



BOSS

Die Konsequenz in der Herrenmode.



Reine Schurwolle.
Wollsiegel-Qualität:
Darauf können Sie sich verlassen.

gällt hatten: „Die Klimaanlage fiel aus, die Bremsen quietschten wie beim Schweineschlachten, und bei 100 km/h im Regen war nichts mehr zu sehen.“ Da das Werk auf seine Klagen nicht reagierte, machte sich Ginioux mit dem Gleichgesinnten d'Elme auf die Suche nach Verbündeten.

„Wir sagen nein zur Mittelmäßigkeit“, druckten sie auf ein Flugblatt und stellten zunächst „sieben Fragen zu Ihrem CX“, so etwa: „Sind Sie mit der Klimaanlage zufrieden?“, oder: „Sind Sie zufrieden mit der Sicht durch Ihre Windschutzscheibe, wenn es regnet?“ Binnen sechs Wochen antworteten rund tausend Citroën-Fahrer, die diese Umfrage unter ihrem Scheibenwischer vorgefunden hatten.

Die Auto-Manager, aus deren Produktionshallen im vergangenen Jahr 818 000 Autos rollten, betrachteten den Kampf der „Getreuen und Unzufriedenen“ („Le Monde“) fortan als „positiven Aggressionsfaktor“ (so Citroën-Sprecher Jacques Wolgensinger). Die Aufsässigen wurden in die Direktions-etage bestellt, wo die Parteien eine Zusammenarbeit vereinbarten. Das Management bekundete seinen guten Willen, Mängel zu beheben.

„Im letzten Jahr“, so d'Elme, „konnten wir 60 Citroën-Besitzern helfen, die bereits resigniert hatten.“ Außerdem korrigierte das Werk „einige der von uns beklagten Mängel“ — die Citroën-Techniker verbesserten beispielsweise das Heizungs- und Lüftungssystem, bauten im Modell „Visa“ einen Tageskilometerzähler sowie einen Innenrückspiegel ein, der auch für Nachtfahrten taugt.

An „fundamentalen Fehlern“, ahnt d'Elme, „werden wir nichts ändern können“, meint aber versöhnlich: „Allerdings, welches Auto ist problemlos?“ Daher wollen die streitbaren Fans ihrer Marke vorerst „treu bleiben“, denn für sie ist ein Citroën „ein Auto, das Spaß macht“.

SATIRE

Simplex Ende?

Ein Abenteurer will in Frankfurt den „Simplicissimus“ wieder gründen. Sein unvermuteter Gegenspieler: ein industrienaher Kölner Verlag.

Wann genau Friedrich Georg Joachim Conrad aus Leipzig beschloß, Verleger zu werden, ist sein Geheimnis.

Er war tätig in Antiquitäten- und Investmentgeschäften, handelte mit Lizenzen und Verlagsobjekten, war Orchesteragent und PR-Mann: Ein Tausendsassa mit wechselndem Glück und gelegentlich hohen Schulden — ständig vermittelnd, gründend, kaufend und verkaufend.

Auch von Conrads engen Kontakten zum saudi-arabischen Königshaus weiß

Dies Blatt gehört dem Staatsanwalt!

Prels 20 Pfg.

Header 1

SIMPLICISSIMUS

Administrative Staff, Study of 1978, pp. 1-7

Illustrierte Wochenschrift

Page, Pfg.-Kellengshitz, No. 110
Kellengshitz, No. 110

© 2005 The Authors
Journal compilation © 2005 Blackwell Publishing Ltd

Dies ist das Hundevieh.

3,344,920 900 33 33 8,800



„Simplicissimus“-Titel 1906 Rote Dogge der Industrie?

jedenfalls der „Doyen“ der deutschen Nahost-Korrespondenten, Heinrich Kaster, nichts: „Den Namen hab' ich nie gehört.“ Deutsche Geschäftspartner raunen: „Conrad hat sich im Orient angewöhnt, seine Schneiderrechnung nicht zu bezahlen. Aber er ist ein faszinierender Mann. Sie müssen ihn kennenlernen.“

Auch als Verleger reklamiert Conrad Meriten: Er will die Gattung des Postermagazins als neuartiges Medium erfunden haben. Unstrittig ist nur: Er vermittelte dem Grossisten Hans Bachmann aus Bad Vilbel die Rechte für die deutschsprachige „Playgirl“-Ausgabe.

