

PROJEKTLEITUNG: REF. -18-

BUNDESZENTRALE FÜR GESUNDEITLICHE AUFKLARUNG, KÖLN



"MORDILLO - BILDGESCHICHTEN"

im Rahmen der Kampagne gegen abweichendes Verhalten,
insbesondere Drogenmißbrauch

- AUSWERTUNG DER ABDRUCKERGEBNISSE -

07.0033

durchgeführt von

B Z g A .

GR -18-

Erhebung November 1975

Bericht: Januar 1976

18 - 3.4/3/75

Auswertung der Abdruckergebnisse der "Mordillo-Bildgeschichten"
im Rahmen der Kampagne gegen abweichendes Verhalten, insbeson-
dere Drogenmissbrauch

I — Die Serie "Mordillo-Bildgeschichten" enthält 26 Einzelmo-
tive, die in Maternform vom Redaktionsbüro Schultze-Moderow,
Wiesbaden, an Tageszeitungs- und Illustrierten-Redaktionen
zum kostenlosen Abdruck verschickt worden sind (s. Anhang).
Der Versand erfolgte in 6 Wellen: Am 26.7., 12.8. und 6.9.
1974 mit jeweils 4 Motiven, am 11.12.1974 und 8.1.1975 mit
jeweils 5 und am 31.7.1975 mit nochmals 4 Matern.

II Die von dem genannten Redaktionsbüro per Stichtag 31.10.1975
erstellten Abschlußunterlagen weisen folgende - unaufgerun-
deten - Abdruckergebnisse aus:

| <u>Titel des Cartoons</u> | <u>Erzielte Auflage (in 1.000)</u> |
|---|------------------------------------|
| <u>26.7.1974:</u> 1. "Immer das gleiche Lied" | 1.607 |
| 2. "So klappt's" | 662 |
| 3. "Schluck für Schluck" | 1.053 |
| 4. "Mit dem Leben fertig werden" | 489 |
| <u>Summe der 1. Welle:</u> | <u>3.811</u> |
| <u>12.8.1974:</u> 5. "Raucher-Lösung" | 526 |
| 6. "Eines Tages" | 408 |
| 7. "Morgen ist auch noch ein Tag" | 1.063 |
| 8. "Der Apfel fällt nicht weit vom Stamm" | 1.431 |
| <u>Summe der 2. Welle:</u> | <u>3.428</u> |
| <u>6.9.1974:</u> 9. "Prinzipien sollte man haben" | 5.324 |
| 10. "Ein Freund, ein wahrer Freund" | 793 |
| 11. "Der kluge Mann baut vor" | 190 |
| 12. "Was die anderen so reden" | 1.303 |
| <u>Summe der 3. Welle:</u> | <u>7.610</u> |

| | | |
|--------------------|--|--------|
| <u>11.12.1974:</u> | 13. "Der Sonntags-Spaziergang" | 1.707 |
| | 14. "Liebesleid ~ Liebesfreud" | 1.673 |
| | 15. "Das Alibi" | 12 |
| | 16. "Das Versprechen" | 92 |
| | 17. "Der perfekte Selbstbetrug" | 369 |
| | <u>Summe der 4. Welle:</u> | 3.853 |
| <u>8.1.1975:</u> | 18. "Am Ziel" | 140 |
| | 19. " ... sich zu helfen wissen" | 1.316 |
| | 20. "Die große Ausnahme" | 1.543 |
| | 21. "Auf die Perspektive kommt es an" | 507 |
| | 22. "Aha!" | 1.303 |
| | <u>Summe der 5. Welle:</u> | 4.809 |
| <u>31.7.1975:</u> | 23. "Der große Irrtum" | 5.669 |
| | 24. "Das Orakel" | 1.534 |
| | 25. "Selber schuld" | 2.078 |
| | 26. "Ein überzeugendes Argument" | 2.220 |
| | <u>Summe der 6. Welle:</u> | 11.501 |

III. Insgesamt sind die 26 Matern bisher in einer Auflage von über 51 Mio abgedruckt worden.

1. Es haben sich dabei insgesamt 63 Redaktionen sowie weitere 60 Mitglieder von Redaktions-Gemeinschaften beteiligt.

In nachstehender Tabelle sind Illustrierte und sonstige überregionale Publikationen unterstrichen. Redaktionsgemeinschaften wurden zur Veranschaulichung nach ihren Verbreitungsgebieten bezeichnet.

