sozialversicherung. Wenn Sie weniger als 1260 Mark im Monat verdienen, muß Ihre Firma die Hälfte des Betrages übernehmen.

Spesen aber werden für die Errechnung des Sozialversicherungsbeitrages nicht herangezogen. Niedrige Leistungen an die Sozialversicherung wirken sich aber bei Ihnen im Alter in niedrigen Renten aus, weil sie weniger eingezahlt haben.

PFANDBRIEFE: Im Prospekt einiger Gesellschaften, die Pfandbriefe anboten, stand: die Einlösung der Papiere erfolge durch Los. Was soll das heißen? Bekommt man sein Geld erst zurück, wenn man gewonnen hat?

Anleihen, Pfandbriefe und andere festverzinsliche Papiere werden von den Sparern gekauft, weil sie ihr Geld sicher anlegen wollen. Firmen, Gemeinden, der Staat oder seine Gesellschaften brauchen dieses Geld zur Verwirklichung neuer Pläne. Die Zinsen, die Pfandbriefsparer bekommen, müssen die aufbringen. Das ist eine sehr kostspielige Angelegenheit, und Schuldner möchten von den Schulden runter. Deshalb wird

- eine Anleihe nicht nur auf durchschnittlich zehn bis 15 Jahre befristet.
- Die Schuldner behalten sich auch das Recht vor, die Papiere schneller zurückzukaufen.

Bei der letzten Bundesbahnanleihe liegt fest, daß die Papiere in acht Gruppen nach vier Jahren zurückgenommen werden.

Nach dieser Frist entscheidet jedes Jahr, wie bei einer Tombola oder Lotterie, das Los darüber, welche der acht Gruppen im laufenden Jahr zurückgekauft wird. Bei anderen Anleihen richtet sich das nach den Endziffern der Papiere. Die Firma oder die ausgebende Bank fordert nach dem Losentscheid in der Zeitung zum Rückkauf auf. Die Rücknahme erfolgt zum Nennwert.

Wer diese Mitteilung übersieht, erleidet keinen Verlust. Er bekommt aber keine Zinsen mehr. Dadurch wird er schon schnell auf die Rückzahlung aufmerksam. Und wenn die Besitzer der Papiere auch nicht gemerkt haben, daß die Zinsen ausgefallen sind, behalten seine Pfandbriefe oder seine Anleihen noch vier Jahre ihren Wert.

VERSICHERUNG: Die Zeitungen schreiben, daß die Autoversicherungen die Höhe ihrer Prämien selbst festsetzen können ... Natürlich

möchte sich jeder bei der billigsten Gesellschaft versichern lassen. Erfahrungsgemäß ist nun aber der Wechsel von einer Versicherung zur anderen recht schwer und mit langen Kündigungsfristen verbunden ... Gibt es einen Weg, schnell zu wechseln, wenn die neuen Tarife von den Versicherungen bekannt gegeben werden?

Sie haben recht. Eher wechselt der Autofahrer den Motor als seine Versicherung. Das liegt an den Kündigungsfristen. Die Geschäftsbedingungen lassen normalerweise nur eine Kündigung 12 Wochen vor Ablauf des Versicherungsjahres zu. Das aber ist unterschiedlich. Wenn Sie Ihre Versicherung am 1. September abschließen, können Sie nur vor dem 30. Juni kündigen.

Am 1. Januar 1962 sollen nun neue Tarife inkrafttreten. Die Überlegung zu kündigen lohnt also nur für Autofahrer, deren Versicherung frühestens am 1. April 1962 ausläuft. Denn die Versicherungen werden ihre Bedingungen frühestens im Dezember 1961 bekanntgeben. Eine rechtzeitige Kündigung ist also nur sinnvoll, wenn Sie auf Ihre alte Versicherung so böse sind, daß Sie auf jeden Fall wechseln wollen. Ein Risiko gibt es allerdings für Sie nicht. Die neue Versicherung kennt nämlich keine Wartefrist. Sie kann sofort abgeschlossen werden. Außerdem können Sie auch wieder Ihrer alten Versicherung beitreten.

Die Sorge um die Beitragsrückgewähr für Unfallfreiheit brauchen Sie bei einem Wechsel nicht zu haben. Das Gesetz schreibt vor, daß Ihnen die alte Versicherung eine Bescheinigung über die Unfallfreiheit ausstellen muß. Die neue Versicherung wird dann auch die neu Versicherten behandeln wie einen ihrer alten Kunden.

LAND: Immer wieder hört man: in Spanien sind die Preise für Bauland und Ferienhäuser spottbillig. Stimmt das wirklich? Warum?

Spanien bietet zweifellos billiges Bauland an. Aber Vorsicht vor spanischen Maklern! Sie verlassen sich gern darauf, daß Deutschland weit ist und die Mühlen der Justiz langsam mahlen. In der Bundesrepublik arbeiten Kontaktbüros und organisieren Sonderflüge für Interessenten. Kunden, die Bauland besichtigen wollen, fliegen verbilligt. Die Kosten für den Aufenthalt von drei Tagen tragen die Makler.

Die Baupreise an der Costa del Sol, der spanischen Sonnenküste bei Malaga, sind niedrig. Ein Bungalow mit drei Zimmern kostet, einschließlich Grundstück, 34000 Mark. Der Quadratmeter Boden mit Strand wird noch für 30 bis 35 Mark gehandelt; schon ein paar hundert Meter vom Wasser entfernt gibt es reichlich Bauland für 50 bis 70 Pfennig. Diese Grundstücke werden bald im Wert steigen.

Bungalows in den Feriengebieten sind durchaus eine gute Kapitalanlage. Die Vermietung an Touristen kann ein einträgliches Geschäft sein. Die amerikanischen, englischen und deutschen Touristen zahlen heute für einen Bungalow in der Saison pro Tag 25 Mark Miete. Die spanische Regierung fördert Grundstückskäufe von Ausländern. Sie will den Fremdenverkehr ankurbeln. Der Staat gibt für fünf Jahre eine Mietgarantie. Die Regierung sichert den Bauherren jedes Jahr 10 Prozent der Bausumme als Mieteinnahme oder Ausfallgarantie zu. Falls es nicht die Touristen tun, zahlt der spanische Staat in den ersten fünf Jahren also die Hälfte des Baupreises.

Allerdings muß das Geld für einen solchen Bungalow bar auf den Tisch gelegt werden. Üblich ist die Zahlung von einem Drittel des Geldes bei Baubeginn, einem Drittel bei Fertigstellung des Rohbaues und dem letzten Drittel bei Schlüsselübergabe. Viele deutsche Makler finanzieren bis zu zwölf Monatsraten.

Große amerikanische Gesellschaften haben jetzt angefangen, den Grundbesitz aufzukaufen. Sie spekulieren, daß die Preise bald steigen werden.

KREDIT: Unser Radiohändler bot uns an, wir könnten während der Ferienmonate mit der Ratenzahlung aussetzen. Ist dies Angebot ein außergewöhnliches Entgegenkommen oder handelt es sich nur um einen Werbetrick?

Mit dem „Urlaub beim Ratenzahlen“ werben viele Rundfunk- und Fernsehhändler um den Kunden.

Das Prinzip ist: Ein 24-Monat-Geschäft wird auf 20 Raten umgelegt. Zwei Monate im Jahr kann der Käufer mit der Ratenzahlung aussetzen, während des Urlaubs oder über Weihnachten. Die monatliche Zahlung wird zwar höher, der Gesamtbetrag aber bleibt. Die Firma Radio-Barth in Stuttgart rechnet so: Wer für 1000 Mark einkauft, zahlt 50 Mark an. Rest 950 Mark, zahlbar in 20 Raten innerhalb von 24 Monaten. Die Zinsen werden auf 24 Monate gerechnet und liegen bei 0,7 Prozent jeweils von der Restsumme. Das macht insgesamt 159,60 Mark. Außer der Anzahlung muß der Kunde also für den 1000-Mark-Kredit einschließlich Zinsen 1109,60 Mark in zwanzig Raten a 55,48 Mark abstottern.

Geschenkt wird ihm nichts. Andererseits kann man gegen diese Art von verlängertem Ratengeschäft kaum etwas einwenden. Sie gibt dem „stotternden“ Kunden die Möglichkeit, in Urlaub zu fahren, ohne sich über die Ratenverpflichtungen Sorgen machen zu müssen. Ein gepalteter Wechsel ist teuer.

Das wär's für heute. Wenn Sie Fragen an uns richten wollen, schreiben Sie an die Redaktion DIE DEUTSCHE MARK, Stuttgart W, Augustenstr. 10.

Das Ohr registriert Qualität

Die Kurve stellt ein Meß-Ergebnis dar, das während Vergleichsmessungen mit der Geräuschentwicklung von Küchenmaschinen registriert wurde. Dieser „Stechbrief“ des neuen StarMix MX 3 gibt dem Empfänger wichtige Aufschlüsse, etwa darüber, wie stark einzelne Konstruktionselemente am „Geräuschpegel“ des Geräts Anteil haben. Warum wir Ihnen darüber berichten? Sie erfahren es hier.

Auf dem Wege zur »flüsternden« Küchenmaschine

Lärm zu vermindern oder gar zu verhindern, ist in unserem an Lärm gewöhnt, den Hausfrauen mit dem neuen StarMix MX 3 ein besonders leise laufendes Gerät in die Hand zu geben. Was jeder sofort hören kann, beweisen die Vergleichsmessungen mit einer Reihe von Küchenmaschinen an der Technischen Hochschule in Stuttgart schwarz auf weiß. Der neue StarMix hat eine auffallend niedrige „Phonzahl“, er macht ein auffallend geringes Betriebsgeräusch. Das ist nicht nur Balsam für die strapazierten Ohren und Nerven unserer Hausfrauen; es ist auch ein untrüglicher Beweis für die unverändert hohe Qualität und Präzision, die StarMix-Geräte schon von jeher auszeichneten. Eine Probe aufs Exempel bei Ihrem Fachhändler wird Ihnen die Bestätigung geben.

Für unsere „alten“ StarMix-Freunde: Die Zusatzgeräte zu den Modellen MX 420 und MX 500 (StarMix) sowie MXC 500 (StarMix-Combi) werden nach wie vor hergestellt und können über den Fachhandel bezogen werden.

