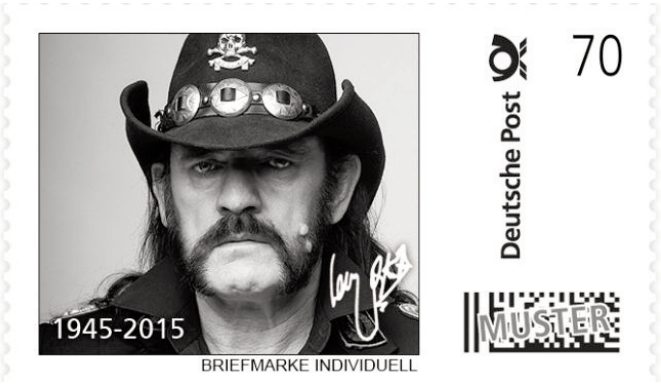
Wo ist Lemmy Kilmister

– und was hat BILD mit Kilmister zu schaffen?

Das führende Musikmagazin für Heavy-Metal-Rockmusik „Metal Hammer“ konnte am heutigen Freitag (13.5.2016) neben der xten Meldung über AC/DC und vergeblichen Nachahmern dieser Abräumertruppe mit einer für dieses Medium überraschenden Briefmarkengeschichte aufwarten. Und zeigte auch reichlich Abbildungen.



BRIEFMARKE INDIVIDUELL

Bilder: www.metal-hammer.de

Darsteller ist niemand anderer als Lemmy Kilmister, der am 28. Dezember 2015 überraschend verstorbene Leadsänger der britischen Gruppe Motörhead (gegr. 1975). Er wird auf einer Marke Individuell der Deutschen Post verewigt.

Wer wie der Schreiber Ende der 60er bis Mitte der 70er die Gruppen Cream (und Nachfolger und Abzweiger), Jefferson Airplane (für deren unsterblichen, im vergangenen Februar ebenfalls verstorbenen Leaderfigur, den Gitarristen Paul Kantner eine Briefmarke – das wäre doch mal was!), besagte Doors, J. J. Cale, ZZ Top, Lynyrd Skynyrd und die Rolling Stones auf der einen, und Deep Purple und Led Zeppelin auf der anderen Seite mit ihrer im besten Sinn „rauschhaften“ Rock-Musik zujubelte, konnte ehrlicherweise mit keiner dieser Gruppen von A bis M etwas anfangen (Den Fans der finnischen „Metallica“ sei die Freude an einer wirklich experimentierfreudigen Supergruppe in diesem Metier aber gerne gegönnt).

Machen wir´s kurz. Die Post („powered by“) und das Blatt mit den vier großen Buchstaben eines nur scheinbar 2016 von der Bühne abtretenden „Gel“-Kai Diekmann, der seit 2001 für den Auflagensinkflug auf vielleicht noch 2,5 Mio. Exemplare täglich verantwortlich ist, sorgen für das Erscheinen und auch den Vertrieb dieser Marken. Erstverkauf ist der 17. Mai, die Frist endet am 17. Juni. So die Information in „Metal Hammer“.

Die leicht verwirrenden Einzelheiten zu den 7777er Auflage entnehme man der Seite http://www.metal-hammer.de/ehrung-deutsche-post-bringt-lemmy-briefmarke-622001/ und …?

Ja, und hier endet sie, die Geschichte, obgleich der Kollege vom Rock-Magazin eine Pressemitteilung der Deutschen Post erwähnt. Nur die existiert – veröffentlicht – nicht! Bei BILD (www.aktion.bildplus.de oder www.bild.de) am 13. Mai ist gleichfalls nichts zu sehen!

Wundert einen das, rein „neuheitentechnisch“ gesehen, was die Post angeht? Nein. Die „Gelben“ in Bonn bieten online wie üblich und weiterhin diesen verwirrenden wie nervenden Neuheitenberichtssalat auf ihren verschiedenen Seiten https://www.postofficeshop.de/, https://www.efiliale.de/ und https://philatelie.deutschepost.de/philatelie/

Das „Beste“: Nirgendwo gibt es einen schnell zugreifbaren, klar erkennbaren Link zur Seite für das Bestellen von „Marken Individuell“! Gibt man diesen Begriff auf den Post-Philaseiten ein – nichts, gibt man ihn auf der Unternehmensseite ein – auch nichts! Auf den anderen, nichts! Allenfalls wird man auf die Produktion für Plusbriefe-Individuell gelenkt! Unglaublich.

Für alle, die auch mal ihr Konterfei auf einer solchen Markenproduktion sehen wollen: www.deutschepost.de/de/m/marke_individuell.html

Zwei Dinge noch. Es ist nicht erste Mal, daß sich die Deutsche Post „so“ ins Zeug legt: Anläßlich eines Jubiläums beim deutschen „Playboy“ erschienen 2013 und 2014 ebenfalls Marken dieser Art (dieser Blog berichtete; „Playboy“ bei „Suche“ eingeben).

Daß die BILD sich bei einem Heroen jener Musik einklingt, die in diesem scheinheiligen „Aufrechten-Blatt“ jahrzehntelang verteufelt wurde, ist ein Witz. Wahrscheinlich sitzen die wahren „Rocker“ eben doch im Springer-Verlagsgebäude bei BILD und man hat nur Vorurteile gegenüber dem Blatt… Nebenbei: Metal Hammer gehört seit 1999 zum Axel-Springer-Verlag und meldete nach einem Hoch in den Gründerjahren (ab 1984) bis zuletzt 2014 stetig sinkende Zahlen... (Quelle: Meedia-Medienbranchendienst, www.meedia.de)

Kilmister hat sich gegen Drogen ausgesprochen und vehement das Versagen von Regierenden in der Bekämpfung (er lebte bis zuletzt in den USA) angeprangert.

Das hat ihn sicherlich für das Saubermann-Blatt (s. auch Kasten unten) interessant gemacht. Von seiner medial nun allenthalben herbeigeredeten Popularität – als sei eine deutschlandweite „Metal-Welle“ ausgebrochen – will das sieche Massenblatt jetzt profitieren, das ja seit ein paar Wochen jede seiner bisherigen Flüchtlinge-Willkommens-Delirium-Gesten aus seiner Berichterstattung verbannt hat, weil ihm die Leser weglaufen. Was sagt ein echter Rockfan dazu: F... ■

Motörhead stellen Bild-Mann an Facebook-Pranger
(16.4.14) „Die Heavy Metal Band Motörhead hat ihre Fans via Facebook dazu aufgerufen, dem Bild-Reporter Dirk Benninghoff online die Meinung zu sagen. Grund ist ein kritischer Konzertbericht, den Benninghoff für die Axel Springer Publikation Metal Hammer über den Motörhead-Auftritt auf dem US-Musikfestival in Coachella geschrieben hat. Der Facebook-Pranger wirkt leider. Die Motörhead-Fans überschütten den Bild-Reporter mit reichlich Häme.“ (…)
Quelle: http://meedia.de/2014/04/16/wegen-konzertkritik-motoerhead-stellen-bild-reporter-an-facebook-pranger/