| Redaktion | Auflage in 1.000 einer Ausgabe | Häufigkeit des Matern- einsatzes | Abdruckauf- lage insg. in 1.000 |
|----------------------------|-----------------------------------|--|---------------------------------------|
| <u>Das Haus, Offenburg</u> | 3.985 | 3 | 11.955 |
| <u>Neue Revue</u> | 1.303 | 18 | 23.454 |
| <u>Für Sie</u> | 1.037 | 2 | 2.074 |

| | | | |
|---|-----|----|-------|
| x <u>Stiftung Varentest</u> | 673 | 1 | 673 |
| x <u>Neue Apotheken-Illustrierte</u> | 916 | 1 | 916 |
| Rheinische Post | 399 | 2 | 798 |
| Red.-Gem. Südwest-Presse, Ulm | 369 | 3 | 1.107 |
| <u>Frau im Leben</u> | 325 | 2 | 650 |
| <u>Frankfurter Allgemeine</u> | 295 | 1 | 295 |
| Hamburger Morgenpost | 245 | 1 | 245 |
| Saarbrücker Zeitung | 210 | 2 | 420 |
| Rheinzeitung-Koblenz | 209 | 3 | 627 |
| <u>Frankfurter Rundschau</u> | 194 | 7 | 1.558 |
| Abendpost/Nachtausgabe | 174 | 1 | 174 |
| <u>Gesund leben, Alfeld</u> | 170 | 1 | 170 |
| Red.-Gem. Westfhl. Nachrichten/ Zeno-Zeit. | 170 | 1 | 170 |
| TZ, München | 140 | 1 | 140 |
| <u>KKH-Rundbrief, Hannover</u> | 140 | 1 | 140 |
| <u>Information f.d. Verbraucher,</u> Darmstadt | 135 | 1 | 135 |
| Red.-Gem. Bremen-Cuxhaven | 133 | 3 | 399 |
| Tagespiegel Berlin | 132 | 3 | 396 |
| <u>Wir vom Bau</u> | 130 | 1 | 130 |
| Passauer Neue Presse | 130 | 1 | 130 |
| Schaufenster Bonn | 127 | 5 | 635 |
| Allg. Zeitung, Mainz | 118 | 1 | 118 |
| Red.-Gem. Oberhessen | 109 | 3 | 327 |
| Lübecker Nachrichten | 108 | 2 | 216 |
| Flensburger Tageblatt | 92 | 1 | 92 |
| Heilbronner Zeitung | 88 | 1 | 88 |
| Westfhl. Nachrichten, Münster | 87 | 1 | 87 |
| Red.-Gem. Lüneburger Heide | 81 | 14 | 1.134 |
| Red.-Gem. Darmstadt-Wiesbaden-Worms | 79 | 6 | 474 |
| Darmstädter Echo | 72 | 1 | 72 |
| Red.-Gem. Bayreuth | 66 | 1 | 66 |
| Red.-Gem. Süd-Schleswig-Holstein | 63 | 2 | 126 |
| Wiesbadener Kurier | 63 | 3 | 189 |
| Nordsee-Zeitung, Bremerhaven | 59 | 1 | 59 |
| Wetzlarer Zeitung | 57 | 3 | 171 |
| <u>selecta, Planegg</u> | 55 | 1 | 55 |
| <u>Medical Tribune, Wiesbaden</u> | 52 | 1 | 52 |
| Zenit, Augsburg | 50 | 1 | 50 |

x In umgekehrter Reihenfolge

| | | | |
|--|----|---|-----|
| Reutlinger General-Anzeiger | 39 | 4 | 156 |
| Pforzheimer Zeitung | 36 | 9 | 324 |
| Berliner Stimme | 35 | 2 | 70 |
| NWZ GÜppinger Kreisnachrichten | 34 | 1 | 34 |
| <u>Die Medizinische Welt</u> , Stuttgart | 32 | 6 | 192 |
| Cellesche Zeitung | 31 | 2 | 62 |
| Nürnberg. Zeitung | 30 | 2 | 60 |
| Bergedorfer Zeitung | 28 | 2 | 56 |
| <u>ZFK Zeitung f. Kommunale Wirt-</u> <u>schaft</u> | 26 | 1 | 26 |
| Coburger Tageblatt | 19 | 1 | 19 |
| Bursche Zeitung | 17 | 1 | 17 |
| Oldenburgische Volkszeitung | 17 | 1 | 17 |
| Hersfelder Zeitung | 16 | 4 | 64 |
| Bad Segeberger Zeitung | 13 | 7 | 91 |
| Elmshorner Nachrichten | 12 | 3 | 36 |
| Schaufenster Passau | 11 | 2 | 22 |
| Stormarner Tageblatt (Bad Oldeslohe) | 10 | 2 | 20 |
| Reichenhaller Tageblatt | 10 | 1 | 10 |
| Heimatzeitung Gross-Gerau | 8 | 2 | 16 |
| Berchtesgadener Anzeiger | 6 | 3 | 18 |
| <u>Die Ersatzkasse</u> , Hamburg | 5 | 2 | 10 |
| Ettenheimer Heimatbote | 4 | 2 | 8 |

2. Wie aus dem Schaubild (Anhang) ¹⁾ hervorgeht, zeigen sich Zentren der Maternstreuung vor allem in den Regionen Oberhessen, Rhein-Main-Dreieck, Lüneburger Heide, um Stuttgart, Ulm, die Stadtstaaten Bremen und Hamburg sowie in Schleswig-Holstein, so daß dort die Kampagne größeren Bevölkerungsanteilen - erst recht unter Berücksichtigung der dortigen meist relativ geringen Bevölkerungsdichte - bekannt geworden sein dürfte.

