

lichen Partnern in der Schweiz und in England sind im Gang.

„Wir müssen international werden“, sagt „Romantik“-Promoter Diekmann, „wir wollen doch in Europa wenigstens Holiday Inn von seinem Platz verdrängen.“

GASTRONOMIE

Bratling in Mull

Amerikas größte Imbiß-Kette, „McDonald's“, erobert Westdeutschland. Jüngster Vorstoß laut Werbeslogan: „Den ‚Hamburger‘ nach Hamburg bringen.“

Danang und Saigon sind verloren, in Angola sitzen die Kubaner, und Henry Kissinger sieht in trüben Stunden schon ganz Westeuropa in einem Abgrund von Kommunismus versinken.



„McDonald's“-Restaurant in Köln
Training auf der Universität

Doch andere Amerikaner sind zum Gegenangriff übergegangen: Mit der „revolutionärsten Idee seit der Erfindung des Beefsteaks“ (Werbespruch) erobern sie dem American way of life neue Bastionen — auf dem Gebiet der Massenspeisung.

Rascher und zielstrebig als Castros Kommandos in den Kralen Schwarzafrikas breiten sich die US-Infiltranten im europäischen Großstadtdschungel aus — an den Champs-Elysées zwischen Gourmet-Lokalen, in Londons Vororten zwischen Fish-and-chips-Buden, im Schatten des Kölner Doms zwischen dem Hotel „Excelsior“ und den nun bedrohten einheimischen Imbiß-Theken.

Die Weißwurst-Kapitale München ist bereits von nicht weniger als 13

**Neckermann
macht's möglich
Quartz-Uhren zu
sensationalen
Preisen!**

Das umfassende Programm.
Bis zu 11 Funktionen. Unerreichte
Genauigkeit gegenüber
herkömmlichen
Uhren.
Einige
von 26:

Ein Quartz-Kristall ersetzt die Unruhe traditioneller Uhrwerke. Eine Mini-batterie versetzt den Quartz-Kristall in Schwingungen — 32.768mal pro Sekunde! Vollelektronische Steuerung (solid-state) für völlige Wartungsfreiheit. Unbegrenzte Lebensdauer von Quartz und Elektronik. 1 Jahr Garantie auf alle Quartz-Uhren.

LED-Quartz-Uhr im Profi-Look 3 Funktionen:
①, ②, ③. Schwarzverchromtes Gehäuse. Art.-Nr. 530/409 98,-
Mit schwarzem Stahlband (Abb.) Art.-Nr. 530/417

11 Funktionen:*
LED-Quartz-Uhr + LED-Quartz-Stopp-Uhr
Zwei Uhren in einer! *Quartz-Uhr der Spitzenklasse. Stopp-Präzision bis: 99 Stunden, 59 Minuten, 59 Sekunden und 99 Hundertstelsekunden. Edelstahlgehäuse und -band. Art.-Nr. 530/484 (Abb.) 499,-
Vergoldet Art.-Nr. 530/506 548,-

LCD-Quartz-Uhr 2 Funktionen:
①, ②. Sportliches Chromgehäuse, staubdicht, mit Edelstahlboden. Corfam-band. Art.-Nr. 530/514
Mit Stahlband Art.-Nr. 530/522 89,-

LED-Quartz-Uhr 3 Funktionen:
①, ②, ③. (Auch nachts deutlich lesbar). Chromgehäuse mit Sportband. Art.-Nr. 530/441
Mit Stahlband Art.-Nr. 530/468 95,-

118,- **499,-** **79,-** **85,-**

Der Unterschied:

Quartz-Uhren mit LED-Anzeige = Leuchtdioden-Anzeige. Auf Knopfdruck leuchten die Zeitangaben auf dunkelrotem Feld hell auf.

Quartz-Uhren mit LCD-Anzeige = Flüssigkristall-Anzeige. Hier sind die Zeitangaben ständig sichtbar — bei unseren Spitzen-Modellen durch die eingebaute Beleuchtung auch bei Dunkelheit.

So leicht können Sie kaufen: direkt bei Neckermann KGaA, Abt. P 038, 6 Frankfurt/M.1, Postfach oder per Telefon (06 11) 41 05 81 oder im nächsten Neckermann-Haus oder über Ihren Sammelbesteller oder Prospekt anfordern!

