

GRAMCO:

eine Finanzgesellschaft mit weitgestreutem Vermögen, die sich auf Immobilien-Anlagen spezialisiert

**USIF Immobilien**

(United States Investment Fund)

Nettowert per Anteil am 24. April 69
US \$ 6,45

Wertsteigerung in den letzten 12
Monaten: + 13%

Stetiger Wertzuwachs von Monat
zu Monat seit Gründung des Fonds

Unterliegt keinen Börsenschwan-
kungen

GRAMCO (UK) Ltd.

Millbank Tower, Millbank,
London S. W. 1, England

Über
2.000.000 qm
Opheis-Hallen

wurden für Industrie,
Handel, Gewerbe,
Landwirtschaft
und Sport
gebaut.

Egal welche Hallen-Probleme Sie haben -
unser Service beginnt bei der Planung

Eine Planung mit jahrzehntelanger Erfah-
rung im Stahlhallenbau, in Typenbauweise
oder nach speziellen funktionsbedingten
Wünschen.

Kurzfristige Lieferung zu Festpreisen,
Montage durch eigene Facharbeiter.

Prospekt, Beratung und Angebot bitte
anfordern:

Felix Opheis Stahlhallenbau
417 Geldern, Postfach 145
Tel.: 02831/2451 FS: 0812252

**HANDEL****BIER****Teutsches Pils**

Über Nacht regneten in Stuttgart 25 000 Sterntaler nieder. Die metallglänzenden Plastikscheiben lagen auf Bürgersteigen, Autodächern und Parkbänken. Den Findern winkte Freibier oder ein kostenloser 20-Minuten-Einkauf in Lebensmittelläden. Zeitungsannoncen und Reklameflugzeuge verkündeten tags darauf den Namen des Spenders: „Deutsches Stern Pils“.

Das originelle Werbespektakel in der württembergischen Metropole ist der Auftakt zu einer bundesweiten Absatzoffensive der Essener Stern-Brauerei, eines Tochterunternehmens der Funke-Gruppe (Jahresumsatz: 117 Millionen Mark). Die Bierbrauer von der Ruhr wollen in diesem Jahr das schaffen, was in der Branche noch keinem gelang: ein nationales Bier, das wie Coca-Cola an jeder Straßenecke zu haben ist.

Kaum ein anderes Produkt wider-
setzt sich so zäh moderner Marktstra-
tegie wie Bier. Denn Gerstensaft ist
höchstens zehn Wochen haltbar, und
das Gewicht von Fässern und Flaschen
treibt die Versandkosten auf längeren
Strecken so hoch, daß sie den Wert des
Inhalts übersteigen. Überdies hängen
Deutschlands Biertrinker oft an dem
Gebäu ihrer vertrauten Regional-
marken, von denen es fast 2000 in
Westdeutschland gibt.

Der große Markt aber ist für die
deutsche Brau-Industrie lebensnot-
wendig geworden. Seit der Bierumsatz
stagniert (Umsatzsteigerung 1967/68:
1,6 Prozent), müssen die Brauereien
einander Kundschaft abjagen, wenn
sie weiter expandieren wollen.

Ein hundertprozentiges Erfolgsre-
zept für ein Bundesbier fand indes
noch keine Brauerei. Selbst Beck's aus
Bremen, das seit 1956 konsequent
überall in Westdeutschland Marken-
werbung („löscht Männer-Durst“) be-
treibt, vermochte sich südlich der
Mainlinie noch nicht durchzusetzen.

Auch den großen Bierkonzernen —
Oetker-Gruppe, Dortmunder Union,
Henninger/Reemtsma — gelang das
Einheitsbier noch nicht. Die Brauerei-
Bosse kauften vorerst mehrere Dut-
zend Brauereien zwischen Schleswig-
Holstein und dem Allgäu zusammen.

Der zerstückelte deutsche Biermarkt
beginnt auch ausländische Bier-Riesen
anzulocken. Amerikas zweitgrößte
Bierfirma Schlitz zum Beispiel eta-
blierte sich bereits in Belgien und
verhandelte mit dem Henninger-Bräu.
Von England dringt der größte briti-
sche Brau-Konzern, Allied Breweries,
vor. Durch seine Fusion mit dem Uni-
lever-Konzern hat er bereits einen
Fuß auf den Kontinent gesetzt. Profi-
table Bier-Objekte in der Bundesre-
publik suchen sowohl der kanadische
Braucher-König Taylor als auch der bel-
gische Brau-Konzern Stella Artois.
Kürzlich kontaktierte die internatio-
nale Skol-Gruppe ein Dutzend deut-
scher Brauereien.

