

li-„Moderator Hans Rosenthal, hätten zwar dreimal mehr als erwartet kassiert, sich aber auch „dreimal mehr als erwartet mit Spenden zurückgehalten“.

Spielbankboß Jaenecke hält die Anwürfe („Es ist furchtbar leicht, auf eine Spielbank zu schimpfen“) für unangemessen. So sei etwa „mit mehreren hunderttausend Mark auf Anweisung des Senats“ der Berliner Schlittschuh-Club unterstützt worden, bei dem Jaenecke „Ehrenmitglied Nummer eins“ sei.

Auch Finanzsenator Gerhard Kunz machte ein Geschäft. Für die Automatenlizenzen und die Konzessionsverlängerung bis zum Jahr 2000 handelte er, gültig ab Juni, eine um zehn auf neunzig Prozent erhöhte Abgabe aus – mehr als jedes andere Bundesland von privaten Spielbankbetreibern kassiert. Jaenecke: „Das tut schon weh.“ Wegen der Kritik an seinen Maschinen hat Jaenecke, der in den Automatenhallen „fünf Millionen investieren muß, ehe das erste Markstück rechnet“, die Lust an der Neuerung verloren: „Wenn ich aus dem ganzen Automatenbusiness herauskommen könnte, würde ich es herzlich gerne tun.“

## PRESSE

### Heißer Draht

**Anzeigenblätter neuen Typs kommen auf den Markt: gedruckte Flohmärkte.**

In der Zeitung steht kein einziger Artikel – und doch, triumphiert ihr Gründer Klaus Homann, „stieg die Auflage binnen eines halben Jahres von 10 000 auf 38 000 Exemplare“. Das Blatt enthält von vorn bis hinten nur Kleingedrucktes – und doch, freut sich Homann, „geht bei uns die Leserpost stapelweise ein“.

Das merkwürdige Druckerzeugnis mit dem Titel „Zweite Hand“, seit Januar in Berlin auf dem Markt, unterscheidet sich von den kommerziellen Anzeigenblättern herkömmlicher Machart, die den Bürgern fast überall in der Bundesrepublik in die Briefkästen gestopft werden. Nicht die Inserate müssen bezahlt werden und das Blatt ist umsonst, sondern – umgekehrt – die Annoncen sind gratis, dafür kostet die Zeitung eine Mark.

Homanns „Zweite Hand“ liest sich über weite Strecken wie ein gedruckter Flohmarkt: „Schreibmaschine Olympia DM 60,- zu verkaufen“ – „Rainer sucht immer noch Kursbuch Nr. 1–11“ – „Tee-kisten aus Holz kostenlos abzuholen“.

Neben Konventionellem wie „Fahrzeuge“ oder „Wohnungen“ enthält die „Zweite Hand“ Sparten wie „Initiativen, Vereine“, „Hinweise, Erfahrungsaustausch“ oder „Wiedersehen & Treffen“. Und erfrischend anders als viele Zeitungsinserate mit ihrem Abkürzungs-Chinesisch haben die Gratisannoncen oft Unterhaltungswert. Beispiel: „Lieber

Franz-Josef, die Tage in Saarbrücken waren wunderbar, leider zu kurz... Spiele weiter den treuen Ehemann! Deine E. aus Berlin.“ Der Leser- und Inserentenstamm, das entnahm Homann begeisterten Zuschriften, „umfaßt alle Schichten und Altersstufen“.

Von ursprünglich acht Seiten stieg der Zeitungsumfang auf inzwischen 24, Woche für Woche bringt das Blatt an die 4000 private Kleinanzeigen. Der ohne großen typographischen Aufwand hergestellte Anzeiger trägt sich nur vom Verkaufserlös. Dem Gründer Homann bleiben, bei wöchentlich 30 000 Mark Umsatz, rund 4000 Mark pro Ausgabe Gehalt für sich und seine beiden Mitarbeiter.

Die Idee hat der Berliner Homann, 37 und gelernter Architekt, aus Italien importiert, wo seit etwa fünf Jahren drei Dutzend solcher Werbeblätter florieren.



Zeitungsgründer Homann, Anzeigenblätter: „Rainer sucht Kursbuch“

Den Erfolg erklärt der Branchenueuling damit, „daß der Inhalt von denen bestimmt wird, die diese Zeitung brauchen“. Als Folge sinkender Reallöhne sei das Bedürfnis nach einem privaten Gebraucht- und Gelegenheitsmarkt entstanden, in dem man seine kleinen Geschäfte und Transaktionen abwickeln kann. Die kostenlose Anzeigenaufgabe mache es attraktiv, „Dinge, die sonst im Keller oder auf dem Sperrmüll landen, wieder in Umlauf zu bringen“.

