

Kongreß über die Theologie des Zweiten Vatikanischen Konzils“, zu dem 1200 Theologen aus allen Teilen der Welt angereist waren. Sein Auftrag: eine „homogene Interpretation der Konzilsbeschlüsse“.

Dieses Nach-Konzil, von dem Paul VI. sich „Einverständnis“ erhofft hatte, stellte lediglich fortschrittliche oder konservative Lehrmeinungen einander gegenüber — dann fuhren die 1200 heim.

ENGLAND

PRESSE

Wandel der Zeiten

Der leutselige Lord erzählt mit Vorliebe den Witz vom jungen Mann, der ein Mädchen kennenlernt und ihm prompt einen unsittlichen Antrag macht. „Kommen Sie allen Frauen so?“ schnippt die Schöne. „Aber natürlich, viele geben mir zwar einen Korb, aber viele werden auch schwach.“

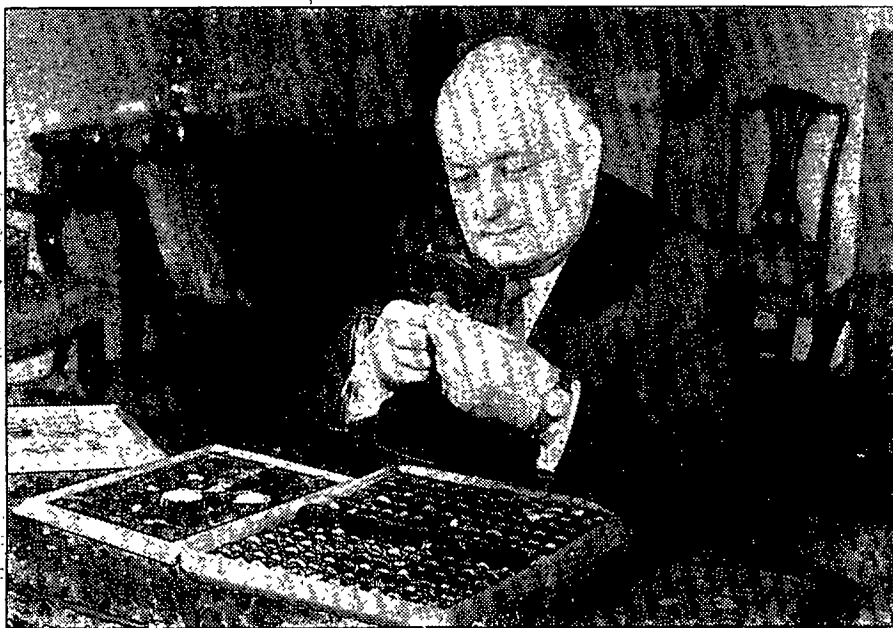
Dann haut sich Lord Thomson of Fleet, 72, Britanniens zweitmächtigster

Widerspruch zu den öffentlichen Interessen“ steht. Die acht Kommissionäre — Juristen, Industrielle, Gewerkschaftler, Journalisten und unabhängige Persönlichkeiten — wollen in drei Monaten ihr Urteil über die „Times“-Fusion abgeben.

So will es Englands Monopol-Gesetz. Es wurde 1965 nicht zuletzt wegen Thomson und dessen noch mächtigerem Rivalen Cecil Harmsworth King, 66, erlassen. Die beiden haben sich in robustem Ringen um Presse-Konzerne, die dem verschärften Wettbewerb nicht mehr gewachsen waren, Imperien von nie gekannter Größe geschaffen.

Von seinem Verlagspalast in Londons Gray's Inn Road — Thomsons Büro gestaltete sein nobelster Angestellter, Prinzessin-Margaret-Mann Lord Snowdon — regiert der Lord ein Reich, in dem die Sonne nicht untergeht. Der Thomson-Konzern kontrolliert

▷ 111 Zeitungen sowie 130 Magazine und Fachzeitschriften in Großbritannien, Kanada, den USA, Australien, Neuseeland und Afrika (davon 86 Blätter auf den Briten-Inseln);



„Times“-Käufer Thomson: „Gott nicht angreifen und Gewinne erzielen“

Presse-Mogul, auf die Schenkel: „Genauso erwerbe ich Zeitungen. Ich mache unverdrossen Kaufangebote, und oft habe ich auch Erfolg.“

Er hatte 241mal Erfolg. Und vorletzten Freitag wurde sogar Londons distinktierteste Presse-Lady schwach: Die 181 Jahre alte, finanzkranke „Times“ will sich mit Thomson liieren.

