

Rivalen, die es [so] nicht mehr gibt

Leidenschaftliche Duelle
unserer Jugend

Gregor Hoppe
und Dirk Uhlenbrock

Prestel
München · London · New York



© Prestel Verlag, München · London · New York, 2016,
in der Verlagsgruppe Random House GmbH
Neumarkter Straße 28 · 81673 München

Texte: Gregor Hoppe, Anna Sophia Herfert (S. 17),
Nicolas Roos (S. 39)
Rivaleninformatoren: Nele Rößler, Diana Schmitz
Fotos: Siehe Bildnachweis S. 128

Design, Layout und Illustrationen: Dirk Uhlenbrock
Projektleitung und Redaktion: Nicola von Velsen
Bildredaktion: Dorothea Bethke, Judith Klein
Rivalen-Recherche: Dorothea Bethke, Judith Klein, Christian Rieker,
Nele Rößler, Dirk Uhlenbrock, Nicola von Velsen und die Autoren
Lektorat: Anna Sophia Herfert
Herstellung: Wolfram Friedrich
Lithografie: Reproline Mediateam, München
Druck und Bindung: DZS Grafik, d.o.o.
Schrift: Factoria und Glober



Verlagsgruppe Random House FSC® N001967

Gedruckt in Slowenien

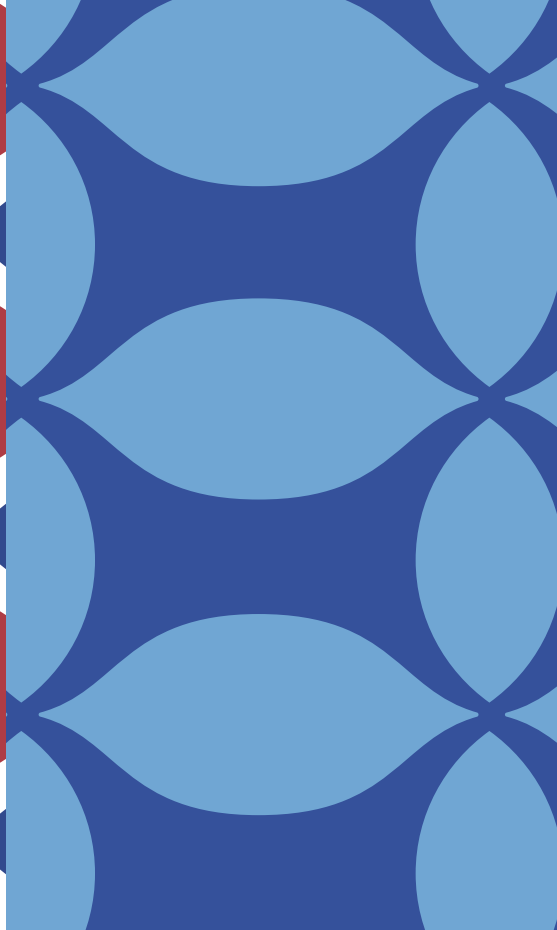
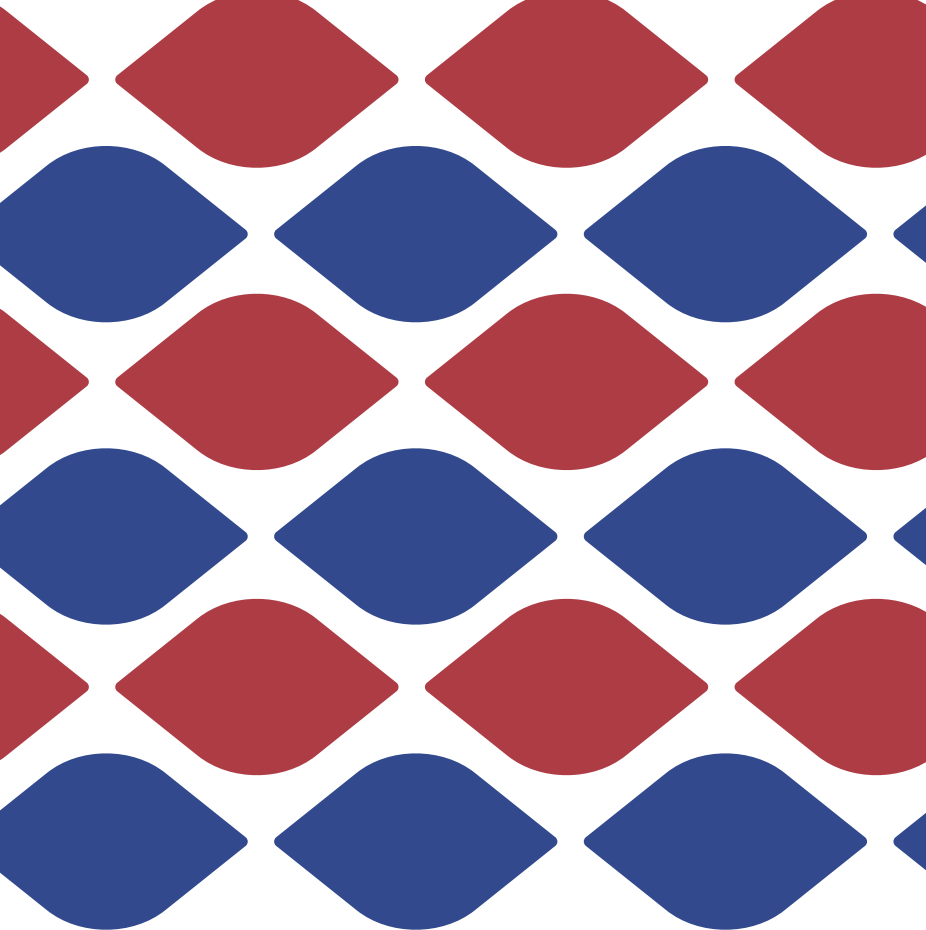
ISBN 978-3-7913-8245-6