Ermuntert vom „kometenhaften Erfolg“ (Homann), fand die Geschäftsidee Nachahmer in anderen Städten. Nach demselben Prinzip erscheinen der „Karlsruher Anzeiger“ und der Münchner „Markt“; in Hannover „Der heiße Draht“, in Bochum und Dortmund der „Revier Markt“, in Köln der „Markt- platz“. In Hamburg machen sich sogar schon zwei Konkurrenz, „Kuckma“ gegen „Marktplatz“.

Anders als in Berlin, wo die „Zweite Hand“ sich durch einen „Start- und

Überraschungsvorteil“ (Homann) auf dem Markt etablierte, ist die Tagespresse anderswo wachsender. Noch ehe die erste Nummer des Kölner „Marktplatz“ Anfang Juni erschien, hatte der Verlag DuMont Schauberg einen Antrag auf einstweilige Verfügung beim Landgericht Köln gestellt. Das Verlagshaus, das den „Kölner Stadt-Anzeiger“ und das Boulevard-Blatt „Express“ herausgibt und an kommerziellen Anzeigenblättern beteiligt ist, fürchtet die Gratis-Werber.

Weil sie vom Bezieher bezahlt werden müssen, rücken die Blätter neuen Typs „sehr viel unmittelbarer an die Seite von Tageszeitungen“, wie DuMont Schauberg moniert – mit der Folge womöglich, daß die „kostenlose Möglichkeit zur Schaltung von Privatanzeigen den Inserentenstamm nach und nach voll von den Tagesanzeigen hin zu den Anzeigenblät-



tern abziehen“ werde. Am Beispiel „Zweite Hand“ – der Kölner „Markt- platz“ ist wesentlich dünner – errechneten die Verlagsanwälte, welcher Schaden dem Haus Neven entstehen würde: „9 531 600,- DM pro Jahr.“

Das Kölner Landgericht hielt diese Rechnung für „zweifelhaft“, verneinte eine „erhebliche wirtschaftliche Beeinträchtigung“ und wies den Antrag auf einstweilige Verfügung als „unbegründet“ ab. Ausgestanden ist der Streit damit jedoch nicht. Sämtliche Kölner Vertriebsgesellschaften weigern sich, das Inseratenblatt an die Zeitungsstände zu liefern, und „Marktplatz“-Gründer Rolf Bauerfeind vermutet dahinter „Aushungerungstaktiken“ von DuMont Schauberg.

Ähnliche Probleme hat der „Revier Markt“ in Bochum. Auch ihn wollen die Vertriebsfirmen „aus grundsätzlichen und besonders rechtlichen Erwägungen“ nicht ausliefern. Der „Zeitungsverlag Westfalen“ („WAZ“, „NRZ“, „Westfa-

lenpost“), der im Ruhrgebiet weithin eine Monopolstellung innehat, drohte sogar gerichtliche Schritte an („Sie verstoßen gegen die Grundsätze des lauten Wettbewerbs“). Die Zeitungsverleger haben die Marktlücke offenkundig übersehen und versuchen nun, die Werbe-Konkurrenz mit juristischen Drohgebärden einzuschüchtern.

Ob es „rechtlich überhaupt zulässig“ sei, eine Leistung wie die Annoncenveröffentlichung „einfach zu verschenken“, möchte auch Engelbert Dichant, Anzeigen- und Werbeleiter der Weiß-Druck + Verlag in Monschau in der Eifel, gern prüfen lassen. Der Verlag, der zu den Großen im Anzeigen-Gewerbe gehört, vertreibt zwischen Aachen und Trier 20 Werbeblättchen in einer Gesamtauflage von 480 000 Exemplaren. „Ganz klar“ sieht Dichant in den neuen Blättern „eine gewisse Gefahr für uns“.

## STÄDTEBAU

### Hand am Gemächte

**Frankfurts Oberbürgermeister Wallmann schmückt die Stadt mit teuren Brunnen – „ein Stück mehr Menschlichkeit“.**

Vor der Alten Oper zischt es „aus'm Mords-Wacker“, auf der Zeil wogt „die Brie zwischen Figuren rum“, in der Freßgass schäumt es „aaständisch“, und auch am Goetheplatz „e Mords-Fontän“.

„Iwwerall Wasserrausche“ in Frankfurts City, so sprudelt es auf hessisch aus dem „Frehliche Frankfort-Telefon“. Wer sich bei der Servicestelle der Stadtverwaltung erkundigt, dem schildert ein Mundartdichter ein ungewohntes städtisches Idyll: Es quillt, gurgelt und plätschert.

Die Wasserkunst ist noch ganz frisch. Rund ein Dutzend neuer Naß-Plätze wurde innerhalb weniger Wochen im Stadtgebiet eingerichtet. „Frankfurt“, freut sich Oberbürgermeister Walter Wallmann (CDU), „ist eine Brunnenstadt“ – als ob die Wasserfälle die vielen kahlen Büro- und Banktürme bereits weggeschwemmt hätten.