Das Londoner Qualitätsblatt (Auflage: 285 000) arbeitet seit Jahren mit Verlust. Es war bislang Eigentum des Lord Astor of Hever und der Gründerfamilie Walter (SPIEGEL 19/1966) und soll nun mit Thomsons prosperierendem Sonntagsblatt „Sunday Times“ fusionieren — wenn die Regierung ihre Zustimmung gibt.

Denn anders als in Deutschland können englische Presse-Cäsaren nicht mehr frei nach Gusto dazukaufen. Kontrollieren sie bereits eine Tagesauflage von über 500 000, muß eine Monopol-Kommission bei jeder geplanten Transaktion prüfen, ob die Konzentration „im

▷ 17 TV-Stationen und fünf Funkhäuser in Schottland, Kanada, Pakistan, Äthiopien und auf Jamaika;

▷ sieben Buchverlage, neun Großdruckereien und die Fluggesellschaft „Britannia“.

Rivale King residiert in unmittelbarer Nähe der Zeitungs-Zitadelle Fleet Street, in einem hoch aufragenden Monumentalhaus, das er sein „Tadsch Mahal“ nennt. Der auflagenstärkste Gazetten-Chef der Welt

▷ beherrscht 239 Zeitungen und Zeitschriften, vorwiegend in Großbritannien (seine Massenblätter, unter anderem der „Daily Mirror“, erreichen rund 40 Prozent der Gesamtauflage aller überregionalen Tages- und Sonntagszeitungen);

▷ ist am zweitgrößten Papierkonzern Britanniens und dem zweitgrößten US-Zeitungsverlag beteiligt.

King-Kapital steckt in drei deutschen Fachblättern (so dem „Friseur Spiegel“ und der „Elektronik Zeitung“); Thom-



TOI, TOI, TOI...

Ein neues Lebensjahr, ein Jubiläum, ein, zwei, drei Hochs auf „ihn“ und sein Werk. Anlässe, die Gläser klingen zu lassen, Glück und Erfolg zu wünschen. Wie man es am besten sagt? Natürlich mit Blumen durch FLEUROP! Im Nu ist Ihr FLEUROP-Auftrag gegeben — und zum richtigen Zeitpunkt sind Ihre Grüße beim Empfänger. Tausendfach — selbst in Ihrer Übersee-Filiale! Mit FLEUROP sind Sie gut vertreten. Immer und überall.

SAG ES MIT BLUMEN DURCH

FLEUROP

BLUMEN IN ALLE WELT



Eine echte Alpi-Krawatte ist immer der Beweis für modische Eleganz. Achten Sie auf das Alpi-Wappen am Krawattenende. Es garantiert Ihnen handwerkliche Sorgfalt, exclusive Dessins und aktuelle Farben. Wir nennen Ihnen gern Ihr Fachgeschäft. Schreiben Sie an: ALPI, 415 Krefeld, Postfach 104.

ALPI

Krawatten



ARSEON aus dralon

^{*)}Das Alpi-Wappen hängt immer am Krawattenende. Es ist gesetzlich geschützt.

son ist an „Ich und meine Familie“ beteiligt.

Presse-King und Presse-Lord wollen ihre Reiche durch weitere Auslands-Aufkäufe ausweiten, und das ist ihre einzige Gemeinsamkeit. Sonst sind ihre Ziele so verschieden wie ihr Habitus: Cecil King, ein schwerer Mann von 1,85 Meter, ist barsch und herrisch. Lord Thomson, 1,81 Meter und untersetzt, schlendert durch seine Zeitungsfabriken und erzählt Schwänke aus seiner Erfolgs-Saga.

„Ich bin“, sagt King, „an politischer Macht interessiert.“ Sie ist dennoch begrenzt: Sir Cecil hält nicht einmal fünf Prozent Anteile der von ihm kommandierten „International Publishing Corporation“ (IPC). Er ist ein absetzbarer Reichsverweser.