1) Die Beteiligung der überregionalen Presse blieb in dem Schaubild unberücksichtigt, da ihre Streuung bundesweit ist und nicht lediglich dem lokalen Einzugsbereich ihres Redaktionsstandortes bzw. Erscheinungsortes zugerechnet werden kann.

Unzureichend abgedeckt erscheinen dagegen folgende Gebiete:
 Rheingebiet, Niederrhein, Raum Köln/Aachen, Ost- und Süd-
 Westfalen, Saarland, Niederbayern, Oberrhein (Breisgau) so-
 wie Mittel- und Unterfranken.

J Die Beteiligung der Presse ist regional sehr unterschied-
 lich: Einer Nichtbeteiligung stehen Mehrfachehaltungen ge-
 genüber, wie z.B. in der "Pforzheimer Zeitung", "Frankfur-
 ter Rundschau", Red.-Gem. Lüneburger Heide u.a. Die Matern
 sind vor allem von kleineren Zeitungen mit Auflagen unter
 100.000 Exemplaren abgedruckt worden.

In diesem Zusammenhang sei besonders auf die beteiligten 9
 Redaktions-Gemeinschaften hingewiesen, die insg. 60 Mitglie-
 der zusätzlich in die Aktion einbrachten, davon allein 31
 durch die "Südwest-Presse", Ulm. Im Bereich ihrer Schwer-
 punkte liegen auch fast ausschließlich die Erscheinungsorte
 der überregionalen Publikationen.

Eine gleichmäßige Streuung über das gesamte Bundesgebiet wur-
de nicht erreicht. Dies scheint durch die Beteiligung von Re-
 gionalzeitungen auch kaum erreichbar zu sein.

Erfreulich ist dagegen die Einschaltung einiger (überregiona-
 ler) Illustrierten u.ä., wie z.B. "Neue Revue" (18 x)¹⁾, "Das
 Haus" (3 x), "Für Sie" (2 x), "Frau im Leben" (2 x) oder auch
 "Die medizinische Welt" (6 x), "Medical Tribune" (1 x) und
 die Betriebskrankenkassen-Zeitschrift "Gesund leben" (1 x).

Insgesamt gesehen stieg die Beteiligung der Regionalpresse
 an der Maternaktion während der Kampagne mit Schwankungen -
 kontinuierlich, während der 6. Welle sogar überproportional,
 wie nachstehender Überblick zeigt (ohne Aufrundung):

| Abdruckergebnis in 1.000 | Versandwelle | Versand-Termin |
|--------------------------|--------------|----------------|
| 6.610 | 5 | 31.7.75 |
| 4.809 | 5 | 6.9.74 |
| 3.853 | 4 | 8.1.75 |
| 3.810 | 4 | 11.12.74 |
| 3.428 | 2 | 26.7.74 |
| | 2 | 12.8.74 |

1) x = Anzahl der Maternhaltungen

- 4 Diese Ergebnisse lassen auf ein echtes Interesse an den - oder einzelnen - Mordillo-Matern und / oder dem Thema bei den Zeitungen schließen, so daß generell ein weiterer Einsatz dieser Medien unterstellt werden kann, ¹⁾ wenn auch mit unterschiedlichen Präferenzen, wie es nachfolgende Tabelle vermuten läßt:

Einzelmotive nach Auflagenhöhen

| | |
|--------------------------------|---------|
| - "Der große Irrtum" | 5,7 Mio |
| - "Prinzipien sollte man ..." | 5,3 " |
| - "Morgen ist auch noch ..." | 5,0 " |
| - "Ein Überzeugendes Argument" | 2,2 " |
| - "Selber schuld" | 2,0 " |
| - "Der Sonntags-Spaziergang" | 1,7 " |
| - "Liebesloid - Liebesfreud" | 1,7 " |
| - "Der Apfel fällt nicht ..." | 1,7 " |
| - "Mit dem Leben fertig ..." | 1,6 " |
| - "Immer das gleiche Lied" | 1,6 " |
| - "Die große Ausnahme" | 1,5 " |
| - "Das Orakel" | 1,5 " |
| - "... sich zu helfen wissen" | 1,3 " |
| - "Aha!" | 1,3 " |
| - "Was die anderen so reden" | 1,3 " |
| - "Ein Freund, ein wahrer ..." | 0,7 " |
| - "Auf die Perspektive ..." | 0,5 " |
| - "Die Raucher-Lösung" | 0,5 " |
| - "Schluck für Schluck" | 0,4 " |
| - "Der perfekte Selbstbetrug" | 0,4 " |
| - "Eines Tages" | 0,4 " |
| - "So klappt's" | 0,2 " |
| - "Am Ziel" | 0,1 " |
| - "Der kluge Mann ..." | 0,1 " |
| - "Das Versprechen" | 0,09 " |
| - "Das Alibi" | 0,01 " |

- 5 Die festgestellten unterschiedlich hohen Abdruckergebnisse können sich u.a. aus folgenden Faktoren herleiten:

