

**Bei Darmträgheit kommen Sie am besten direkt zur Sache.**

Dulcolax wirkt anders als übliche Abführmittel. Ohne Umwege über andere Organe. Dulcolax gibt dem eigenen Darm direkt den nötigen Anstoß, damit er seine normale Funktion wieder aufnehmen kann. Wenn so der Stuhlgang herabgelockert wird, entsteht keine Gewöhnung. Drogen wirken nach etwa 8 Stunden. Zäpfchen schon innerhalb von 30 Minuten. Sie erhalten Dulcolax in der Apotheke. In der Apotheke werden Sie in Gesundheitsfragen immer gut beraten.

**Dulcolax**  
wird vertrieben und hergestellt bei

Dulcolax gegen Verstopfung und Darmträgheit  
Thomson & Co. Berlin, Göttingen, München, Stuttgart

**Anzeige für rezeptfreie Arznei**  
400 Millionen Mark für Laienwerbung

Rat beim Apotheker. 1,7 Milliarden Mark wanderten im letzten Jahr für „Selbstbehandlung mit rezeptfreien Präparaten“ in die Kassen von Herstellern, Apothekern und Drogerien.

Die Hoffnung der Arzneimittelhersteller andererseits, mit Einführung der Negativliste würden die Patienten die bislang vom Arzt verordneten und von der Kasse bezahlten Schmerz- und Abfühlpillen nun selber und im gleichen Umfang in der Apotheke kaufen, hat sich trotz verstärkten Werbeaufwands nicht erfüllt. Der Markt der im Branchenjargon OTC\*-Präparate genannten Arzneimittel, so klagte die Industrie, habe nach eineinhalb Jahren Negativliste „nicht die Entwicklung erfahren, die man hätte erwarten können“.

Nur ein Drittel der Summe, die von den Kassen für solche Präparate im letzten Jahr weniger ausgegeben wurde, floß via Selbstmedikation den Pharma-Herstellern wieder zu; der Rest der Verschneidungen und Heiseren hat wohl, wie es der Präsident des Bundesgesundheitsamtes, Professor Karl Überla, mal formulierte, „sensiblen Verzicht“ geübt.

Immerhin gab es bei den OTC-Präparaten (nach Angaben des Frankfurter Instituts für Medizinische Statistik) in den ersten sechs Monaten der Negativliste in einzelnen Anwendungsbereichen auch zweistellige Zuwachsraten:

- ▷ Für Husten- und Erkältungspräparate vergrößerte sich der Markt schon in den Frühjahrs- und Sommermonaten 1983 um 13 Prozent;
- ▷ Abführmittel und Mittel gegen Reisekrankheit (Übelkeit und Erbrechen) expandierten um zehn Prozent;

\* OTC = over the counter, zu deutsch: über den Ladentisch.

▷ Vitamine, Tonika und Stärkungsmittel, seit langem Markttrenner, brachten es auf Umsatzsteigerungen zwischen zehn und 13 Prozent.

Daß der Trend zur medikamentösen Selbsthilfe anhält, belegen auch jüngste Zahlen. Nach einer Studie des Bundesfachverbands der Arzneimittelhersteller wurden im ersten Halbjahr 1984 per Handverkauf (OTC) Medikamente im Wert von 947 Millionen Mark an den Kunden gebracht; aufs Jahr gerechnet 200 Millionen Mark mehr als 1983.

Über 400 Millionen Mark haben westdeutsche Pharma-Firmen in den ersten acht Monaten dieses Jahres allein in die OTC-Werbung gesteckt, um den Umsatz dieser Präparate zu steigern, 100 Millionen mehr als im gleichen Zeitraum des Vorjahres.

Die langjährigen, treuesten Verbündeten der Industrie, die rezepteschreibenden niedergelassenen Ärzte, sehen diese Entwicklung mit kaum verhohlener Bitterkeit. Mit zunehmender Selbstmedikation sehen vor allem die 26 172 Allgemeinärzte immer mehr ihre Fälle wegschwimmen: Die Negativliste führte zu Honorareinbußen in Höhe von rund 75 Millionen Mark, weil eineinhalb Millionen Patienten sich den Umweg über die Praxis des Arztes gespart haben.

