

MIRKO DROTSCHMANN

VERRÜCKTE GESCHICHTE

ABSURDES, LUSTIGES UND UNGLAUBLICHES
AUS DER VERGANGENHEIT

DAS BESTE
VOM GLEICHNAMIGEN
TWITTER-ACCOUNT



riva

MIRKO DROTSCHMANN

**VERRÜCKTE
GESCHICHTE**

MIRKO DROTSCHMANN



**VERRÜCKTE
GESCHICHTE**

**ABSURDES, LUSTIGES UND UNGLAUBLICHERS
AUS DER VERGANGENHEIT**

riva

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie. Detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Für Fragen und Anregungen

info@rivaverlag.de

Originalausgabe

3. Auflage 2023

Wichtiger Hinweis

Ausschließlich zum Zweck der besseren Lesbarkeit wurde auf eine genderspezifische Schreibweise sowie eine Mehrfachbezeichnung verzichtet. Alle personenbezogenen Bezeichnungen sind somit geschlechtsneutral zu verstehen.

© 2016 by riva Verlag, ein Imprint der Münchner Verlagsgruppe GmbH,
Türkenstraße 89
80799 München
Tel.: 089 651285-0
Fax: 089 652096

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Redaktion: Julia Jochim, München

Umschlaggestaltung: David Weber, unter Verwendung von Motiven von Pixabay,

Web Gallery of Art, Wikimedia Commons

Satz: Helmut Schaffer, Hofheim a. Ts.

Druck: CPI

Printed in the EU

ISBN Print 978-3-86883-669-1

ISBN E-Book (PDF) 978-3-86413-827-0

ISBN E-Book (EPUB, Mobi) 978-3-86413-828-7



Weitere Informationen zum Verlag finden Sie unter

www.rivaverlag.de

Beachten Sie auch unsere weiteren Verlage unter www.m-vg.de.

#vorwort

MÖRDERSCHWEINE UND KESSELKRIEG

Die Tat ist brutal und grausam zugleich: Drei wild gewordene Säue stürmen auf den ahnungslosen Sohn eines Schweinehirten zu und werfen ihn zu Boden. Dann trampeln sie auf ihm herum, rammen ihre Hufe in seinen Körper und töten ihn schließlich mit einigen gezielten Bissen in Brustkorb und Gesicht. Der Vater kann nur tatenlos aus der Ferne zusehen. Als er nach einigem Zögern doch eingreift, ist es zu spät. Sein Junge ist tot.

Ein tragischer Fall, der aus dem Jahr 1379 überliefert ist und zeigt, wie gefährlich das Zusammenleben zwischen Menschen und Tieren im Mittelalter oft sein konnte. Schweine, Rinder oder Hunde werden deshalb zwischen dem 8. und dem 19. Jahrhundert nicht anders behandelt als ihre Halter, wenn es um die Konsequenzen ihres Handelns geht. In alten Gerichtsakten, Gemeindeprotokollen und verschriftlichten Erzählungen sind zahlreiche Fälle aufgeführt, in denen Tiere nach einer »Straftat« vor Gericht gestellt und anschließend hingerichtet werden. Die drei Mörderschweine von 1379 zum Beispiel müssen zuerst eine entbehrungsreiche Haft über sich ergehen lassen und werden später so lange gefoltert, bis sie tot zu Boden sinken. Auge um Auge, Zahn um Zahn.

Erzählungen wie diese findet man kaum in Geschichtsbüchern.

Auch im Unterricht oder an Universitäten wird selten darüber gesprochen. Vielleicht, weil solche Darstellungen nicht relevant genug sind. Vielleicht aber auch, weil kaum jemand von ihnen weiß. Woher denn auch? Große Herrschergeschichten und Schicksale von Völkern sind doch auf den ersten Blick für ein breites Publikum deutlich interessanter.

