

VERLAGE

Werbung mit Erotik-Bestseller untersagt

Ums Intime kümmern sie sich beide, der Erotik-Bestseller „Shades of Grey“ ebenso wie die Feuchtigkeitscreme Vagisan. Dass der Bielefelder Arzneimittelhersteller Dr. August Wolff sein Mittel gegen trockene Scheiden jedoch mit Hilfe der Romantrilogie der Britin E.L. James bewarb, mochte die Verlagsgruppe Random House trotzdem nicht hinnehmen. In einer Anzeige, die Anfang Juli in mehreren deutschsprachigen Medien erschien, darunter auch dem SPIEGEL, waren Buch und Cremetube nebeneinander abgebildet. Dazu die Überschrift: „Das Geheimnis zweier Frauen-Bestseller: Wer das Tabu bricht, gewinnt“. Beim Landgericht Köln erwirkte Random House, das zum Gütersloher Bertelsmann-Konzern gehört, nun eine einstweilige Verfügung gegen die reklamige Verquickung. Wie eine Sprecherin der Dr.-Wolff-Gruppe mitteilte, habe man für die Aktion viel Zuspruch von Frauen erhalten, werde sich aber selbstverständlich an die richterliche Entscheidung halten.

Das Geheimnis zweier Frauen-Bestseller:

Wer das Tabu bricht, gewinnt



Anzeigenmotiv

TWITTER

#RoyalBaby

Für Großbritannien war die Geburt von Prinz George Alexander Louis am 22. Juli das Großereignis des Jahres. Für Twitter-Nutzer auf der ganzen Welt war sie ähnlich bedeutsam. Schon Wochen vorher hatte sich das Schlagwort #RoyalBaby durchgesetzt und wurde für allerlei Spekulationen

um Geburtstermin und Namensgebung, für Witzeleien und Spott benutzt. Am #RoyalBaby kam zuletzt kaum noch ein Twitter-Nutzer vorbei. Am 19. Juli gab es laut dem Monitoring-Instrument Topsy rund 10 000 Erwähnungen, am 21. Juli schon mehr als 275 000. Am 22. Juli, dem Tag der Geburt, hagelte es fast 735 000 Tweets. An den Tagen danach nahmen die Zahlen langsam ab. Am 25. Juli wurde #RoyalBaby noch fast 60 000-mal erwähnt.

KARRIEREN

„Ein Tag ohne Ausraster ist ein verlorener Tag“



Heist

JOCHEN ZICK / ACTION PRESS

Schauspieler Hans-Joachim Heist, 64, alias Gernot Hassknecht über seine Wutausbrüche in der ZDF-„heute-show“ und sein neues Bühnenprogramm

SPIEGEL: Was macht der Blutdruck?
Heist: Den habe ich gerade gemessen, da haben Sie Glück. Er ist bei 120 zu 67. Ich habe mich in den letzten Minuten ja überhaupt nicht körperlich betätigt. Und ausgerastet bin ich heute auch noch nicht. Privat bin ich eher ein friedlicher Mensch.
SPIEGEL: In Ihrem neuen Bühnenprogramm „Das Hassknecht Prinzip“

wollen Sie ab September erklären, wie man zum Choleriker wird. Können Sie uns schon mal Tipps geben?

Heist: Ein guter erster Schritt ist beispielsweise, Beschwerdebriefe zu schreiben, an die Telekom, ans Fernsehen oder wen auch immer. Das ist ja Hassknechts großes Hobby. Ansonsten kann man sich über so vieles herrlich aufregen, über unsere Politiker natürlich, über den Kellner im Restaurant und über andere Verkehrsteilnehmer. Autofahren ist ohnehin eine gute Übung für alle Anfänger, die das „Hassknecht Prinzip“ noch nicht verinnerlicht haben.

SPIEGEL: Werden Sie nach der Tournee heiser sein?

Heist: Hassknecht wird nicht zwei Stunden lang rumschreien. Die Show ist aufgebaut wie ein Coaching. Trainer, die einem erklären, wie man reich und glücklich

wird, gibt es genügend. Wie man cholerisch und glücklich wird, lernt man nur bei Hassknecht.

SPIEGEL: Wie reagieren eigentlich Leute auf der Straße auf Sie?

Heist: Die erste Reaktion ist meist: „Aber bitte nicht anschreien!“

SPIEGEL: Über welches Thema würde Hassknecht sich zurzeit am meisten aufregen?

Heist: Ganz aktuell wären das sicherlich die NSA-Bespitzelungen. Aber es gibt immer etwas. Für Hassknecht ist ein Tag ohne Ausraster ein verlorener Tag.

Anzahl der Tweets

mit #RoyalBaby, in Tausend