Den Angriffen der Großen versuchte
die Essener Funke-Gruppe zuvorzu-
kommen. Ihr Rezept: Rund 40 mit-
telgroße Brauereien im gesamten Bun-
desgebiet produzieren nach einer Mix-
Anweisung der Essener Stern-Brauerei
ein einheitliches Bier. Den Verkauf und
die Werbung der 75 Pfennig kostenden
Flaschen übernimmt die Stern-Brau-
erei, wofür ihre Partner acht Mark je
Hektoliter abführen müssen.

Sterns nationaler Bier-Vorstoß
machte die Konkurrenz munter. Oet-
kers Brauerei-Marketinggruppe, die
seit einiger Zeit über Pläne für eine
große Biermarke grübelt, ließ eilends
vier Brauereien des Konzerns in Süd-
deutschland „Teutsch-Pils“ anbieten.
Oetkers Markenknüller indes wird
nach Meinung der Experten den Na-
men „Prinz“ tragen. Unter dieser Be-
zeichnung wurde das Oetker-Bier
schon in Italien populär. Voraussicht-



SPIEGEL-Titel 33/1968
Erfolgsrezept gefunden?

licher Start in Deutschland: Herbst
1969.

Plötzlich haben auch die kleinen und
mittelgroßen Brauereien ihr Herz für
eine nationale Biermarke entdeckt.
Der Frankfurter Werbe-Experte Rüdiger
Ruoss sammelte unter dem
Decknamen „Konsul“ zwölf westdeut-
sche Brauereien, die alle einen Jah-
resausstoß von über 100 000 Hektoliter
haben. Die Pläne für ein Bundesbier
sind bereits fertig, Werbegelder von
mehreren Millionen Mark bei einer
Frankfurter Bank deponiert.

In Hamburg trommelte der Marke-
ting-Experte Dr. Walter Scheuermann
ebenfalls 22 verängstigte Klein-Brau-
er zu einer Markengemeinschaft zu-
sammen. Am 28. Mai dieses Jahres
wollen sie ihre Unterschrift unter den
Gründungsvertrag der „Co-Brau-
GmbH“ setzen. Scheuermann, der be-
reits drei Werbekampagnen ausarbei-
tete, prophezeit das Debüt seiner
Marke für den Herbst dieses Jahres.

Der Deutsche Brauer-Bund freilich
hält das Bundesbier lediglich für eine
„interessante Idee“, die das Haupt-

problem der Branche nicht löst: „Einheitliche Preise sind bei diesem Sauhaufen kaum drin“, schimpfte ein Aktionär.

Kenner der Bierbranche geben einem Bundesbier aus den Braukesele deutschen Mittel- und Kleinfirmen wenig Chancen. Spottet Dr. Horst Launer, Chef der Paderborner Brauerei: „Kooperation ist schön, aber aus zwei armen Schweinen wird ja noch keine fette Sau.“

PRESSE

BEWEISMITTEL

Derlei Formeln

Bei Gerhard Ballarin im Oberen Gaisbergweg zu Heidelberg läutete die Kripo. Zwei „freundliche nette Herren“ (Ballarin) forderten höflich: Der Bildjournalist möge die Photos herausgeben, die er von studentischen Aktionen gemacht habe.

Als der Pressemann das verweigerte, präsentierten die beiden Kriminalobermeister einen vier Tage alten richterlichen Durchsuchungsbefehl — gültig für Labor und Wohnung des Photographen.

Erwirkt hatte die Amtsgerichtsorder der Erste Staatsanwalt Georg Weidner, 40, „da zu vermuten ist, daß die Durchsuchung zur Auffindung von Beweismaterial führen wird“ (so die amtliche Begründung). Beweisen möchte Ankläger Weidner ein Delikt des Haus- und Landfriedensbruchs — im vorigen Dezember begangen von einer Gruppe linker Jung-Akademiker, die gewaltsam in das Auslandsamt der ältesten deutschen Universität eingedrungen war.

Der Studenten-Stoßtrupp suchte dort Akten, die Pressionen dieses Amtes gegenüber ausländischen Kommilitonen beweisen sollten. Und er nahm — so wenigstens sieht es ein Heidelberger SPD-Ausschuß — „bei dem Ziel,



Photoreporter Ballarin
Bilder ohne Beweiskraft

eine politische Diskussion zu erreichen, das Risiko begrenzter Gesetzesverletzung auf sich“.

Bildberichter Ballarin hatte über die Auslandsamts-Aktion in Heidelberg Bürgerblatt „Rhein-Neckar-Zeitung“ („RNZ“) ein Photo veröffentlicht. Weitere Bilder aber möchte er nicht preisgeben, denn: „Ich will nicht als Hiwi der Staatsanwaltschaft gelten.“

Gleichwohl klafft nun in seinem Archiv unter der Nummer 6592 eine Lücke. Vier Negativ-Streifen mit je sechs Aufnahmen sind verschwunden. Ballarins Beschwerde gegen die Beschlagnahme hatte keine aufschiebende Wirkung. Staatsanwaltschaftlich ausgewertet sind die Filmstücke freilich noch nicht; sie liegen in einem versiegelten Umschlag beim Heidelberger Landgericht, das über Ballarins Rechtsmittel entscheiden muß.