Thomson hingegen ist allgewaltiger Eigentümer seines Konzerns. Aber er ist — im Gegensatz zu Deutschlands Axel Cäsar Springer — ohne jedes politische Sendungsbewußtsein und daher trotz seines Imperiums politisch ungefährlich. „Ich bin“, bekennt der Lord freimütig, „im Geschäft, um Geschäfte zu machen.“

Oberste Thomson-Maxime: „Ich gebe keine Zeitungen heraus, deren ich mich schämen müßte, aber ich schreibe keiner die politische Richtung vor.“ Von seinen Chefredakteuren erwartet er, daß sie „Gott und die Monarchie“ nicht angreifen und — Gewinne erzielen.

Mit Kredit erwarb Thomson — in Kanada geborener Sohn eines Barbiers — sein erstes Blatt, die schwindstüchtige „Timmins Press“ im nördlichen Ontario. Er sanierte sie, wie alle seine späteren Erwerbungen, indem er für eine solide Anzeigengrundlage sorgte.

Seine Zeitungen paßten sich immer dem Meinungsklima ihrer Verbreitungsgebiete an: Die Thomson-Presse in den US-Südstaaten ist gegen die Rassenintegration, im Norden ficht sie für die Gleichberechtigung der Neger.

Als der opportunistische Aufkäufer schließlich in England einstieg, mokierte sich die „Times“ — laut Cecil King „Erbauungsblatt des Establishments“ — über den Emporkömmling: Für ihn sei „das Zeitungsgeschäft ohne jede moralische Bedeutung und grundsätzlich nicht vom Seifenkauf verschieden“.

Thomson kam gerade zurecht, um sich für das schwerindustrielle Zeitalter der Briten-Presse zu rüsten. Er kaufte 1953 Schottlands größte Zeitung, den „Scotsman“, und gründete eine Werbefernseh-Gesellschaft, die später so gewinnträchtig wurde wie eine „Lizenz, eigene Banknoten zu drucken“ (Thomson). Die TV-Dividende: 32,5 Prozent.

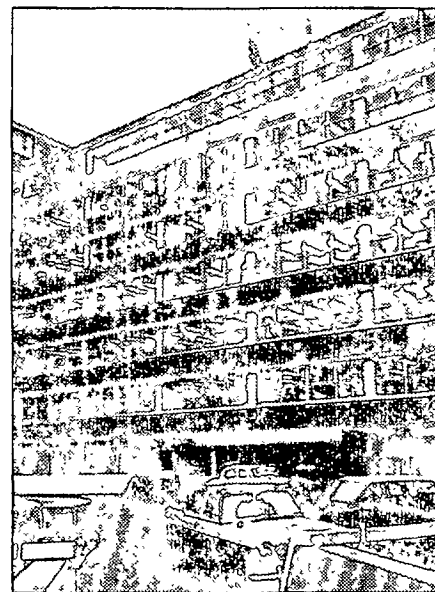
Die Fleet-Street-Barone belächelten den gerissenen Provinzverleger als kleinkarierten Schotten: Thomson fliegt Touristen-Klasse, trägt zerknitterte Anzüge und streicht abends durch die Büros, um das Licht auszuknipsen. Seine Hobbys: Bilanzen, die er mit genialem Blick durchschaut, und Krimis. In seinem „Spielzimmer“ stehen deren 1200: „400 noch nicht gelesen“.

Der seit 1951 verwitwete Presse-Midas bewohnt ein bescheidenes Landhaus in Buckinghamshire. Konkurrent King, immer im tadellosen blauen Serge-Anzug, hat sich auf seinem Landsitz aus dem 17. Jahrhundert mit kostbaren Möbeln umgeben. Der feinsinnige Sohn eines Orientalisten sammelt chinesisches Porzellan, Thomson Schmuck.

1959 kreuzten Thomson und King zum erstenmal die Klingen. King, der zuvor bereits die „Amalgamated Press“ aufgekauft hatte, gierte nach dem Kemsley-Konzern mit der „Sunday Times“. Thomson jagte ihm die erhoffte Beute ab — ohne auch nur einen Penny zu zahlen.

Er verkaufte, von dem City-Bankier Siegmund Warburg beraten, pro forma sein Schotten-TV an Kemsley und nahm dafür Kemsley-Aktien in Zahlung. In seiner Hand zogen die Papiere sofort an, mit dem Kursgewinn zahlte Thomson die für den Zeitungskonzern verlangte neunstellige Summe.

Zwei Jahre später eroberte King die Odhams-Gruppe nach dramatischer Schlacht. Ein Witzbold lud den Verlierer Thomson zur Siegesfeier. Thomson kam, die Niederlage hatte ihn nicht entmutigt. „Ich will noch mehr Zeitun-



„Times“-Gebäude in London
Seit Jahren Verlust

gen“, sagte er zu Churchill-Sohn Randolph.