Wie stets, wenn es ums Honorar geht, steht auch bei der Abwehr der aus ärztlicher Sicht überhandnehmenden Selbstmedikation wieder das Wohl des Patienten im Vordergrund. „Wirtschaftliche Aspekte“, so erklärte Professor Hans Joachim Sewering, Präsident der Bayerischen Landesärztekammer und wirtschaftlich erfolgreicher niedergelassener Arzt in Dachau, bei einer Diskussion über Selbstmedikation, dürften „aus der Sicht des Arztes keine Rolle spielen“. Aber inzwischen habe die Selbstmedikation „ein Ausmaß erreicht“, das er „für beängstigend halte“. Hier werde der „Lai zum Objekt der Werbung“.

Der Laie, so meint Sewering, „kann nicht entscheiden, ob er krank ist oder ob er nur eine Befindensstörung hat“. Dazu bedarf es, möglichst auch beim Schnupfen, eines Krankenscheines und eines Arztes.

## AUTOMOBILE

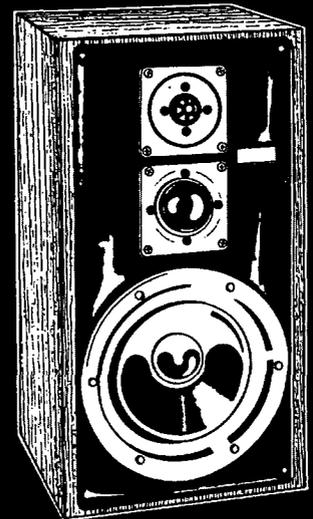
### Mist gebaut

Eine Werkstatt bei Hamburg rüstet teure Limousinen mit allerlei Schnickschnack aus. Die Kunden sind vor allem reiche Araber.

Das Auto, erkannte Christian Hahn, Dist „unser Goldenes Kalb“. „Warum“, so fragte sich der Besitzer einer kleinen Auto-Reparaturwerkstatt am Stadtrand von Hamburg, „darf es dann nicht auch so aussehen?“

Hahn machte die Probe aufs Exempel – mit ungeahntem Erfolg. Inzwischen,

# Klarer Testsieger



## All Ribbon 6 mit SOFT-METAL-DOME (Weichmetallkalotte)

Internationaler Lautsprecher-Vergleichstest **stereoplay** September 84

»Hörgenuß allererster Klasse bot die Magnat All Ribbon 6. Auch gab sie das Musikgeschehen so präzise ortbar wie keine andere im Testfeld wieder.«

»Kein anderer Lautsprecher aus dem Testfeld gab Musik so frei wieder wie die All Ribbon 6.«

»Das größte Verdienst an diesem Erfolg dürfte die neue Aluminiumkalotte haben.«

## Der neue Weg



# Magnat

MAGNAT ELECTRONIK GMBH & CO KG  
Postfach 50 16 06 · 5000 Köln 50

vier Jahre später, ist aus der kleinen Werkstatt eine der größten Automobil-Veredelungsfirmen Deutschlands geworden. Die Styling Garage Schenefeld (SGS) beschäftigt mehr als 60 Mitarbeiter und bringt es auf einen Umsatz von fast 30 Millionen Mark im Jahr. Der findige Chef wohnt inzwischen in Hamburgs feinsten Wohngegend, an der Elbchaussee.

Als Junge war Hahn vom väterlichen Hof bei Cuxhaven ausgerissen und zur See gefahren. Jetzt, mit 32 Jahren, ist er mit sich zufrieden. „Mir ist eben“, sagt Hahn, „zur richtigen Zeit genau das Richtige eingefallen.“

Hahn sah Anfang der 80er Jahre, wie die Neureichen des Nahen Ostens sich mühten, ihre Petrodollars unter die Leute zu bringen. Sie kauften, was teuer war, denn nur das Teure versprach das ersehnte Prestige: Villen in Genf und Marbella, Privatjets, Hochseejachten – und vor allem Luxusautos.

Da konnte die Styling Garage in Schenefeld bei Hamburg Prachtiges bieten –

aufgabe von 24 Karat überzogen. Auch das Wageninnere stattet Hahn mit allem aus, was ein Scheich begehren kann, der schon alles hat. Ledersitze sind selbstverständlich, die Innenverkleidung ist aus Wurzel-Holz. Plüsch-Gardinen und eine Trennscheibe zwischen Fahrer und Fahr- gastraum sowie eine Getränke-Bar und eine Eisbox machen das Gefährt wohn- lich.