Doch zum Glück gibt es Menschen wie @drguidoknapp. Guido Knapp – natürlich ein Pseudonym – ist Historiker und Journalist und hatte vor einiger Zeit die grandiose Idee, all die verrückten Dinge zu sammeln, die ihm während seiner Recherchen zu verschiedenen historischen Themen auffallen. Der österreich-niederländische »Kesselkrieg« von 1784 bis 1785 zum Beispiel, in dem genau ein Schuss abgefeuert wurde – ein Schuss, der einen Kessel traf. Oder das Missgeschick des sowjetischen Ruderers Iwanow, dem bei der olympischen Siegerehrung 1956 seine Goldmedaille ins Wasser fiel; sie wurde nie gefunden. Mal sind es kleine Anekdoten, mal größere Hämmer, die @drguidoknapp aufspürt und auf seinem Twitter-Account »Verrückte Geschichte« in 140 Zeichen teilt. »Ein früherer Kollege und ich haben uns eine Zeit lang immer bei der Arbeit über solche Dinge ausgetauscht«, sagt er über die Motivation dahinter. »Als der Kollege später den Job wechselte, habe ich mir gedacht: ›Warum stelle ich die Sachen nicht einfach ins Netz?«

Eine sehr gute Idee, auf die ich im Frühjahr 2015 eher zufällig gestoßen bin. Wie und warum, weiß ich gar nicht mehr so genau, aber plötzlich war ich bei »Verrückte Geschichte« und konnte mit dem Lesen gar nicht mehr aufhören. Das Saarland hat tatsächlich mal an den Olympischen Spielen teilgenommen? Martin Luther King soll bei seiner Doktorarbeit abgeschrieben haben? Da war eine Geschichte spannender als die andere, und ich wollte sofort mehr wissen. Ich habe gegoogelt, Bücher gewälzt, mich in Archiven herumgetrieben – und bei ganz besonders haarsträubenden Fällen auch mal eine Fachfrau oder einen

Fachmann angerufen. Nicht selten hat sich dabei noch eine neue verrückte Geschichte ergeben, der ich ebenfalls auf die Spur kommen wollte. Ein bisschen wie bei Youtube, wenn dem Zuschauer neben dem Video, das man sich gerade anschaut, weitere Videos empfohlen werden.

YouTube ist auch das richtige Stichwort. Dort bin ich mit meinem Kanal Wissen2go unterwegs und hatte @drguidoknapp gefragt, ob er nicht Lust auf eine Zusammenarbeit habe. Er hatte, und so entstanden einige »Verrückte Geschichte«-Videos, deren Vorbereitung so viel Spaß gemacht hat, dass es auf der Hand lag, die Recherchen auch als Buch umzusetzen.

Wer hätte zum Beispiel gedacht, dass Frauen bis ins 20. Jahrhundert hinein von Ärzten behandelt wurden, weil sie sich »hysterisch« verhalten haben – in Wahrheit aber wohl nur sexuell unbefriedigt gewesen sind? Oder dass Bonn vermutlich nur deshalb Hauptstadt der Bundesrepublik Deutschland wurde, weil vor der entscheidenden Abstimmung rund 100 Abgeordnete bestochen worden sind? Ganz zu schweigen von den alten Römern, die sich gerne auf öffentlichen Toiletten erleichterten, in denen sie Hintern an Hintern mit bis zu 90 anderen Klogängern saßen, und das ohne Türen und ohne Wände. Aus dieser Zeit soll der Ausdruck »Sein Geschäft machen« stammen – einfach deshalb, weil nicht selten wichtige Verträge auf dem Pott sitzend beschlossen wurden.

Unsere Ahnen waren auch nur Menschen, und wo Menschen sich bewegen, passieren verrückte, absurde und unglaubliche Dinge. Klar denken wir bei den antiken Griechen meistens an eine besonders prächtig entwickelte Hochkultur und das, was in den Schlössern der Renaissance passiert ist, füllt Märchen und unzählige schnulzige Filme in dritten Fernsehprogrammen. Aber hinter der offiziellen Historie lauern immer auch Kuriositäten, bei denen es sich lohnt, genauer hinzuschauen. Und genau denen sind wir in diesem Buch auf der Spur.