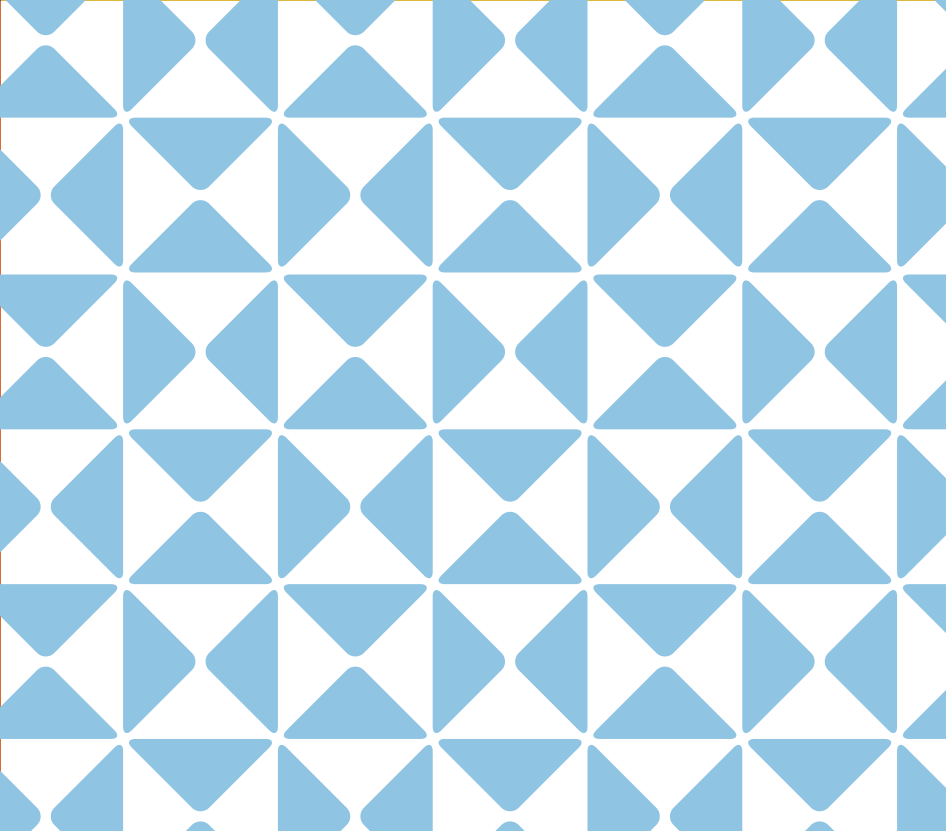
www.prestel.de

Der Verlag weist ausdrücklich darauf hin, dass im Text enthaltene externe Links vom Verlag nur bis zum Zeitpunkt der Buchveröffentlichung eingesehen werden konnten. Auf spätere Veränderungen hat der Verlag keinerlei Einfluss. Eine Haftung des Verlags ist daher ausgeschlossen.