StarMix

★ ELECTROSTAR ★ REICHENBACH/FILS

PREISE

Preise sind geheimnisvoll. Sie steigen oft, sie fallen selten. Nach welchen Gesetzen? — Wir wissen: Preise werden vom Bauern gemacht, von Großhändlern, von Kleinhändlern, von Politikern, vom Staat. Wir hören: Sie sollen sich nach Angebot und Nachfrage richten. Wir spüren: Sie tun es fast nie. — Gute Preise müßten unter Partnern gemacht werden, von Erzeugern, Händlern und Kunden. Die Praxis ist anders: Politiker haben sich in die Preisbildung eingeschaltet, reden laut vom freien Markt, aber steuern ihn hinter den Kulissen. Die Lieferanten treten darum mit fertigen Preisen vor die Käufer hin, öffnen die Hände, und uns bleibt nur übrig, hineinzulegen, was sie verlangen. — Es gibt 50 Millionen Kunden, aber jeder steht den Preisen allein gegenüber. Kunden haben keine mächtigen Organisationen, kein Nachrichtensystem. Niemand hilft ihnen, wenn sie die Übersicht verlieren oder die Übersicht erst gar nicht gewinnen. Preise bleiben für sie das große Geheimnis. — Sie brauchten es nicht zu sein, wenn Erzeuger, Händler und Verbraucher Partner wären, die klar rechnen und ehrlich handeln. Jede Woche soll auf diesen Seiten der Versuch unternommen werden, Preise offen zu untersuchen, nachzurechnen und zu kommentieren nach dem Grundsatz: Preise entstehen durch Angebot und Nachfrage. - Vielleicht helfen unsere unbeeinflussten und klaren Nachrichten mit, die Kunden zu gleichberechtigten Partnern in den täglichen Gesprächen um die Preise zu machen.

DER WOCHE

EIER

(Klasse A)
pro Stück in DM

	NORDEN	WESTEN	SÜDEN
Das bekam der Erzeuger	0,14	0,15	0,13
So rechneten wir:			
Kennzeichnungsstelle	0,01	0,01	0,01
Verteiler	0,01	0,01	0,01
Einzelhändler 20%	0,03	0,03	0,03
Ein angemessener Preis <small>(Geringe Schwankungen sind gerechtfertigt)</small>	0,19	0,20	0,18
Wir zahlten letzte Woche	0,22	0,23	0,20
Wir zahlten also zuviel	0,03	0,03	0,02

DER ERZEUGERPREIS steigt jetzt wie in jedem Jahr, denn im Sommer legen Hühner weniger und die Nachfrage wird größer. Die Bauern können in diesen Monaten den Preis leicht heraufsetzen, weil auch viele Einfuhren ausbleiben. Grundsätzlich ist der Preis für deutsche Eier nicht echt. Die Bauern verdienen nämlich nicht nur am Verkauf. Sie bekommen auch pro Ei, das sie an die Kennzeichnungsstellen schicken, 2,8 Pfennig Prämie. Sie könnten also billiger liefern, weil wir „Vorschuß“ zahlen. DER LADENPREIS ist eine Wissenschaft. Es gibt über ein halbes Dutzend Preis- und Qualitätsunterschiede. Deutsche Eier werden als Klasse S (60 Gramm und mehr) über die Klassen A, B, C, D bis Klasse E (unter 40 Gramm) angeboten. Ausländische Eier kommen zu uns aus Ost und West. Die aus Osteuropa eingeführten Eier sind zwei Pfennig billiger. Sie werden aber nur in geringen Mengen angeboten.

EINKAUFSTIP: Vorteilhaft sind zur Zeit die Kleineier der Jung-
hennen, die zwei bis drei Pfennig billiger angeboten werden.

FLEISCH

Schweineschnitzel
je Kilo in DM

	NORDEN	WESTEN	SÜDEN
Das bekam der Erzeuger	2,52	2,62	2,54
So rechneten wir:			
Schlachten 5% (Gebühren und Gewichtsverlust)	0,13	0,13	0,13
Verarbeitung 50% (Abfall und Gewichtsverlust)	1,32	1,37	1,33
Fleischer 35% (Unkosten und Verdienst)	1,37	1,44	1,40
Ein angemessener Preis (Geringe Schwankungen sind gerechtfertigt)	5,33	5,56	5,40
Wir zahlten letzte Woche	8,60	8,20	8,30
Wir zahlten also zuviel	2,27	2,64	2,90

DER ERZEUGERPREIS für Schweinefleisch ist in den letzten vierzehn Tagen um 6 bis 10 Pfennig gestiegen. Der Grund: Die Bauern liefern weniger Schweine, obwohl ihre Ställe übervoll sind. Die Situation ist kurios: die hohen Schweinefleischpreise der letzten Jahre haben die Bauern verleitet, immer mehr Schweine zu züchten. Sie halten elf Prozent mehr Schweine als im vorigen Jahr. Der Verbrauch stieg nur um vier Prozent. Das geringe Angebot soll den hohen Preis halten. DER LADENPREIS ist gleich um 20 Pfennig teurer geworden. Mit dem Hinweis auf die Preisforderung der Bauern steigern auch die Fleischer ihre hohen Spannen noch weiter. Die Einfuhr- und Vorratsstelle, die von der Regierung eingerichtet ist, um mit Steuergeldern Fleisch zu kaufen, wenn der Preis sinkt, und Fleisch auf den Markt zu bringen, wenn der Preis steigt, rührt sich nicht, um die Fleischpreise zu drücken.

EINKAUFSTIP: Kaufen Sie mehr Geflügel. Es ist billiger geworden, weil sehr viel Qeflügel aus Amerika importiert wird.

GEMÜSE

Salat je Stück in DM

	NORDEN	WESTEN	SÜDEN
Das bekam der Erzeuger	0,10	0,07	0,08
So rechneten wir:			
Großhändler	0,01	0,01	0,01
Einzelhändler	0,04	0,02	0,03
Transport 3%	0,01	0,01	0,01
Ein angemessener Preis <small>(Geringe Schwankungen sind gerechtfertigt)</small>	0,16	0,11	0,13
Wir zahlten letzte Woche	0,35	0,25	0,30
Wir zahlten also zuviel	0,19	0,14	0,17

DER ERZEUGERPREIS ist hoch, und das ist unverständlich, denn das Angebot ist so ausreichend, daß die Händler sogar Absatzschwierigkeiten haben. Die Erzeuger und Großhändler wälzen die Verluste, die durch die Hitze entstehen, auf die Kauer ab und das wiederum hat zur Folge, daß die Kunden weniger Salat kaufen, zu Gurken, Tomaten und Spinat greifen und noch mehr Kopfsalat verwelkt; dafür steigern die Erzeuger und Händler dann wieder die Preise ... eine Schraube ohne Ende. — Die ersten Lieferungen von Endivien werden angeboten, sind aber knapp und teuer. DER LADENPREIS für den Kopfsalat wird auch in den nächsten Wochen hoch bleiben, weil die Einfuhr erst wieder nach dem Oktober freigegeben wird. Der billige Salat aus dem Ausland — besonders aus Italien — darf erst wieder über die Grenzen rollen, wenn kein Salat von den deutschen Bauern mehr zu erwarten ist.

EINKAUFSTIP: Händler mit gutem Absatz rechnen mit weniger Schwund und sind billiger. Vergleichen Sie deshalb sorgfältig!



ZUCKER

Jede Zuckertüte
muß in Deutschland
mit zehn Gramm Zucker
bezahlt werden.
Das macht
bei jedem Pfundpaket
1,5 Pfennig.

- Ein Pfund Zucker ist in der Bundesrepublik nur 490 Gramm schwer.
- Die 68 deutschen Zuckerfabriken lassen sich jährlich ihre Tüten durch uns mit 30 Millionen Mark finanzieren.
- 106 Mannheimer Hausfrauen bezeugten vor Gericht, daß sie nie damit rechnen, 500 Gramm Zucker zu bekommen, wenn sie im Laden ein Pfund bezahlen.

„Ich bitte um Aufmerksamkeit!“ Die Vorsitzende stellt sich in Positur: „Wer glaubt daran, daß in Zuckerpaketen genau 500 Gramm verpackt sind?“

106 Hausfrauen schweigen.

„Wer von Ihnen fühlt sich getäuscht, wenn Sie ein Pfund Zucker verlangen und ein Paket mit 490 Gramm bekommen?“

15 Arme fahren in die Höhe. 91 Frauen sind regelmäßig mit 490 Gramm zufrieden, rund 90 Prozent der in Mannheim befragten.

Dieser Test fand vor vier Jahren statt. Später rettete er die Süddeutsche Zucker-Aktiengesellschaft in einem peinlichen Prozeß. Ein Rentner hatte gegen die Fabrik Anzeige erstattet, weil er sich beim Kauf von Zucker um zehn Gramm übervorteilt fühlte. Die Vorsitzende des Hausfrauenverbandes trug als Zeugin dem Gericht ihre alten Abstimmungsergebnisse vor, und die Richter sprachen die Süddeutsche Zucker AG wegen erwiesener Unschuld frei. Begründung: Sie hat Lebensmittel nicht unter irreführender Aufmachung in den Verkehr gebracht. Zuckerfabrikanten machen sich nicht strafbar. Nur eine verschwindend kleine Minderheit von Kunden fühlt sich durch diesen seit Jahren üblichen Handelsbrauch getäuscht.

91 Mannheimer Hausfrauen haben also stellvertretend für alle Käufer auf zehn Gramm Zucker in jeder Tüte verzichtet. Das macht knapp 50 Millionen Pfund Zucker für uns alle aus, für jeden durchschnittlich ein Pfund Zucker im Jahr.

BONN MACHT DEN PREIS

Der Zuckerpreis ist in Deutschland eine saure Sache. Er hat eine schwindelnde Höhe erreicht. Ein Pfund Zucker kostet 62 Pfennig, obwohl wir im Zucker fast ersticken. Überall auf der Welt wird Zucker so billig angeboten, daß er im Laden nur 30 bis 40 Pfennig zu kosten brauchte. Unseren augenblicklichen Zuckerpreis hat Ernährungsminister Schwarz in seiner Zuckerverordnung vorgeschrieben. Bei uns wird der Zucker nicht nach Angebot und Nachfrage gehandelt, sondern nach einem komplizierten Preissystem, das jährlich neu Bonner Beamte ausknobeln.

Die Grundlage für ihre Berechnung ist ein Wahlgeschenk, das Bundeskanzler Dr. Konrad Adenauer 1957 den „notleidenden“ deutschen Rübenbauern gemacht hat. Er versprach: Der Preis für einen Doppelzentner Rüben mit wenigstens 15,5 Prozent Zuckergehalt wird nicht unter 5,75 Mark sinken. Dieser hohe Preis, der sonst nirgendwo auf der Welt für Zuckerrüben bezahlt wird, hat den Ehrgeiz der deutschen Rübenbauern angestachelt. Sie bauen seitdem immer mehr teure Rüben an. Auf 293000 Hektar schießt deutscher Zucker ins Kraut.

