

Teenies Jahre der 70er Magazin

Ausgabe Vorderpfalz - Wochenende Kalenderwoche 39, 28. September 2019



Eine Sonderbeilage des
WOCHENBLATT und STADTANZEIGER

Die Mode der 70er Jahre war grenzenlos und frei



Kurze und knappe Hotpants wurden in den 70ern modern.

FOTO: FREE-PHOTOS/PIXABAY.COM

Kind der 60er Jahre. Hippies und 68er hatten die Ketten gesprengt, die vor allem die Frauen ins Korsett der Konventionen zwang. Die Jugend in den 70ern liebte grelle Farben, mischte sie erbarmungslos und nutzte die verrücktesten Muster. Hosen, Rock und Kleid wurden kurz und sexy. Aber am nächsten Tag trugen die Mädchen das lange, weite wallende Hippiekleid. Die Details der Kleidung wie die Reverse, Trompetenärmel oder Kragen wuchsen ebenso wie die Accessoires wie die bunten Krawatten oder Manschetten.

Wie in der Gesellschaft, war auch die neue Freiheit in der Mode ein

Kombiniert wurde die moderne Kleidung mit Traditionellem wie

Stickerei und Häkelmode.
Gemischt wurden in den 70ern
nicht nur alle Farben, Muster und



Aber auch weite Kleider

FOTO: CROISY/PIXABAY

Traditionen, sondern auch die Stile: Die Jeans der Cowboys mit weitem Schlag, indische Kleider und Accessoires und bunte Stickereien schlossen sich nicht mehr aus. Wie die Menschen in der Gesellschaft nach Freiheit und Toleranz strebten, war modisch erlaubt, was gefällt. Was zuvor niemals nur zusammen gedacht wurde, trugen die Jungend nun auf der Straße. Ein Schuss Provokation gehörte auch dazu.

War es bis in die 60er Jahre undenkbar, dass Frauen in Hosen aus dem Haus gehen, wurden auch die Grenzen der Geschlechter in der Mode der 70er Jahre

verwischt. Was Stilikonen wie David Bowie in der Pop-Musik vorlebten – das androgyne Wesen Ziggy Stardust, das Bowie für die Bühne erschaffen hat – wurde auch in der Mode gelebt: in der Mode wurde nicht mehr strikt zwischen Männern und Frauen getrennt. Und das passt auch gut in die heutige Zeit, in die Geschlechter und die Identitäten voneinander getrennt werden. Und heute ist die Mode auch nicht mehr das Privileg der Jugend. Auch fortgeschrittene Semester legen Wert auf modische Kleidung und kaufen in denselben Geschäften wie ihre Kinder und Enkel.

Bei der Haarmode brach in den 1970er Jahren die große Vielfalt aus



Die Dauerwelle eroberte in den 70 Jahre die Köpfe der Jugendlichen.

FOTO: FREE-PHOTOS/PIXABAY.COM

Haarmode in den 70er Jahren.

Das Musical „Hair“ aus dem Jahr 1968 gab die Marschrichtung vor: Die Haare wurden zum Ausdruck von Freiheit und Widerstand. So wurden die Haare bei den Männern länger und länger. Und die Frauen hatten die Wahl zwischen

lang und kurz, wild oder glatt – und auch die Farbe der Haare war seit den 70er Jahren nicht mehr von der Natur vorgegeben. Das sind Freiheiten, die heute selbstverständlich sind.

Niemals zuvor waren die Frisuren so vielfältig, die Möglichkei-

ten so weit, als in den 1970er Jahren. Die Industrie stellte mit Dauerwelle und Färbemitteln einerseits alltagstaugliche Mittel zur Verfügung, die es zuvor nicht gab.

