

STUDENTEN

LSD

Großer Bruch

Im Jahre 1950 gründeten freidemokratische Hochschulstudenten den Liberalen Studentenbund Deutschlands (LSD) — auf einer Basis „politisch-geistiger Brüderlichkeit zwischen FDP und LSD“, so einst Erich Mende.

Im Jahre 1969, am Sonntag vorletzter Woche, zerbrach die Brüderschaft. Der LSD, verlaublich sein Berliner Sprecher Wilhelm Thiele, 22, habe die Hoffnung aufgegeben, auf den linksliberalen Flügel der FDP einwirken zu können, und sehe daher nur noch „eine spezifische Aufgabe: Wir müssen den 30 Prozent unter den Studenten, die nach Meinungsumfragen FDP wählen wollen, klarmachen, daß diese Partei keine Alternative zur Großen Koalition ist“.

gen den „Kaisergeburtstagsstil“ von 17.-Juni-Feiern protestiert hatte; sechs Jahre später forderte die FDP im Bundestag die Abschaffung dieses Feiertages.

▷ 1961 plädierte Mende im FDP-Bundesvorstand für die Scheidung, weil der LSD für Kontakte mit „Vertretern des Pankower Regimes eingetreten“ sei; zwei Jahre später strebte der Gesamtdeutsche Minister Mende selber DDR-Kontakte an.

▷ 1965 stellte die FDP für drei Monate ihre Zusammenarbeit mit dem Studentenbund ein, weil sich LSDler für die Anerkennung der Oder-Neiße-Linie ausgesprochen hatten; schon zwei Jahre später forderte ein FDP-Bundesparteitag, wenn auch verklausuliert, dasselbe.

Zu regionaler Trennung war es freilich hin und wieder schon vor dem großen Bruch gekommen — so in München, wo LSD-Studenten zur Bundes-

Nach dem Bruch mit der FDP will der LSD denn auch seine bisherige Organisationsform aufgeben und über eine Koalition mit dem SDS, dem Sozialdemokratischen Hochschulbund (SHB) und der Humanistischen Studenten-Union verhandeln. LSD-Mann Thiele: „Eine Art linkes Kartell.“

ZEITSCHRIFTEN

„M“

Petting in Bayern

Dr. Hubert Burda, 29, in Kunstgeschichte promoviert, drängte mit einem altgriechischen Hirtengott und einem römischen Kaiser an den Schreibtisch des Vaters. Doch weder „Pan“ noch „Caesar“ gefielen dem Offenburger Verleger Franz Burda als Titel für eine neue Männerzeitschrift.

Burda senior, mit deutschem Durchschnittsgeschmack vertraut („Bunte Illustrierte“, „Bild und Funk“), wischte Huberts Nullnummern vom altdeutschen Möbel, gab seinen Jüngsten in die Obhut von Mutter Aenne („Burda Moden“, „Schöne Wäsche“), schickte ihn in die Münchner Burda-Filiale und stellte ihm den stämmigen Sportjournalisten Horst Vetten, 35, zur Seite, der für 150 000 Mark Jahressalär „so ein richtig maskulines Blatt“ machen wollte.

In der Weltstadt mit Herz fanden der Jungverleger und sein Assistent neue Formeln („Thema eins macht Spaß“) und einen neuen Titel: „M“. Vetten über das Männer-Magazin: „Etwas ganz Einmaliges.“

Von Mittwoch dieser Woche an ist die einmalige Zeitschrift jeden Monat zu haben. Preis: zwei Mark. Startauflage: 550 000. Auf den 178 Seiten der ersten Nummer (davon 74 Seiten Anzeigen) ist dargestellt, was den Mann von dreißig Jahren zwischen Karriere und Konsum so interessieren könnte: „Haikiller“ und ein „Puddingprinz“, Wirtschafts-Bosse („Die Opas bitten zur Kasse“) und Sportler-Jargon („Du altes Dreckschwein“).

Zwischen Mond und Maßanzüge schoben die Münchner Blattmacher auch eine Proporz-Portion Politik: Strauß wie Schiller, von Thadden wie Mende werden ganzseitig und in Farbe als Radfahrer abgebildet. TV-Mann Peter von Zahn darf erklären, warum er CDU wählt. Kollege Thilo Koch plädiert für die SPD. Rolf Hochhuth Sympathie schließlich gehört den Freien Demokraten.

Ganz weit hinten, nach bläßlichen Comic strips und Aufstiegsrezepten („Wie Geldmacher Geld machen“) durchleuchtet Burdas „M“ auch die erogenen Zonen zwischen „des Mannes Schenkeln“ und den „Tiefen der Vagina“. In fetten Lettern werden die „Idealmaße des deutschen Mannes“ mitgeteilt: „9 cm (ruhend)“. Das alles unter der Überschrift: „Impotenz“. Hausmittel von „M“: „Sellerie und Kaviar“.

Danach führen zwei Mädchen, mal mit Schwein und mal mit Schwänen.