Die Bundesrepublik erzeugt nicht nur sehr viel Zucker. Sie kauft — aus politischen Gründen — auch Zucker im Ausland. Gegenwärtig schiebt Frankreich seinen Überschuß ins Saarland ab; rund 40000 Tonnen jährlich kommen über die Zonengrenze. Außerdem hat die Bundesrepublik noch alte Verpflichtungen. Hunderttausend Tonnen liefern die beiden größten Zuckerländer der Erde: Kuba und San Domingo. Es gibt viel zu viel Zucker und darum wird er bei uns auf Halden geschüttet. Bis Ende September 1961 bestehen die Berge aus zwölf Millionen Zentnern. Die Preise bleiben so hoch wie die Halden, obwohl der Zentner Überseezucker im Einkauf nur 20 bis 25 Mark kostet. Erst nachdem er die Bonner Vorratsstelle durchlaufen hat, ist er so teuer wie der deutsche Zucker, 50,38 Mark je Zentner. Bauern und Zuckerfabrikanten verteidigen dieses System, das ihnen gute Preise sichert und jede Konkurrenz vom Halse hält.

CASTRO LIEFERT AUCH

Weil die Kunden schon keinen direkten Einfluß auf die politischen Preise bei der Einfuhr oder beim Rübenpreis haben, versuchten sie bisher in regelmäßigen Abständen, sich gegen den Abzug von zehn Gramm Zucker für die Tüte zu wehren. „Und damit ist die Sache endgültig für uns erledigt.“ Das sagt Dr. Römersberger, Leiter der Lebensmittelabteilung im Stuttgarter Untersuchungsamt. „Uns ist der Verpackungstrick auch aufgefallen. Aber unsere Anzeige wurde von der Staatsanwaltschaft zurückgewiesen. Dr. Fabry, der dort zuständige Beamte, hat sich dabei auf den Fall des Mannheimer Rentners berufen.“ Die Stuttgarter Behörden wollen sich also nicht zu der „unerheblichen Minderheit“ zählen lassen, die sich durch die 490 Gramm Abfüllung in einer Pfundtüte getäuscht fühlt. Und damit ist der Fall erledigt.

Kommentar in Bonn: „Der Streit um zehn Gramm Zucker lohnt sich nicht, weil ja jeder Lebensmittelhändler losen Zucker führen muß!“

Die Paragraphen der Zuckerversorgung legen in der Tat genau fest, wie der Zucker angeboten werden muß: Artikel 6: „Wenn die aufgeführten Zuckersorten (Sandzucker, Kristallraffinade und gemahlene Raffinade) auf Wunsch des Käufers in Originalverpackungen ... geliefert werden, dürfen Zuschläge für Verpackungskosten frei vereinbart werden.“ Der Kunde ist zwar nie gefragt worden, ob er die teure Packung will, aber Geschäftsführer Hieber, Süddeutsche Zucker AG, ist der Meinung: „Sobald der Kunde ein Paket Zucker kauft und bezahlt, hat er sich mit unseren Verpackungskosten einverstanden erklärt. Der Vertrag ist perfekt.“

Für die Verpackung könnte die deutsche Zuckerindustrie auch noch mehr Zucker einbehalten.

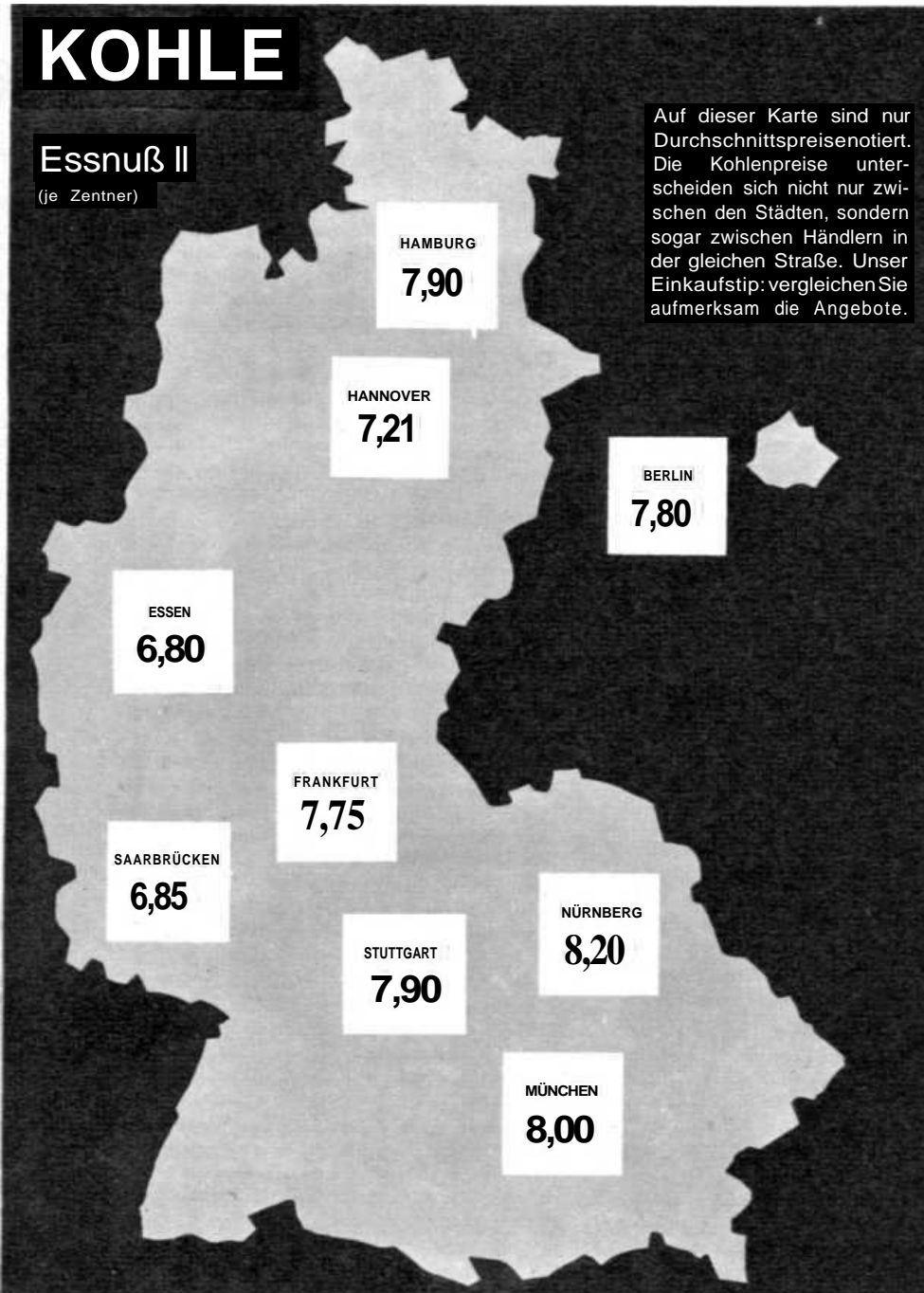
DER KLÄGER FEHLT

Die Zuckerverordnung hat aber auch einen Paragraphen zum Schutz des Kunden. Er legt fest: der Einzelhandel ist verpflichtet, losen Zucker anzubieten. Aber fast kein Laden führt losen Zucker. Die Händler führen nur noch während der Einkochzeit losen, billigen Zucker. Warum die Gerichte die Händler nicht zwingen, die Verordnungen einzuhalten, erklärt Regierungsrat Rössler vom Baden-württembergischen Ernährungsministerium mit der vielsagenden Erklärung: „Wo kein Kläger ist, ist auch kein Richter.“

Die Kohlenhändler behaupten:

Wir sind

Stiefkinder des



Ausgerechnet Kohlenhändler sind die Stiefkinder des Wirtschaftswunders. Das haben Studenten in Köln ausgetüfelt. Die Kohlenhändler waren von den Argumenten der jungen Wissenschaftler am Rhein so stark beeindruckt, daß sie beschlossen, ihre Preise sofort heraufzusetzen. Alle Sommerrabatte, die von den Zechen auch in diesem Jahr gewährt werden, wirken sich darum bei den Kunden nicht mehr aus. Bundeswirtschaftsminister Professor Ludwig Erhard versucht Jetzt, diese Preiswelle zu brechen.

Es fing ganz harmlos an: Eine handvoll Studenten des Instituts für Handelsforschung an der Universität Köln rechneten die Gewinne von 140 Kohlenhändlern nach. Ihre Untersuchung ergab:

- Der Reingewinn der Kohlenhändler liegt nur zwischen 0,8 und 3,5 Prozent.
- Die Handelsspannen — 18 bis 22 Prozent — liegen bei der Kohle unter dem Durchschnitt anderer Branchen.
- Der Umsatz an „schwarzen Diamanten“ ist in den letzten Jahren um durchschnittlich 30 Prozent zurückgegangen.

Das Deutsche Industrieministerium hat die Fleißarbeit der Studenten als Rundschreiben verschickt und die Kohlenhändler reagierten prompt: Sie erhöhten um 45 bis 90 Pfennig pro Zentner. Es war ihre dritte Steigerung in drei Jahren.

DIE PREISE SIND FREI

Noch 1959 waren Professor Erhard und die Vertreter der Ruhrzechen der Meinung, daß die Kohlenpreise sinken könnten. Der Minister hob alle Preisbindungen auf und spekulierte: Angebot und Nachfrage werden eine neue Ordnung in den Handel bringen.

Die Studenten der Domstadt haben nun die Pläne des Wirtschaftsministers endgültig gestört. Viele Zechen hatten schon unter dem Druck der großen Kohlenhalden und der hartnäckigen Reden Erhards ihre Preise herabgesetzt. Vor allem ihre Sommerrabatte sollten mithelfen, die Kohlenberge abzutragen. Der Zechenplan sah vor: Vom April bis September werden Kohlen um 10 bis 35 Pfennig je Zentner billiger an den Händler geliefert. Dieser Vorteil wirkt sich nun in diesem Jahr nicht mehr auf die Kunden aus.