***Die Funktionen:**



ZUNDAPP

die leisen Rasenmäher

Kabel-, Motor- und akku-Mäher mit den vielen Pluspunkten – modern, leistungsstark, leicht zu handhaben



Weitere Informationen durch
ZUNDAPP-WERKE GMBH
Abt. G 94 8 München 80



Mann!

Mit Ihrer Manneskraft am Ende? Nein.
Repursan kann Ihnen helfen.

Wenn Ihre Potenz nachläßt, kann Repursan helfen. Dieses hochwirksame Sexual-Stärkungsmittel enthält Extractum Yohimbe., den einzigen Stoff, von dem wissenschaftlich

bewiesen ist, daß er gezielt auf die Sexualregionen wirkt. Sie sind ganz Mann – und gehören wieder zu denen, die sich auf ihre Potenz verlassen können.



Repursan®

Die Pille der Stärke

Rezeptfrei in jeder Apotheke. In Arzneimittelpackungen zu 50, 100 und 300 Dragées (empf. Preis DM 9,70, DM 17,50 und DM 42,20).

Stützpunkten der Eindringlinge gastronomisch unterwandert. Und seit letzter Woche sind auch die Hamburger aufgerufen, „Hamburger“ zu verspeisen: Plakatwände und Handzettel werben für drei gleichzeitig in der Hansestadt eröffnete Schnellgaststätten der Firma „McDonald's Restaurants“, des größten Gastronomie-Unternehmens der Geschichte.

3700 Lokale in der Welt gehören schon dazu, davon 354 außerhalb der USA, 31 bisher in der Bundesrepublik; bis Ende 1976 sollen es schon, so die McDonald-Planung, „50 bis 60“ sein.

Wer Amerika kennt und in Nürnberg, Düsseldorf oder Mönchengladbach einen Vorposten der Invasion betritt, fühlt sich jäh nach San Bernardino (Kalifornien) oder Weehawken (New Jersey) versetzt — so vollkommen ist die Übereinstimmung mit den US-Prototypen: Der gleiche fleckenlose Kachelboden, die gleichen fest-

Doch beim „Cheeseburger“ (Hackfleisch-Hamburger mit Chesterkäse) versagt auch die Phonetik: das müssen die Kunden entweder mit Hilfe des Personals aussprechen lernen oder nach eigener Mundart artikulieren (Münchener Version: „Kasbuaga“). Einzige deutsche Ausnahme im globalen Einheitsmenü: Es gibt Bier, das wie die anderen „drinks“ in Pappbechern zum Wegwerfen kredenzt wird.

Auch die Mädchen hinter den Tresen bestätigen den Eindruck, man sei durch McDonald's Tür mitten in die Vereinigten Staaten geraten. Durch straffes Servicetraining verwandelt McDonald's sogar maulige Teens aus München-Laim und Köln-Nippes kurzfristig in adrett uniformierte, freundlich lächelnde Zombies, deren Zuverlässigkeit fast ebenso gleichmäßig funktioniert wie die Computersteuerung der Bratplatten und Pommies-frites-Maschinen.

Kein auf Massenpublikum zielendes US-Unternehmen hat je amerikani-



„McDonald's“-Eröffnung in Hamburg: Gegenangriff mit zwei Lagen Hackfleisch

montierten blanken Tische mit drangeschraubten Sitzen (die man „Kapitänsstühle“ nennt), die gleichen Keramiklampen mit dem Doppelbogen des Firmenzeichens drin, der gleiche breite Edelstahlresen mit den Registrierkassen drauf, vor denen man sich anstellt, und darüber die gleiche große Tafel mit dem gleichen Verzehr-Angebot wie in den McDonald's von Memphis (Tennessee) oder auch Koto (Japan).

Nicht einmal die amerikanischen Namen der Speisekarte sind verändert oder übersetzt — nur lautschriftlich buchstabiert. „Big Mac“ heißt der Stolz der Firma, das „Riesending“ aus zwei Lagen gegrilltem Hackfleisch zwischen drei Lagen getoastetem Brötchen, nicht gerechnet die Zutaten: zerlaufenem Chesterkäse, Hackzwiebeln, Essiggurkenscheiben, Salatblatt und „Spezialsauce“ nach Geheimrezept. „Happy Mäcs“ heißen die Milchshakes, und „Äppel Pei“ sind Teigrollen mit heißer Apfelfüllung und Zimtaroma.

