

wirtschaft

**Risikomanagement und Arzthaftungsrecht:**

Vorsicht ist besser als Nachsicht.



qualifizierungsszenario

**Kieferorthopädie:**

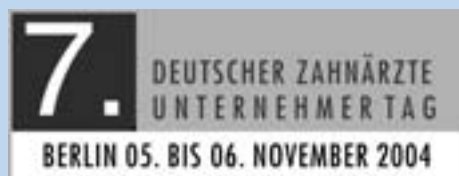
Die neuen Möglichkeiten.



akademie

**Nachlese :**

7. Deutscher Zahnärzte Unternehmertag.



quiz |



| **Martin Hausmann**

Bei unserem heutigen Rätsel dürfen Sie ruhig mal tief in die Flasche gucken – oder in die Röhre; je nachdem für welche Antwort Sie sich entscheiden. Also aufgepasst, denn nur unter den richtigen Einsendungen verlosen wir die kostenlose Teilnahme an einem Oemus-Media-Fortbildungskurs Ihrer Wahl.

Doch zunächst die Auflösung des letzten Rätsels. Während einer großen Grippeepidemie 1928 in den USA stellte Dr. Franklin Miles, Gründer der Dr. Miles Medical Company (später Miles Laboratories) seinen Mitarbeitern eine Rezeptur aus Acetylsalicylsäure und Natriumbicarbonat zur Verfügung. Eine gelungene Verbindung, die, laut den Angaben der Bayer AG auf ihrer Internetseite, ab 1931 unter dem Markennamen Alka-Seltzer den Markt erobern sollte; und „Miles“ (oder „Dr. Miles Medical Company“ oder „Miles Laboratories“) war auch der gesuchte Name. Vieles mag im letzten „Holzweg“ auf Aspirin hingedeutet haben, wie etwa die Anfangsbuchstaben des Medikaments („A“ und „S“) oder der auf dem Beipackzettel genannte Hersteller (die Bayer AG, die 1979 die Miles Laboratories erwarb). Als entschiedener Hinweis, dass nicht Aspirin beschrieben wurde, galt die rund 70-jährige Geschichte von Alka-Seltzer, während Aspirin bereits vor über 100 Jahren auf dem Markt kam. Manch einem (wenn auch unwahrscheinlich) mag vielleicht auch der nicht ganz so ernst gemeinte Tipp aus dem Repertoire Otto Waalkes weiter geholfen haben; die Gangstergeschichte aus Chicago, „von Al Capone und seiner Schwester Alka Seltzer ...!“ Auf dem richtigen Lösungsweg war Dr. Jan Gensler aus Melrichstadt.

**Was für eine Flasche?!**

Das Leben eines Rätselautors ist nicht selten durch immer wiederkehrende Fragen gekennzeichnet. „Wie viele Menschen kennen wohl das gesuchte Ereignis, die Person oder das Objekt? Sind es mehrere Hundert, Tausend oder gar Millionen?“ Bei dem heute beschriebenen Gegenstand darf sich der Autor getrost zurücklehnen; denn dieses Objekt kennt wahrlich jeder; von Kiel bis Konstanz, von Köln bis Cottbus. Viele mögen es erst heute in der Hand gehabt haben, im Kühlschrank oder im Keller lagern und zwei, zwölf oder zwanzig Stück davon besitzen. Die Rede ist von einer Flasche. Aber nicht irgendeine Flasche, sondern ein ganz besonderes und für wahr einzigartiges Stück. Einzigartig ist die, für ein weltweit bekanntes Erfrischungsgetränk konzipierte Flasche vor allem durch ihre ausgefallene Form, die (und jetzt Achtung!) jeder, wirklich jeder (von Kiel bis Konstanz, von Köln usw.) mit verbundenen Augen, in dunkelster Nacht allein durch Tasten erkennen würde. Manch einer mag sich wohl fragen, wie es wohl zu der eigentümlichen Form kam; stand hier, bei ihrem Entwurf in der zweiten Hälfte des letzten Jahrhunderts, ein orientalisches Gebäude Modell? Oder ist die in der oberen Hälfte leicht bauchige und darunter auffallend taillierte Flasche ein abstraktes Abbild einer Frau (oder einer antiken Vase)? Wie auch immer, das Magazin der „Süddeutsche Zeitung Magazin“ würdigte sie im Frühjahr 2003 in einem „Design special“ als weltweit schönste Flasche ihrer Art und beschrieb, dass Konsumenten deren Form als „lebenslustig“ empfinden. Trotz aller PET-Behältnisse, Einweg-Flaschen und Dosen, trotz aller undurchsichtigen Einwegpfandsysteme, die Flasche hat sie alle überlebt und kann heute noch als Symbol für das Getränk bezeichnet werden, für das sie entwickelt wurde. Ein Getränk, das in weit über hundert Ländern der Erde bekannt (und erhältlich) ist. Es gibt sogar nachweislich Kenner, die behaupten, sie würden die Marke des weltberühmten Durstlöschers, trotz optischer Übereinstimmung mit anderen Marken, allein am Geschmack erkennen. Die einen bevorzugen es eisgekühlt, die anderen direkt aus der Flasche, andere aus dem Glas; etwa in Lokalen, wo es – warum auch immer – zuweilen mit einem Zitronenscheibchen garniert wird; bei weltbekanntesten großen Fastfood-Ketten kommt es in Pappbechern daher (ohne Zitronenscheibchen), auf Wunsch mit oder ohne Eiswürfel, Strohalm und Deckel.

Doch zurück zu unserer Flasche, deren derzeitige weltweite Stückzahl von fachkundigen Stellen in Milliarden (!) beziffert wird und die, wie auf der Internetseite eines führenden Getränkeverbundes zu erfahren ist, aneinander gereiht zweimal um den Erdball reichen würde. II

**Welches Fassungsvermögen hat die Flasche in ihrer geläufigen Größe?**

Schreiben Sie die Lösung auf eine Postkarte und schicken Sie diese an

**Oemus Media AG**  
Stichwort: Holzweg

Holbeinstr. 29  
04229 Leipzig

**Einsendeschluss:**  
5. November 2004

Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.