APPELL AN DIE VERNUNFT

Die erste Lagebesprechung der Kohlenhändler nach Fertigstellung der Kölner Untersuchung

Wirtschaftswunders

fand in Dortmund statt. Dr. Hanns Hefendehl, Vorsitzender des Verbandes, und sein Geschäftsführer, Erich Bachmann, hielten die Reden. Eine Woche später gab's im Emsland bereits einen neuen Preis und in Nordrhein-Westfalen bekamen Kohlenhändler von ihrem Verband diese Preisempfehlungen:

„Wir appellieren an Ihr Verantwortungsbewußtsein und Ihre wirtschaftliche Einsicht und empfehlen Ihnen, sich durch den Aushang der beiliegenden Liste (neue Preise) vor dem immer fortschreitenden Verfall Ihres Geschäftes zu schützen . . . Aus verständlichen Gründen bitten wir Sie, sich aus eventuellen Auseinandersetzungen mit der Presse, dem Rundfunk usw. herauszuhalten. Sollten Sie angesprochen werden, bitten wir Sie, an die Geschäftsleitung zu verweisen.“

Dieses Schreiben reizte den Bundeswirtschaftsminister Erhard. Er bat seinen Kollegen aus Nordrhein-Westfalen, Minister Dr. Hans Lauscher, das Landeskartellamt möge prüfen, ob der Kohlenhandel an Rhein und Ruhr eine unerlaubte Preisabsprache getroffen habe. Die Prüfung läuft.

EIN LOCH FÜR DIE PREISE

Der Brief aus Bonn hat aber den Kohlenhändler-Verband nicht erschreckt. Er wartet sogar auf eine Untersuchung und hofft, durch die Grundsatzenscheidung eines Gerichtes die Rechtfertigung für seine Aktion zu bekommen. Die Funktionäre sind der Meinung, daß ihre Preisempfehlung den Wettbewerb fördere und nicht verboten sei. Das haben ihnen ihre Hausjuristen gesagt. Diese behaupten ein Loch gefunden zu haben, durch das zunächst einmal die Kohlenhändler in Nordrhein-Westfalen und später in der ganzen Bundesrepublik hindurchschlüpfen könnten. Und zwar haben sie den Paragraphen 38, Absatz 2, Satz 3, des Gesetzes gegen Wettbewerbsbeschränkungen ausgegraben. Danach sind Preisempfehlungen nicht unbedingt ordnungswidrig, wenn wettbewerbsfördernde Bedingungen gegenüber Großbetrieben geschaffen werden sollen.

An diese Klausel sind allerdings eine ganze Reihe von Bedingungen geknüpft. Zum Beispiel: die Preisempfehlungen müssen ausdrücklich als unverbindlich gekennzeichnet sein; oder zu ihrer Durchsetzung darf kein wirtschaftlicher oder sonstiger Druck angewandt werden. Die Kohlenhändler haben keine dieser Forderungen erfüllt. Von der „Unverbindlichkeit der

Empfehlung“ ist in den Rundschreiben keine Rede. Wirtschaftlicher Druck wird keiner angedroht, die Richtlinien an die Händler sind aber so gehalten, daß es kaum einen geben wird, der sich den Weisungen des Verbandes nicht beugt. Die großen Kohlenfirmen kommen genauso in den Genuß höherer Preise wie die kleinen.

SIE VERKAUFEN AUCH ÖL

Allerdings scheinen nicht alle Kohlenhändler von der Studentenarbeit überzeugt zu sein, denn:

□ Die 140 Händler, die nach Angabe von Kohlenhändler Günter aus Stuttgart in Köln getestet wurden, sind sicher kein repräsentativer Querschnitt der 14000 westdeutschen Kohlenhändler. Außerdem wird ein großer Teil des Heizöles, das die Kohle verdrängt hat, auch von Kohlenhändlern verkauft.

□ Sogar der Bundesverband der Händler gibt zu, daß seine Mitglieder außer ihrem Reingewinn zwischen 0,8 und 3,5 Prozent auch noch in die Personalkosten einen Unternehmerlohn von etwa 2,9 Prozent einplanen.

□ Die Ruhrkohlen-Verkaufsgesellschaft und das Statistische Bundesamt haben für 1960 und 1961 viel höhere Gewinnspannen errechnet als die Kölner Studenten.

□ Die Untersuchung des Kölner Instituts beruht auf Zahlen aus dem Jahre 1959 und ist durch die Preiserhöhungen der letzten Jahre lange überholt.

AUF EIGENE RECHNUNG

Dr. Dürr, Geschäftsführer der Kohlenhändler in Baden-Württemberg, kommentiert den Betriebsvergleich der rheinischen Universität so: „Das Papier trägt den Vermerk „vertraulich“, darum können wir es nicht aus der Hand geben. Aber es bleibt trotzdem ein Beweis dafür, daß wir am Rande des Ruins stehen! Wer will es uns verdenken, daß wir nun endlich auch unseren Anteil am Wirtschaftswunder haben möchten?“

Verschwiegen wurde bisher dies: Die Kohlenhändler haben die Untersuchung über ihre schlechte Geschäftslage selbst beim Institut für Handelsforschung in Köln bestellt und bezahlt.

Regelmäßig sind die Kohlen-Preise in den letzten zehn Jahren gestiegen. Für die Erhöhung haben die Händler diese Erklärung: Weil wir weniger Kohle verkaufen, müssen wir mehr verdienen, damit wir die alten Gewinne erzielen.



1961:	?
1960:	7,80 DM
1959:	7,30 DM
1958:	7,08 DM
1957:	6,75 DM
1956:	6,38 DM
1955:	6,25 DM
1954:	5,91 DM
1953:	4,98 DM
1952:	4,94 DM
1951:	4,61 DM
1950:	3,86 DM

Information

Herauf

KARTOFFELN: „Drücken Sie ihre Kartoffelpreise nicht!“ Das rät die Forschungsanstalt für Landwirtschaft, Braunschweig, den Bauern. Die mit Steuergeldern bezahlten Forscher behaupten: „Die Verbraucher empören sich mehr über schwankende als über zu hohe Preise.“

FOTOS: Kameras und fototechnische Apparate werden um sechs Prozent teurer. Die Hersteller wollen die neuen Lohnerhöhungen ganz auf die Käufer abwälzen.

BENZIN: Kraftstoff soll um zwei Pfennig pro Liter teurer werden. Grund: Bonn führte eine neue Importausgleichsteuer ein. Die Ölkonzerne wollen diese Steuer, die für die gesamte Petroleumindustrie gilt, nur für Benzin berechnen. Gleichmäßig auf alle Erzeugnisse der Branche verteilt, wäre nur eine Steigerung des Benzinpreises um 2/3 Pfennig gerechtfertigt.

LIMONADE: Bayerische Limonade wurde jetzt bis zehn Pfennig pro Flasche teurer. Die Hersteller in anderen Gegenden wollen schon in wenigen Wochen nachziehen.

KAUFHÄUSER: Der Kaufhof, Karstadt und Hertie kündigen neue Preissteigerungen an.

HEIZUNG: Für Kleinabnehmer wird Heizöl von bisher 17 Pfennig pro Liter auf 18 oder 19 Pfennig steigen. Die Öllieferanten sind der Meinung, Kampfpreise gegen die Kohlen sind nicht mehr nötig.

STEINE: Die süddeutschen Ziegeleien verlangen für Lehmziegel fünf Prozent mehr. Dadurch wird die Baupreissteigerung 1961 wahrscheinlich höher sein als 1960. Im vergangenen Jahr wurden Ziegel um drei Prozent teurer, die Baukosten stiegen daraufhin um nicht weniger als sieben Prozent.

VOLKSWAGEN: Generaldirektor Prof. Dr. Heinz Nordhoff erklärte, der VW-Preis sei zu niedrig. Die alten VW-Sparer haben dagegen errechnet, daß im Volkswagenpreis eine Spanne von 1000 bis 1200 Mark steckt.

Herunter

WEIN: Der Preis für Pfälzer Konsumwein vom Jahrgang 1960 sinkt. Der Liter kostet im Großverkauf vierzig Pfennig und weniger. Grund: Weil der Alkoholgehalt sehr niedrig ist, hält sich der Wein nicht lange.

SCHREIBMASCHINEN: Adler, Triumph und andere Firmen haben die Preise für elektrische Schreibmaschinen bis zu sechs Prozent gesenkt. Der Absatz stockt, weil es zu wenig gut ausgebildete Stenotypistinnen gibt, die mit elektrischen Maschinen umgehen können.

GETRÄNKESTEUER: In Freudenstadt im Schwarzwald könnten Getränke billiger werden. Ab 1. Januar 1962 wird dort die Getränkesteuer gestrichen. Sie brachte für die Gemeinde im Jahr nur 15 000 Mark.

ZIGARREN: Sumatrazigarren aus Holland sind durchschnittlich um zehn Pfennig pro Stück billiger geworden, weil der Zoll gefallen ist. Holländische Zigarren sind jetzt noch um 10 bis 15 Prozent teurer als deutsche.

KINO: Johannes Bernstein, Kinobesitzer in Frankfurt, senkte seine Eintrittspreise um ein Drittel. Allerdings muß man bei ihm ein Abonnement für zehn Filme abschließen.

BETTWÄSCHE: Leintücher, Kissen- und Bettbezüge werden wieder billiger. Die großen Fabriken stellen ihre Produktion auf vollautomatische Maschinen um und sparen die hohen Handarbeiterlöhne ein.

KAFFEE: Die Bundesregierung versprach afrikanischen Politikern, die Kaffeesteuer in der Bundesrepublik zu ermäßigen. Gleichzeitig wollen die Afrikaner ihre eigenen Ausfuhrzölle beseitigen. Kaffee könnte dann pro Pfund um zwei Mark billiger werden.

BLECH: Rostfreies Stahlblech wurde um drei Prozent billiger. Die Unkosten für die Herstellung sind zwar geblieben, aber die Nachfrage ist zurückgegangen.

... und stabil

Deutsche Gartenzwerfabrikanten erwarten größere Auslandsaufträge. Grund: Mistress Kennedy, tonangebend für den Geschmack in ihrem Lande, kaufte bei ihrem Besuch in Wien fünf echte deutsche Zwerge und ließ

sie im Diplomatengepäck nach Washington bringen. Die Hersteller hoffen, daß jetzt in Amerika eine Nachfrage nach Gartenzwerge einsetzt. - In Deutschland mögen nach der letzten Meinungsumfrage schon über 50 Prozent aller Menschen Zwerge gern. Die Hersteller glauben, daß auch ein verstärkter Export keine Preissteigerung bringt.