Inhalt

Vorwort	8
Adidas – Puma	12
After Eight – Quality Street	16
Agfa – Kodak	20
Muhammad Ali – George Foreman	24
Apple – Microsoft	28
Beatles – Rolling Stones	34
Franz Beckenbauer – Johan Cruyff	38
Björn Borg – John McEnroe	42
Willy Brandt – Franz Josef Strauß	46
Bund – Ersatzdienst	50
Dallas – Denver	56
Delial – Piz Buin	60
Derrick – Tatort	64
Eduscho – Tchibo	68
FC Bayern-München – VfL Borussia Mönchengladbach	72
Fischertechnik – Lego	78
Geha – Pelikan	82
Gekauft – Selbstgedreht	86
Grundig – Nordmende	90
Bernhard Grzimek – Heinz Sielmann	94
Jute – Plastik	100
Levi's – Wrangler	104
Müslis – Popper	108
Neckermann – Quelle	112
Opel Manta – VW Golf GTI	116
Das Team	125
Textnachweis	128
Abbildungen und Bildnachweis	129





Vorwort

Duelle, Gegnerschaften und andere Rivalitäten

Erinnerungen gelten gerne auch jenen Leidenschaftlichen, die uns vor langer Zeit begeisterten. Wobei wir unsere Vorlieben im Nachhinein sehr wohl auch peinlich finden dürfen. An anderem hängt unser Herz hingegen immer noch – vielleicht nicht mehr so glühend wie einst, aber immerhin finden wir unsere damalige Hingabe okay.

Hingabe an Gegenstände oder Personen oder Marken, die wir oft genug gegen Konkurrierendes zu verteidigen hatten. Wer die Wahl hat zwischen rivalisierenden Anschauungen, zwischen konkurrierenden Dingen, kann die eigenen Argumente stärken, indem er die Gegenmeinung entkräftet oder das zumindest versucht. Und er muss sich gut überlegen, wie er das Liebgewonnene rechtfertigt und aufwertet.

Dabei kommen natürlich Klischees und gut gehütete Vorurteile zum Tragen. Denn Geschmacksurteile (und darum geht es in diesem Buch sehr häufig) brauchen nicht wirklich belegbar zu sein. Nur eben leidenschaftlich vorgetragen. Und sie helfen jedem in jeder Lebenslage, sich zu positionieren über ein Außen, über eine Geschmacksentscheidung, eine klare Wahl.

Wer die Borussia aus Mönchengladbach, so wie sie in den 1970er Jahren auftrat, noch immer mit bedingungslosem Angriffsfußball verbindet – und die Konkurrenz des FC Bayern München aus der gleichen Zeit mit taktisch ausgeklügeltem, aber seelenlosem Rasenschach –, geht damit heute noch als Kenner durch. (Obwohl es durchaus möglich ist, dass Aufzeichnungen damaliger Spiele diesen Eindruck heute widerlegen.) Der entscheidende Auslöser für die Gladbach-Begeisterung war aber ohnehin eher, dass Günter Netzer lange Haare trug und italienische Sportwagen fuhr. Aber mit der unbedingten Anhängerschaft zu Netzers Club hatte man – vor allem als Münchener! – gegenüber fast allen anderen in der Klasse ein Alleinstellungsmerkmal erster Güte.

Auf dem Weg zur eigenen Persönlichkeit reihten sich dann die Vorlieben wie von selbst aneinander. Netzer-Fans, die später Popper wurden und Franz Josef Strauß zum Bundeskanzler gewählt hätten? – Kaum vorstellbar. Aber es muss sie gegeben haben, sogar massenweise.