Dazu kommt allerlei technisches Ge- rät, von Telephon und Gegensprechanlage über Farbfernsehen und Video-Re- corder bis zur 800-Watt-Stereoanlage und Personalcomputer mit angeschlosse- nem Drucker. Ein derart ausgestattetes Fahrzeug kann schon einmal 300 000 bis 400 000 Mark kosten.

Hahns bisher größter Auftrag kam vom Kronprinzen von Abu Dhabi. Für seine Hochzeitsgesellschaft bestellte der Prinz in Schenefeld 40 Daimler 500 SEL in allen Farben des Regenbogens. Ge- schätzter Gesamtwert: rund acht Millio- nen Mark.

Mehr als die Hälfte von Hahns Kun- den kommt aus dem arabischen Raum.

Die übrigen sind vor allem amerikani- sche Film- und Popstars, japanische Ge- schäftsleute und afrikanische Potenta- ten.

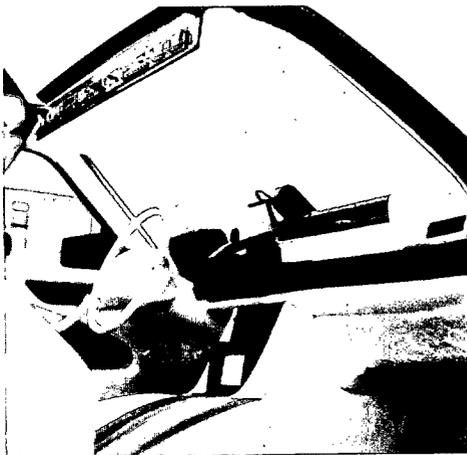
Deutsche Kunden hat die Styling Ga- rage nur relativ wenige. Hahn, der für die Fahrt von Schenefeld nach Hause an die Elbchaussee selbst einen äußerlich dezenten Golf fährt, weiß auch warum: „Die Deutschen tragen ihren Reichtum nicht gern zur Schau, ein vergoldeter Mercedes gilt hier als ordinär.“

Seiner internationalen Kundschaft kann Hahn einen weltweiten Service bie- ten. Streikt bei einem Scheich in Saudi- Arabien der Farbfernseher, läßt der SGS-Chef einen Techniker einfliegen. Hahn: „Das bin ich meinem Ruf schul- dig.“

Besonderen Service bietet er auch, wenn seine Kunden einmal nach Schene- feld kommen, um den Umbau ihres Fahrzeugs zu begutachten. „Wenn so ein Scheich hier ist“, hat Hahn gelernt, „dann läßt er meistens auch die Sau raus.“ Da hilft Hahn dann ebenfalls – alles im Service mit drin.

So nimmt es kaum Wunder, daß Hahn es bisher „nie nötig hatte, Werbung zu machen“. Wenn man gute Arbeit leiste, so der SGS- Chef, spreche sich das schnell rum. Er sei bei seinen Kunden für „absolute Perfektion bis ins kleinste Detail“ bekannt.

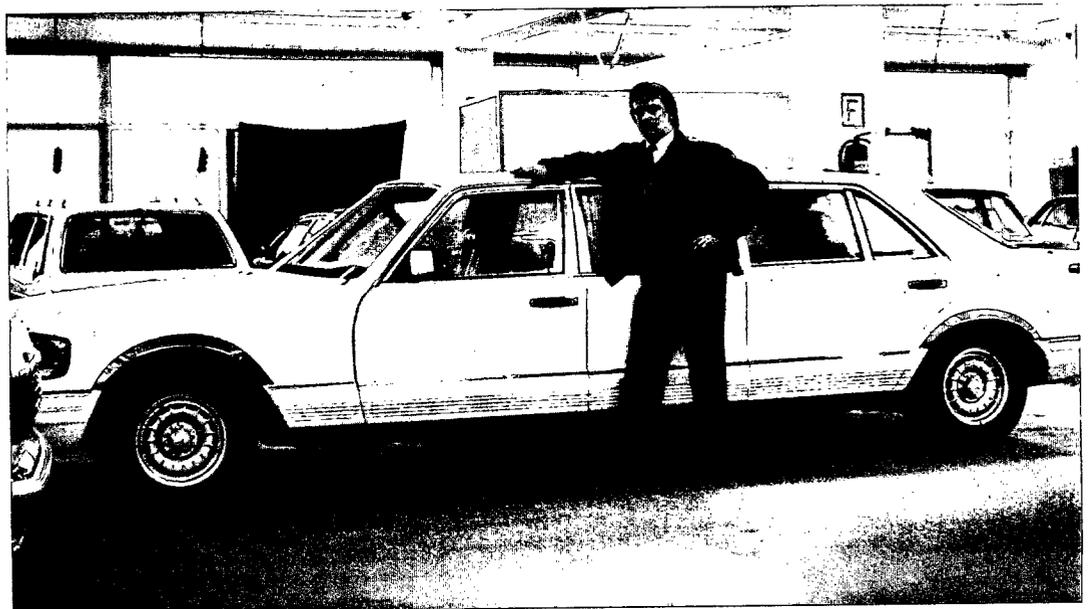
Doch nichts ist per- fekt in dieser Welt. Zwei Techniker, die bis vor kurzem für Hahn in leitender Stel- lung gearbeitet haben, erheben schwere Vor- würfe gegen ihren ehe-