Dieser Gartenschmuck kostet **130,60 Mark**



Angler mit verschmitztem Blick, 34 cm groß	14,85 DM
Der fröhliche Gärtner mit Schubkarre, 43 cm groß	20,65 DM
Schaukelnder Zwerg 30 cm groß	12,30 DM
Zwerg mit Knüppel und Feder an der Mütze 38 cm groß	16,75 DM
Zwerg mit Schmetterlingsnetz und Botanisiertrommel 33 cm groß	15,95 DM
Sänger mit Ziehharmonika 35 cm groß	24,00 DM
Zwerg mit Laterne 30 cm groß	6,90 DM
Zwerg mit Blumentopf 21 cm groß	4,95 DM
Pfeifenraucher 16 cm groß	1,65 DM
Sitzender Zwerg 16 cm groß	1,65 DM
Liegender Zwerg 16 cm Länge	4,80 DM
Frosch 25 cm groß	4,00 DM
Pilz, 14 cm groß	2,15 DM
	<hr/>
	130,60 DM

Der beliebteste Zwerg in dieser Szene ist „Der fröhliche Gärtner“ mit Schubkarre (vorn rechts). Ihn wählten bei einem Schönheitswettbewerb für Zwerge 35 Prozent aller Liebhaber. Den zweiten Platz der über 200 Typen belegte das Modell „Zwerg mit Eichhörnchen“.

made in germany

Es sind nicht immer die epochemachenden Erfindungen, die den weltweiten Ruf einer Firma begründen. Der international gute Name deutscher Markenartikel, sichtbar in der Wertschätzung des berühmten „Made in Germany“, beruht auf der Sorgfalt und dem technischen Können in der Herstellung und vor allem auf der Auswahl hochwertiger Rohstoffe.

The logo for Vorwerk, featuring the word "VORWERK" in a bold, sans-serif font. The letters "O" and "W" are each enclosed within a circle, and these two circles overlap. The entire logo is contained within a rectangular border.

Beste deutsche Wertarbeit sind seit vielen Jahrzehnten die Markenartikel aus dem Hause Vorwerk. Ein großer Stab fähiger Mitarbeiter mit hervorragenden Fachkenntnissen stellt in den nach modernsten Gesichtspunkten aufgebauten Werken wertvolle Teppiche und technisch vollendete Elektrogeräte her. Die ständige Ausweitung des Absatzmarktes, steigende Exportziffern und die Zufriedenheit von Millionen Käufern sind die untrüglichen Kennzeichen für die Beliebtheit der Markenerzeugnisse

made by vorwerk

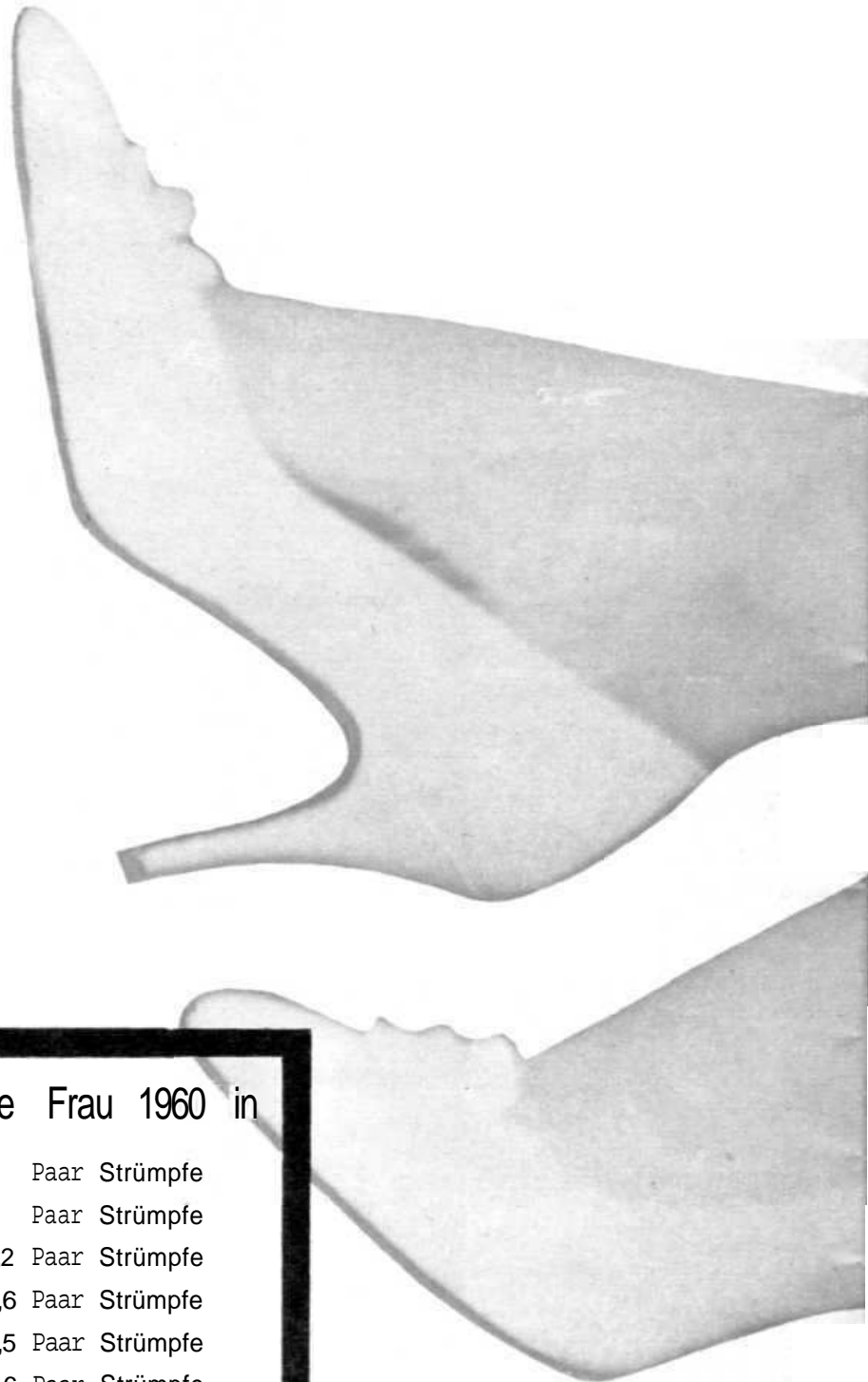
DAMENSTRÜMPFE

TEST

Unsere Frauen haben den größten Strumpfverschleiß in Europa: 14 Paar im Jahr. Sie geben dafür über 42 Mark aus. Die 85 westdeutschen Wirkereien lieferten ihnen im vergangenen Jahr insgesamt 277 Millionen Paar. Und die Produktion steigt weiter. Die Industrie versucht, mit neuen Werbemethoden den Verkauf noch stärker anzukurbeln. — Seit zwei Jahren überschwemmen ihre Nahtlosen alle Geschäfte. Dieser modische Einfall war für Frauen und Fabrikanten eine „Revolution“: 156 Millionen Nahtlose wurden 1960 verkauft. Gleichzeitig wurden 40000 Maschinen zur Herstellung von Strümpfen mit Nähten wertlos. Kleine Wirkereien, die neue Maschinen nicht finanzieren konnten, mußten schließen. Trotzdem bleibt das Strumpfangebot unübersehbar. Über 200 verschiedene Marken und Qualitäten liegen in den Schaufenstern, kompliziert in den Städten verteilt, weil jeder Händler sich nur auf bestimmte Fabrikate spezialisiert hat. Eine objektive Beratung der Kunden ist ihm längst nicht mehr möglich. Die Frauen sind nur noch der Reklame ausgeliefert. - Die DEUTSCHE MARK will einen für Deutschland neuen Maßstab zur Beurteilung der Massenerlieferungen geben: den Test. Diesmal prüfte in unserem Auftrag das Staatliche Prüfamts für Textilstoffe in Reutlingen 16 Paar Damenstrümpfe. Auf den nächsten Seiten veröffentlichen wir, was die Ingenieure festgestellt haben. Denn wir sind der Meinung: Kein Hersteller hat ein Recht auf die Unwissenheit des Kunden.

TEST

Haltbarkeit der Strümpfe hängt nicht vom Preis ab



Durchschnittlich verbrauchte jede Frau 1960 in

der Bundesrepublik	14	Paar Strümpfe
USA	12	Paar Strümpfe
Schweden	11,2	Paar Strümpfe
Holland	7,6	Paar Strümpfe
Frankreich	5,5	Paar Strümpfe
Österreich	4,6	Paar Strümpfe

Die westdeutschen Einzelhändler verkauften 1960 für insgesamt 675 Millionen Mark Damenstrümpfe. Der Durchschnittspreis für ein Paar lag in der Bundesrepublik im Januar 1961 bei 3,01 Mark.

„Warum notieren Sie alles, was wir zeigen und sagen? Machen Sie das auch in anderen Geschäften?“ Der Mann im dezenten Anzug streckt die Hand nach den Papieren auf der Theke aus. „Das kommt mir alles sehr merkwürdig vor!“

„Warum soll es keine Kunden geben, die sich genau ansehen und aufschreiben, was ihnen angeboten wird. Wir notieren uns, was sie auf Lager haben und überlegen später, was wir davon kaufen. Wir suchen Damenstrümpfe für 2.95 und 3.95 Mark und kommen morgen noch einmal her ...“ Die Zettel verschwinden in der Tasche.

Der Verkäufer ist nervös: „Und was wollen Sie mit den vielen Strümpfen?“

„Darüber braucht ein Kunde zwar keine Auskunft zu geben, aber wir wollen es Ihnen sagen: Wir werden etwas über Strümpfe schreiben ...“

„Das ist sehr verdächtig . . .“

„Wenn Strümpfe bei Ihnen als Geheimsache gelten, dann kaufen wir sie in anderen Geschäften . . .“

„Das wäre mir sehr lieb!“

So begann dieser Test. Erster Gesprächspartner: Strumpfhaus Scheurer, Stuttgart, Kirchstraße 3. Einen Tag später lagen 16 Paar aus drei Preisklassen auf dem Tisch des Notars. Sie waren in fünf verschiedenen Läden gekauft worden. Am 23. Mai stellte Dr. Walter Müller der DM-Redaktion diese Urkunde aus:

„. . . hat mich beauftragt, zum Zwecke eines Waren-tests den Einkauf von Damenstrümpfen notariell zu bescheinigen . . . Infolgedessen habe ich mich heute . . . in die nachfolgend genannten Geschäfte begeben . . . Hanke und Kurtz, Stuttgart, Königstraße 50/52; Defaka Deutsches Familienkaufhaus Zweigniederlassung Stuttgart, Marienstraße 12-14; Neckermann-Versand KG, Stuttgart, Tübinger Straße 8; Kaufhaus Union, Stuttgart, Königstraße 27-29; Strumpfhaus Scheurer, Stuttgart, Kirchstraße 3.“

Am 24. Mai übernahm Ingenieur Schneider, Staatliches Prüfamts für Textilstoffe Reutlingen, die Pakete und bestätigte: „Die Originalverpackung war mit einem notariellen Siegel versehen.“ Der Auftrag, Nummer 390, lautet: „Qualitätsvergleich im bezug auf Konstruktion, Berstfestigkeit, Ausziehen eines Fadens bis zum Bruch, Beschaffenheit, Paßform und Farbechtheit.“ 19 Tage waren 16 Paar Strümpfe im Examen. Das Ergebnis:

- Die Paßform — also der Sitz — ist bei den Strümpfen aller Preisklassen gut
- Die Verarbeitung ist bei teuren Strümpfen besser als bei billigen
- Die Farbechtheit der teuren Strümpfe ist teilweise schlechter als die der billigen
- Die Festigkeit der Fäden und Gewirke ist vom Preis unabhängig

Der DM-TEST

darf nicht nachgedruckt oder für Werbung ausgewertet werden.