Die folgenden verrückten Geschichten stellen keinen Anspruch darauf, Früchte neuester Forschung oder bahnbrechende wissenschaftliche Erkenntnisse zu sein. Es geht auch nicht darum, der deutschen Geschichtswissenschaft einen Stempel aufzudrücken. Vielmehr möchte ich Sie und Euch, liebe Leserinnen und Leser, gut unterhalten und zeigen, dass Geschichte ganz schön spannend sein kann – auch abseits von Jahreszahlen, biografischen Daten und politischen Protokollen.

»Inhaltlich ganz okay, aber vom Stil her viel zu journalistisch geschrieben«, urteilte vor einigen Jahren ein Universitätsdozent über meine allererste Hausarbeit in Geschichte. Er hatte vermutlich Recht, aber in Falle dieses Buches ist der journalistische Stil durchaus Absicht. Im Sinne der besseren Lesbarkeit habe ich mich dafür entschieden, auf Fußnoten zu verzichten, von einem zu akademischen Duktus Abstand zu nehmen und die Sprache einfach und knapp zu halten – ganz nach der französischen Schriftstellerin Nathalie Sarraute, die der Meinung war, »unsinnige Wörter« würden dem »Möblieren des Schweigens« dienen. Damit hatte sie vermutlich auch Recht. Der akademisch geprägte Teil der Leserschaft möge mir das bitte nachsehen.

Nichtsdestotrotz (übrigens eines der schönsten Wörter, das die deutsche Sprache hergibt) finden Interessierte im hinteren Teil des Buchs eine Auswahl der von mir verwendeten Quellen und Hinweise zu den gezeigten Bildern, Fotos und Grafiken. Schrecken Sie auch nicht davor zurück, sich persönlich bei mir zu melden, wenn Sie eine Frage oder eine Anmerkung zu einer der Geschichten haben. So wie @drguidoknapp bin auch ich bei Twitter zu erreichen, @mrwissen2go heiße ich dort.

Zum Schluss noch der obligatorische Dank: Natürlich an den oben erwähnten »Guido Knapp« für die vielen spannenden Fakten, die ich vertiefend aufbereiten durfte, für seine Unterstützung bei der Umsetzung dieses Projekts und die vielen verrückten Tweets, die wir

über einzelne Seiten verstreut haben, und auch für die Zustimmung dafür, sein »Baby« für diesen Zweck »ausleihen« zu dürfen. Außerdem gilt großes Lob und tausendfacher Dank meiner Frau Anna, die als Testperson für die Tauglichkeit der Geschichten herhalten musste und in den vergangenen Monaten derart viele historische Fakten aus meinem Mund ertragen hat, als hätte sie ein tägliches 24-Stunden-Proseminar in Geschichte belegt. Zu guter Letzt danke ich auch meiner Familie und grüße dabei meine Mutter Anja und meinen Vater Michael, die sich schon immer gewünscht haben, mal an einer solchen Stelle genannt zu werden.

Jetzt aber genug der salbungsvollen Worte – es geht los. Danke für das Interesse (okay, das klingt wie bei einer Verkaufsveranstaltung für Staubsaugertüten, aber egal!) und viel Spaß beim Lesen!

Mirko Drotschmann

#einfallsreichtum

WIE DIE *BILD* BARBIE ERFUNDEN HAT



@drguidoknapp

Das Vorbild für #Barbie war Lilli – das Maskottchen der @bild-Zeitung in den 1950er-Jahren.

Sie ist der Traum so ziemlich jeder Männerphantasie: sinnlicher Blick, die blonden Haare zu einem frechen Pferdeschwanz nach hinten gebunden – und weibliche Rundungen, die selbst Marilyn Monroe und Rihanna alt aussehen lassen. Keine Frage, Lilli ist heiß. Und Lilli weiß, was sie will. »Ich will gar keine große Dame sein«, vertraut sie einer Freundin an, »das heißt doch nur, dass ich all das nicht tun darf, was mir Spaß macht«.

