

Lewins Drogen-Klassiker

Er war der Pionier seines Fachs, erhielt 1906 in Leipzig den ersten Lehrstuhl für Toxikologie und galt als *Enfant terrible* der Medizin: Professor Louis Lewin bekämpfte um die Jahrhundertwende seine bedenkenlos Morphinum spritzenden Ärzte-Kollegen. Als Sanitätsgefreiter entdeckte er den „Morphinismus“ und verschrieb sich fortan der Erforschung „betäubender und erregender Genußmittel“, dem „Säufertum“, den „Wirkungen des Hanfrauchens“ und erprobte an sich selber Tausende von Drogenpräparaten. Aber Lewin wurde kein „Drogen-Apostel“, sondern blieb ein engagierter, weitsichtiger Warner. „Ganz andere Kräfte als nur die Polizei“ sollten seiner Meinung nach für Drogenopfer zuständig sein. Die Bücher des jüdischen Wissenschaftlers, der 1876 zum Christentum übergewechselt war, wurden von den Nazis verbrannt; sogar nach dem Kriege tauchten sie nicht wieder auf. Jetzt bringt der Lindener Volksverlag Lewins „Phantastica“ (Untertitel: „Für Ärzte

und Nichtärzte“) im Faksimile wieder heraus (464 Seiten, 29,80 Mark). Hans Georg Behr im Vorwort: „Das meiste, was später über Drogen geschrieben wurde, wurde von Lewin abgeschrieben“ — seine „Irrtümer“ inklusive.

„Don Giovanni“-Film in deutschen Kinos

Helmut Schmidt ist Schirmherr. Unter 150 Mark, gegen „Spendenbescheinigung“, geht's genausowenig wie ohne dunklen Anzug und festlichen Schmaus, wenn am kommenden Samstag in Hamburg ein Medien-Bastard deutsche Premiere hat: die Oper „Don Giovanni“ als Kinofilm. Eine erlesenen gedruckte Einladung zur Gala belehrt die verehrten Gäste vorab, wem die Welt das zwielichtige Spektakel zu verdanken hat. Da Ponte nicht und auch nicht Mozart. Nicht Lorin Maazel, der bloß den Soundtrack dirigiert, nicht Joseph Losey, der lediglich Regie geführt hat. Nein, vor, hinter und über dem 13-Millionen-Mark-Projekt steht wieder mal der eitelste Oldie der schönen Künste, Rolf Liebermann. Ein „Rolf-Liebermann-Film“, Einladung



„Don Giovanni“-Verfilmung

Seite 1, „nach einer Idee von Rolf Liebermann“, Einladung Seite 2, das Ganze „eine weltweite Lösung für die Krise des Musiktheaters“, O-Ton Liebermann. Wieso? U. A. w. g.

Streit der „Gourmets“

Eine „wahnsinnig snobby“ gemachte Zeitung bringt Gastronomie-Journalist Klaus Besser, der aus „Besser's Gourmet Journal“ (jetzt „Ullsteins Gourmet

Journal“) bei Axel Springer ausgestiegen ist, Ende dieser Woche im Münsteraner Kochbuchverlag Wolfgang Hölder heraus: „Besser's Gourmet Zeitung“, gedruckt auf Recycling-Papier „aus Lumpen“ (so, genüßlich, Feinschmecker Besser). Die neue Zeitung, die *Savoir-vivre* in schlichtestem Gewand präsentiert, hat Vorbilder: „Le Guide des Connaisseurs“, ein belgisches Gastrobblatt, und „Interview“, Andy Warhols Monatsheft mit Kunstphotos und Schickeria-Talks auf Billigpapier. Gleich nach Erscheinen der Nullnummer meldete sich der Springer-Verlag telefonisch bei Verleger Hölder und drohte mit „Konsequenzen“ wegen Verwechslungsgefahr der „Gourmet“-Titel von Ullstein und Besser. Vorstellig wurde auch der Verleger des Schweizer Journals „Gourmet“, Johann Willsberger, den Springer für die Nutzung des umstrittenen Titels vordem finanziell abgefunden hatte. Briefliche Abmahnung von Willsberger an Hölder: Entweder freiwillige Verzichtserklärung bis Montag dieser Woche — oder Antrag auf einstweilige Verfügung gegen die Verwendung des Begriffs „Gourmet“ im Titel. Hölder: „Wir lassen uns nicht einschüchtern.“

„Killt“ gegen „Bild“

Wem Wallraffs „Bild“-Ermittlungen „Zeugen der Anklage“ noch nicht die Augen geöffnet haben, dem soll es ein Plakat besorgen, das derzeit von den Werbeflächen Frankfurts und Hamburgs Passanten anspricht. Bei genauem Hinsehen entpuppt sich das „Lügenblatt“ als eine fiktive Selbstanklage von „Bild“, die der streitbare Klaus Staeck aus Originaltiteln des Boulevardblattes zusammenmontierte — mit dem Abschiedsseufzer eines von „Bild“ zu Tode Gehetzten: „Wer etwas Ehrgefühl hat, sollte dieses Lügenblatt nicht kaufen.“ Der Anschlag wirbt für eine regelrechte Gegen-„Bild“-Zeitung (Titel: „Killt“), die, so Staecks Vertriebs, „in erster Linie vor Betrieben kostenlos verteilt werden soll“. Startauflage: 300 000. Stolze 60 000 Mark kostet der von Staeck und Wallraff gemeinsam finanzierte Testlauf, den eine „GegenBILDstelle“ im Frankfurter Club Voltaire organisiert. Sicher bleibt dieses Kampfblatt nicht das einzige im Wahljahr. Die beiden „Bild“-Gegner haben weitere „Killts“ angekündigt — sie sollen in „unregelmäßigen Abständen“ erscheinen.



Staecks Wallraff-Plakat