Ein Hallodri oder ein genialer Impresario?

Sein Lebenswerk möchte der kosmopolitische Glücksritter nun ausgerechnet damit krönen, „dem deutschen Leser das Lachen wiederzugeben“, durch **Wiederbelebung eines „prominenten**

Len Deighton

SS-GB

**Makaber-witzige Satire
Sandkastenspiel eines brillanten
Schriftstellers**



Oh Dear!

Was für ein Politfiction-Thriller

Hitler hat London besetzt und in
Scotland Yard herrscht die SS.
Deutsche und Russen verbrüdern
sich in good old England.
Mister Marx wird exhumiert
und nach Moskau überführt.

DER SPIEGEL schreibt über das Buch: "... eine raffiniert konstruierte Krimifabel, voll Detailgenauigkeit und politischer Phantasie ... Deigthon malt den pseudohistorischen Hintergrund lebensecht aus."

Obwohl Ihnen diese beißende Satire auch kalte Schauer über den Rücken jagen wird, bei SS-GB werden Sie dennoch herzlich lachen - really!

Roman, 392 S., Geb. DM 34.—

 **Molden**



Unwissende sagen, Condoms haben Nachteile.

Und sie verlassen sich auf ihre Partnerin und die Chemie. Dabei sind Condoms natürlich und bieten zuverlässigen Schutz ohne Nebenwirkungen.

Condoms werden nur angewendet, wenn es etwas zu verhüten gibt. Denkbar einfach. Das Anlegen des Condoms wird zum angenehmen Teil des Liebenspiels. Condoms, sechsmal dünner als die menschliche Haut, kann man nicht mehr spüren – nur noch erahnen. Fromms- und Blasiegel-Condoms gibt es in unterschiedlichen Ausführungen. Für alle Ansprüche. Anregend; spermizid- oder gleitbeschichtet. Überzeugen Sie sich.



Fromms FF mit Spezialgleitfilm

ABC-Condoms bieten doppelte Sicherheit durch spermizide Gleitbeschichtung.

**mapa-Familienplanung,
da beißt sich der Storch die Zähne aus**

Namens“ der deutschen Satire — des „Simplicissimus“.

Zum Vergnügen der Branche steht er mit diesem Wunsch nicht allein. Seit 1967 nämlich vergeht kaum ein Jahr, da nicht aus irgendeiner Ecke der Republik Anspruch auf den traditionsreichen Zeitschriften-Namen erhoben wird. Die Sachlage gleicht einem Irrgarten.

Zum illustren Kreis der Titelanwärter gehören oder gehörten:

- ▷ das breitgefächerte Münchner Verlagsimperium des Herbert Fleissner (Langen-Müller, Herbig, Nymphenburger und andere);
- ▷ die Süddeutsche Verlagsgruppe („Süddeutsche Zeitung“, Südwest Verlag, List Verlag und andere);
- ▷ der Münchner Zeitungs-Verlag („Münchner Merkur“, „tz“);
- ▷ der Hamburger Zeitschriftenplaner Wolfgang Bieler, neben Bachmann Mitinhaber der Frankfurter Condor Print & Verlags GmbH + Co. KG (rund 50 Periodika);
- ▷ dessen Konkurrent Gerhard Sonderrmann, Inhaber des Hamburger Fachverlages und Mehrheitsgesellschafter bei „Titanic“;
- ▷ die Wiesbadener Verlagsunion, eine Tochter des Hamburger Heinrich-Bauer-Konzerns (Vertrieb von 222 Periodika);
- ▷ der Branchenberater und Informationshändler Bodo Harenberg („Buch-report“).

Seit 1976 wittern die Branchenfüchse wieder Morgenluft für Satire. Und einige haben inzwischen auch gehandelt.

Sonderrmann riskierte die sicher spektakulärste Neugründung auf dem Satire-Markt, „Titanic“; Bachmann baute mit Geld und neuer Konzeption „Kaputt-Klimbim“ aus, weshalb Kollegen ihm seine gegenwärtige „Simpl“-Enthaltsamkeit nicht abnehmen. Verleger Klaus Recht hat das rüde „Mad“ zur erfolgreichen deutschen Jugendzeitschrift aufgemöbelt.