schen Geschmack und amerikanische Methoden kompromißloser exportiert — und solchen Erfolg gehabt mit einem Produkt, von dem Menschen mit empfindsamen Innereien (wie die New Yorker Gastronomie-Kritikerin Gael Greene) behaupten: „Ein Big Mac liegt so schwer im Magen, daß man sogar im Toten Meer untergehen würde.“

Daß McDonald's Mannen, wie sie sich rühmen, „den Hamburger nun auch nach Hamburg bringen“, ist freilich ein längst fälliger Akt gastronomischer Revanche. Denn die schlechte Kunst, Hackfleisch in flachen Klumpen zu braten, ist ohne Frage einst von hansestädtischen Auswanderern in die Neue Welt eingeschleppt worden.

1904 auf der Weltausstellung in St. Louis wurde der „Hamburger“ dann von deutschen Imbißbuden-Besitzern offiziell kreiert und dem amerikanischen Kulturgut einverleibt in seiner noch immer gültigen US-Grundform

**Wenn Sie an Schuppen
verzweifeln:**



**Testen Sie die
7 Tage-
Wirkkraft
von Sulfrin.**

DVALE

— als Bratling aus reinem Rindfleisch zwischen den Hälften eines Weichbrötchens („Bun“), das sich anfühlt wie ein Päckchen Verbandsmull (und häufig auch so schmeckt).

Inzwischen hat der Konzern eine Rinderherde, die etwa eine Fläche von der Größe halb Oberbayerns bedecken würde, durch den Wolf gedreht. McDonald's (Weltumsatz 1975: 6,35 Milliarden Mark) wurde zum mit Abstand am schnellsten wachsenden Multi überhaupt. Umsatzsteigerung im Rezessionsjahr 1974: 28 Prozent; allein im Jahr 1975 wurden 490 Lokale neu eröffnet. Noch steiler sind die Börsenkurse für McDonald's-Aktien emporgeschossen: 100 Anteile, die 1965 noch 2250 Dollar kosteten, sind heute mehr als 90 000 Dollar wert.

Eine der Ursachen dieses Phänomens heißt Ray A. Kroc. Denn der 73jährige knorrige Konzern-Eigner ist kein wankelmütiger Kissinger aus Fürth (wo auch schon ein „McDonald's“ steht), kein Eierkopf von der „New York Times“, der masochistisch an den Segnungen Amerikas zweifelt. Mit dem gleichen Missionseifer, den die Amerikaner einst dem Export demokratischer Ideale widmeten, verbreiten Ray Kroc und seine Abgesandten ihre Botschaft vom „fast food“, dem „schnellen Essen“. Auch Rolf Kreiner, McDonald's-Werbechef für Deutschland, verkündet: „Wir erziehen die Leute zu einer ganz neuen Lebensweise — zum Beispiel mit den Fingern zu essen statt mit Messer und Gabel.“

Auch Ray Kroc hat sich vor keiner Komik gescheut in seinem Bestreben, „den Hamburger ernst zu nehmen“.

McDonald's in Erlangen

**Die revolutionärste
Idee seit der Erfindung
des Beef-Steaks:**



Der Hamburger.

McDonald's, die Große Fast-Food-Kette, serviert die schnellsten, besten Hamburger mit ausgezeichnetem Preis von 1941 bis Unvergleichlichen in der Qualität, auch in München, aber frisch von
Dazu gibt es
Sollt' ein weiterer Spezialprogramm
Spezialitäten des
bequemere werden.



Am Samstag, dem 24. Januar 1976, um 12 Uhr
eröffnet McDonald's das erste Lokal in Erlangen, Hauptwacheplatz 1,
mit diesem großen Fast-Programm.
Alle sind herzlich eingeladen.

„McDonald's“-Werbung
Gastronomische Revanche

Das ging bis zur Gründung der „Hamburger-Universität“ nahe dem McDonald's-„Welthauptquartier“ bei Chicago. Restaurant-Manager aus aller Welt werden dort in Zehntageskursen in die Technologie und Ideologie der vorgefertigten „fast foods“ eingeweiht und nach bestandener Abschlußprüfung mit dem Grad eines „Magisters der Hamburgerologie“ ausgezeichnet — Pommes frites als Nebenfach.