Und andererseits wurden Föhne mit Lockenaufsätze und andere Stylingprodukte für jeden Haus-

halt erschwinglich, so dass der Aufwand für die Frisuren sich verringerte. Die Vorbilder sahen die Teenies in den 70ern zunehmend im Fernsehen. Und hier gab es so viele unterschiedliche Frisuren und Styles wie nie zuvor. Das reichte von Farah Fawcetts Lö-

wennmähne aus der Fernsehserie „Drei Engel für Charlie“ bis zum Bob der französischen Sängerin Mireille Mathieu. Aber auch lange glatte Haare wurden in den 70ern getragen., gerne mit einem Mittelscheitel und langem Pony. Vorbei aber war die Zeit der Betonfrisuren aus den 50er und 60er Jahren. Locker und luftig waren die Frisuren. Angesagt waren ebenso Kurzhaarfrisuren: Bob, Topffrisur oder Pagenschnitt mit runden, tiefen Stirnfransen waren der letzte Schrei. Im Laufe der 70er Jahre lieferte die Industrie neue Mittel für eine Dauerwelle, was die Möglichkeiten der Friseure erweiterte. Vorbilder waren Barbra Streisand oder Bette Midler - kleinste Locken wie beim Afro-Look waren durch die neuen chemischen Mittel auch für Frauen und Männer mit glatten Haaren möglich. Bei den Männern wurden die Haare vor allen Dingen länger. Selbst brave Beamte ließen sich die Haare etwas länger wachsen. Wer die Haare kurz trug, war mit Sicherheit bei der Bundeswehr. In den Protestbewegungen und im Hardrock waren die Haare der Männer so lang wie bei den Frauen. Und wer sich traute trug auch ein Minipli. Mit dem Kopfhaar wuchsen auch die Kotletten und oft sprießte auch ein Bart - ob Oberlippenbart wie bei Burt Reynolds oder als Vollbart. So kommt alles wieder: Die Dauerwelle, der Bart und auch der Bob sind wieder im Kommen - freilich in neuen Varianten und Formen. Die Möglichkeiten, die Haare zu färben, sind heute nicht mehr wegzudenken. jrk/ps



Wie damals in der Wohngemeinschaft im Altbau

Der Grund dürfte weniger in der Begeisterung für das Leben in einer Kommune gewesen sein, als dass auch damals schon bezahlbarer Wohnraum – zumal kleine Studentenwohnungen – vor allem in den Studentenstädten knapp und deshalb teuer war. Große Wohnungen in Altbauten dagegen waren in der Gruppe durchaus erschwinglich. Und das war für die jungen Menschen, die eben aus der Enge der Familie entflohen waren, sehr viel attraktiver, als sich in einem

Moderne Variante einer Wohnküche.



Feiern wie damals in der WG-Küche...

