

am Rande, um es mit unseren Hauptfirmen zu machen.“

Herbert Stender („Ich war glücklich“) sah die ersehnte Million schon fast in seiner Tasche. Aber er erlebte wieder eine Enttäuschung: Partner Stinnes ließ Stender mitteilen, er könne nur 35 Prozent des Reingewinns beanspruchen, und auch das nur „nach Abzug aller Unkosten, Ausgaben gleich welcher Art einschließlich Ihrer Schulden an die uns nahestehenden Firmen“.

Stender zog daraufhin Bilanz und erkannte, daß nach dieser Rechnung sein Gewinn gleich Null sein würde. Am 11. November leistete er vor dem Mülheimer Amtsgericht den Offenbarungseid und gab als einzigen Vermögenswert seinen Vertrag auf Gewinnbeteiligung mit der Atlantik-Pazifik GmbH an.

Jetzt setzt Hugo Stinnes seine Hoffnung auf die Pusteröhre. Er übertrug die erworbene Lizenz auf eine andere seiner Firmen, die Aldia, Allgemeine Deutsche Industrie-Ausfuhr GmbH.

Seit dem 22. Juni 1964 war die Aldia im Handelsregister als „in Liquidation“ geführt worden. Stenders Röhrchen sollen sie wieder zu gewinnbringendem Leben erwecken.

## PRODUKTE

### SPEISE-EIS

#### Fahren heraus

Das rötliche Farbphoto vermittelt den Eindruck heimeliger Wärme zur Winterszeit. Aber ein Batzen Eis füllt den Vordergrund.

Der Werbetext erläutert, daß Speiseeis der Jopa GmbH „für kühle Tage wärmstens zu empfehlen“ sei. Die kalten Süßigkeiten der Münchner Tochter des Nestle-Konzerns schmeckten „im Winter ... genauso gut wie im Sommer“.

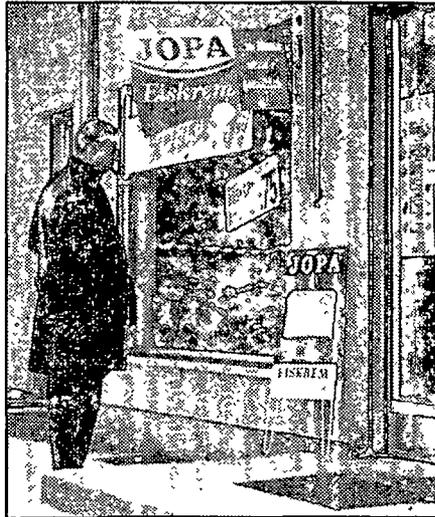
Zum Kummer der westdeutschen Eiskrem-Industrie (Jahresumsatz 1964: 225 Millionen Mark) sträubten sich die Bundesbürger bislang gegen solche Erkenntnisse. Sie schleckten Gefrorenes nach dem Kalender: fast 30 Prozent ihres Jahresverbrauchs allein im Juli, in den Wintermonaten dagegen jeweils weniger als ein Prozent.

Deshalb bringen sie es pro Kopf und Jahr nur auf zweieinhalb Liter Eiskrem, die Engländer hingegen löffeln neun, die Amerikaner sogar 23 Liter. Vier bis fünf Liter verzehren selbst die kältegeplagten Skandinavier.

Jopa ging den Gründen der winterlichen Eis-Scheu nach. Die Umfrage, wann bundesdeutsche Verbraucher Appetit auf Speiseeis bekommen, ergab: „Wenn die italienischen Eisdiele aufmachen.“

Der Vorstellung, Eis sei nur eine Erfrischung bei heißem Wetter, leisten auch die Einzelhändler Vorschub. Sie holen meist pünktlich zum Herbstbeginn ihre Eiswimpel an der Ladentür ein. Jopa unternahm es, das zu ändern. Die Firma verteilte in diesem Winter erstmals Fähnchen mit dem Aufdruck: „Jopa-Eiskrem ... zu Hause, wenn's gemütlich ist.“

Außerdem errichtete sie Stützpunkte für den Freizeitkonsum. Sie stattete zahlreiche Konditoreien, Kioske und Kinos mit Tiefkühltruhen aus, damit der-



Eiskrem-Werbung im Winter  
Heiß übergossen

Nachschub ins gemütliche Heim auch nach Ladenschluß klappte.

Um den Hausfrauen das Ungewohnte schmackhaft zu machen, legten die Münchner ein „Eisdessert“ für 1,95 Mark in die Kühltruhen des Handels; die Packung enthält außer dem Gefrorenen noch Fruchtmark oder Schokolade im Plastikbeutel, die heiß über das kalte Dessert gegossen werden sollte.

Den Marktstrategen steht nur eine technische Schwierigkeit im Weg: Im deutschen Normalkühlschrank zerläuft das Eis nach spätestens drei Stunden.

## GEMEINDEN

### VERGNÜGUNGSSTEUER

#### Schierer Lärm

Das Münchner Gastspiel der „Rolling Stones“ vom September 1965 war kein Puppenspiel. Es war keine gesangliche Aufführung, und „insbesondere handelte es sich nicht um Konzerte oder sonstige musikalische Aufführungen“.



„Rolling Stones“ im Münchner Circus Krone: Elektrisch entkleidet

So stellte jetzt — unter dem Aktenzeichen II/5-8623/56 — die Regierung von Oberbayern fest. Sie bestätigte damit einen Bescheid der Landeshauptstadt München, die der Nürnberger Gastspielregie Buchmann für das Beat-Konzert nachträglich 14 158 Mark Vergnügungssteuer abnehmen will.

Was die Wackelsteine damals im Circus Krone darboten, war laut Regierungsdirektor Frohn ein „nach Art. 2 VgnStG steuerpflichtiges Vergnügen“. Artikel 2 läßt die Wahl zwischen „Zirkusvorstellung“, „Sport“, „Faschings- und Tanzveranstaltung“ und „Schaustellung zur Unterhaltung ...“

Die Behörde klassifiziert den Beat-Auftritt als Schaustellung. Denn das „showartige Gebaren“ und die „artistischen Beigaben“ der Londoner Heulbojen wirkten laut Frohn „stärker“ als die „musikalischen Darbietungen“.

Damit fachte die Regierung von Oberbayern einen Streit auf andere Weise wieder an, den Bayern im April 1965 mit einer liberalen Neufassung seines Vergnügungssteuergesetzes gerade hatte beilegen wollen: Da die alte Fassung nur Musikveranstaltungen von „künstlerisch hohem Wert“ nicht besteuerte, gab es ständig Auseinandersetzungen um eben diesen Wert. Das neue Gesetz nimmt daher „Konzerte und sonstige musikalische und gesangliche Aufführungen“ von der Steuer aus.

Doch nun befanden die Oberbayern, die „Anziehungskraft“ eines Konzertes beruhe „im wesentlichen auf musikalischen Darbietungen von gewisser (gehobener) Qualität“. Und für die Wackelstein-Darbietungen ließen sie diese Definition nicht gelten: „Durch zahlreiche elektrische Tongeräte wird die Musik in einem Maße verstärkt, das sie des Charakters der Musik im üblichen Sinne weitgehend entkleidet und schier als Lärm erscheinen läßt.“

Gastspiel-Organisator Buchmann, der ohnehin durch eine Rechnung des Berliner Senats für die Demolierung der Waldbühne durch „Stones“-Anhänger um 300 000 Mark ärmer zu werden droht, ließ Klage beim Verwaltungsgericht erheben. Für ihn und seinen Anwalt machen die Steine doch Musik.