1) Die "Neue Revue" z.B. druckte in ihrer Neujahrsausgabe 1975/76 ein weiteres Motiv ab, ebenso "Das Haus"

- a) Der Name Mordillo dürfte zwar - zumindest bei vielen Redakteuren - nicht unbekannt sein, was sich bei der Matern-Auswahl gegenüber anderem, BZgA-fremdem Material generell positiv auswirken sollte. Eine andere Frage ist jedoch, ob der Mordillo-Humor überall ankommt bzw. verstanden wird, da Bilder und Texte häufig auf einem relativ hohen Abstraktionsniveau stehen (FAZ-Beteiligung) und dadurch nicht den erwünschten Popularitätsgrad erreichen. Hinzu kommt eine unterschiedliche Originalität der einzelnen Motive.
- b) Das Streifenformat der "Mordillo-Bildgeschichten" ist vergleichsweise ungünstig, da es sich nicht - wie etwa 1- bis 2-spaltige Matern - bei Bedarf ziemlich beliebig und willkürlich als Füllsel plazieren läßt, sondern nur an wenigen geeigneten Stellen, wie z.B. als Seitenabschluß am unteren Rand (vgl. "Neue Revue").

Unter Berücksichtigung des Zeitfaktors sind solche Matern platzmäßig eher in der sog. "Sauro Gurken-Zeit" zu plazieren als in Perioden normalen Anfalls von Informationen u.ä. Diese Erfahrung ist nicht auf Illustrierte u.ä. zu übertragen. Die "Neue Revue" z.B. hat von den insg. angebotenen 26 Motiven bisher bereits 18 Einzelmotive verwendet.

IV - Gem. Angaben der betreuenden Agentur Acon, Köln, kostete diese Aktion die BZgA insg. DM 76.713,62 (incl. Entwicklung, Produktion, Streuung Büro Schuitze-Moderow, Honorar Mordillo und Agenturvergütung.)

Bis Ende Oktober 1975 wurden die 26 Matern insg. rd. 51 Mio-mal abgedruckt. Dies entspricht nach partieller Überschlagsrechnung einem kostenlosen Anzeigenraum im Werte von über 684.000.- DM, unter Berücksichtigung, daß z.B. "Das Haus" u a Motiv und / oder Titel mehrfarbig druckten (Der Farbdruck ist mit einer Kostenerhöhung von ca. 80% auf den Grundpreis zu berechnen). Auf die "Neue Revue" entfallen dabei in obigem Zusammenhang z.B. DM 63.000.- (1/8 S., Querformat, 33 mm).

Der kostenlos gewonnene Anzeigenraum entspricht also - bisher - etwa dem 9-fachen Wert der für die BZgA entstandenen Kosten.

Im Vergleich zur "Schlapp-Schlapp"-Maternaktion zum Thema Freizeit, die in der Zeit vom Dezember 1973 bis Dezember 1974 durchgeführt wurde, sind die Ergebnisse der "Mordillo"-Aktion ungünstiger: Im ersteren Falle wurden bei BZgA-Kosten in Höhe von rd. DM 24.000.- 15 Matern (1-2-spaltig) ca. 50,4 Mio-mal abgedruckt, was einem kostenlosen Anzeigenraum im 24-fachen Wert der BZgA-Kosten entspricht. Dieses positivere Ergebnis stützt die unter Punkt -5 a und b-erwähnten Thesen, wobei hinzukommt, daß das seinerzeit am häufigsten abgedruckte Motiv "Der Freizeittip" eine Möglichkeit der Eigendarstellung für die Zeitungen enthielt ("Lesen Sie aufmerksam Ihre Tageszeitung"). Allerdings beteiligten sich an dieser Aktion keine Illustrierten.

- Auf beide Aktionen trifft zu, daß die Abdruckergebnisse insgesamt etwas höher liegen dürften als ausgewiesen: Das Redaktionsbüro Schultze-Moderow recherchiert weniger selbst, sondern sammelt die ihm von den einzelnen "Schnitzel-Diensten" zugeschickten Belege, wobei mit diesem System kein unbedingter Vollständigkeitsanspruch hinsichtlich der Erfassung von Abdruckergebnissen gewährleistet ist.


(Günther Welsch)