Spaß – das ist für Lilli alles, was irgendwie mit reichen Männern und schicken Klamotten zu tun hat. Klingelt bei einem ihrer Liebhaber das Telefon, nimmt sie vor ihm den Hörer ab, meldet sich artig und fragt dann, auf seinem Schoß sitzend, mit der Hand auf der Sprechmuschel: »Es ist für dich – soll ich sagen, du seist gerade mit schwerwiegenden Problemen beschäftigt?«



Überhaupt, für kluge Sprüche ist Lilli immer zu haben. Als sie die schicke Limousine eines Lovers gegen die Wand setzt, stellt sie mit unschuldigem Hundeblick fest: »Du hattest Recht – der Bremsweg ist tatsächlich länger, als ich vorher dachte.«

Vieles von dem, was Lilli sagt und tut, ist politisch nicht ganz korrekt und aus heutiger Sicht sogar ziemlich frauenfeindlich. Aber das interessiert in den 1950er-Jahren kaum jemanden. Im Gegenteil: Lilli ist ein Star. Hunderttausende Menschen begleiten jeden Schritt ihres Lebens, hängen an ihren tiefrot geschminkten Lippen und warten jeden Tag gespannt darauf, Neues von ihr zu erfahren. Und sie werden nicht enttäuscht – immer wieder liefert eine ganz bestimmte Zeitung zuverlässig Einblicke in das Privatleben der vermutlich begehrtesten unverheirateten Frau ihrer Zeit.

Dabei gibt es Lilli eigentlich gar nicht. Sie ist eine Comicfigur. Allerdings eine, die später ordentlich Karriere machen wird und am Ende unter dem Namen »Barbie« in Millionen von Kinderzimmern landet. Lilli Superstar.

Aber beginnen wir ganz von vorne, im Jahr 1952. Für die meisten Deutschen kehrt nach den Entbehrungen des Krieges langsam wieder der Alltag ein. Das sagenumwobene Wirtschaftswunder steht im Westen in den Startlöchern, insgesamt kann man sagen: Lläuft im Land. Das empfindet auch ein junger Verleger aus Hamburg so und nutzt die Gunst der Stunde, um etwas zu wagen, an dem er schon lange herumgebastelt hat: Am 24. Juni 1952 erscheint die erste Ausgabe einer Boulevardzeitung, die Deutschland von da an wie kaum ein anderes Medium prägen wird – sowohl positiv als auch negativ. »Grenze bei Helmstedt wird gesichert!«, ist die Schlagzeile der ersten *Bild*-Zeitung der Geschichte. Ihrem Namen macht sie direkt alle Ehre. Allein auf der ersten Seite sind sechs Bilder im Großformat abgedruckt.

Aber es sind nicht unbedingt die Aufnahmen der Berühmten und Mächtigen, die für Begeisterung an den Kiosken im Land sorgen. Es

ist vor allem eine Zeichnung, über die man am Bahnhof, in der Werkshalle und teilweise auch auf dem Schulhof spricht: die Comicfigur Lilli. Im eleganten schwarzen Kleid steht sie da und füllt mehr als gekonnt die Lücke zwischen zwei Artikeln. Für mehr ist sie eigentlich auch gar nicht vorgesehen. Ihr Zeichner Reinhard Beuthien hatte mit Lilli nur den Auftrag ausgeführt, ungenutzten Platz zu kaschieren. Und nachdem sein erster Entwurf eines Babys mit Engels Gesicht in der Redaktion nicht wirklich gut ankam – Zitat: »Leser wollen keine Bilder von Babys sehen« –, versuchte Beuthien es eben mit einem Engel im Körper einer üppig bestückten Frau, womit er beim zuständigen Redakteur direkt einen Volltreffer landete. Der Name? Ein Zufallsprodukt. »Der ist mir direkt in den Sinn gekommen, als ich Lilli gezeichnet habe«, sagt Beuthien später.