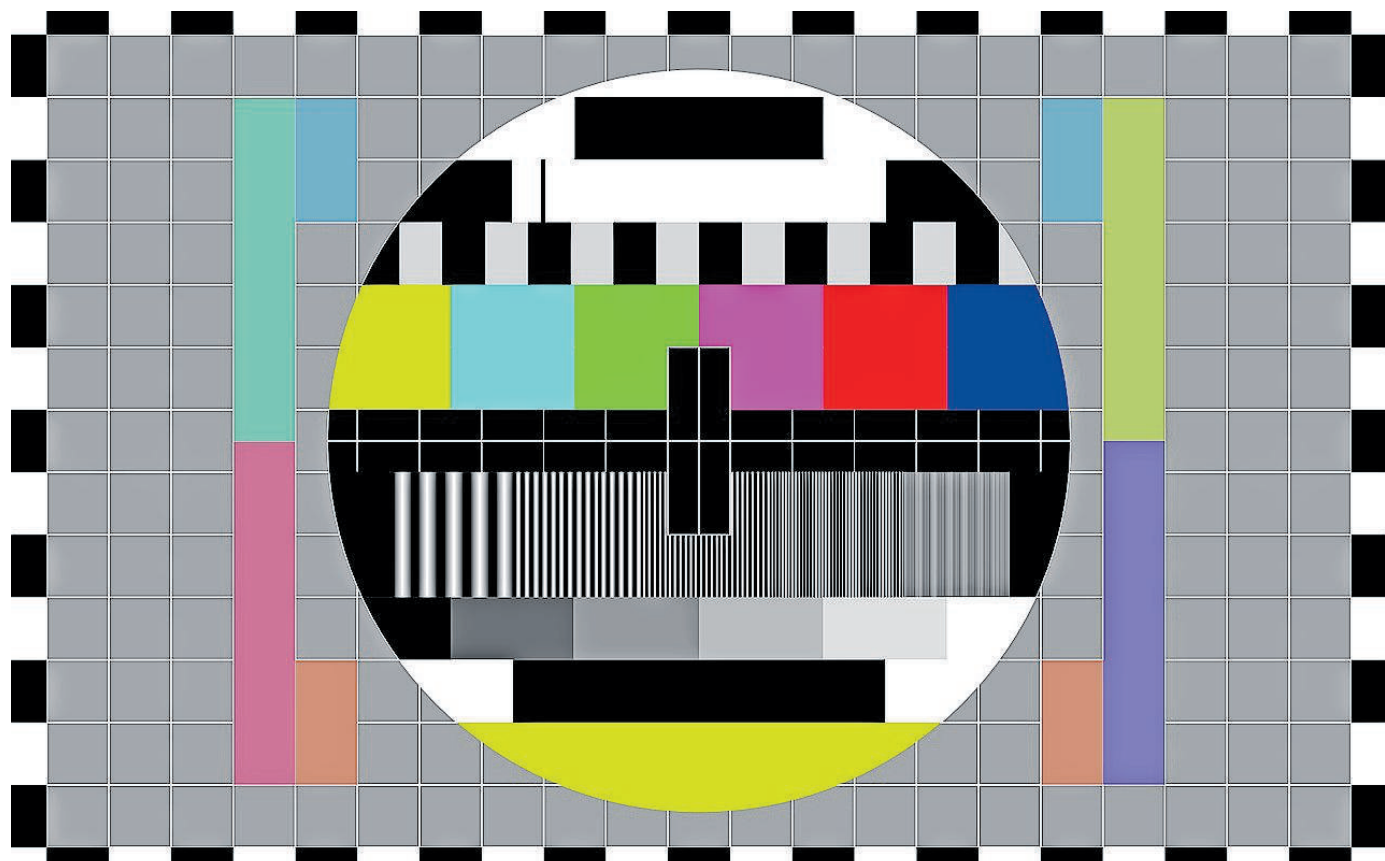
FOTO: ROLAND KOHLS

der vielleicht ein Haus mit einer kleinen Wohnung und trotzdem hat man die Möglichkeit, gemeinsam zu kochen, zusammen etwas zu unternehmen und die

Aber auch in den eigenen vier Wänden gibt es einiges zu tun, wenn die Kinder aus dem Haus sind und man endlich Zeit hat. Wie wäre es mit einer großen Wohnküche, wie damals in der Altbauwohnung, in der man unzählige Abende mit den WG-Genossen und Freunden verbrachte? Ein barrierefreies Bad ist nicht nur eine Investition in die Zukunft, sondern auch schick und bequem. Und so mancher träumt seit damals von seinem Hochbett in der WG – jetzt hat man die Freiheit, die Wohnung so zu gestalten, wie es einem gefällt. |rk

In den 1970er Jahren wurde das Fernsehen langsam bunt

In den 70er Jahren wurde die Fernsehwelt langsam bunt. Am 25. August 1967 um 10.57 Uhr hatte der damalige Vize-Kanzler Willy Brandt auf der 25. Großen Deutschen Funkausstellung den berühmten roten Knopf gedrückt, um auf Farbe umzustellen – was allerdings kaum jemand bemerkte, weil kaum ein Deutscher einen Farbfernseher besaß. Die Olympischen Spiele in München 1972 und noch mehr die Fußball-Weltmeisterschaft 1974 befeuerten dann den Verkauf von Farbfernsehgeräten. Bis zum Ende des Jahrzehnts flimmerte es in fast allen Wohnzimmern in Farbe. „Klim Bim“, „Ekel Alfred“ und die Sketche von Lorit funktionieren heute noch, aber vieles, was man in den 70ern lustig fand, ist fad geworden. Wohl auch die großen Shows wie „Am Laufenden Band“ mit Rudi Car-



Nach Sendeschluss erschien in den 70er Jahren das Testbild.