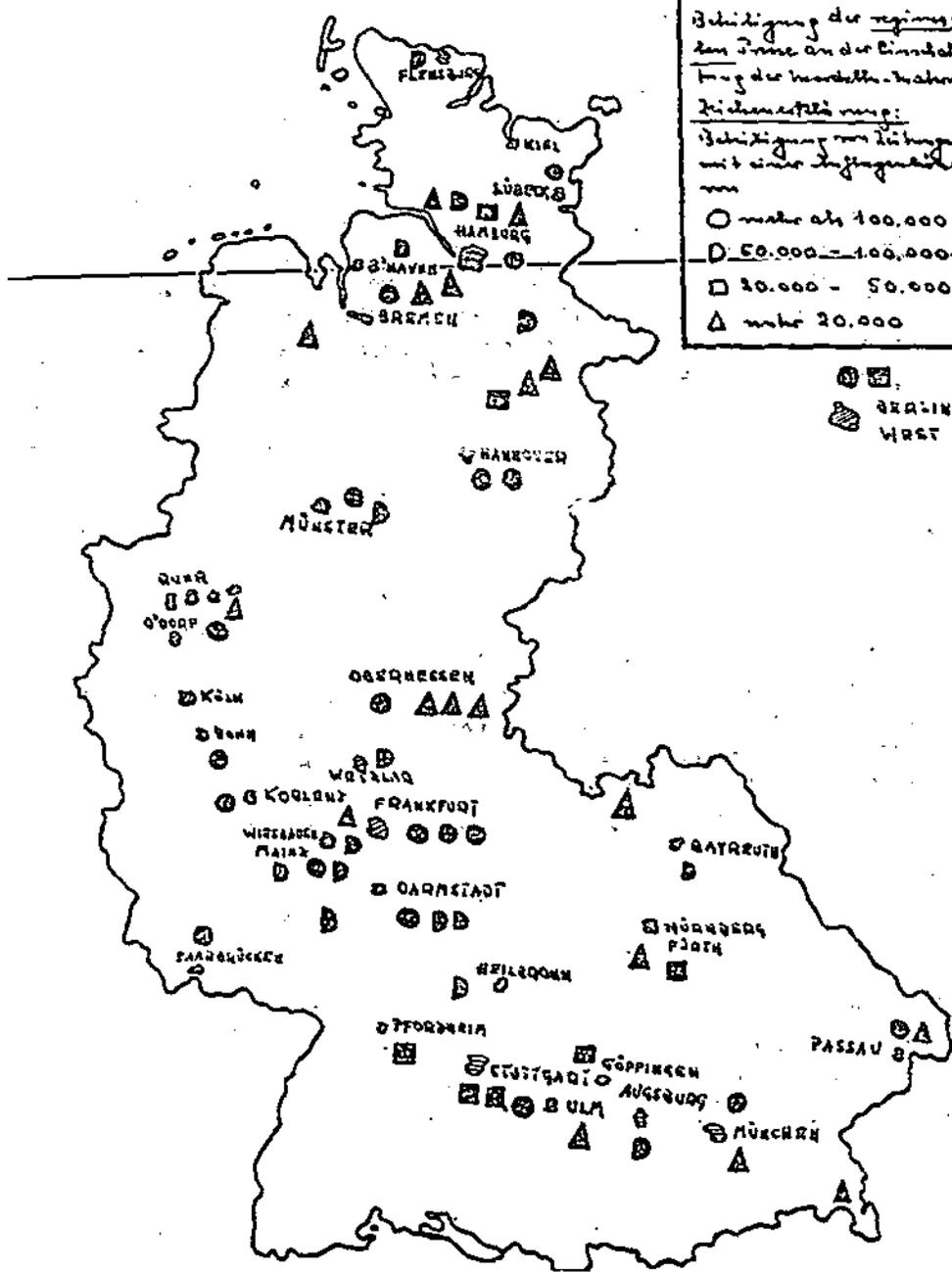
Anhang

- Schaubild
- Muster Motivserie
- " Mordillo-Bildgeschichten "

Beteiligung der regionalen Firmen an der Einstellung der handels-tahen
 Zeichenstellung:

- Beteiligung von Lieferungen mit einer Auftragsgröße von
- mehr als 100.000
 - ◻ 50.000 - 100.000
 - ◻ 20.000 - 50.000
 - △ mehr 20.000

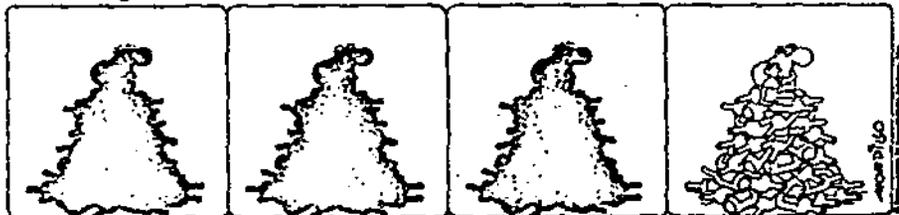
 BRUNNEN
 WERT



Muster Motivserie "Werdillo-Bildgeschichten"

Immer das gleiche Lied...

(1)



Warum ich einen trinke?

Immer Ärger mit meiner Frau.

Warum?

Weil ich trinke.

So klappt's

(2)



„Damit's klappt –
eine zur Beruhigung...“

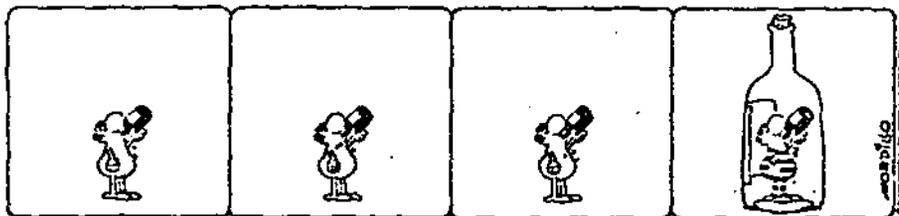
... eine gegen die Schwäche...