Krocs entscheidende Tat aber war, den Hamburger aus seinem angestammten Milieu schmutziger Imbißstuben und Stehkneipen herauszuholen und ihm ein sauberes, helles, geruchsarmes und klassenloses Heim zu geben. Nette junge Familien mit werktätiger Mutter sollten von McDonald's an-



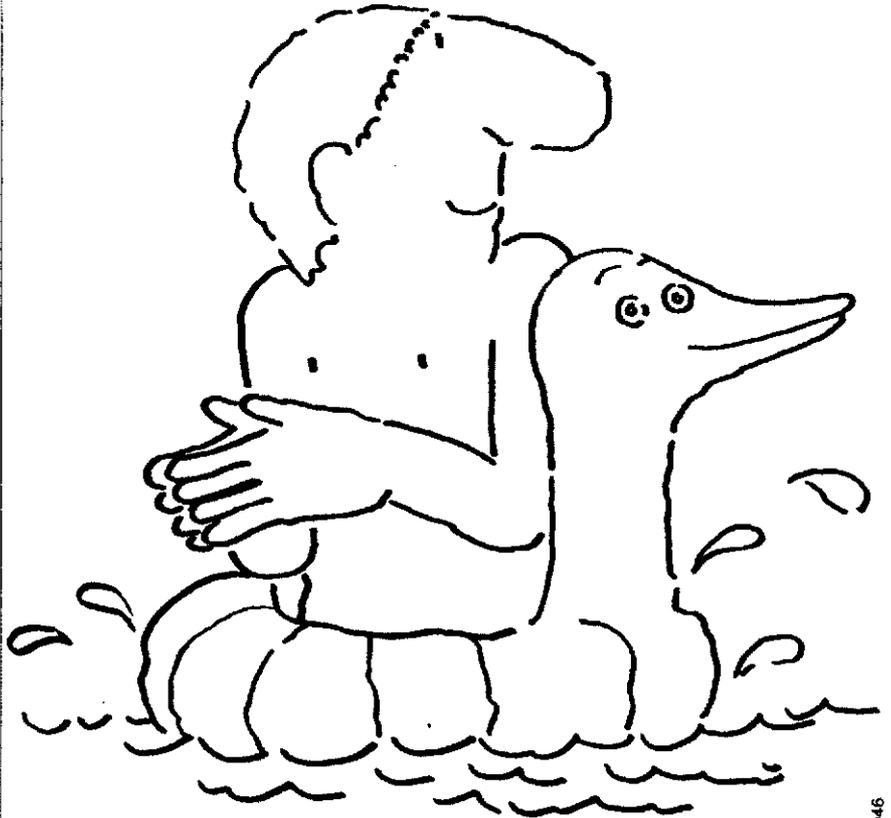
„McDonald's“-Eigner Kroc
„Den ‚Hamburger‘ ernst nehmen“

gezogen werden (und werden es auch in Deutschland), weil die Kinder dort nicht mit dem Besteck essen und die Väter erheblich weniger zahlen müssen als in üblichen Restaurants. Schüler und Studenten sollten kommen (und tun es), weil sie sich hier zu einem erschwinglichen Preis von den Zwängen des elterlichen Eßtischs emanzipieren können.

Hinzu kam Krocs grimme Entschlossenheit, die Zubereitung seiner Speisen so gründlich zu automatisieren, daß auch der trotteligste Griller keine Chance findet, irgendwas falsch zu machen. Ihre nach exakt vorgeschriebenen Verfahren (mit maximal 19 Prozent Fett) hergestellten und tiefgefrorenen Hackfleischkuchen beziehen alle deutschen McDonald's von einer Fleischfabrik in Günzburg/Donau, und auch alles übrige, die backfertigen Kartoffelstäbchen ebenso wie die Äpfel Peis, stammt von zentralen Produzenten.

„McDonald's ist eine Maschine, die mit völlig unqualifiziertem Personal ein-

Besser schläft, wer vorher schwimmt!



6-046

Holiday Inn bietet Ihnen mehr. Das angenehm geheizte Schwimmbad, die Sauna und das Solarium sind im Übernachtungspreis eingeschlossen. Holiday Inn, das Hotel mit den Extras, die nicht auf der Rechnung erscheinen.



Holiday Inn®
Hotels

Weltweit unübertroffene Gastlichkeit
Mehr als 1700 Hotels weltweit, davon über 50 in Europa.