Die Prüfung der Maße

Das ist das Ergebnis der ersten Untersuchung: Die meisten Angaben der Firmen auf den Verpackungen sind nicht korrekt. In einigen Fällen verzichteten die Hersteller ganz oder teilweise auf exakte Hinweise über Farbe, Länge des Strumpfes, Länge des Fußes und Verarbeitung. Die handelsübliche Größenbezeichnung 9½ ist, wie die Prüfung zeigte, ungenau. Dabei schwankt die Fußlänge um 1,9 Zentimeter.

● **STRUMPFLÄNDE:** Die durchschnittliche Länge eines Strumpfes liegt bei 85 Zentimetern. Da die Maße für den Sitz wichtig sind, haben viele Hersteller die Längen auf der Packung angegeben.

● **FUSSLÄNDE:** Die normale Fußlänge bei Größe 9½ beträgt 25 Zentimeter, das entspricht der Schuhgröße 33. Die Fußlängen werden auf den Strumpfpackungen nicht in Zentimetern angegeben.

● **DOPPELRAND:** Der verstärkte obere Rand der Strümpfe sollte sich um mindestens 12 Zentimeter strecken lassen. Die Dehnbarkeit des Randes ist wichtig für den Sitz und die Haltbarkeit des Strumpfes.

● **FADENSTÄRKE:** Mit „Denier“ wird die Fadenstärke bezeichnet; je kleiner die Denier-Zahl, desto feiner der Faden. Für diese Prüfung war der Strumpf 24 Stunden lang bei 20 Grad Celsius 65 Prozent Luftfeuchtigkeit ausgesetzt.

Diese Strumpfmarken wurden eingekauft

1,95 DM	nur die Farbe: ohne Angabe auf der Packung	Gr. 9½
1,95 DM	Perlon Nahtlos (Kaufhaus Defaka) Farbe: „10“	Gr. 9½
1,95 DM	Perlon Nahtlos (Kaufhaus Neckermann) Farbe: ohne Angabe	Gr. 9½
2,95 DM	Arwa Farbe: florida	Gr. 9½
2,95 DM	Ergee „Clarita“ Farbe: napoli	Gr. 9½
2,95 DM	Esde Farbe: „19“	Gr. 9½
2,95 DM	Hudson Farbe: napoli	Gr. 9½
2,95 DM	Kunert „Loretta“ Farbe: „72“	Gr. 9½
2,95 DM	Opal „Premiere“ Farbe: napoli	Gr. 9½
2,95 DM	Uhli „2000“ Farbe: florida	Gr. 9½
3,90 DM	Arwa „Dress“ (Krepp) Farbe: napoli	Gr. 9½
3,90 DM	Ergee Farbe: indiana	Gr. 10
3,90 DM	Hudson Farbe: napoli	Gr. 9½
3,90 DM	Kunert „Ophelia“ Farbe: napoli	Gr. 9½
3,90 DM	Opal „Cocktail“ Farbe: napoli	Gr. 9½
3,90 DM	Uhli Farbe: florida	Gr. 9½

Strumpflänge	Fußlänge	Breite des Doppelrandes		Fadenstärke (Denier) in der Länge
		normal	gedehnt	
94,5 cm	25,1 cm	20 cm	32 cm	Angabe auf der Verpackung: 20 Genauer Wert: 22,2
84 cm	25,1 cm	19,8 cm	32 cm	Angabe auf der Verpackung: 20 Genauer Wert: 22,5
85 cm	24,4 cm	19,7 cm	32 cm	Angabe auf der Verpackung: 20 Genauer Wert: 22
85 cm	24,8 cm	20 cm	32 cm	Angabe auf der Verpackung: 20 Genauer Wert: 22,4
84,6 cm	25 cm	19,6 cm	32 cm	Angabe auf der Verpackung: 20 Genauer Wert: 19,9
85 cm	24 cm	18,5 cm	29 cm	Angabe auf der Verpackung: 20 Genauer Wert: 23
81,5 cm	25 cm	19,5 cm	31 cm	Angabe auf der Verpackung: 20 Genauer Wert: 22,1
86 cm	25,9 cm	19,5 cm	33 cm	Angabe auf der Verpackung: 20 Genauer Wert: 22,3
86,3 cm	25 cm	19 cm	28 cm	Angabe auf der Verpackung: 20 Genauer Wert: 22,1
88,5 cm	24,2 cm	20 cm	30 cm	Ohne Angabe a. d. Verpackung Genauer Wert: 21,8
40 cm	18 cm	14,3 cm	29,2 cm	Ohne Angabe a. d. Verpackung Genauer Wert: 21,9
90,2 cm	25,6 cm	19 cm	30 cm	Angabe auf der Verpackung: 30 Genauer Wert: 30,9
85,9 cm	25 cm	19,6 cm	31 cm	Angabe auf der Verpackung: 20 Genauer Wert: 22,1
87,6 cm	24,5 cm	17,5 cm	29 cm	Angabe auf der Verpackung: 20 Genauer Wert: 21,1
85,3 cm	25,8 cm	20 cm	31 cm	Angabe auf der Verpackung: 20 Genauer Wert: 21,3
85 cm	25 cm	20,2 cm	33 cm	Ohne Angabe a. d. Verpackung Genauer Wert: 22,5

Für diesen Test wurden 16 Strumpfsorten ausgewählt, die Frauen besonders häufig kaufen, alles nahtlose Perlonstrümpfe in der gängigen Größe 9½. Ergee, Preis 3,90 Mark, war bei unserem Kauf nur in Größe 10 zu haben. Siebenmal lautete die Farbbezeichnung: „Napoli“, dreimal „Florida“ und einmal „Indiana“. Sie sind in Mode. Zweimal fehlte die Farbangebe, dreimal war sie verschlüsselt. Der Test besteht aus zwei Prüfungsarten: Ingenieure untersuchten Konstruktionen, Fäden, Wirkart und Farbe, Modefachleute führten Trageversuche durch und beurteilten äußere Beschaffenheit und Sitz.

Der Sitz der Strümpfe ist von der Lage der Maschen abhängig, die Lage der Maschen ist gleichzeitig entscheidend für ihren Lauf. Die Wirkereien wären zwar heute in der Lage, ziemlich laufmaschensichere Strümpfe herzustellen, die allerdings noch schlecht sitzen würden. Die Versuche, Strümpfe zu wirken, bei denen keine Maschen laufen, stecken noch in den Anfängen.

In der Prüfung lief der Arwa-Kreppstrumpf „außer Konkurrenz“. Dieser Strumpf glänzt nicht, weil er aus gekräuselten Fäden hergestellt ist und anders wirkt als der übliche Perlonstrumpf. Er hielt dafür dreimal soviel Berstdruck aus wie die meisten Strümpfe und bei der Kontrolle der Wölbhöhe, also bei der Dehnung, war er noch ganz, als das Prüfgerät die größte meßbare Belastung anzeigte. Nach der Beurteilung der Paßform und der Verarbeitung gaben die Prüfer noch diese Erläuterungen:

„nur die“, Preis 1,95 Mark, waren an der Sohlenverstärkung unsauber abgeschnitten, und die Strümpfe eines Paares waren verschieden lang.

Die Perlonstrümpfe von Defaka, Preis 1,95 Mark, hatten eine zu tief in die Sohle eingenahte Spitze.

Beim Ergee, Preis 2,95 Mark, war die Sohlenverstärkung unsauber.

Der Esde, Preis 2,95 Mark, hatte einen zu engen Doppelrand.

Der Hudson, Preis 2,95 Mark, hatte eine zu tief eingenahte Spitze.

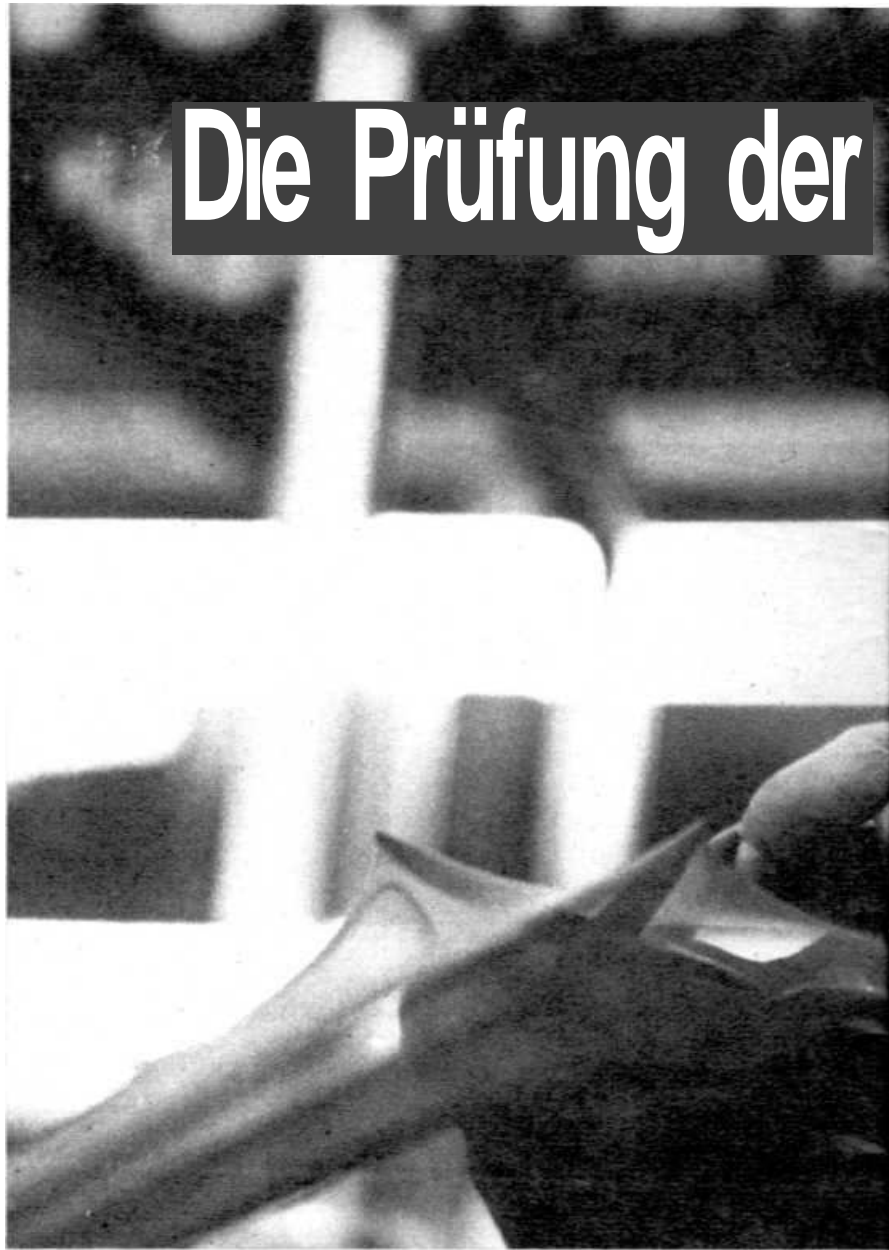
Die Opalstrümpfe, Preis 2,95 Mark, waren verschieden lang und hatten einen zu engen Doppelrand.