... eine gegen die Angst...

... dann klappt's“

Schluck für Schluck

(3)



„Man sollte...“

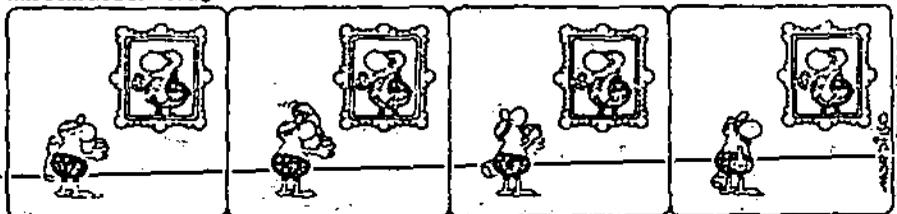
... den Ärger...

... runterspülen...“

... das betreibt“

Mit dem Leben fertig werden

(4)



„Mein Großvater
Hitzte jeden Tag...“

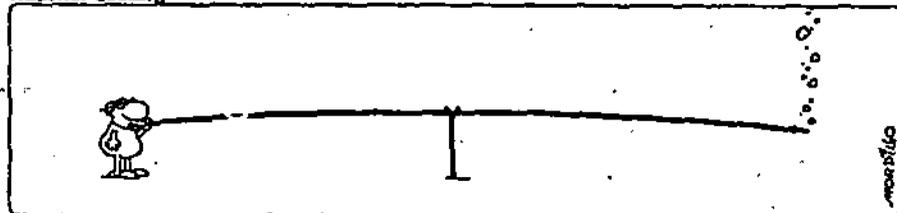
...sein Körnchen und ist
90 geworden...“

...was der kann, kann ich
schon lange...“

... schließlich bin ich erst 30.“

Flaschen-Übung

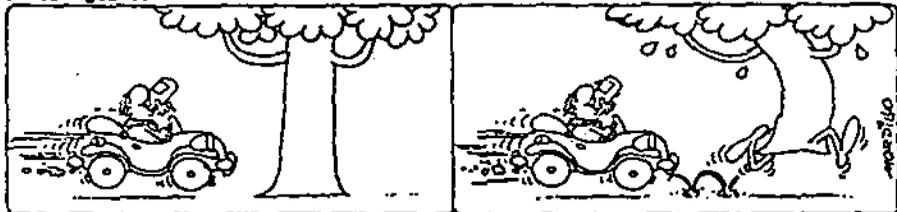
(5)



Ist doch gar nicht schwer, sich von der Zigarette zu trennen.

Eines Tages...

(6)

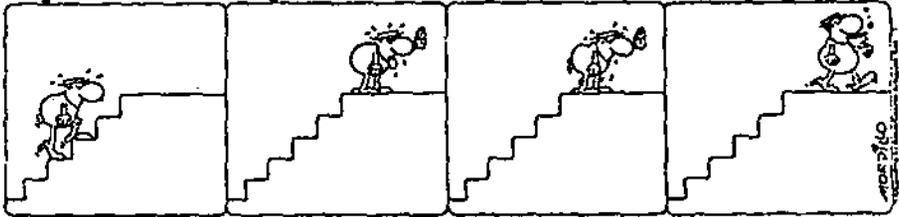


Eines Tages wird es keine Urwälder mehr geben, an denen
Alkohol schuld war.

Das ist der Tag, an dem die Bäume buhlen gelernt haben.

(7)

Morgen ist auch noch ein Tag.



Jetzt ist endgültig Schluss ...

... mit dem Rauchen!

Ab Morgen!

(8)

Der Apfel fällt nicht weit vom Stamm.



Er nimmt Drogen, der Bengel.

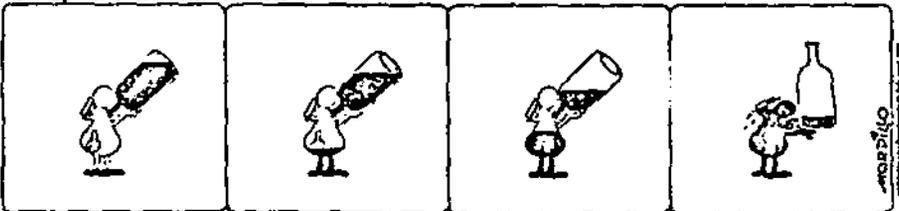
Dem ist für er keine Problematik

Ich hab' auch meine Probleme ...

nehme ich auch Drogen?!

(9)

Prinzipien sollte man haben



Wenn ich trinke ...