Allerdings soll Lilli zunächst nur eine Eintagsfliege sein. Bei den Verantwortlichen der *Bild* besteht wenig Interesse daran, regelmäßig mit ihr die Seiten zu schmücken. Zu ordinär, lautet das Urteil aus der Chefredaktion. Doch das ändert sich schnell. Nachdem Lilli-Schöpfer Beuthien noch am Tag des Erscheinens der ersten *Bild*-Ausgabe mit Lobesbriefen geradezu bombardiert wird, entschließt man sich doch dazu, weiterzumachen – vermutlich eine der besten Entscheidungen, die man je bei *Bild* getroffen hat.

Ähnlich wie ihre große Schwester Jane, die schon seit einiger Zeit die Seiten des britischen Boulevardblatts *The Mirror* schmückt, wird Lilli zum Publikumsliedling. Männer sehen in ihr das Idealbild der modernen Frau, die Damen der Republik posieren heimlich zu Hause vor dem Spiegel, um zumindest ein bisschen die Eleganz ihres gezeichneten Vorbilds imitieren zu können. Schon nach wenigen Wochen ist Lilli aus *Bild* nicht mehr wegzudenken. In kurzen Comic-Episoden gibt sie Einblick in ihr Beuteschema (»Hans sagt immer, Geld macht nicht glücklich – aber er hat nicht einmal das!«), lässt Männerherzen höher schlagen (an einen Polizisten gerichtet, der sie dafür kritisiert,

dass sie verbotenerweise einen zweiteiligen Bikini trägt: »Welches der beiden Teile soll ich denn ausziehen?«, oder philosophiert über Politik (»Natürlich interessiere ich mich für Politik – niemand sollte ignorieren, wie sich einige Politiker kleiden.«). Für viele ist Lilli im prüden, verknöcherten Nachkriegsdeutschland ein Lichtblick, mit dem sie sich gerne identifizieren.

Das stellt auch ihr Vater Rainhard Beuthien immer wieder fest. Berauscht vom Erfolg seiner »Tochter« beschließt er, eine Lilli zum Mitnehmen zu erschaffen: eine Puppe, die gleichermaßen Kinder und Erwachsene begeistert. So massenkompatibel wie die gezeichnete Lilli soll auch die echte Figur werden. Doch schnell muss Beuthien feststellen, dass das gar nicht so einfach ist. Geschlagene zwölf Mal wird er von Fabrikanten enttäuscht, die es einfach nicht hinbekommen, seine Vorstellungen in die Tat umzusetzen. Erst dann hat er Erfolg. Über einen Tipp gelangt Beuthien an den renommierten Spielzeughersteller Rolf Hausser aus dem bayerischen Neustadt. Dessen Unternehmen O & M Hausser hat unter anderem das beliebte Kartenspiel »Elfer raus!« erfunden und im »Dritten Reich« mit besonders liebevoll gestalteten Figuren von Adolf Hitler auf sich aufmerksam gemacht. Letzteres wird in der Firmenchronik zwar gerne verschwiegen, ist aber einer der Hauptgründe, warum O & M Hausser seit Mitte der 1930er-Jahre enorm wachsen konnte.

Für Rainhard Beuthien ist das nicht so wichtig. Für ihn zählt, was Rolf Hausser und sein Team ihm zu bieten haben. Im Auftrag seines Chefs entwirft der O & M-Modelleur Max Weißbrodt den Prototypen der Lilli-Puppe – und wird direkt auf eine besonders harte Probe gestellt. Zur Präsentation von Lilli bringt Zeichner Beuthien nämlich seine beiden Kinder mit, denen er vorher eine Überraschung versprochen hat. Und die zündet: Beuthiens Kinder stürzen sich auf die Puppe, rufen »Das ist unsere Lilli!« und wollen sie gar nicht mehr aus den Händen geben. Damit ist alles gesagt. O & M bekommt die Rechte an

der Produktion, und ab dem 12. Oktober 1955 sind die ersten »Bild-Lillis« im Handel zu haben.