Hotels: Augsburg · Frankfurt Main-Taunus-Zentrum · Hannover-Flughafen · Heidelberg-Walldorf
Ingolstadt · Kassel · Köln-Bonn · Mönchengladbach · München Leopoldstraße · München-Olympic
Stuttgart-München · Stuttgart-Sindelfingen · Viernheim-Mannheim · Wolfsburg · Innsbruck · Zürich-
Flughafen · Zürich-Regensdorf · Anfragen an das Holiday Inn-Verkaufsbüro, Kaiserstraße 13, 6000 Frank-
furt/M., Tel. (06 11) 29 50 65.

Geschmack kann wechseln. Die Marke bleibt Mac Baren's.

Man trinkt nicht immer denselben Wein, wechselt häufiger die Krawatte: Es gibt so viele schöne Dinge!

Deshalb bietet Mac Baren's auch für jede Geschmacksrichtung den richtigen Tabak. Vom milden Cavendish bis zur würzigkräftigen Mixture. Und das alles zu einem günstigen Preis, wie man ihn für diese wertvollen Direkt-Importe kaum vermutet.



Mac Baren's
Tobaccos of international distinction

Alleinimport:

Joh. Willh. von Eicken
THE HOUSE OF FINE PIPE TOBACCO

perfektioniertes Produkt herstellt“, erkannte der US-Wirtschaftsprofessor Levitt. Denn in den Restaurant-Küchen gibt es nichts mehr zu tun, was nicht ein Hauptschüler ohne Abschluß in Stunden lernen könnte: Summer und Lichtsignale melden Toast- und Grillzeiten, mit Sensoren ausgerüstete Frittiergeräte sengeln Bräunung und Knusprigkeit (vorgeschriebene Ölireinigung: einmal täglich).

Rigoroöseste Regel Krocs: Nur zehn Minuten darf ein fertiger papierverpackter Hamburger unter einer Infrarotlampe warmgehalten werden. Ist er dann nicht verkauft, hat er in den Abfall zu wandern. Dies allerdings verlangt von den Restaurant-Managern geschicktes Kalkulieren des Bedarfs — denn nach Kroc soll auch kein Kunde länger als 50 Sekunden auf's Essen warten müssen. Inkognito reisende Feldinspektoren überwachen die Einhaltung von „QSS“ („Qualität, Service, Sauberkeit“) und melden laxe Betriebe an den regionalen „Operationschef“.

Daß McDonald's mit Gelegenheitskräften und Nebenjobbern auskommt, die mit durchschnittlich 5,60 Mark pro Stunde zufrieden sein müssen, ist ein Grund für die Rentabilität des Konzerns. Dies und die extreme Rationalisierung verhelfen dem Unternehmen schließlich zu seinem simpelsten Erfolgsgeheimnis: McDonald's verkauft den einfachen Hamburger zu 1,40 Mark (Big Mac: 3,25 Mark). Damit kann die Schnellgastronomie-Konkurrenz in Deutschland (etwa die englische „Wimpy“-Kette) schlicht nicht mithalten — von der fettverklebten Wurstbude an der Ecke ganz zu schweigen.

Freilich, viel mehr als Fett und Kohlehydrate bekommt der Schnellesser auch bei McDonald's nicht in den Leib — und viel zu viele Kalorien: Ein Big Mac hat 557, ein Milchshake 317, die kleinste Portion Pommes frites 215. Ernährungswissenschaftler haben Magendrücken beim Gedanken an die Folgen einseitiger McDonald's-Kost bei einer Jugend, die nach Milchshakes und Pommes frites süchtig wird. Auch McDonald's „fast food“ schmähen amerikanische Kritiker als „junk food“: „junk“ bedeutet sowohl „Schund“ wie „Rauschgift“, vornehmlich Heroin.

„Das Schicksal der Völker hängt davon ab, wie sie sich ernähren“, verkündete 1825 der französische Feinschmecker-Papst Brillat-Savarin in seiner „Physiologie des Geschmacks“. So betrachtet, könnte der multinationale Hamburger-Konsum absonderliche Spätfolgen zeitigen — Den Fujita, der japanische McDonald's-Chef, hat auch darüber schon nachgedacht.

Mit Befremden zitierte „Newsweek“, was Fujita dem Tokioter Korrespondenten des Nachrichtenmagazins anvertraute: „Wenn wir Japaner tausend Jahre lang Hamburger essen, dann werden wir blond. Und wenn wir blond werden, können wir die Welt erobern.“