

# REGISTER

## GESTORBEN

**Josef Neckermann**, 79. Sein Wirtschaftswunder-Slogan „Neckermann macht's möglich“ traf exakt die Firmenphilosophie des Großversenders: Mit aufsehenerregend knapp kalkulierten Preisen sorgte er in den fünfziger und sechziger Jahren dafür, daß sich ein breites Publikum mit Konsumgütern



und den damaligen Wohlstands-Symbolen eindecken konnte. Die 1963 gegründete Firma „Neckermann und Reisen“ markierte den Start des deutschen Massentourismus. Neckermanns Karriere begann im Dritten Reich, als er „arisierete“ jüdische Textilkaufhäuser und Versandgeschäfte übernahm. Sein 1950 begonnener Versandhandel verärgerte bald die Einzelhändler: Ein Neckermann-Radio beispielsweise, für 187 Mark angeboten, kostete bei jenen damals fast das Doppelte. Weil sich Fachhändler und Handwerker weigerten, Neckermann-Geräte zu reparieren, mußte der Versender einen eigenen Kundendienst in der ganzen Bundesrepublik aufbauen. Mitte der sechziger Jahre fiel Neckermann hinter die Konkurrenten Quelle und Otto-Versand zurück, 1976 wurde der am Rand der Pleite schwebende Konzern von Karstadt übernommen. Der passionierte Dressreiter, der unter anderem sechs Olympische Medaillen gewonnen hatte und schon 1967 Vorsitzender der Deutschen Sporthilfe geworden war, widmete sich von nun an überwiegend seinem Hobby. Als er 1988 von seinem Amt zurücktrat, hatte er insgesamt 230 Millionen Mark Spendengelder akquiriert. „Necko“, wie er von seinen Sportlern genannt wurde, starb am vergangenen Montag in seinem Haus bei Frankfurt an Lungenerkrankung.

**Martin S. Svoboda**, 84. Als die Tagesschau noch ein Kellerkind und nicht die Gouvernante der Nation war, in den frühen fünfziger Jahren, schlug die große Stunde des Fernseh-Pioniers. Im Keller einer Hamburger Villa schnippelte Svoboda aus den Filmabfällen der Neuen Deutschen Wochenschau dreimal wöchentlich eine Nachrichtensendung

für das gerade gestartete und von den Leuten der Filmbranche verachtete Medium Fernsehen zusammen. Höchstpönlich brachte der gebürtige Breslauer per U-Bahn die Filmrollen zum Sender. Meist enthielten sie Bilder von Unglücken (Schiffshavarien liebte Ex-Seemann Svoboda besonders), Modenschauen und von Boxkämpfen (der Pionier hatte in seiner Jugend gern im Ring gestanden). Politiker, die Dauer-Bildschirmfüller von heute, kamen damals nur selten vor. Mit der Etablierung der Tagesschau als politischer Nachrichtensendung im Hamburger Funkhaus war für deren Erfinder kein Platz mehr. Leute wie er, der den CDU-Bundesinnenminister Gerhard Schröder beschied, er möge später anrufen, man sei gerade in einer Redaktionssitzung, paßten nicht mehr in die Landschaft. 1960 wurde Svoboda als „erster Redakteur“ der ARD-Nachrichten-Sendung abgelöst und auf die Position eines Sendeleiters abgeschoben. Svoboda starb jetzt in Hamburg.

**Heinz Riech**, 69. „Künstlerisch angehauchte Filme“, das machte der Kino-Tycoon stets klar, interessierten ihn nicht. Riech setzte auf Umsatz. Mit zehn Millionen Mark, die der ehemalige Filmvorführer in den fünfziger und sechziger Jahren mit Kleinstadt-Kinos, Tankstellen, Supermärkten, Spirituosen- und Tabakhandel zusammenklaubte, landete er 1971 seinen ersten Coup: Er zahlte sie an und kaufte für über 40 Millionen Mark dem Bertelsmann-Konzern die Ufa-Theater AG ab. Damit besaß Riech einige der besten Großstadt-Kinos. Während die kleinen Lichtspielhäuser mit steigendem Fernsehkonsum des ehemaligen Kinopublikums dichtmachen mußten, wuchs das Riech-Imperium weiter. Große Filmtheater mit 1000 Plätzen, die nicht mehr zu füllen waren, unterteilte der rührige Unternehmer in mehr als ein Dutzend verschachtelte, schuhkartongroße Kinoräume. Kassenschlager boten die Verleiher ihm zuerst an, denn Riech sicherte eine intensive wirtschaftliche Auswertung der Filme, indem er sie, je nach Frequenz, von Kinozelle eins nach Kino zwei verschob. Seinen letzten Plan, einen Kino-Palast mit neun Sälen und 2600 Plätzen in Hamburg zu errichten, konnte der „Kino-König“ nicht mehr verwirklichen. Heinz Riech starb am vorvergangenen Wochenende in der Reha-Klinik im niedersächsischen Bad Rothenfelde an den Folgen eines Herzinfarkts.



SIE IST

WEDER

JUNG,

HÜBSCH,

NOCH

SCHLANK



DAFÜR HAT SIE INNERE WERTE

HANNOVERSCHE ALLGEMEINE  
Probe-Abo (05 11) 1 21 22 26  
Media-Informationen (05 11) 5 18 13 94