FOTO: OPENCLIPART-VECTORS/PIXABAY

Gehalten hat sich aber der „Tatort“, die Erfolgs-Krimi-Serie. Am 29. November 1970 wurde die erste Folge „Taxi nach Leipzig“ mit Walter Richter als Kommissar Trimmel ausgestrahlt und seither erklang über 1000 Mal die Titelmelodie von Klaus Doldinger, bei der Udo Lindenberg das Schlagzeug bedient. Aller-

„Licht aus, Spot an“, rief Ilja Richter in der „Disco“, um den aktuellen Gewinner zu präsentieren. Ab 1971 wurde in der ZDF-



Dieter Thomas Heck

FOTO: S. MENTIPLY/WIKIMEDIA.COMMONS

Sendung aktuelle Pop-Musik präsentiert. Dieter Thomas Heck las den Abspann bei der „Hitparade“ in einem atemberaubenden Tempo, was schnell zu seinem Markenzeichen wurde. Schon seit 1969 lief die Schlager-Show ebenfalls im ZDF einmal im Monat. Den „Blaue Bock“ mit Heinz Schenk fanden die Teenies in den 70ern schon damals wenig erquicklich. Für die Jugend war eher der „Musikladen“, die Nachfolgesendung des legendären „Beat Club“. Jrk



Anzeigensonderveröffentlichung

SPEYERER STRASSE 9 67227 FRANKENTHAL TEL. 06233 2 71 18

K-Design-Selchert, Foto © ecco / Fotolia.com

FOTO: SUZUKI/DPA-MAG



FOTO: NICOLAS BLANDIN/DPA-MAG

10313625 20 2

10213713_10

und Display ablehnen. Beides ist im Fahrzeug zu transportieren, rät die Prüfgorganisation Dekra. Der Akku ist vor Stößen, Quetschungen und großer Hitze zu schützen. Ansonsten könnten Brand und Kurzschlüsse die Folgen sein. Auch die Kontakte dürfen daher nicht mit leitendem Material in Kontakt kommen.

Die Anschlusskontakte für Akku, die Fernbedienung am Lenker und die Antriebseinheit können Autofahrer während der Fahrt durch Abdeckungen oder Plastikfolie gegen Schmutz und Nässe schützen. Beides muss aber sicher montiert werden und den Fahrtwind aushalten können.



Anzeigensonderveröffentlichung



Designhotels in Österreich



Bunt wie eine Tüte Bonbons sieht es im Bistro des Boutiquehotels «Träumerei #8» in Kufstein aus. FOTO: AURACHER LÖCHL/DPA-MAG

beim „m3Hotel“ in St. Anton am Arlberg, dem „Q!Resort“ in Kitzbühel, dem „Träumerei #8“ in Kufstein, dem „Zero“ in Ischgl und dem „Stage 12“ in Innsbruck.

Oder das Hotel trägt einen Artikel im Namen: „Das Tirol“ hat die Kempinski-Gruppe ihr Hotel in Jochberg genannt, „Das Max“

beim „m3Hotel“ in St. Anton am Arlberg, dem „Q!Resort“ in Kitzbühel, dem „Träumerei #8“ in Kufstein, dem „Zero“ in Ischgl und dem „Stage 12“ in Innsbruck.

Oder das Hotel trägt einen Artikel im Namen: „Das Tirol“ hat die Kempinski-Gruppe ihr Hotel in Jochberg genannt, „Das Max“

- Farbige Gläser: Sie sind zugegeben gewöhnungsbedürftig
- nicht nur für den Träger, sondern auch für Betrachter: Farbige Gläser in Sonnenbrillen. Kruuschinski spricht vom „Fashion-Eyecatcher“ und „It-Pieces der It-Girls“. Der Farbfilter vor dem Auge mache gute Laune, weil

A young man with curly brown hair and yellow-tinted round sunglasses is shown in a three-quarter profile view, looking towards the left. He is wearing a light blue denim jacket over a dark shirt. On his left wrist, he wears a black watch with an orange strap. The background is a solid light blue.

Auch farbige Gläser sind einer der Trends bei den Sonnenbrillen für diesen Sommer. Hier ein Beispiel von Komono.

FOTO: KOMONO/DPA-MAG

Zwar bedeutet das Label „Designhotel“ nicht, dass es sich immer um ein teures Haus handelt. In der Regel sind die Preise aber zumindest gehoben. Dahinter steckt Kalkül. „Hoteliers, die eine jüngere und zahlungskräftige Zielgruppe ansprechen wollen, versuchen sich von dem angestaubten Image der Urigkeit und Alpenrosenzimmer abzuheben, indem sie ein Designhotel bieten“, sagt Kirstges. [dpa]



John Lennon lässt grüßen: Die kleinen, kreisrunden Sonnenbrillen, hier ein Modell von Rodenstock, sind zurück. FOTO: RODENSTOCK/DPA-MA