**Aufgemöbelte Mercedes-Limousinen:** Für den Scheich, der alles hat

Luxus ist Hahns Ge- schäft. Als „Auto- Couturier“ (Hahn) baut er beispielsweise Deutschlands Spitzen- Limousine, das Modell 500 SEL von Daimler- Benz (Kaufpreis: ab 70 000 Mark), nach je- dem Geschmack um. Das kostet dann ein Vielfaches des ur- sprünglichen Kauf- preises.

Das Auto wird in der Mitte auseinander- gesägt und bis zu 80 Zentimeter verlängert. Es wird in allen er- denkllichen Glitzerfar- ben lackiert, auf Wunsch werden sämt- liche Chromteile, ein- schließlich Mercedes- Stern, mit einer Gold-



**Auto-Stylist Hahn, Produkt:** „Zur richtigen Zeit das Richtige eingefallen“

maligen Chef. Wer bei Hahn arbeite, so die beiden, der stehe „stets mit einem Bein im Gefängnis“.

Angeblich veredele Hahn die Autos nur äußerlich. Mit Betriebstüchtigkeit und Fahrsicherheit der aufgemotzten Fahrzeuge nehme er es jedoch nicht so genau.

So verzichte Hahn, behaupten seine Ex-Mitarbeiter, beim Umbau von Mercedes-Fahrzeugen für Saudi-Arabien gern auf den vom Werk für heiße Länder angebotenen größeren Kühler. Um zu verhindern, daß die Motortemperatur-Anzeige dadurch in den kritischen Bereich gerät, sei bei SGS einfach ein elektrischer Widerstand eingebaut worden, der dem Kunden niedrigere Motor-Temperaturen vortäusche.

Auch bei der Bereifung, so die Ausgeschiedenen, zeige Hahn sich eigenwillig. Zahlreiche für Saudi-Arabien bestimmte Mercedes 500 SEL seien nicht mit den vom Werk für diesen Wagentyp vorgesehenen Hochgeschwindigkeitsreifen ausgerüstet worden.

Die Wagen hätten runderneuerte Reifen bekommen, deren Profil dem des Pirelli-P-7-Reifen zum Verwechseln ähnlich sehe. Die Billigware mit der Bezeichnung „Rado“ koste Hahn angeblich noch nicht einmal halb soviel wie die Originale.

Die ehemaligen SGS-Techniker meinen auch zu wissen, daß viele Wagen gar nicht wie vorgesehen mit einem Anti-Blockier-System (ABS) ausgestattet seien. In mehrere Wagen für Saudi-Arabien hätte die Werkstatt lediglich eine Funktionsanzeige für ABS eingebaut.

Das sei alles Unfug, sagt Hahn. Richtig sei, daß sein saudiarabischer Großabnehmer Abdullah Balubaid sowohl die Manipulation der Motortemperatur-Anzeige als auch die minderwertigen Reifen gewollt habe – und der Kunde sei schließlich König.

Hahn: „Wir haben schon manchen Mist gebaut, aber noch nie jemanden betrogen.“

Im übrigen könnten an Autos für arabische Länder, auch wenn diese mehrere hunderttausend Mark kosten, nicht „deutsche Maßstäbe“ angelegt werden. Die für heimische Kunden umgerüsteten Wagen seien in Ordnung. Schließlich müßten ja alle in Deutschland verkauften Fahrzeuge den TÜV passieren.