Hans A. Nickel, Herausgeber des ergrauten „Pardon“ (gegründet 1962), war dieser Nach-Apo-Satire-Generation nicht gewachsen: „Opa Nickel“ hat sich in den melancholischen Höhenflug der „Transzendentalen Meditation“ zurückgezogen.

Den wackeren Neu-Verleger und „Simplicissimus“-Wiedertäufer Conrad dagegen kann die aufmarschierte Konkurrenz nicht schrecken. Er setzt auf Überrumpelung.

Ohne sich länger um die prekäre „Simpl“-Rechtslage zu scheren, gründete er mit lächerlichen 20 000 Mark eine neue Simplicissimus Verlag GmbH, Sitz: Frankfurt am Main, Westend.

Anzeigen in Fach- und Publikums- presse suchten: „die besten Journali-

sten, die besten Karikaturisten, die besten Illustratoren". An Setzer, Drucker und einen Vertrieb ergingen Aufträge; zwei freiberufliche „Redaktionsleiter“ aus dem Werbefach akquirierten Texte und Zeichnungen und entwarfen nach dem Vorbild des US-Intellektuellen-Magazins „The New Yorker“ das Gesicht des neuen „Simplicissimus“.

Doch gar so intellektuell wird das Unternehmen nicht angegangen, und auch nicht allzu professionell. Conrad arbeitet erst einmal mit Amateuren. Sein edel gedrucktes 100-Seiten-Heft wird von Kunst-Studenten und Hobby-Zeichnern zusammengetragen und hat in der ersten Nummer nur zwanzig unbezahlte „Nostalgie-Anzeigen, von Persil undsoweiter“. Die Mitarbeiter treffen sich mit Schülerzeitungs-Pathos in der noblen Bürgervilla zum Brainstorming und nehmen, nach des Verlegers Wunsch und Willen, „die Welt mal auf



„Simplicissimus“-Neugründer Iversen 1954
Von Bayern unbeirrt

die leichte Schulter“. Denn mit Politik will Weltenbürger Conrad in seinem „Simplicissimus“ „überhaupt nichts zu tun haben“. Der neue „Simpli“ wird ein Schmunzelblatt.

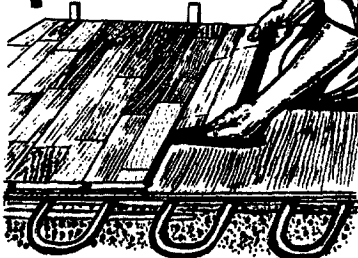
Ende dieses Monats erscheint die erste Nummer, in einer Auflage, so Conrad, von 100 000 Stück, zum Preis von sechs Mark, vorerst monatlich, ab Herbst – wenn alles klappt – wöchentlich.

Der Spott der Zunft über diesen Parforce-Ritt wich schnell pragmatischen Erwägungen, nicht ohne Zynismus: Conrad, so spekulieren selbst seine Geschäftsfreunde, ist im Poker um den begehrten „Simpli“ jedenfalls ein „Katalysator der Rechtslage“.

Denn mancher der zahlreichen Titel-Stürmer ahnt, daß seine verbrieften Rechte und Ansprüche nicht mehr wert sind als das Papier, auf dem sie stehen; und daß er, schlimmer noch, allenfalls David ist vor einem wartenden Go-

der richtige Boden unter den Füßen

für Energie- sparer



Fußbodenheizung halbiert die üblichen Ölkosten. Holz ist ein „warmer“ Bodenbelag, der ebenso sicher wie Stein und Keramik liegt. Die drei Holzschichten von Höhns-Fertigparkett sind solide, mehrfach und fest verleimt: mit 80 t/qm Druck! Es ist zudem wohnlich und nimmt keinen Schmutz, keine Bakterien an. Die mehrfach feste Versiegelung von Fertigparkett hat kein anderer Bodenbelag. Und: man kann ihn selbst verlegen. Nur beim Fachhandel:

Höhns - Fertigparkett

Bitte rufen Sie an oder schicken Sie eine Postkarte: Prospekt und Verlegeanleitung kommen ins Haus.

THEODOR HÖHNS
GmbH + Co KG
Vorkamp 1
2410 Mölln
Telefon (0 45 42) 80 21



Lassen Sie sich nicht
aus der Form bringen...