Den Wehrdienst aus Gewissensgründen zu verweigern, das passte eindeutig eher zum Müsli-Typen als zum Popper. Aber schon bei der Frage „Beatles oder Stones?“ verschwammen die Grenzen wieder. Und selbst wer die *Elfital* aus den toleranten, offengesellschaftlichen Niederlanden für die bessere Mannschaft im 1974er-WM-Finale hielt, hat nach dem Spiel mit den Deutschen gefeiert.

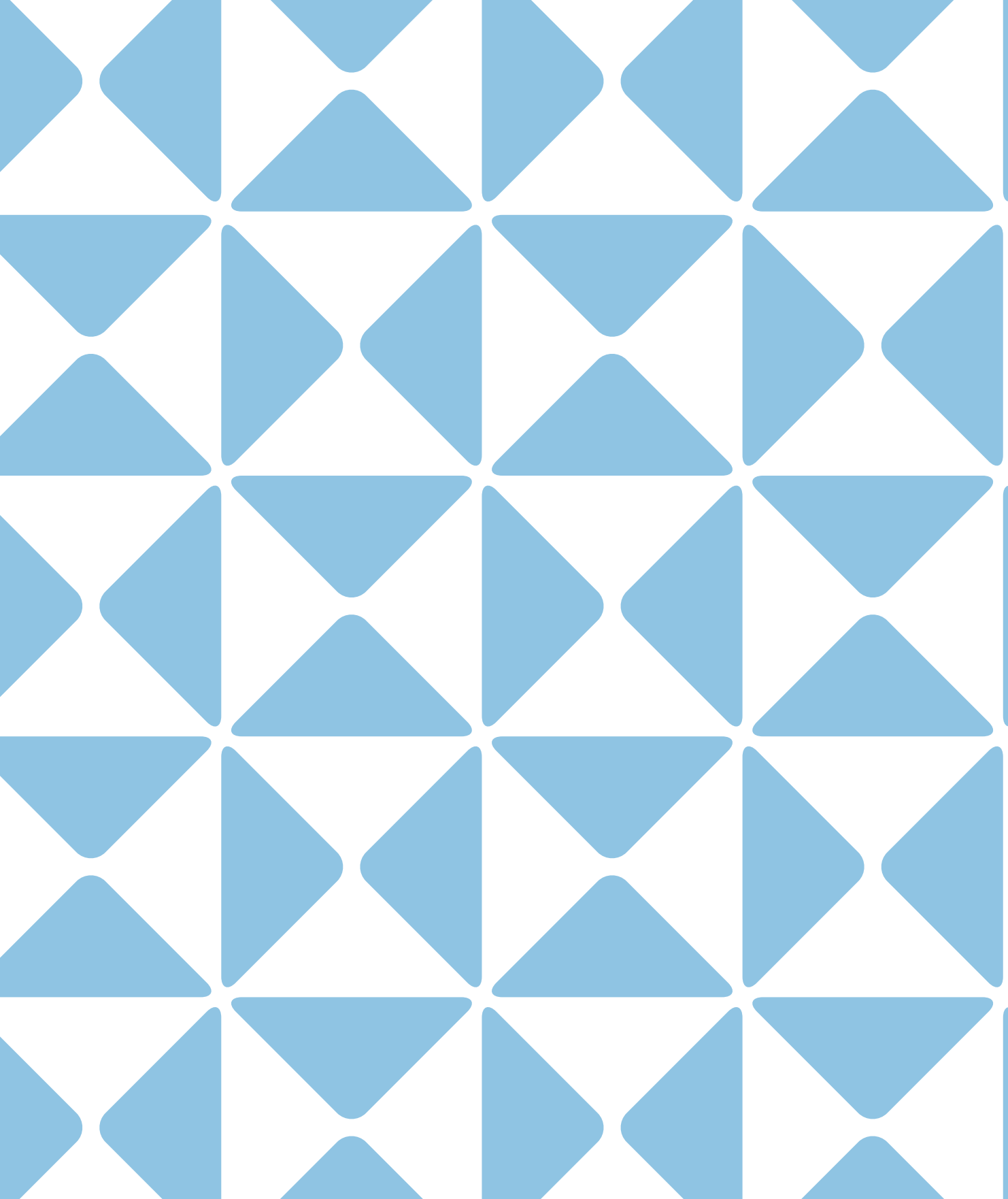
Schließlich ging es um Standpunkte. Die man schnell wechseln konnte. Die großen Ideologien waren festgezurr, denn es war klar, wo rechts und links lagen, wo Ost- und Westdeutschland, was Kapitalismus und real existierende Zentralverwaltungswirtschaft waren – aber Geschmäcker und Moden waren verhandelbar und sollten wandelbar sein und bleiben.

