

erreichte früher als die Nachzügler die Gewinnzone.

Am Mittwoch dieser Woche wird der verwegene Herausforderer noch ein draufsetzen und eine weitere Programmzeitschrift neuen Typs herausbringen. Manthey ist den Verfolgern wieder einen Schritt voraus. Sie hatten die Programmspalten noch, wie *TV Spielfilm*, herkömmlich nach Sendern sortiert, aber

durch Farbleisten mit einer besseren zeitlichen Übersicht versehen.

Mantheys neues Wochenblatt gliedert die Programme dagegen nach Anfangszeiten statt nach Sendern, so daß jeder Zuschauer jeweils in einer Spalte feststellen kann, welche Sendungen gerade auf welchem Kanal laufen – ohne Nachsuche über mehrere Senderkolonnen und Seiten hinweg. Nach US-Vorbild

bietet die Zeitschrift vor allem Zuschauern mit Kabel- und Satellitenanschlüssen, also potentiell 15 Millionen deutschen Haushalten, eine schnelle, auf den Zeitpunkt des Einschaltens bezogene Orientierung in der ständig wachsenden Programmfülle. Titel: *Kabel TV*, Probiertpreis: 30 Pfennig.

Der Tumult im „Haifischbassin“, wie G + J-Vorstandsmitglied Rolf Wick-

„Kombiniere: Schicksal“

Die abrupte Einstellung der Illustrierten *Quick*

Der *Quick*-Chefredakteur Richard Mahkorn, 49, hatte für seinen Verleger Heinz Bauer, 52, eine gute Nachricht, als er am Montag vergangener Woche zu einem Treffen ins Münchner Hotel Rafael kam. Eine Marktstudie wies Vorteile der Bauer-Illustrierten für Anzeigenkunden nach.

Doch der Verleger war zuerst dran: „Ich habe eine schlechte Nachricht für Sie. Wir werden die *Quick* einstellen.“ Der verdatterte Mahkorn: „Wieso einstellen?“

Der Hamburger Heinrich Bauer Verlag machte das 1948 gegründete Wochenblatt mit der Ausgabe vom letzten Donnerstag dicht, weil sich entgegen Mahkorns guten Werten das Anzeigenaufkommen binnen zwei Jahren praktisch halbiert hatte, auf nur noch gut 1000 Seiten (Konkurrent *Stern*: 5235 Seiten im letzten Jahr). *Quick*-Fazit bei Bauer: „Keine realistischen Chancen mehr.“

Hauptschuldiger ist für Mahkorn und seine 100 Mitarbeiter, davon 70 Redakteure, das Privatfernsehen, das durch seinen Aufschwung beträchtliche Werbeaufträge aus marktschwächeren Druckmedien absaugte. Bauer selbst hat sich jüngst am künftigen TV-Programm RTL 2 beteiligt und konzentriert weitere Mittel auf marktstarke Zeitschriften. Der Verlag erwägt deshalb auch, übernächstes Jahr die deutsche Lizenz des *Playboy* wegen hoher Anzeigenverluste nicht zu verlängern.

In den Nachkriegsjahren, der Glanzzeit der Illustrierten, war die *Quick* zunächst das größte deutsche Bilderblatt. Die Redaktionen, erinnert sich *Revue*-Gründer Helmut Kinder in seinen kürzlich erschienenen Memoiren an die frühe Zeit, „überboten sich bei wichtigen aktuellen Ereignissen in den immer horren-



Quick-Symbol Nick Knatterton: Der Glanz der frühen Jahre

der steigenden Preisen für die besten und vor allem die schnellsten Bildreportagen“ – schon damals.

Doch mit knapp 700 000 Auflage lag die *Quick* zuletzt weit hinter dem *Stern* (knapp 1,3 Millionen Exemplare) und der *Bunten*. Neben Lesezirkel-, Auslands-, Abo- und Werbe-



Letztes *Quick*-Titelbild Werbe-Sog des Privatfernsehens

exemplaren wurden im Einzelverkauf des Zeitschriftenhandels nur noch knapp 220 000 Stück abgesetzt.

Schleichende Auflagenverluste machen allen Illustrierten seit Jahren zu schaffen. Die Käufer bevorzugen immer mehr Special-interest-Titel, von *Geo*, *Bravo* und *Tempo* bis zur Frauen- oder Computerpresse.

Vorbei die Zeit, als US-Präsident Harry Truman bei der Unterzeichnung des Marshall-Plans vom ersten *Quick*-Titel strahlte. Die Erotik gedieh von Persiens Kaiserin Soraya und Schmolmund Brigitte Bardot bis zum Titel-

Nudismus späterer Jahre, der die *Quick* dem Spott über die „TA-Presse“ preisgab, dem Branchenkürzel für Tite und Arsch. Politisch hielt *Quick* meist die Waage, bis Bauer das Blatt, nach dem Kauf 1966, gegen den liberalen *Stern* nach rechts steuerte.

Die Entspannungspolitik der Sozialliberalen suchte die Redaktion 1972 durch die Veröffentlichung von Geheimprotokollen über Bonns Ostverhandlungen zu sabotieren. Bonner Staatsanwälte und Steuerfahnder sorgten für gewaltige Aufregung, als sie *Quick*-Material beschlagnahmten. Der *Stern* riskierte einen Langzeit-Prozeß, als er 1973 berichtete, *Quick*-Chef Heinz von Nohuys sei ein Ost-West-Doppelagent gewesen (Deckname: „Nante“).

Mahkorn, vor zwei Jahren bestellt, steuerte *Quick* wieder mehr zur Mitte. Er druckte sogar Brieftexte des einstigen DDR-Devisenschiebers Alexander Schalck-Golodkowski an Stasi-Minister Erich Mielke über persönliche Kontakte zu Franz Josef Strauß. Wütend protestierte die CSU.

Kritikfrei blieb in der 44-jährigen *Quick*-Ära nur einer: Comic-Held und Nonsens-Detektiv Nick Knatterton. „Kombiniere: Das Schicksal griff zu!“