... wenn es um technische
Formteile aus Styropor® geht.
Da gibt's nämlich
Möglichkeiten, die hält man
nicht für möglich.

Mit uns zu sprechen,
zahlt sich aus!!!

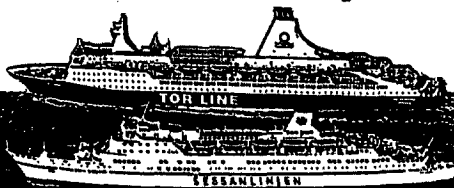
JET

Kunststofftechnik
Ulrich Kreft GmbH
Weidehorst 1 · 4971 Hüllhorst/Tengern
Telefon 05744/1091

Lichtkuppeln · Rauchabzugsanlagen
Styropor®-Verpackungen + Formteile
PUR-Hartschaumteile · Großtiefziehteile

SESSAN TOR LINE – gehen Sie mit uns auf Erlebnis-Kurs nach Skandinavien.

Travemünde – Göteborg • Travemünde – Bornholm
Travemünde – Kopenhagen • Frederikshavn – Göteborg
Amsterdam – Göteborg



Wir bringen Sie nach Skandinavien – und Ihr Urlaub beginnt
viele Kilometer vorher. Kommen Sie an Bord. Sie werden es genießen,
bei uns verwöhnt zu werden. Auf unseren modernen
Schiffen erwartet Sie ein Service der Sonder-Klasse. Restaurants
mit internationaler Küche, Bars, Schwimmbad und Sauna.
Fragen Sie in Ihrem Reisebüro oder Automobil-Club.

An SESSAN TOR LINE Skandinavienkal, 24 Lübeck-Travemünde,
Tel. (04502) 40 38, Telex 2 61 442

Bitte schicken Sie mir Unterlagen über:

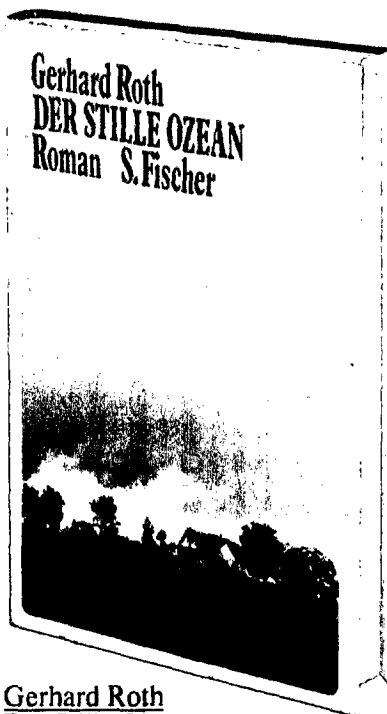
○ Ferienhäuser ○ Sport-Urlaub ○ Kurz- u. Wochenend-Reisen ○ PKW-
Rundreisen ○ Hotel-Aufenthalt ○ Hotel-Schecks

Meine Adresse _____

SP

SESSAN TOR LINE

Ein großes Dokument der faszinierenden Ruhe gelebter Menschenliebe.



Gerhard Roth
Der Stille Ozean
Roman
247 S. Leinen DM 28,-

»Der Stille Ozean« ist ein Roman, in dem sich jemand auf die Suche nach den anderen macht. Ascher leidet an deren Elend und kommt so zu sich selbst. Roth erzählt diese Geschichte in einer ganz klaren und ruhigen Sprache, die den Beobachter zugunsten des Wahrgenommenen vergessen läßt.

Eine Empfehlung von der Buchhandlung Krüger in Dortmund:

»Wie schon in der Winterreise fasziniert mich Roth's distanzierte, emotionslose Sprache. Realität ohne Schnörkel, knapp und präzise beschrieben, so wird selbst Vertrautes auf merkwürdige Weise fremd, ja exotisch. Eine neue Dimension der Wirklichkeit entsteht und Klarheit, die einen frösteln macht. Die Idylle entpuppt sich als ein Stiller Ozean voller Schmerz und Leere, der die Menschen stranden läßt in einem mitleidlosen Dasein. Gerhard Roth beweist mit diesem neuen Buch einmal mehr seine Meisterschaft, mit den Mitteln einer einfachen Sprache die bittere Realität hinter dem schönen Schein schonungslos bloßzulegen.«

S. Fischer

liath — der deutschen Industrie, verkörpert im Kölner Informedia-Verlag, Geschäftsführer: Klaus Kunkel.