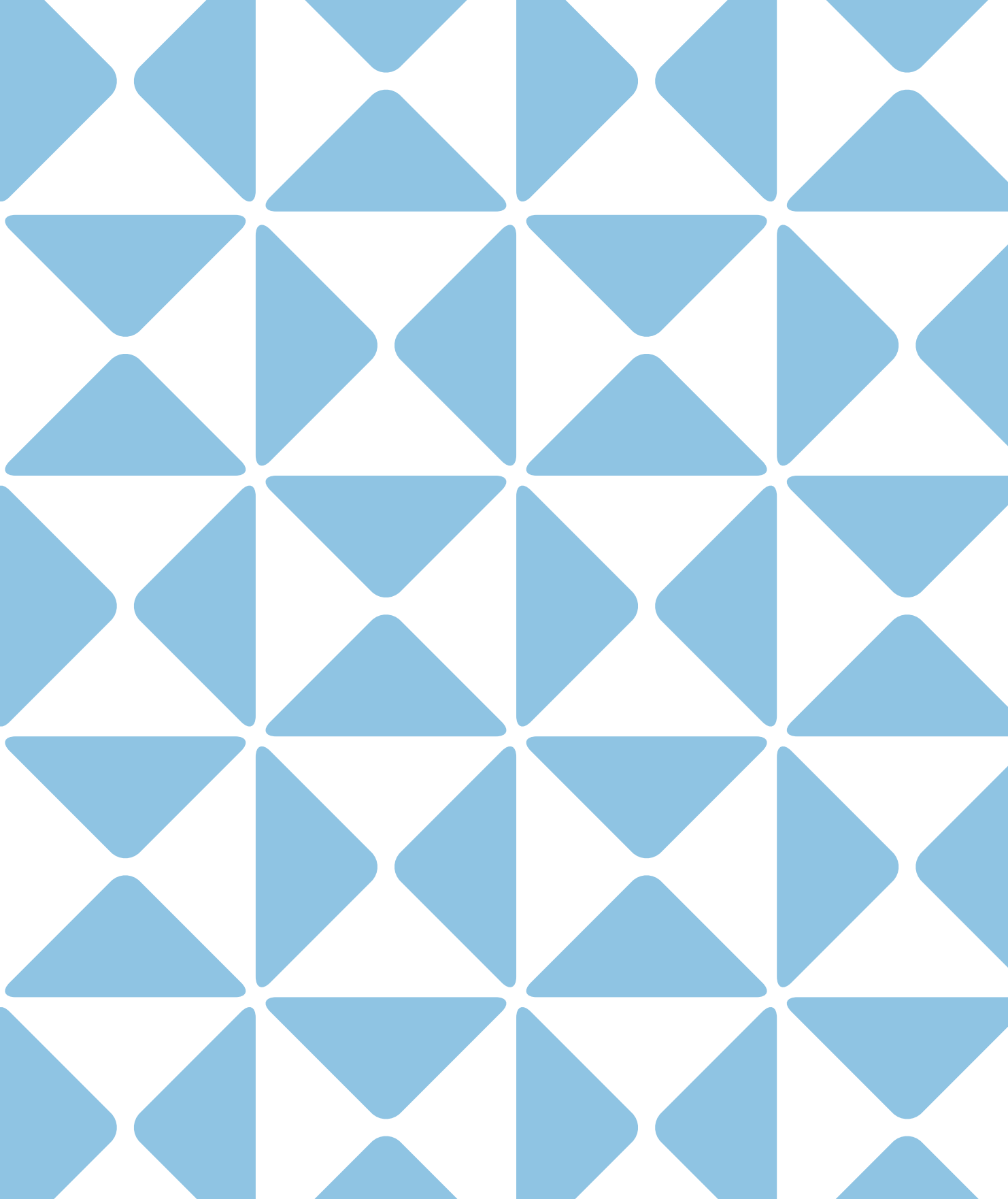
Und heute? Heute sind die großen Ideologien tot. Dem Zusammenbruch der Planwirtschaft sind schnell die ersten tiefen Risse im kapitalistischen System gefolgt. Viele Firmen unter den damaligen *Rivalen, die es (so) nicht mehr gibt* haben sich gegenseitig aufgekauft oder sind von Dritten aus der gleichen Branche (oder von Multikonzernen) geschluckt worden: Eduscho und Tchibo, Geha und Pelikan, Agfa und Kodak – der Leitsatz, wonach Konkurrenz das Geschäft belebt, erwies sich schließlich als Schimäre.