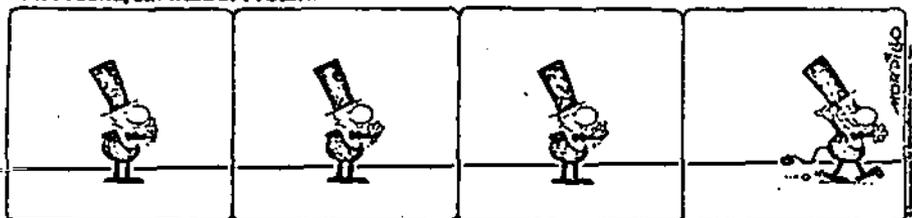
... trinke ich mäßig ...

... ich gehe nie ...

... über mein Maß hinaus!

Ein Freund, ein wahrer Freund

(10)



Trink soviel Du willst...

...rauche ohne Pause...

...schluck Tabletten wie's Dir paßt!

Ich kann's Dir nur empfehlen.

Der kluge Mann baut vor

(11)



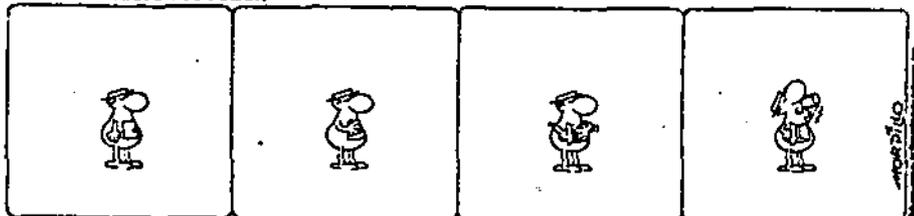
Wer viel raucht...

...so wie ich...

...der muß seine Vorsichtsmaßnahmen ergreifen!

Was die anderen so reden

(12)



Die Leute sagen...

...wer vom Alkohol abhängig ist...

...trinkt heimlich!

Unsin!!

(13)

Der Sonntags-Spaziergang.



Jeden Sonntag...

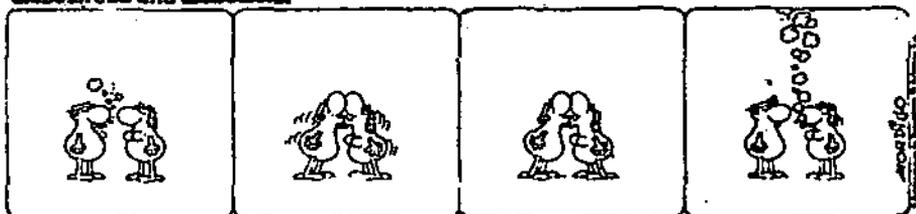
...geht ich raus in die Natur.

Schließlich muß man ja mal...

...so richtig frei durchatmen.

Liebestraud und Liebesleid.

(14)



Liebe ist...

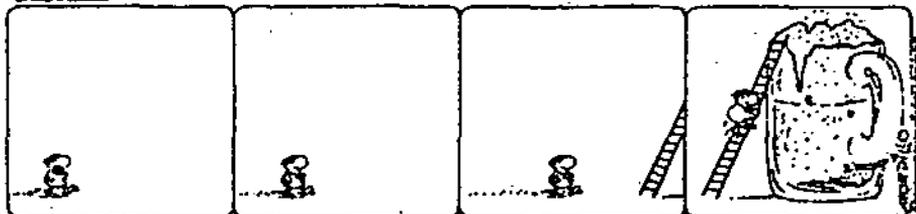
...wenn man alles miteinander teilt.

Freude...

und Leid!

Das Alibi.

(15)



Ich trinke niemals mehr...

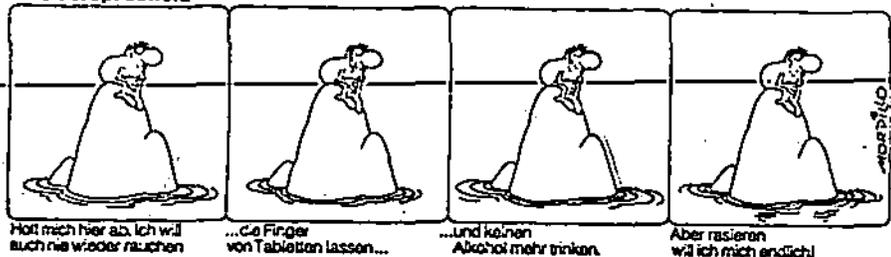
...als mein Arzt...

...mir erlaubt hat.

Pro Tag höchstens ein Glas.

Das Vorsprechen.

(16)



Holt mich hier ab, ich will
auch nie wieder rauchen

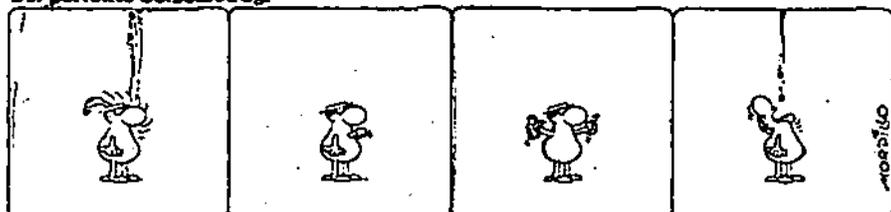
...die Finger
von Tabletten lassen...