Die Kölner traten als „Simpl“-Aspiranten schon in einer Branchendienst-Meldung vom 18. März 1976 in Erscheinung:

Ein Industrie-Simpl scheint zu werden, was gegenwärtig zwischen Köln und München ausgebrütet wird. Die Titelrechte des alten „Simplicissimus“... waren zum 1. 1. 76 frei, und es bediente sich Klaus Kunkel, ein vielbeschäftigter Mann: Verlagskoordinator des Instituts der deutschen Wirtschaft, Verlagsleiter des Deutschen Instituts-Verlags, Geschäftsführer der Gesellschafter des Informedia-Verlags, alle in Köln. Kunkel gründete eine neue Simpl Verlag GmbH mit der Informedia Verlag GmbH als Gesellschafter. Es trifft sich, daß Maria Saare, letzte Geschäftsführerin des alten Münchner Simpl-Verlags, in der Informedia-Geschäftsleitung sitzt. Im Herbst soll an einer Simplicissimus-Ausgabe erprobt werden, ob sich der ehrwürdige Titel noch einmal zu einer Dauereinrichtung machen läßt.

Als Chefredakteur des angekündigten „Industrie-Simpl“ wurde im Wahljahr 1976 der ehemalige stellvertretende „Quick“-Chefredakteur und zwischenzeitliche Springer-Mann Egon Fein genannt.

Informedia-Chef Kunkel hatte schon einmal zur Bundestagswahl, 1972, eine Zeitschrift herausgebracht: „aktiv“. Sie sollte, so Kunkel, „langfristige Öffentlichkeitsarbeit für Unternehmer“ betreiben. Kunkel befand: „Kein Kampfblatt“; ungefragt belieferte Arbeitnehmer: „Ein Arschwisch.“

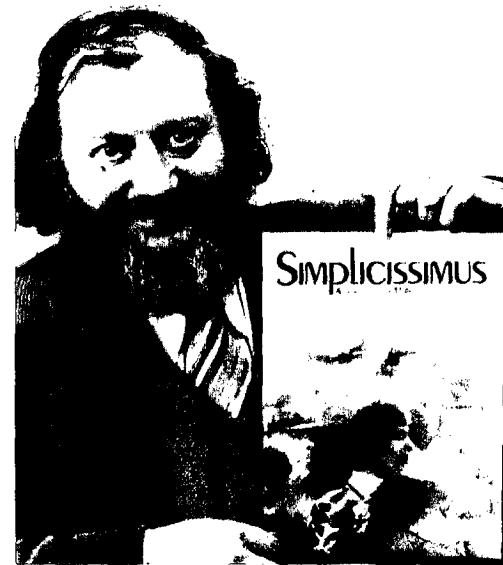
Das Haus des solchermaßen eingeführten Zeitschriftenaktivisten ist heute Inhaber des Warenzeichens „Simplicissimus“, eingetragen beim Deutschen Patentamt in München, Rolle Nr. 954 411. Kunkel wähnt sich damit als Titan gegenüber allen anderen „Simpl“-Interessenten.

Bisher hat er von seinem Warenzeichen keinen Gebrauch gemacht. Aber immerhin: Ein Unternehmer-Ideologe als Halter jener berühmten roten Dogge, die die Macht, staatliche wie wirtschaftliche, eigentlich in ihre Schranken verweisen sollte?

So überraschend das scheint, neu ist die Liaison von Industrie und „Simpl“-Satire nicht.

1896 von dem ehrgeizigen jungen Verleger Albert Langen gegründet, verdiente sich der „Simplicissimus“ durch seine Kritik an Thron und Altar den Ruf eines kritischen, bissigen Bildungsbürger-Magazins. Seine scharfe Attacke gegen Kaiser Wilhelms Orient-Auftritt im Jahre 1898 brachte ihm Beschlagnahme und eine Verhaftung ein, schnell aber auch eine Verdoppelung der Auflage.