Verkauft werden die Puppen in zwei Größen: Eine Version mit 19 Zentimetern für 7 Mark 50 und eine mit 30 Zentimetern für 12 Mark – natürlich immer mit einer maßstabsgetreuen *Bild*-Zeitung in der Verpackung. Hergestellt wird Lilli in den Anfangsjahren aus dem stabilen Stoff Elastolin. Dazu gibt es eine Fülle von Wechselkleidung, mit der Lilli gepimpt werden kann. Cocktailkleider, Blusen und – lange vor deren Siegeszug in der Modewelt – Miniröcke sind in allen möglichen und unmöglichen Farben und Formen zu haben. Auf Wunsch liefert die von Rolf Haussers Schwiegermutter geleitete Puppenbekleidungsfirma MMM (noch kürzer: 3M) auch Sonderanfertigungen. Als zum Beispiel einmal eine Dame aus reichem Hause eine Lilli im Nerzmantel ordert, bekommt sie selbstverständlich auch eine. Für das entsprechende Kleingeld, versteht sich.

Innerhalb weniger Jahre verkauft sich Lilli mehr als 130 000 Mal. Hauptsächlich in Deutschland, aber auch in England und den Niederlanden kommt sie so gut an, dass geschäftstüchtige Unternehmer sie eifrig nachbauen lassen, allerdings nur mit vergleichsweise mäßigem Erfolg. Lilli ist anders. Anders als gewöhnliche Puppen, ist sie kein Kind mehr, sondern eine ausgewachsene Frau. Außerdem lassen sich ihre Beine flexibel bewegen, was einer kleinen Revolution im Puppenbusiness gleichkommt – und nebenbei auch dazu führt, dass spätpubertäre Bastler Lilli teilweise zur Porno-Puppe umfunktionieren, um sie zu später Stunde bei Geburtstagsfeiern und Junggesellenabschieden für perverse Spielchen aus der Tasche zu ziehen.

Lilli – hauptsächlich blond, aber auch brünett und rothaarig zu haben – wird zum perfekten Werbeträger für die *Bild*-Zeitung, die auf der Welle des Hypes gerne mitschwimmt. Als 1957 eine Produktionsfirma anbietet, Lillis Leben zu verfilmen, greift man im Axel-Springer-Haus gerne zu. »Lilli – ein Mädchen aus der Großstadt« wird

am 6. März 1958 zum ersten Mal präsentiert, fällt bei den meisten Kritikern allerdings bitter durch. Das Lexikon des internationalen Films spricht von einem Werk, das »einfältig konstruiert und zu unbeholfen inszeniert« sei. An den Erfolg der Comics und der Puppen kommt der Film nicht heran. Der Beliebtheit von Lilli schadet das Debakel nicht. Zwar taucht sie am 5. Januar 1961 zum letzten Mal in einem Comic in der *Bild* auf, aber ihr erfolgreiches Jetset-Leben geht weiter – wenn auch mit neuer Staatsbürgerschaft.

Winter 1956: Ruth Handler, Frau des Wirtschaftsbosses Elliot Handler, der mit Mattel eines der größten Spielwarenunternehmen der USA führt, bummelt mit ihren beiden Kindern Barbara und Ken – diese Namen bitte merken! – durch das schweizerische Luzern. Es ist kalt und ungemütlich. Da erblickt Familie Handler plötzlich in einem Schaufenster etwas, das sie das Wetter vergessen lässt und sofort elektrisiert: »Bild-Lillie«, als Skifahrerin gekleidet, sitzend auf einer Gondel. Was für ein Anblick! Ruth Handler stürmt in den Laden, kauft drei der Puppen, schenkt eine davon ihrer Tochter Barbara und hält die anderen beiden triumphierend ihrem Mann unter die Nase: »Das ist es!«, sagt sie, »danach habe ich schon ewig gesucht.« Ruth Handler ist sicher: Der amerikanische Markt braucht diese Art von Puppen wie kaum etwas anderes.

