

Hausmitteilung

Betr.: Werbung, Arthur Miller

Eineinhalb Jahre lang sammelte SPIEGEL-Reporter Cordt Schnibben Nachrichten aus der Welt der Reklame, recherchierte in Werbeagenturen und Marktforschungsstudios, bei den Werbefilmfestspielen in Cannes und auf dem Weltkongreß der Werber in Barcelona. Er wollte die Macht einer Branche ergründen, die ihm aus den Anfängen seiner Berufstätigkeit vertraut ist: Schnibben textete zwei Jahre lang in der Frankfurter Niederlassung des amerikanischen Werbemultis Ogilvy & Mather, bevor er Journalist wurde. Mit der Headline "Lachen statt Jod" (für ein Wunddesinfektionspray) hatte seine kurze Karriere begonnen, mit dem Slogan "Im Club spielt man Tennis ohne Aufschlag" (für einen Reiseveranstalter) endete sie.

Die glitzernde Branche ließ ihn nicht mehr los. Als Reporter versuchte Schnibben immer wieder, hinter die Attrappen der Reklame zu schauen, ein erstaunlich schwieriges Unterfangen. Denn die Kommunikationsbranche zeigt sich öffentlichkeitsscheu – weil ihre Macht in der "Reklame-Republik" so unerhört gewachsen ist (Seite 114)?

+

Bei einem ersten Treffen zwischen Arthur Miller und dem New Yorker SPIEGEL-Korrespondenten Matthias Matussek – im Haus eines gemeinsamen deutschen Freundes in Connecticut – wurde eine Tennispartie für den



Miller (r.), Matussek

nächsten Tag verabredet. Sie fiel aus – doch nicht das gleichfalls vereinbarte SPIEGEL-Gespräch. Die Schriftsteller Charles Bukowski, Harold Brodkey, William S. Burroughs und Cormac McCarthy hatte Matussek bereits gesprochen. In diesem Heft nun äußert sich Dramatiker Miller in einem SPIEGEL-Gespräch über die Deutschen, den Nationalismus in Europa und das amerikanische Theater (Seite 176).

*Wir danken den
Freunden unseres
Hauses
sich schon
Weihnachten!*

RIEDEL ^{III} Seit 1756

Für Genießer
mit höchsten Ansprüchen.
Riedelglas, A-6330 Kufstein