FOTO: RODENSTOCK/DPA-MAG

- Kleine Gläser: Diese Modelle könnten nach Kruschinskis Prognosen der „absolute Megatrend in diesem Sommer“ werden: Winzige Sonnenbrillen - oder wie die Modebranche es gerne in englischen Begriffen ausdrückt: Tiny Sunglasses. Das

- Gerade Rahmen: Planbrille
nennt sich ein weiterer Trend unter den Sonnenbrillen. Sie lassen sich einfach ausmachen: Die Gläser und das Gestell sind komplett flach. Gerade verspiegelte Flächen sind daran auffällig. **ldpa**



Nur keine Angst vor Falten und Fältchen. Neueste Beautytechnik hilft sofort. **FACE FILLING** jettet den Teint picobello rein und glatt. Linien und Falten be- und unterfüllen wir unter hohem Luftdruck mit Hyaluron und organischen Reparaturstoffen. **FACE FILLING** strafft intensiv, wirkt für lange Zeit. Das Gesicht sieht um Jahre jünger aus.

Beauty
Karolinenhof
KOSMETIK • ANTIAGING • BODYFORMING

Carl-Theodor-Str. 8
(Eingang Karolinenstr.)
67227 Frankenthal
www.kosmetik-karolinenhof.de

Reservieren Sie Ihren Termin
Telefon 0 62 33/50 69 60

Über 40 Jahre 
Optik-Power!

Damit Sie alle schönen, spannenden und amüsanten Augenblicke im Leben im Blick behalten.



OPTIK NEUMANN
Die beste Brille für Sie!

Hauptstraße 83
67269 Grünstadt / Pfalz
Tel.: (0 63 59) 14 40
Fax: (0 63 59) 96 12 22
optik.neumann@euronet-server.com
www.optikneumann.de

WOCHENBLATT

in der Region zuhause

Impressum

WOCHENBLATT

Die Sonderveröffentlichung „Teenies aus den 70ern“ erscheint im Verbreitungsgebiet des Wochenblattes Frankenthal und des Stadtanzeigers Bad Dürkheim sowie Teilen des Wochenblattes Grünstadt. Auflage 74.400 Exemplare
Herausgeber: SÜWE Vertriebs- und Dienstleistungsgesellschaft mbH & Co. KG, Amtsstr. 5-11, 67059 Ludwigshafen; www.wochenblatt-reporter.de

Anzeigenleitung: Annette Hübschen
Anzeigenberatung:
Doris Stumm, Telefon: 06322 959420; Petra Weber, Telefon: 06322 959430; E-Mail: anz-duew@suewe.de; Sabine Baumgärtner, Telefon: 06359 969612; E-Mail: anz-grue@suewe.de; Doris Dinkla, Telefon: 06247 9079380; Rolf Kurtner, Telefon: 06233 600732, E-Mail: anz-fra@suewe.de

Chfredaktion: Ulrich Arndt
Redaktion: Roland Kohls (rk), Telefon: 0621 5902-484, Cathy Richter (cat)
Prospektmanagement/Anzeigenblattzustellung:

Satz: Digitale PrePress GmbH, Neustadt Wstr.
Druck: Druck- und Versanddienstleistungen Südwest GmbH, Ludwigshafen

Anzeigenpreisliste:
Gültig Nr. 396 vom 01.04.2019. Für nicht veröffentlichte oder nicht rechtzeitig veröffentlichte Anzeigen und nicht ausgeführte Beilagenaufträge wird kein Schadenersatz geleistet. Dies gilt auch bei Nichterscheinen der Zeitung in Fällen höherer Gewalt oder bei Störung des Arbeitsfriedens. Des Weiteren wird für unverlangt eingesandene Manuskripte und Fotos keine Haftung seitens des Verlages übernommen.

Umwelthinweis: Zur Herstellung dieser Ausgabe wurde Recycling-Papier verwendet.



Anzeigensonderveröffentlichung

Und wer bist du nochmal?