Nun schlug die „Times“ Alarm. „Lord Thomson ist ein Mann, der Bewunderung verdient... Aber selbst wenn er der Erzengel Gabriel wäre, sollte er unseres Erachtens nicht noch mehr Zeitungen in Großbritannien besitzen.“ Thomson hingegen wollte mindestens noch eine Zeitung als Kronjuwel seines Reiches: die altehrwürdige „Times“.

Beharrlich lehnte „Times“-Besitzer Astor jede Thomson-Offerte ab, zum letztenmal im vergangenen Jahr. Aber die Zeiten wandeln sich, und „The Times“ (deutsch: die Zeiten) wandelt sich auch.

Um neue Leser zu gewinnen, druckt die „Times“ seit Mai Nachrichten auf Seite eins und nicht mehr, wie seit 181 Jahren, Kleinanzeigen auf der Frontseite. Für weitere Modernisierungen aber fehlte das Geld.

Thomson hat es. Die Klippen der Monopol-Kommission hofft er zu umschiffen, nachdem er bis an die Grenze der Selbstentäußerung gegangen ist, um die „absolute Freiheit“ des Blattes zu garantieren. Obwohl Thomson 85 Aktien-Prozent der geplanten „Times Newspaper Ltd.“ halten wird, darf er



Ein neuer Rum für Kenner: Rhum Negrita Gold

Er ist anders als sein erfolgreicher Bruder, der heißblütige 'Old Nick': Etwas milder, damit ihn auch die Frauen mögen. Und dennoch mit der ganzen leidenschaftlichen Duftfülle seiner Herkunft, gezähmt für deutsche Zungen. Da spüren Sie das fröhlich-sonnige seiner

paradiesischen Heimat. Traumhaft, exotisch, ein erfülltes Verlangen. Reich wie die Welt aus der er stammt, so reich ist sein Geschmack.

Diesen Rum sollten Sie trinken: Negrita Gold, den echten Rum aus Übersee.

RHUM NEGRITA GOLD

Lizenzvertrieb: A. Racke, Bingen/Rhein

AUSLAND

die Minderheit der Miteigner-Minorität nicht majorisieren.

Auch kann er den Chefredakteur nicht entlassen. Darüber hat das Direktorium zu befinden, dem vier „Persönlichkeiten von nationalem Rang“ angehören werden.

USA

MERCEDES-WERBUNG

Eine Tonne weniger

Der Stern aus Untertürkheim leuchtet in Amerika anders. Aggressiv wie eine deutsche Dogge stürzt sich Mercedes-Werbung auf die „fette“, „watschelnde“ US-Konkurrenz, und die Käufer kommen in Scharen.

Sie waren selten geworden, als sich New Yorks Star-Werber David Ogilvy, 55, des deutschen Prestige-Autos im Juni 1965 annahm. Nur noch 7000 Wagen hatte die Daimler-Benz AG 1964 in den USA abgesetzt, fast 1300 weniger als zwei Jahre zuvor. Im Januar vergangenen Jahres lagen die Verkäufe sogar 36 Prozent niedriger als im Vergleichsmonat 1964. Auf amerikanischen Abstellplätzen stauten sich 3500 Mercedes-Importe.

Zum Teil stammte die Misere daher, daß Daimler-Benz vor zehn Jahren seinen US-Verkauf dem Studebaker-Packard-Konzern anvertraut hatte. Das Unternehmen gab später die Automobilproduktion auf, und der Kundendienst der Studebaker-Händler für Mercedes-Fahrer ließ nach.

Im März letzten Jahres gründeten die Untertürkheimer eine „Mercedes-Benz of North America Incorporated“ und knüpften ein eigenes Händlernetz. Zugleich trennten sie sich von der Chicagoer Werbe-Agentur Campbell-Mithun.

Die amerikanische Mercedes-Werbung hatte, wie ihr deutsches Vorbild, auf das Prestige-Bedürfnis gezielt. Das bremste die Umsätze, denn einheimisches Prestige war preiswerter zu haben: Die Mercedes-Modelle bis zum 250 S liegen etwa in der Preisklasse von Luxuswagen



Mercedes-Werber Ogilvy
„Fette Katzen bewegen sich.“