Doch im Sommer 1914 heulte die rote Bulldogge mit den nationalistischen Kriegswölfen — angeführt von dem längst berühmten jüdischen Chefzeichner Th. Th. Heine, der die neue Linie sogar gegen Chefredakteur Lud-



„Simplicissimus“-Neugründer Conrad 1880
„Katalysator der Rechtslage“?

wig Thoma durchsetzte. Thoma, konsequent, wollte das Blatt in der Notstandssituation einstellen; nach 1918 zog er sich resigniert vom „Simpl“ zurück.

In der Inflationskrise versuchte der Philosoph Oswald Spengler („Der Untergang des Abendlandes“), den „Simpl“ an den Konzern-Krösus Stinnes zu vermitteln. Noch widerstand die Redaktion unter ihrem Chefdenker Hermann Sinsheimer: „Eine Politik der Mitte betreiben zu müssen ist für ein satirisches Blatt die einzige unmögliche Situation.“

Sinsheimer hielt Balance, indem er unterschiedliche Geldgeber an das Blatt band. Als er 1929 ging, kaufte sich unter dem Druck der teilhabenden Redakteure allerdings doch schrittweise die Ruhrindustrie in das einzige bedeutende Satire-Magazin ein.

1933 gelang dem Nazi-Gauleiter Julius Streicher spielend die Gleichschaltung des finanziell weiterhin kränkeldenden „Simpl“-Verlages mit der NS-Presse. Th. Th. Heine mußte ins Exil; damit wurde Olaf Gulbransson der Star der Redaktion.

1945 galt der „Simpl“ infolge seiner Angliederung an den namhaften Knorr & Hirth Verlag, den später der NS-Propagandakonzern Eher („Mein Kampf“, „Völkischer Beobachter“) schluckte, als Feindvermögen. Dessen Betreuung und Abwicklung oblag der bayrischen Finanzverwaltung. Und noch heute erklärt der Freistaat Bayern, „alle Verlagsrechte, insbesondere das Urheberrecht am Sammelwerk und das Titelrecht“ zu besitzen. Ein „Simpl“ für Ministerpräsident Franz Josef Strauß?

Von Bayerns Besitz-Ansprüchen unbeeinträchtigt, verstand es der Karikaturist Olaf Iversen, 1954 in München den „Simpl“ neu zu begründen. In Finanznöten geraten, schlingerte sein „Simpl“ jedoch 1957 erneut in die Fänge der In-

industrie — diesmal in Gestalt eines „Förderkreises“ vom „Industrie-Verband“, wie ehemalige Mitarbeiter erzählen.

1967 wurde das Unternehmen von der langjährigen Geschäftsführerin Maria Saare, heute in der Geschäftsführung von Kunkels Informedia-Verlag, liquidiert. Und bis heute behaupten sowohl der Zeitungs-Verlag des „Münchner Merkur“ als auch der Verleger Herbert Fleissner, aus dieser Liquidation die Titelrechte erworben zu haben.

Immerhin besteht jetzt die Chance, daß Newcomer Conrad durch seinen unbekümmerten Vorstoß eine Schneise in das Dickicht schlägt. Ob er dabei gegen den Mächtigsten der Runde der „Simpl“-Statthalter überleben kann, erscheint fraglich: Beim BDI-nahen Informedia-Verlag liegt auch schon eine „Simpl“-Nullnummer in der Schublade.

GESELLSCHAFT

Schön fett

Eine US-Soziologin untersuchte das Schicksal dicker Frauen: Sie sind, auch beim eigenen Geschlecht, fast überall geächtet.

In einem schlankheitsbesessenen Land wie den USA sind „fette Frauen“ sozial gebrandmarkt. Sie gelten „als unweiblich, auf der Flucht vor der Sexualität, unsozial, außer Kontrolle, feindselig und aggressiv“. Bei den Dünnen rufen sie „Schrecken, Verachtung, morbide Faszination, Schamgefühl und moralische Entrüstung“ hervor.

Zu diesem Fazit gelangte die kalifornische Soziologin Marcia Millman, 33,



Autorin Marcia Millman
Verständnis für die Dicken



Dem Leben
die positiven Selten
abgewinnen

It's
Churchill[®]
time



Zwei Weltmarken im
RUC INTERNATIONAL-Programm

SCHIMMELPENNINCK

CIGARS · CIGARILLOS

In 130 Ländern
der Welt