Wie die mit Goldbronze bepinselte und imitiertem Marmor bestückte Alte Oper oder der an Lebkuchenhäuschen erinnernde Wiederaufbau der Römerberg-Zeile, dienen auch die Brunnen einer kosmetischen Überarbeitung der baulich wenig ansprechenden Frankfurter Innenstadt. Sie sollen, schwärmt der Bauherr und Bornmeister Wallmann, „das Auge vom Unschönen aufs Angenehme lenken“.

Vor allem soll das „seuchenhygienisch einwandfreie Wasser“ (Stadtwerke-Befund) zur Imagepflege des OB rauschen. Denn in der „Metropole von europäischem Rang“, wo Wallmann modellhaft vorführen will, wie „christdemokratische

Politik dem Menschen dient“, wird am 25. September gewählt.

Der Oberbürgermeister bewirbt sich, bei der Landtagswahl, um das Amt des Ministerpräsidenten. Und die Frankfurter, die 400 000 von vier Millionen Hessen-Wählern stellen, sollen das Bild von der „menschlichen Stadt“ honorieren.

So kommt am Main die „Show für die Öffentlichkeit“ (Neusozialdemokrat Andreas von Schoeler) genau zur rechten Zeit, während die Probleme der Stadt nach wie vor unverändert sind. Mit rund 25 000 fehlenden Wohnungen nimmt Frankfurt unter westdeutschen Kommunen einen Spitzenplatz ein, die Kriminalitätsrate in der City hat einen Höchststand erreicht.

Dafür sind die Brunnenbauwerke besonders eindrucksvoll ausgefallen – protzig und kostspielig wie alles, was der christdemokratische Erneuerer dem Publikum am Main vorbaut. „Die Millionen“, mäkelte SPD-Fraktionschef Hans Michel, „flutschen nur so.“ 4,8 Milliarden Mark Schulden hat die Stadt, soviel wie keine andere westdeutsche Kommune.

Zu Wallmanns ehrgeizigem Brunnen-Programm zählen, neben vielen kleinen Wasserspendern, ausnahmslos teure Projekte:

- ▷ der Lucae-Brunnen (Baukosten: 1,8 Millionen Mark) vor der Alten Oper, erstellt nach einem hundert Jahre alten Entwurf des Berliner Architekten Richard Lucae. Aus einer Granit-schale mit fünf Meter Durchmesser schießt eine Wasserfontäne sechs Meter hoch. Jährliche Folgekosten: 226 000 Mark;
- ▷ der Pomodoro-Brunnen (1,5 Millionen Mark) auf dem Goetheplatz, ein Entwurf des Mailänder Künstlers Gio Pomodoro.
- ▷ der Freßgass-Brunnen (1,3 Millionen Mark) von der Künstlerin Inge Hagen mit vier winzigen Wasserlachen in einer Betonkuhle;
- ▷ das wiederaufgebaute Brunnen-denkmal Gutenberg auf dem Roßmarkt (eine Million Mark), das den Erfinder der Buchdruckerkunst zeigt;
- ▷ der mächtige Brockhaus-Brunnen auf der Zeil (1,3 Millionen Mark), vom Darmstädter Bildhauer Lutz Brockhaus aus weißem Carrara-Marmor geschlagen. Er zeigt „Frankfurter Figuren“: Jumbo-Jet, Liebes-Mädchen und Computer-Mann;
- ▷ die gewaltige Bronze-Plastik „David und Goliath“ von Richard Heß, Ecke Hauptwache/Zeil, ein „Brunnen ohne Wasser“, so ein städtischer Beam-



Lucae-Brunnen vor der Alten Oper

ter, für knapp eine halbe Million Mark.

Doch soviel Freude wie beim Stadtoberhaupt will bei den Frankfurtern über Wallmanns Wasserwerk nicht aufkommen. Die teuren Schalen, moniert die Städtebau-Expertin Odina Bott aus dem Westend, seien „nach Fließbandmanier“ aufgestellt, „ohne Bezug zu Standort und Umfeld“. Einem Stadtplaner gefällt nicht, daß „hier ohne viel Idee möbliert worden ist“. Als „lustlose Straße der Brunnen“ qualifiziert Kulturkritiker Peter Iden ab, was Wallmann als „urbane“ Wegstrecke feiert.

Schon mit Pomodoros Kunstwerk „Sonnentheater“ kommt keiner zurecht. Einmal im Jahr, zur Sommersonnenwende, soll an dem Brunnen die genaue Uhrzeit abzulesen sein – „wenn der Schatten der Spitze der Brunnenstele exakt in die Kerbe fällt, an der die Seiten der großen und kleinen quadratischen Beckenflächen zusammentreffen“ (ein städtischer Beamter).

Das funktioniert allerdings nur, erläutert der Astrophysiker Professor Wilhelm Kegel, wenn exakt zu diesem Zeitpunkt „die Sonne scheint“. Am 21. Juni sollte es soweit sein. Doch irgendwer hatte sich vertan – die Sommersonnenwende fiel auf 1.06 Uhr in der Nacht.

Für Hunde hingegen sind Pomodoros kühle Wasserfontänen nützlich, sehr