Kölnische Rundschau

„Sag mal, Walter, sind das unsere jungen Leute?“

Daß dieser Studentenverband seinerseits keine Alternative zum SDS mehr ist, hatten LSD-Mitglieder schon vor der endgültigen Trennung von der FDP oft genug klargemacht: Der Bund mit den Rauschgift-Initialen, dessen Mitgliederzahl mal mit 800, mal mit 2500 angegeben wird, ernannte sich 1968 zu einem „Teil der internationalen Befreiungsbewegung“, lehnte einen Parlamentarismus „wie den hier in der Bundesrepublik“ (LSD-Sprecher und Jungsozialist Frank von Auer) ab und wunderte sich, daß die FDP ihm fortan den monatlichen 2000-Mark-Scheck verweigerte (SPIEGEL 13/1968).

Der Trennung von der Mutterpartei — kurz vor der Bundestagswahl und damit zum „einzigen sinnvollen Termin“ (Thiele) — waren Dutzende von Trennungskündigungen vorausgegangen. Und immer drohte der Bruch nur deshalb, weil der LSD der FDP um ein paar Jahre voraus war. Beispiele:

▷ 1960 verbot Bayerns FDP dem Münchner LSD die Benutzung der Parteiräume, nachdem der LSD ge-

tagswahl 1961 die Parole „Liberalen wählen SPD“ ausgaben und, als die FDP ihnen die Zuschüsse strich, von einem „Freundeskreis“ unterstützt wurden (unter den Freunden: SPD-Abgeordneter Adolf Arndt, Schriftsteller Günter Graß, Gruppe-47-Chef Hans Werner Richter).

Und im Juni dieses Jahres stellten die liberalen Studenten West-Berlins ihre Zusammenarbeit mit der FDP ein — teils aus Protest dagegen, daß bei der Partei Aufnahmeanträge über die Schreibtische des Verfassungsschutzes liefen (SPIEGEL 28/1969), teils aus Einsicht in die Unmöglichkeit, in der liberalen Partei ein „sozialistisches Konzept“ durchsetzen zu können.

Freilich: Sozialismus und Liberalismus sind für den LSD spätestens seit 1968, als er in den Sog des SDS geriet, kein Widerspruch. „Liberal“, so definierte ein Redner bei einer LSD-Delegiertenkonferenz, sei die Gesellschaft, „die dem einzelnen die größtmögliche Chance für freie Selbstverwirklichung verschafft“. Und: „Wenn dies nur im Sozialismus möglich ist, dann sind wir alle Sozialisten.“

doch stets oben ohne „Petting in Oberbayern“ vor: „Zwei Gasthäuser und eine Kirche, 1150 Einwohner und 600 Rinder.“ Dazu alpenländischer Volksmund: „Wird d'Milli sauer, stinkt's dem Bauer.“

Die satten Farben der doppelseitigen Bilder, die eingeblockten Zwischenrubriken, Typographie und Layout vertragen unverkennbar publizistische Anleihen bei der Konkurrenz: ein Hauch von „Jasmin“, das Gesicht der „Eltern“, ein Schuß „Capital“.

Den Hauptkonkurrenten auf dem deutschen Männer-Markt geht „M“ in einer Fünf-Seiten-Reportage direkt an: Hugh Hefner, der von der Fünf-Millionen-Auflage seines englischsprachigen „Playboy“ — ohne Werbung, unter dem Ladentisch und bei einem Heftpreis von sechs Mark — 100 000 Exemplare in Deutschland verkauft. „M“: „Der Playboy zielt — aber er schießt nicht.“

Nun schießt er vielleicht doch. Letzte Woche inspizierte Hugh Hefner, der mit seinem Magazin und seinen 19 „Playboy-Clubs“ laut „FAZ“ im vergangenen Jahr 200 Millionen Dollar umgesetzt und 18 Millionen Dollar Profit erwirtschaftet hat, den deutschen Markt. Hefners Ziel: ein deutscher „Playboy“ für deutsche Leser.

Horst Vetten, der als Chefredakteur für das Münchner Männer-Magazin im Impressum stehen sollte, irritieren Hefners Deutschland-Pläne nicht mehr sonderlich. Er zog sich schon vor Erscheinen der ersten „M“-Nummer wieder zurück: „Ich will nicht, daß man meinen Namen mit diesem Produkt identifiziert. Ich will nicht bald einer der abgehalfterten Chefredakteure sein.“

Der reiche Verlegersohn Hubert Burda, der als „Produkt-Manager“ für „M“ erst einmal ein Startgeld von zwei Millionen Mark ausgeben darf, sieht hingegen gelassen in die Zukunft: „Ich kann mir vorstellen, daß ich bis 1971 ein neues Werk geschaffen habe — dann ist „M“ für mich nur noch ein Buchstabe.“



Burda-Männerzeitschrift „M“
Sellerie gegen Impotenz

UNTERNEHMEN

SCHWAB AG

Minus im Markt

Vorstandsvorsitzender Artur Neumann, 51, machte seine Pressestelle zu. Die Friedrich Schwab AG in Hanau, so Neumann Anfang dieses Jahres, habe vorerst keine erfreulichen Neuigkeiten mehr mitzuteilen.

