Verlage: Durchbruch der „Frauenoffensive"

Beachtenswerten Geländegewinn verzeichnet, ein halbes Jahr nach dem Start, die „Frauenoffensive": Der Münchner Feministinnen-Verlag dieses Namens hat von Verena Stefans autobiographischer Erzählung „Häutungen" (SPIEGEL 50/1975) schon vier Auflagen mit insgesamt 24 000 Exemplaren absetzen können; 20 000 weitere „Häutungen" sind jetzt im Druck. Ein weiterer Titel, „Was geschieht mit kleinen Mädchen", wurde bislang 10 000mal verkauft. Nun soll die Offensive weiter vorstoßen: etwa mit Sachbüchern wie „Was erwartet uns beim Frauenarzt", einem „Frauenjahrbuch 76" und dem Lesbierinnen-Roman „Ruby Fruit Jungle". Für Anfang Mai plant das zwölf „Schwestern" starke Verlagskollektiv, in München „ein Treffen schreibender Frauen" und eine „feministische Kunstausstellung" zu organisieren.

Kunstmarkt: Werben um neues Publikum

Die flotten jungen Leute von heute — sind die eine ergiebige Zielgruppe für moderne Kunst? Fast wie in den 1967er Tagen des ersten Kölner Kunstmarkts schwingen sich einschlägige Händler zu populärer Kontaktwerbung auf. 13 Galerien in der Münchner Maximilianstraße lockten unter dem Gemeinschaftsthema „Handzeichnungen" (mit Gemeinschaftskatalog) unvermutete Besucherscharen zu einer volksfestlichen Super-Vernissage mit Hofbräuhaus-Ausklang. Galerist Dieter Brusberg in Hannover und die Plattenfirma WEA bemühen sich gemeinsam, Popmusik- und Kunstfreunde auf einen



„Art & Musik"-Graphik (von Bengt Böckman)

Schlag zu umzingeln. Ihre „Art & Musik Collection" kombiniert sechs Jazz- und Rock-Darbietungen mit je einem Graphikblatt. Wer die Graphik kauft, kriegt die Platte dazu, der Plattenkäufer immerhin eine Poster-Reproduktion der Graphik. Von nun an in Hannover wie in München: Lauern auf die Umwandlung geköderter Kontaktpersonen in Kunstkäufer.

Theater: Miss Hamlet tritt auf

Asta Nielsen hat ihn gespielt und Sarah Bernhardt: Shakespeares Dänenprinzen Hamlet. Sie spielten ihn als Mann, in Wams und Hosen, Degen an der Seite, und delikat wurde es nur, wenn zum Schluß der treue Horatio dem sterbenden Prinzen die Hand aufs Herz legte. Nun soll Hamlet als Prinzessin auftreten. Der New Yorker Impresario und Avantgarde-Regisseur Joseph Papp, durch mancherlei theatralische Kühnheiten bekannt, will eine Dame — Glenda Jackson — den Zauderer als Dame spielen lassen; in London soll Premiere sein. Hamlets gestörtes Verhältnis zu Ophelia stünde da in neuem Licht, und ein Hamlet-Zitat bekäme tieferen Sinn: „Schwachheit, dein Name ist Weib."

Popmusik: Außenseiter düpiert Industrie

Acht- bis zehnmal am Tag, 70- bis 100mal pro Woche wirbt ein 43-Sekunden-Spot in sechs New Yorker TV-Kanälen für ein Produkt, das wie ein Frucht-Dessert klingt: Lemongello. Ein ehemaliger Eierverkäufer, Tankwart, Wäschereibesitzer und Bauunternehmer dieses Namens demonstriert der Musikbranche mit der 200 000-Dollar-Kampagne, wie man als Außenseiter zum Star werden kann. Sänger Peter Lemongello, 29, zuvor mit einer Epic-LP im Andy-Williams-Stil glücklos, gründete mit 390 000 Dollar Fremdgeld eine eigene Firma und ließ sein Stimmschmalz in ein Doppelalbum pressen, das für 6,98 Dollar nun per Mail-Order zu beziehen ist. Nachdem seit Ende Januar bereits 35 000 Exemplare verlangt wurden, geben sich nun bei Lemongello Plattenbosse und Agenten die Klinke in die Hand. „Kein Fan", sagt der Reklame-Star, „hat in den TV-Sekunden meine Stimme richtig gehört. Was die Leute kaufen, ist das Werbekonzept."



Siemes-Schild

Satire: Attacken gegen Mediziner

Der deutsche Arzt als Preistreiber und Beutelschneider — wer so schwer an seinem Leumund trägt, braucht für Satire nicht zu sorgen. Nachdem der Heidelberger Graphiker Klaus Staeck, dem jüngst cholerische Bonner CDU-Herren Ausstellungsstücke zerrissen, eine Poster-Attacke gegen allzu geschäftstüchtige Mediziner herausgebracht hat, kommt nun eine weitere Schmähschrift auf den Markt: ein höhnisch verfremdetes Praxis-Schild, das statt Sprechzeiten ärztliche Honorarsätze (Di. u. Do. 150—180 Mark) bekanntmacht und auch eine kleine Sprachspielerei birgt: Von rechts nach links gelesen, wird aus dem Doktor „med. E. O. Nessak" die Bosheit „Kassen-Ödem". Das in Mullbinden gewickelte Emaille-Schild (Auflage: 1000 Exemplare) wird vom Münchner „Erfinder für dummes Zeug", Reinhard Siemes, samt Schrauben, Dübel und antiseptischer Verpackung für 42,50 Mark frei Haus geliefert.



Staeck-Poster

Zitat

In Japan werden Japaner gebaut, die haben ihren Photoapparat nicht mehr über dem Bauch baumeln. Sie haben ihn in sich eingebaut. Wenn sie mit den Augen zwinkern, gibt es ein Photo. Jeden Abend ziehen sie sich den Film aus dem Hintern und schauen, wie der Tag gewesen ist.

Der Schweizer Schriftsteller Urs Widmer in seinem demnächst beim Diogenes-Verlag erscheinenden Roman „Die Gelben".