...und keinen
Alkohol mehr trinken.

Aber rasieren
will ich mich endlich!

Der perfekte Selbstbetrug.

(17)



Weg mit den Pöberl!

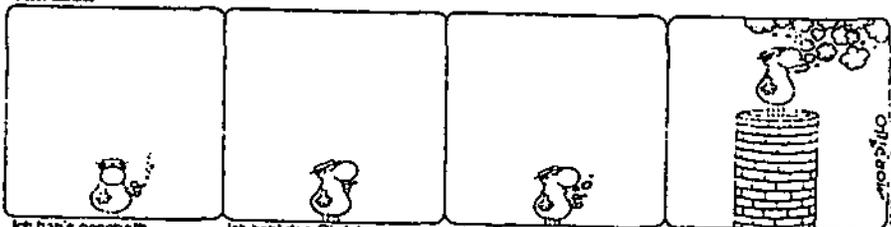
Ich...

...bin doch nicht abhängig.

Wie Sie sehen,

Am Ziel.

(18)



Ich hab's geschafft.

Ich hab' den Gipfel...

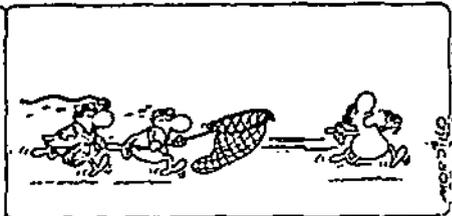
...meiner Raucherkarriere erreicht.

(19)

...sich zu helfen wissen.



Immer wenn ich auf 180 bin, nehme ich 'ne Pille.



Das sollten die auch tun!

(20)

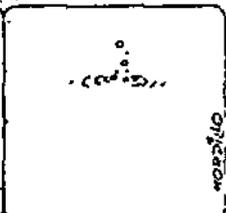
Die große Ausnahme.



Beobachten Sie jetzt das unwahrscheinliche Ereignis, in dem eine Zigarette das Leben eines Menschen verlängert.

(21)

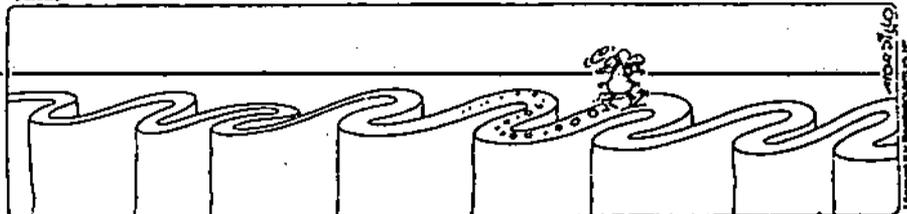
Auf die Perspektive kommt es an.



Immer wenn ich trinke... habe ich das angenehme Gefühl... daß die ganze böse Welt... um mich herum versinkt.

(22)

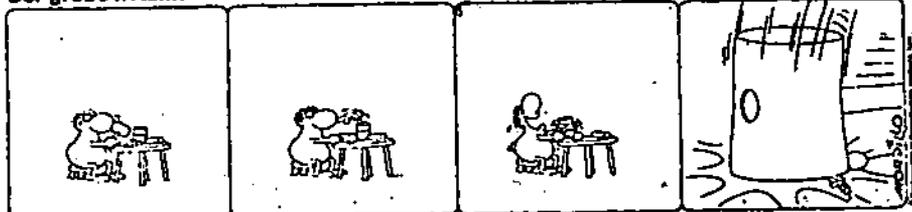
Aha!



Daher kommt also das berühmte „Geradeaus auf krummen Wegen“

(23)

Der große Irrtum.



Ich habe alle Tabletten...

...in kleine Stücke.

Dann können sie keinen großen Schaden mehr anrichten!

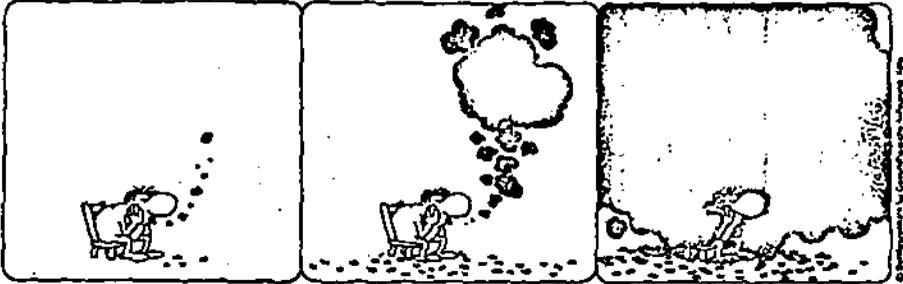
(24)

Das Orakel.



Wer blindlings den Tabletten folgt, wird auf einmal eine Überraschung erleben.

Selber schuld!



Ein Jammer, daß man
heutzutage....

... nirgendwo mehr ...

... frei atmen kann.

Ein Überzeugendes Argument.



„Nein danke, ich möchte mein Gesicht nicht verlieren!“