Wie richtig der promovierte Volkswirt und Versandhaus-Chef Neumann die Lage einschätzte, werden seine Aktionäre an diesem Mittwoch erfahren, wenn sie sich in der Hanauer Stadthalle zur jährlichen Hauptversammlung einfinden: Fast 25 Millionen Mark Verlust weist das hinter Quelle, Otto und Neckermann viertgrößte deutsche Versandhaus für 1968 aus — nach einem Defizit von insgesamt 18 Millionen in den vorausgegangenen Jahren.

Den Absturz in die roten Zahlen hatte Firmengründer Friedrich Schwab selbst eingeleitet. Der erst 1955 ins Versandgeschäft übergewechselte Schuhvertreter übernahm sich bei dem Versuch, etablierten Warenhaus-Konzernen wie Karstadt und Horten mit eigenen Kaufhäusern Konkurrenz zu machen. Ohne ausreichende Erfahrung errichtete er seine City-Häuser durchweg an ungünstigen Plätzen und ließ darin ein zu schmales und biederes Sortiment feilbieten. Kapitalschwäche zwang Schwab überdies, seine Häuser teuer zu mieten, statt selbst zu bauen. „Mehr als die Hälfte unserer Verluste“, so der heutige Versand-Chef Dr. Neumann, „gehen auf die Warenhaus-Politik von Herrn Schwab zurück.“

Der Hanauer Versandherr mußte klein beigeben, als sein Partner, der Weinheimer Lederfabrikant Richard Freudenberg, 1965 wegen Schwabs Warenhaus-Experiment aus der Firma schied und seinen Geschäftsanteil mitnahm. In zwei Schüben trat Schwab insgesamt 78 Prozent seiner Aktien an den New Yorker Nähmaschinen-Konzern Singer ab. Der populäre Schwab-Reklame-Zeppelin, Stolz des ehemaligen Jagdflieger-Kommandeurs, wurde nach Japan verkauft, wo er an einer Klippe zerschellte.

Die Singer-Bosse setzten, statt des in die Schweiz retirierten Friedrich Schwab, ihren Manager Lester O. Naylor an die Spitze der angeschlagenen Versandfirma. Der Amerikaner liquidierte fast alle Schwab-Warenhäuser und versuchte sein Glück statt dessen mit vier „Mehrwert“-Verbrauchermarkten im Rhein-Main-Gebiet.

Doch schon nach knapp zwei Jahren, in denen die Verluste des Unternehmens weiter anstiegen, beorderten die ungeduldigen Singer-Herren ihren Naylor in die Zentrale zurück. Sie hatten einen deutschen Manager unter Vertrag genommen, von dem sie sich endlich bessere Nachrichten aus Hanau erhofften: Dr. Artur Neumann, ehemaliger Geschäftsführer des progressiven Hamburger Otto-Versands.

Neumann, der sich in seinen Hausmitteilungen „Informationen von



Schwab-Versandhalle in Hanau
Die roten Zahlen blieben

Schwab“ selbst „mitreißende Aktivität“ attestieren läßt und täglich 15 Stunden am Schreibtisch verbringt, begann sein Sanierungswerk mit unpopulären Maßnahmen. Seinen Direktoren verbot er, über Mittag nach Hause zu fahren. Statt dessen gewöhnte er sie daran, mit ihm an den kahlen Tischen der Kantine zu spielen und die leeren Teller eigenhändig zur Essenausgabe zurückzubringen.

Um die Kosten zu senken, sparte Neumann 500 der 3700 Arbeitsplätze ein, sperrte leitenden Herren den Dienstwagen und strich einen Monat lang alle Büromaterial-Bestellungen.

Nachhaltigen Erfolg verspricht sich Schwabs neuer Mann jedoch erst von einer Modernisierung des Versandgeschäfts. Mit Hilfe qualifizierter Arbeitsgruppen für Marketing, Organisation und Datenverarbeitung will Neumann seine Kunden zukünftig schneller und fehlerfreier beliefern.

Schwabs wichtigstes Verkaufsinstrument, den lange Zeit als hausbacken verschrienen Kunden-Katalog, bereicherte der Versand-Manager („Wir machen neuerdings sogar ein bißchen in Sex“) durch modische Schlager wie extravagante Hosenklieder und spitzenbesetzte Partyanzüge.

Dennoch wird Schwabs Neumann, auf der Hauptversammlung am Mittwoch dieser Woche, von den Aktionären harte Kritik einstecken müssen. Denn auch für 1969 kann er den Anteilseignern keine Dividende in Aussicht stellen. Kleinaktionär und Berrufsopponent Kurt Fiebich will deshalb vom Großaktionär Singer, der inzwischen 87 Prozent der Schwab-Aktien hält, verlangen, daß er die restlichen freien Aktionäre „fair abfindet“.

Überdies will der streitbare Dortmunder die überwiegend amerikanischen Aufsichtsräte des ertraglosen Unternehmens auffordern, auf ihre Tantieme zu verzichten.

Fiebich: „Ich werde hart zuschlagen.“