Stehcafés verkaufen Wärmekissen und Angora-Unterwäsche, den Schulfüller ersetzt die Laptop-Tastatur oder ein Touchscreen, vielleicht auch ein billiger Kuli chinesischer Herkunft. Manche Hersteller oder Unternehmer erkannten nicht die Zeichen der Zeit und verschliefen den Anschluss an eine digitale Welt oder schätzten diese Entwicklung völlig falsch ein. So verpassten sowohl Kodak wie Agfa die Digitalisierung in der Fotografie. Ähnlich wie die wunderbaren mechanischen und technischen dreidimensionalen Spielwelten aus Lego oder Fischertechnik heute – zumindest teilweise – unablässiger Konsolen-Klickerei zum Opfer gefallen sind.

Dieses Bilderbuch erinnert an eigene Entscheidungen, an Rivalitäten und Konkurrenzen in einer Zeit, als die Wahl zwischen dem einen und dem anderen ein Lebensgefühl spiegelte. Das Gefühl, sich zu positionieren in einer noch übersichtlichen Welt, von der niemand ahnte, wie schnell sie sehr viel komplizierter werden würde. Das Buch erinnert auch an eine Zeit, als immer beides zu bekommen nicht zulässig war. Wir waren (noch) nicht überflutet vom Tsunami einer stets komplett verfügbaren Warenwelt, sondern mussten unsere Alltagsliebhaber noch sorgfältig auswählen. Die Entscheidungen hatten so ein Gewicht, weil die Möglichkeiten des Konsums überschaubar und symbolisch aufgeladen waren. Sie standen für das Wirtschaftswunder der Elterngeneration, für das Bedürfnis der Nachkommen, sich innerhalb dieser sich rapide verändernden und entwickelnden westlichen Konsum- und Lebenswelt zu orientieren.

Gregor Hoppe







Gregor Hoppe

Rivalen, die es (so) nicht mehr gibt

Leidenschaftliche Duelle unserer Jugend

Gebundenes Buch, Pappband, 160 Seiten, 19,6 x 23,3 cm

60 farbige Abbildungen, 40 s/w Abbildungen

ISBN: 978-3-7913-8245-6

Prestel

Erscheinungstermin: November 2016

Und für wen waren Sie?

Das Revival von Vinyl und Vintage kann nicht darüber hinwegtäuschen: Viele Dinge und Geräte, die einst ganz selbstverständlich unseren Alltag begleitet haben, sind irgendwann einfach verschwunden. Und mit ihnen all die unglaublich wichtigen Kontroversen von damals: Dallas oder Denver? Geha oder Pelikan? Beatles oder Stones? Adidas oder Puma? Jeder Ü40er ist ganz selbstverständlich zwischen diesen scheinbaren Fronten aufgewachsen.

Dieses amüsante Buch holt heiß umkämpfte Rivalitäten aus der Versenkung hervor und ist gleichzeitig eine Einladung zur freudvollen Nostalgie. Denn die harten Gegensätze von damals erscheinen im heutigen Licht betrachtet eher so lustig, dass man sich die prädigitale Welt beinahe zurückwünschen könnte. Nach dem Erfolgstitel „Dinge, die es (so) nicht mehr gibt“ erzählt dieser Band mit tollen Abbildungen und heiteren Texten von den damaligen Gegnern und Rivalen.

 [Der Titel im Katalog](#)