

Im Schleudergang

Das Aus für AEG in Nürnberg zeigt, wie Konkurrenz aus dem Osten deutsche Traditionsunternehmen gefährdet

Den Überbringer der schlechten Nachricht trifft die Wut mit voller Wucht. Als Horst Winkler, Europa-Manager des schwedischen Konzerns Electrolux, vergangenen Montag gegen halb zwei die Schließung des Nürnberger AEG-Werks bis 2007 verkündet, kommt er nicht weit. „Die Leute warfen Trillerpfeifen, Sitzkissen und alles, was ihnen in die Hände fiel“, berichten Augenzeugen. Winkler muss die Rede nach wenigen Worten abbrechen. In einem dunklen VW-Phaeton flüchtet er vor der aufgebrachten Belegschaft.

Anschließend geht an dem Standort gar nichts mehr. Statt Waschmaschinen und Geschirrspüler zu fertigen, protestieren viele der 1750 betroffenen Beschäftigten vor den Werkstoren gegen das Job-Aus in der Vorweihnachtszeit. „AEG steht“, meldet die Gewerkschaft IG Metall. Erst am Freitag, nach vier Tagen unbezahltem Streik, nehmen die 800 Mitarbeiter der Frühschicht die Arbeit wieder auf – zumindest vorerst.

Der Ausstand in Nürnberg wirft ein Schlaglicht auf den schleichenden Niedergang einer ganzen Branche. Lange vor der aktuellen Electrolux-Entscheidung hatten Hausgerätehersteller begonnen, in Deutschland massiv Arbeitsplätze abzubauen. Vor zehn Jahren beschäftigte die so genannte Weiße-Ware-Welt der Kühlschränke, Geschirrspüler und Waschmaschinen noch 66 000 Menschen. Seitdem ist die Zahl der Jobs um ein Drittel auf 45 000 geschrumpft. Nun dürfte die Schließung des AEG-Traditionswerks den Abstieg sogar beschleunigen. „Der Trend zum billigen Jakob wird noch einmal verstärkt“, warnen die Betriebsratschefs von führenden Herstellern wie Bosch-Siemens, Miele und Bauknecht in einer gemeinsamen Erklärung.

Der Erlösverfall ist das größte Problem der Unternehmen. Der Preis für eine Waschmaschine mit 1400 Umdrehungen pro Minute – den gängigsten Produkttyp – sei binnen fünf Jahren um ein Drittel gesunken, rechnen Electrolux-Manager vor. Um die Umsatzrückgänge aufzufangen, weichen die Firmen zunehmend auf Niedriglohn-Standorte aus. Electrolux hatte bereits im Februar angekündigt, die Hälfte seiner 27 Werke in Hochlohnländern wie USA, Schweden und Deutschland zu schließen. Die Arbeit der Nürnberger Belegschaft sollen beispielsweise künftig polnische Kollegen erledigen – zu einem Zehntel der deutschen Lohnkosten.

Der Druck auf die Preise kommt aus mehreren Richtungen. Aus der Türkei, Korea und China werfen neue Anbieter zusätzliche Ware auf den deutschen Markt, der seit langem bei etwa 14 Millionen Elektro-Großgeräten pro Jahr stagniert. Zudem verkaufen auch Lebensmitteldiscounter oder Baumärkte heute gern Waschmaschinen zu Kampfpreisen. Deutsche Verbraucher sind derweil kaum noch bereit, für Produkte aus Deutschland mehr zu zahlen. „Dass von außen nun billige Waren nach Westeuropa kommen, hat das Kundenverhalten völlig verändert“, weiß Electrolux-Chef Hans Straberg.

Die Angreifer aus dem Osten gehen indes sehr unterschiedlich vor. Während türkische Hersteller vor allem das Billigsegment bedienen, liefern Samsung und LG aus Korea höherwertige Ware. Als äußerst ambitioniert gilt der chinesische Haier-Konzern (Umsatz: zehn Milliarden Euro), der den Großteil der Ware aus Fernost importiert. „Haier liefert gute Qualität und agiert sehr preisaggressiv“, heißt es im Fachhandel. Als anerkannte Marke muss sich der Newcomer allerdings erst noch etablieren.

So überrollt die Welle der Globalisierung nun die Weiße-Ware-Hersteller. Der deutsche Markt wurde Teil des Weltmarkts – und ist längst international umkämpft. Selbst bei zentnerschweren Großgeräten spielen Transportkosten

nur eine untergeordnete Rolle. Die Branche stehe vor ähnlichen Umwälzungen wie die Unterhaltungselektronik in den 80er-Jahren, warnt Electrolux-Vorstand Johan Bygge. „Wer den Wandel verschläft, überlebt nicht.“

Wie viele Arbeitsplätze auf lange Sicht in Deutschland bleiben werden – darüber gehen die Meinungen auseinander. „Die Branche wird aus Kostengründen nach und nach einfach abwandern müssen“, ahnt ein süddeutscher Arbeitgebervertreter, der sich so schwarzseherisch nur anonym äußern will. Offiziell machen sich die zuständigen Fachverbände hingegen Mut: „Die Fertigung von Hausgeräten hat immer noch ein starkes Standbein in Deutschland, und das wird nach meiner Überzeugung auch so bleiben“, erklärt Reinhard Zinkann, Vorstandsmitglied des Elektrotechnikverbands ZVEI.

Zinkanns Optimismus könnte auf seiner hauptberuflichen Tätigkeit beruhen – er sitzt in der Geschäftsführung des Traditionsherstellers Miele in Gütersloh. Der gleichermaßen teure wie hochwertige Anbieter kann sich dem Preiskampf besser entziehen als andere: Der Miele-Umsatz zog in Deutschland zuletzt um 1,9 Prozent an, während die Talfahrt der Branche anhielt.

Weil die Geschäfte auf dem Heimatmarkt deutlich besser laufen, kann Miele hier nun mehr Arbeitsplätze halten als geplant. Im Februar hatte die Familienfirma noch angekündigt, 1077 Stellen zu streichen – jeden zehnten deutschen Job. Nun ist noch ein Minus von 880 Stellen geplant. „Wir haben immer Klasse statt Masse produziert“, berichtet Betriebsratschef Peter Krüger, „aber wir wissen natürlich, dass Samsung und LG aus Korea inzwischen auch unser Preissegment angreifen.“

Die Electrolux-Manager hingegen hatten es den Niedriglohnherstellern leicht gemacht. „AEG ist noch immer eine der beliebtesten Marken in Deutschland. Zuletzt wurde sie jedoch gegen Billigmarken positioniert“, weiß Martin Wolgshaft, den der skandinavische Konzern im Februar als Sanierer holte. Die Konzentration auf das Premiumsegment, die Wolgshaft im Sommer ankündigte, konnte das Nürnberger Werk nicht mehr retten. ■

JOACHIM HIRZEL

FOCUS 51/2005