Der Uhli, Preis 2,95 Mark, hatte ebenfalls einen zu engen Doppelrand.

Beim Opal, Preis 3,90 Mark, war die Spitze zu tief in die Sohle eingenaht.

Untersuchung Nummer zwei: Wann reißen die Fäden? Wann laufen die Maschen? Die Techniker prüften jeden Strumpf dreimal und ermittelten vier Qualitätsmerkmale. Die „Übersetzung“ der technischen Zahlen nach der Prüfung in eine allgemein verständliche Sprache ist schwer. Grund: In Deutschland fehlt der Maßstab, der festgelegt, wann Strümpfe gut oder schlecht sind. Für unseren Vergleich wurden in Zusammenarbeit mit dem Staatlichen Prüfamf für Textilstoffe in Reutlingen diese Wertungen gefunden: Die Ergebnisse jeder Einzelprüfung wurden zusammengezählt und daraus ein Durchschnittswert errechnet. Die Abweichungen nach unten sind mit „minus“, die nach oben mit „plus“ bezeichnet.

- **REISSEN:** Das war die Prüfung: Künstliche Beine steckten in den Strümpfen. Dann wurde ein Faden herausgezogen, ein Gewicht daran geändert und dann gemessen.
- **DEHNEN:** In einem „Berstdruckgerät“ wurde jeder Strumpf über einen Gummiball gezogen — so lange bis er riß. Dieser Versuch kontrolliert die Elastizität. Der Druck des Balles entspricht der Bewegung des Knies.
- **LAUFMASCHEN:** Erst wurde eine Masche künstlich beschädigt, dann strapazierte ein „Wölbdruckgerät“ den Strumpf. Es zeigte an, wann die Laufmaschen liefen.



		„nur die“ 1,95 DM	Perlon Nahtlos (Defaka) 1,95 DM	Perlon Nahtlos (Neckermann) 1,95 DM	Arwa 2,95 DM	Ergee 2,95 DM	Esde 2,95 DM
Der Stoff riß ...							
... im Berstdruckgerät bei einer Belastung je Quadratzentimeter von	Mittelwert 590 g	570 g (minus 20 g)	540 g (minus 50 g)	530 g (minus 60 g)	610 g (plus 20 g)	520 g (minus 70 g)	540 g (minus 50 g)
... bei einer zusätzlichen Dehnung des Teststücks von durchschnittlich	Mittelwert 44,1 mm	44,0 mm (minus 0,1)	42,5 mm (minus 1,6)	46,0 mm (plus 1,9)	44,0 mm (minus 0,1)	43,8 mm (minus 0,3)	43,7 mm (minus 0,4)
Die Laufmasche lief nach vorheriger Maschenbeschädigung bei einer Dehnung von	Mittelwert 14,4 mm	16,8 mm (plus 2,2)	13,5 mm (minus 0,9)	14,7 mm (plus 0,3)	14,5 mm (plus 0,1)	14,2 mm (minus 0,2)	13,2 mm (minus 0,9)
Beim Herausziehen riß ein Einzel-faden im Festigkeitsprüfapparat bei einer Belastung von	Mittelwert 151 g	184 g (plus 35 g)	129 g (minus 22 g)	159 g (plus 7 g)	157 g (plus 6 g)	120 g (minus 31 g)	83 g (minus 68 g)

Festigkeit

2



Mit Messer und Scheren fahren die fliegenden Händler in die Strümpfe, die sie an ihren Ständen auf den Straßen anbieten. Ihre Erfahrung: Haltbarkeit ist das beste Werbeargument.

Hudson 2,95 DM	Kunert 2,95 DM	Opal 2,95 DM	Uhli 2,95 DM	Arwa Krepp 3,90 DM	Ergee 3,90 DM	Hudson 3,90 DM	Kunert 3,90 DM	Opal 3,90 DM	Uhli 3,90 DM
540 g (minus 50 g)	560 g (minus 30 g)	680 g (plus 90 g)	550 g (minus 40 g)	1560 g (anderer Faden)	840 g (plus 250 g)	670 g (plus 80 g)	550 g (minus 40 g)	650 g (plus 60 g)	520 g (minus 70 g)
41,7 mm (minus 2,4)	44,5 mm (plus 0,4)	46,2 mm (plus 2,1)	45,7 mm (plus 1,6)	über 60 mm (anderer Faden)	39,2 mm (minus 4,9)	47,7 mm (plus 3,6)	44,0 mm (minus 0,1)	45,7 mm (plus 1,6)	44,0 mm (minus 0,1)
12,7 mm (minus 1,7)	14,0 mm (minus 0,4)	14,3 mm (minus 0,1)	15,5 mm (plus 1,1)	35 mm (anderer Faden)	11,2 mm (minus 3,2)	18,0 mm (plus 3,6)	15,2 mm (plus 0,8)	15,2 mm (plus 0,8)	14,0 mm (minus 0,4)
145 g (minus 6 g)	158 g (plus 7 g)	168 g (plus 17 g)	188 g (plus 37 g)	166 g (anderer Faden)	159 g (plus 8 g)	185 g (plus 34 g)	155 g (plus 4 g)	177 g (plus 26 g)	104 g (minus 47 g)

	„nur die“ 1,95 DM	Perlon Nahtlos (Defaka) 1,95DM	Perlon Nahtlos (Neckermann) 1,95DM	Arwa 2,95 DM	Ergee 2,95 DM	Esde 2,95 DM	Hudson 2,95 DM
Paßform							
Reibecktheit	sehr gut	sehr gut bis gut	sehr gut bis gut	sehr gut bis gut	sehr gut bis gut	sehr gut	sehr gut bis gut
Waschechtheit	mäßig	mäßig bis gering	noch befriedigend bis mäßig	gut	gering	mäßig bis gering	mäßig bis gering
Schweißechtheit	gut bis noch befriedigend	gut	sehr gut bis gut	gut bis noch befriedigend	mäßig	gut bis noch befriedigend	noch befriedigend bis mäßig
Wasserechtheit	noch befriedigend	gut bis noch befriedigend	noch befriedigend	gut	gut bis noch befriedigend	noch befriedigend	gut
Beschaffenheit	Eingeformte Ferse mit Sohlen- verstärkung	Eingeformte Ferse mit Sohlen- verstärkung	Eingeformte Ferse mit Sohlen- verstärkung	Eingearbei- tete Ferse ohne Sohlen- verstärkung	Eingeformte Ferse ohne Sohlen- verstärkung	Eingeformte Ferse mit Sohlen- verstärkung	Eingearbei- tete Ferse mit Sohlen- verstärkung

Die Prüfung der Farbe

Kunert 2,95 DM	Opal 2,95 DM	Uhli 2,95 DM	Arwa Krepp 3,90 DM	Ergee 3,90 DM	Hudson 3,90 DM	Kunert 3,90 DM	Opal 3,90 DM	Uhli 3,90 DM
gut	gut	gut	gut	gut	gut	gut	gut	gut
sehr gut	sehr gut	sehr gut	sehr gut bis gut	sehr gut	sehr gut bis gut	sehr gut bis gut	gut	sehr gut bis gut
mäßig bis gering	mäßig	mäßig bis gering	mäßig	mäßig	gut bis noch befriedigend	mäßig bis gering	gut bis noch befriedigend	noch befriedigend bis mäßig
noch befriedigend	noch befriedigend	mäßig bis gering	gut bis noch befriedigend	mäßig	noch befriedigend bis mäßig	gut bis noch befriedigend	gut bis noch befriedigend	noch befriedigend
sehr gut	gut	noch befriedigend	gut bis noch befriedigend	sehr gut bis gut	noch befriedigend bis mäßig	noch befriedigend	gut	gut
Eingearbei- tete Ferse ohne Sohlen- verstärkung	Eingearbei- tete Ferse mit Sohlen- verstärkung	Eingearbei- tete Ferse ohne Sohlen- verstärkung	Eingearbei- tete Ferse ohne Sohlen- verstärkung	Eingearbei- tete Ferse ohne Sohlen- verstärkung	Eingearbei- tete Ferse mit Sohlen- verstärkung	Eingearbei- tete Ferse mit Sohlen- verstärkung	Eingearbei- tete Ferse mit Sohlen- verstärkung	Eingearbei- tete Ferse mit Sohlen- verstärkung

● **WASCHECHTHEIT:** Die Strümpfe sind mit Seife gewaschen worden. Das Wasser hatte eine Temperatur von 40 Grad Celsius. Diese Prüfung war besonders scharf, denn Frauen benutzen beim Waschen ihrer Strümpfe fast nur Feinwaschmittel und lauwarmes Wasser. Die Beurteilung gibt die eingetretene Farbänderung nach der Wäsche an. Das Abfärben wurde nicht gewertet, da Strümpfe extra gewaschen werden.