Der Auto-Veredler befürchtet, daß seine beiden ehemaligen Techniker ihn „fertigmachen wollen“. Ihre Beschuldigungen kommen Hahn jedenfalls gerade jetzt besonders unlegen.

Das Geschäft mit den Scheichs nämlich läßt wegen der wirtschaftlichen Flaute in den Golf-Staaten seit Monaten spürbar nach. Hahn will deshalb verstärkt deutsche Kunden werben: Schon im kommenden Jahr sollen sie ein Viertel seines Umsatzes bringen.

## DATENSCHUTZ

### Gesammelte Faxen

**Das hessische Innenministerium unterlief ein Gerichtsurteil, das zur Auskunft über gespeicherte Daten verpflichtete: Es löschte schnell die Daten.**

Eigentlich wollte der Frankfurter Rechtsanwalt und Publizist Sebastian Cobler, 36, nur „mal sehen, ob die beim Landeskriminalamt über mich etwas gespeichert haben“.

Solche Neugierde ist legitim: Nach den „Richtlinien für die Führung kriminalpolizeilicher personenbezogener Sammlungen“ (KpS-Richtlinien) ist jedem Bürger „auf Antrag“ Auskunft zu ertei-



Datenschutz-Experte Cobler: „Plötzlicher Kehraus“

len, „ob und ggf. welche Unterlagen zur Person in den KpS vorhanden sind“ – es sei denn, „daß die Belange des Bürgers hinter dem öffentlichen Interesse an der Nichtherausgabe der Daten zurücktreten müssen“.

Zusammen mit einigen befreundeten Juristen-Kollegen unternahm Cobler im Dezember 1981 einen Test, wie die auf Betreiben von Datenschützern erlassene Transparenz-Regelung in der Praxis funktioniert. Beim hessischen Landeskriminalamt (LKA) holten sie sich gleich eine Abfuhr; die Behörde wollte sich nicht in ihre Datenbank „Hepolis“ gucken lassen.

Durch die konzertierte Anwaltsaktion, argwöhnten die Kriminalbeamten, solle „der Informationsstand der Polizei ausgeforscht“ werden – eine, wie das LKA weiß, gerade von „Trägern verfassungswidriger Bestrebungen“ gern angewandte Methode, Polizei-Erkenntnis-

se über das „terroristische Umfeld“ zu recherchieren. Zwar wolle man den Anwälten solche Motive nicht unterstellen, beteuerte das LKA, aber „die Umstände“ der von Cobler „initiierten Aktion“ deuteten „objektiv in diese Richtung“.

Die Advokaten klagten vor dem Frankfurter Verwaltungsgericht und bekamen recht.

Doch obwohl mittlerweile ein rechtskräftiges Urteil das LKA zur Herausgabe der Daten von Cobler und Co. verpflichtet („Woher diese Daten stammen, wer sie bislang abgefragt hat und wem sie übermittelt wurden“), können die Anwälte gegen die störrische Behörde nichts ausrichten: Jetzt sind auf einmal die Daten weg.

Im August – das Urteil war bereits verkündet – versicherte der Staatssekretär im Wiesbadener Innenministerium,

Andreas von Schoeler (SPD), plötzlich, die Polizei habe nichts zu verbergen. Er teilte den Fragestellern mit, daß über sie „weder aus präventiv-polizeilichen noch aus strafprozessualen Gründen“ Daten in Hepolis oder sonstigen LKA-Dateien gespeichert seien.

Cobler und seine Kollegen schöpften freilich Verdacht, daß sie mit einer Auskunft abgespeist werden sollten, die zwar den aktuellen Stand wiedergab, aber verschwie, daß im Landeskriminalamt, wie Cobler von einem Informanten wissen will, kurz zuvor „altes Zeug ausgesondert“ worden sei – eben jene Daten, um deren Preisgabe seit Jahren gestritten wurde.

„Wir konnten uns nicht vorstellen“, schrieb Cobler an den Staatssekretär, „daß sich Ihre Behörde jahrelang und so verbissen mit derart törichtigen Begründungen dagegen glücklich gewehrt hat, die Karten auf den Tisch zu legen, um