Zwar hatte auch ein Abgesandter der kleineren Konkurrenzzeitung „Heidelberger Tageblatt“ („HT“) das Geschehen im Auslandsamt fotografiert. Doch dort, beim „HT“, begnügten sich die Kripo-Ermittler mit dem telephonischen Bescheid, daß die Redaktion keine einschlägigen Bilder mehr besitze.

Bild-Archiv und Photo-Labor liegen nämlich beim „Tageblatt“ innerhalb der Redaktionsräume — „RNZ“-Mann Ballarin hingegen ist freier Mitarbeiter, und Staatsanwalt Weidner glaubt denn auch: „Die Pressefreiheit ist bei Redaktionen mehr zu beachten.“

Über die notwendige Abgrenzung von Journalistenpflichten und Justizinteressen, von Polizeirechten und Pressearbeit hatten schon im Februar Baden-Württembergs Innen- und Justizminister mit Repräsentanten der Redaktionen und Verlage verhandelt. Anlaß war die umstrittene Heidelberger Polizeiaktion gegen Studenten, bei der die Staatsgewalt die journalistische Berichterstattung beeinträchtigt hatte (SPIEGEL 4/1969). Ergebnis des Rundgesprächs, laut innenministerieller „Pressemitteilung Nr. 29/69“:

- ▷ Das „Interesse der Staatsanwaltschaft und der Polizei an der Sicherung von Beweisen mit Hilfe der von den Presseberichterstellern an Ort und Stelle hergestellten Film- und Tonbandaufzeichnungen“ sei „mit dem besonderen Interesse an einer ungehinderten Berichterstattung in Einklang zu bringen“.
- ▷ Von einer „Beschlagnahme derartigen Materials“ solle aber „grundsätzlich abgesehen werden, wenn sichergestellt ist, daß es auch ohne Beschlagnahme für die Staatsanwaltschaft und die Polizei zur Beweissicherung zur Verfügung steht“.
- ▷ Deshalb liege es „im Interesse der einzelnen Redaktionen oder Berichtersteller, entweder allgemein... oder für einzelne Fälle die Bereitschaft zu erklären, eventuell verwertbares Material auf Anforderung alsbald zur Verfügung zu stellen“.

Durch derlei Formeln wird freilich die Rechtsposition der Journalisten



Ballarin-Photo*
Aktensuche mit Risiko

eher verunsichert denn fixiert. Einerseits würdigt das Stuttgarter Komunique ausdrücklich, es gehöre „zu den Informationsaufgaben der Presse, die Allgemeinheit über den Ablauf und die Folgen von Demonstrationen aus unmittelbarer Kenntnis der Vorgänge zu unterrichten“; andererseits aber sollen sich die Presseberichtersteller dann als eine Art Hilfskorps der Staatsanwaltschaft verstehen.

Beschlagnahme-Aktionen in Presseunternehmen erscheinen überdies rechtlich anfechtbar. Zwar dürfen grundsätzlich Richter — und bei Gefahr im Verzug auch Staatsanwälte — Durchsuchungen und Beschlagnahmen veranlassen, um Beweismaterial zu sichern; solche Ermittlungsmaßnahmen sind nach Paragraph 97 Absatz 5 der Strafprozeßordnung immer nur dann unzulässig, wenn sie dazu dienen, „die Person des Verfassers, Einsenders oder Gewährsmanns einer Veröffentlichung oder Sendung strafbaren Inhalts zu ermitteln“.

Die Landespressesetze jedoch verbieten durchweg die Durchsuchung von Redaktionsräumen und die Beschlagnahme aller für die Pressearbeit erforderlichen Unterlagen — zu denen auch Bilder gehören. Diese Sicherung soll verhindern, daß per Polizeiaktion das allen Journalisten zugestandene Zeugnisverweigerungsrecht umgangen wird.

Doch auch dann, wenn das Landgericht dem Ersten Staatsanwalt die Auswertung der kassierten Photos gestatten sollte, wird Weidner daran keine rechte Freude haben.

Ballarin: „Die Bilder werden keine Beweiskraft haben. Das Tatgeschehen ist so fotografiert, daß eine Identifikation der Personen ohnehin nicht möglich sein wird.“

* Das Bild zeigt Studenten beim Eindringen in das Auslandsamt der Heidelberger Universität am 18. Dezember 1968.