● **REIBECHTHEIT:** Durch das Abreiben von überschüssigem Farbstoff können Rocksäume und Unterwäsche verfärbt werden. Der „Reib-

echtheitsprüfer“ — eine Spezialmaschine — kontrolliert, wieviel Farbe geben Strümpfe an einen weißen Baumwollstoff ab. Die Untersuchung wurde nur trocken gewertet. Der gleiche Versuch mit naßem Baumwollstoff verlief weniger befriedigend. Diese Werte wurden aber nicht in die Tabelle aufgenommen.

● **SCHWEISSECHTHEIT:** Ein Stück Strumpf wurde zwischen Polyamidgewebe — aus Polyamid sind alle feinen Strümpfe dieser Art hergestellt — und Baumwolle eingenäht. Die Bewertung zeigt die Aufhellung des Farbtones oder eingetre-

tene Verfärbungen. Ergebnis: „Verschwitzte Strümpfe werden fleckig.“

● **WASSERECHTHEIT:** In klarem, kaltem Wasser ohne Zusatz wurden die Strümpfe für diese Prüfung gesteckt. In der Praxis entspricht dies dem Einlegen in kaltes Wasser ohne Waschmittel. Auch hier gab es Veränderungen des Farbtones.

● **PASSFORM UND BESCHAFFENHEIT:** Der Sitz der Strümpfe am Bein war gut. Für die „Füße“ gilt diese Regel: Eingearbeitete Fersen sind besser als eingeformte. Ein Strumpf mit Sohlenverstärkung ist besser als ohne Sohlenverstärkung.



DER BRAND KOSTET MILLIARDEN

Im nächsten Heft:

- Unsere Butter ist ranzig
- Tips für Geldgeschäfte
- Hoteliers sind schlechte Gastgeber

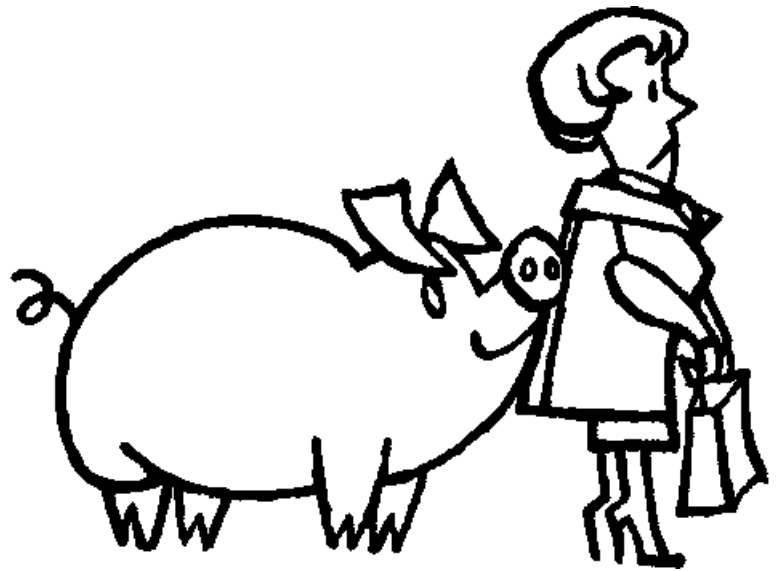


: Handmixer in der Küche

1630 Zigaretten, 100 Zigarren und 237 Gramm Tabak hat durchschnittlich jeder Raucher im letzten Jahr in Brand gesteckt. Dieses Groß-Feuer hat 7,2 Milliarden Mark gekostet. Ein Genuß für den Staat. Der Bundesfinanzminister kassierte 3,6 Milliarden dieses Rauch-Opfers. Sein Kollege vom Verkehrsministerium hat den gleichen Betrag verwirtschaftet: 3,4 Milliarden Mark für Wasser, Straße, Schiene und Luft. Die 3,5 Milliarden Tabaksteuer sind — unter den Verbrauchssteuern — nach der Umsatzsteuer der zweitgrößte Brocken im Steuertopf. Darum kann unser Staat nur funktionieren, wenn es qualmt. Bonn braucht gesunde Raucher.



Auch das noch



„Der deutsche Konsument wird ‚frecher‘. Der gute alte, kreuzbrave ‚Otto Normalverbraucher‘ wandelt sich... Im Herbst erscheint zum Beispiel DIE DEUTSCHE MARK. Hauptinhalt: Einkaufs-Wegweiser und kritisch vergleichende Waren-Tests. Die Gerichte werden Arbeit bekommen. Und mancher Außenseiter eine Chance, wenn sein unbekanntes Produkt im Test besser abschneidet als die Marken-Konkurrenz ...“

Curt L. Schmitt, +
„Vertrauliche Wirtschaftsbriefe“
für Industrielle

„Herr Dr. Burda ... hat die (Probe-)Ausgabe (der DEUTSCHEN MARK) recht eingehend studiert und war außerordentlich überrascht über den Ideenreichtum und die Vielfalt des Stoffes, mit denen Sie das recht spröde Thema abhandeln. . . . bringt eine Fülle von interessantem Stoff in gewinnender und ansprechender Form.

Wir alle glauben, daß Ihre neue Zeitschrift sehr wohl in der Lage sein wird, ein vorhandenes Bedürfnis auf dem Zeitschriftenmarkt zu stillen ...“

Rechtsanwalt Dr. Kuner,
Verlagsleiter der Burda Druck
und Verlag GmbH („Bild und Funk“,
„Bunte Illustrierte“, „Burda Moden“)

„... ein interessantes Experiment, in dem ... unter dem Kapitel „Test“-Waren gleicher Gattung nach allen Regeln der Kunst untersucht (werden) ... und das unter voller Nennung der Markennamen und der Herstellerfirmen. Der „Test“ steht dem — manchmal hilflosen — Verbraucher bei den heutigen Massenangeboten zur Seite und hilft ihm, sich zwischen den Angeboten eine Meinung zu bilden ... Verständlicherweise werden weder der Markenartikel-Verband noch der Bundesverband der Industrie über diese Neueinführung besonders begeistert sein ...“

Eduard Marwitz
in „Der Kontakter“

„Das von Ihnen vorgestellte Problem (der vergleichende Warengütertest) wird von den Materialprüfanstalten für sehr wichtig angesehen. Man ist in unserem Bereich der Ansicht, daß eine soziale Wettbewerbs- und Marktwirtschaft auf die Dauer ohne entsprechende Warenkenntnis des ... Käufers nicht auskommt.

Bei dem ... Verbraucher, für den, wie man sagt, schließlich alle Anstrengungen unternommen werden, beobachtet man aber ... eine wachsende Unsicherheit, da die eigenen Warenkenntnisse der Entwicklung nicht mehr folgenkönnen.“

Professor Dr. M. Pfender,
Präsident der Bundesanstalt für Materialprüfung in Berlin-Dahlem

Fette Schweine haben bei den Frauen keine Chancen, weil niemand mehr fett essen mag. Vor zehn Jahren kosteten Schweinekoteletts fast genausoviel wie Schmalz. Heute sind magere Koteletts 3,70 Mark teurer. Fett wird dafür als „Abfall“ behandelt. Der Staat kauft es auf.

Wein aus Texas

Der Besitzer eines Drugstores in Dallas (Texas) füllte billigen Wein in drei Arten Flaschen und gab ihm drei verschiedene Namen: Preiswerter Konsumwein, angenehmer Tischwein und exquisite Spitzenmarke. Die Spitzenmarke wurde nur von Behördenvertretern und Ölmagnaten gekauft. Die mittlere Preisklasse ging am besten. Der preiswerte Konsumwein aber wurde im Keller alt. Eines Tages verlangte ein Kunde von jeder Marke eine Flasche und sagte, der Wein solle im Laboratorium untersucht werden. Der Händler hatte keine ruhige Minute mehr, bis endlich ein offizielles Schreiben kam: Die chemische Untersuchung hatte ergeben, die unterschiedliche Qualität entspricht durchaus dem vom Händler geforderten Preis. Seitdem glaubt der mißtrauische Texaner wieder an Wunder.



DIE DEUTSCHE MARK erscheint wöchentlich im Verlag Waldemar Schweizer GmbH & Co KG, Stuttgart W, Augustenstraße 10.
Telefon-Nr. 6 49 59/6 16 66, Fernschreiber-Nr. 07-22 027.

Herausgeber: Waldemar Schweizer

Chefredakteur: Just Ptach

Redaktion: Sigfrid Dinsler, Manfred Eichhöfer, Dietrich Hegemann, Helmut Strunk. Layout: Henry R. Möller. Herstellung: Hans Pape. Mitarbeiter dieses Heftes: Herbert Hackl, Werner Koep, Wolfgang Sanner. Fotos: Jacques Schumacher (Titel), Dieter Borell, Louis Brichle, dpa, Archiv; Zeichnungen: Herbert Scheurich.

Verantwortlich für Anzeigen: Eitel F. Knittel; für Vertrieb: Georg Fleißman. Es gilt Anzeigenpreisliste Nr. 1. Tiefdruck: Herget-Druck, Stuttgart. DIE DEUTSCHE MARK darf nur mit ausdrücklicher Genehmigung in Lesezirkeln geführt werden. - Bestellung im Abonnement durch die Post oder direkt beim Verlag. Der monatliche Bezugspreis beträgt bei Lieferung von 4 bzw. 5 Heften 2,31 DM zuzüglich 0,09 DM Zustellgebühr. Postscheckkonto: Stuttgart 666 88, Commerzbank 31 900. Unverlangt eingesandten Manuskripten bitte Rückporto beilegen.

(Nachdruck des Tests - auch auszugsweise - ist nicht gestattet)



Stellen Sie gleich um auf

Elektrische Schreibmaschinen
Elektronische Datenverarbeitungsanlagen
Lochkartenmaschinen
Zeitdienstanlagen

IBM

Fruher oder spater fuhren Sie elektrische Schreibmaschinen ein. Wahlen Sie deshalb gleich die IBM, denn sie kennt keine technischen Kompromisse. Sie wurde von Anfang an als elektrische Schreibmaschine konstruiert und in drei Jahrzehnten konsequent weiterentwickelt. Mit der Umstellung auf IBM beginnt die Rationalisierung der Schreibarbeiten, denn IBM ist nicht nur eine

technisch ausgereifte elektrische Schreibmaschine hochster Qualitat - mit IBM erwerben Sie ein millionenfach in aller Welt bewahrtes System. Beratung in allen Fragen der Einrichtung und Kostensenkung Ihrer Schreibplatze, Einweisung und Schulung Ihrer Schreibkräfte und ein unbegrenzter technischer Service sind weitere Faktoren der berechenbaren Wirtschaftlichkeit der IBM.

IBM Deutschland
Sindelfingen bei Stuttgart