Elliot Handler lässt sich überzeugen und beauftragt seine Entwickler damit, einen Lilli-Klon zu erschaffen. Am 9. März 1959 kommt schließlich Mattels Version des *Bild*-Maskottchens auf den Markt, benannt nach der Tochter ihrer Entdeckerin: Barbie. Zwei Jahre später erhält Barbie bestens frisierte männliche Gesellschaft – Ken ist »geboren«. Eine ganz besondere Form der Geschwisterliebe, über die man lieber nicht so genau nachdenken möchte.

Aber wie auch immer: Mattel schafft es, Lilli ordentlich Konkurrenz zu machen. So sehr, dass Rolf Hausser schließlich das macht, was er im Nachhinein als den größten Fehler seines Lebens bezeich-

net: Er überträgt 1964 sämtliche Rechte an der Puppe an die mächtige Konkurrenz aus Übersee. »Ich hatte keine andere Wahl, als das Patent zu verkaufen«, erzählt er später. »Auch damals schon war Mattel ein Multimillionen-Dollar-Unternehmen, im Vergleich dazu war ich gar nichts.« Eine Klage dagegen, dass Mattel Lilli kopiert, wäre laut Hausser vor jedem Gericht der Welt gescheitert. Deutsche hätten zu dieser Zeit juristisch nirgendwo eine Chance gehabt. Deshalb, so denkt Hausser damals, ist es besser, zumindest ein bisschen Profit aus der Sache zu schlagen.

Ob der Geprellte es sich mit dieser Stilisierung zum Opfer der Nazi-vergangenheit Deutschlands schlicht ein bisschen zu einfach macht, sei einmal dahingestellt. Fakt ist, dass Mattel Rolf Hausser knallhart reinlegt, ihn sogar anlügt. Barbie, erzählen ihm windige Abgesandte des Unternehmens, sei in den USA noch völlig unbekannt. Eine Serienproduktion des Lilli-Ablegers wäre ein großes finanzielles Wagnis, weshalb man für die Lizenzen nicht wirklich viel Geld bezahlen könne. 69 500 D-Mark, mehr sei nicht drin. Was Hausser mangels entsprechender Informationsmöglichkeiten nicht weiß: Zu diesem Zeitpunkt sind in den Staaten schon weit mehr als 350 000 Barbies über den Ladentisch gegangen. Nach einigem Zögern und auf Anraten seines Bruders Kurt stimmt Rolf Hausser dem Angebot schließlich zu und verliert damit die Rechte, Lilli selbst weiter herzustellen und zu verkaufen.

Der Rest der Geschichte ist schnell erzählt: Durch den Wegfall des großen Verkaufsschlagers gerät O & M in Schwierigkeiten. Mitarbeiter müssen entlassen werden, und nur wenige Monate nach dem Deal mit Mattel geht das Traditionsunternehmen vollständig pleite. Rolf Hausser muss mit ansehen, wie Barbie auch in Deutschland ihren Siegeszug beginnt – ohne dass er in irgendeiner Form daran beteiligt wird. Heute besitzt allein in Deutschland jedes Mädchen im Schnitt sieben Barbies, statistisch gesehen werden pro Sekunde weltweit drei

Barbies verkauft; Geld, das mit entsprechendem Vorwissen und geschickter Verhandlungstaktik auch ins beschauliche Neustadt in Bayern hätte fließen können.

Was bleibt, ist am Ende einmal mehr eine Gewissheit: Amerikanische Unternehmen waren auch vor 50 Jahren schon gnadenlos, wenn es um die Durchsetzung ihrer Geschäftsinteressen ging. Und: Wir können so sehr über die *Bild* schimpfen, wie wir wollen – unser Leben prägt sie meistens doch. Und wenn es nur eine Puppe ist, die bei uns selbst oder bei unseren Schwestern, Töchtern und Enkelkindern im Kinderzimmer liegt.