Wichtiger als Outfit, Visitenkarten und Make-up ist aber die Frage: Mit welchem Ziel will ich zu diesem Klassentreffen gehen? Darüber sollte man sich vorab im Klaren sein, empfiehlt Prof. Evelyn Albrecht, die als Business-Coach unter anderem in München arbeitet. Ist es einfach eine große Party? Oder die Chance, das alte Image zu korrigieren? Wer bei dem Gedanken an die

Für diejenigen, die gerade mitten in einer Krise stecken, kann eine solche Reunion aber auch

Wer Angst hat, am großen Tag allein in einer Ecke zu versauern, sollte laut den Expertinnen bereits im Vorfeld den Kontakt suchen. Entweder zu den Organisa-



toren oder zu anderen, die ihre Zusage schon öffentlich verkündet haben. „Die frühere Vertraulichkeit baut sich rasch wieder auf“, sagt Nussbaum. „Das macht

Der Abend schreitet voran, das eine oder andere Glas wird geleert, die Truppe kommt vom Pri-

vaten aufs Politische. Was, wenn jetzt der Schwarm von früher plötzlich anfängt, gegen bestimmte Personengruppen zu stänkern?

Gilt es bei unangenehmen Themen von sich abzulenken, sind offene Fragen das beste Gegenmittel. Denn so manch ein Gegenüber redet unglaublich gerne von sich. Ein kleiner gedanklich vorbereiteter Fragenkatalog kann hier helfen. Und wer weiß – vielleicht entsteht nach einer angeregten Diskussion ja eine neue Freundschaft fürs Leben. |dpa

Nostalgie im Heide-Express



Die Bahn hat einen Fahrplan, aber sie muss keinen Takt einhalten, da kommt es auf ein paar Minuten nicht an. Und für viele Fahrgäste ist ohnehin der Weg das Ziel. „Wir wollen das Zugfahr-

Von Mitte Juli bis Anfang September geht es mittwochs auch hinein in die Lüneburger Heide: eine Diesellok und drei Waggons bilden dann den Bispinger Heide-Express.

Ob es 23 Kilometer weit in Richtung Osten nach Bleckede am Rand der Heide geht oder 40 Kilometer südwestlich nach Bispingen: Die beiden alten Züge sind bei Einheimischen und Touristen sehr beliebt. Mancher Anwohner, dessen Haus in den kleinen Dörfern direkt an der Bahntrasse liegt, habe sich zwar schon beschwert, sagt Dierken. Doch unterwegs winken auch immer wieder Menschen aus ihren Gärten den Reisenden zu. Und für manche von ihnen ist die Nostalgiezugfahrt sogar der Start zu einer langen Reise: „Wir hatten schon Passagiere, die sind hier im Wald gestartet und dann bis nach Taipeh geflogen“, erzählt Dierken. |dpa



© 6. AUFLAGE



UVP: ~~15.340,-€~~ Sie sparen:¹⁾ 3.650,-€

Aktionspreis: 11.690,-€ Finanzierungsangebot:^{3,4)} **119,-€/Mon.**

Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts: 7,2 l/100 km; außerorts: 4,9 l/100 km; kombiniert: 5,8 l/100 km. CO₂-Emission kombiniert: 132 g/km; Energieeffizienzklasse: E.

Finanzierungsangebot:^{3,5)} 109,-€/Mon
 Kraftstoffverbrauch in l/100km: innerorts 6,4; außerorts 4,4; kombiniert 5,1; CO₂-Emission 117 g/km; Energieeffizienzklasse D.

Finanzierungsangebot:^{3,6)} 199,-€/Mon
 Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts: 6,7; außerorts: 5,0; kombiniert: 5,7; CO₂-Emission: 129 g/km; Energieeffizienzklasse: C.

Finanzierungsangebot:^{3,7)} 229,-€/Mon
 Kraftstoffverbrauch in l/100 km: innerorts: 8,1; außerorts:
 6,2; kombiniert: 6,9. CO₂-Emission kombiniert: 158 g/km;
 Energieeffizienzklasse: D.

2) Im Schorle-Starter-Kit enthalten: 1 Flasche Riesling, 1 Flasche Wasser, 1 Dubbeglas, die Fahrzeugzulassung, Fußmatten und Verbandskasten!

www.autohaus-schlaefer.de

* Ohne Aufpreis und ohne Kilometerlimit: 3 Jahre/50.000 km Hyundai Herstellergarantie mit 5 Jahren Fahrzeuggarantie (3 Jahre für Car Audio inkl. Navigation bzw. Multimedia), 5 Jahren Lackgarantie sowie 5 Jahren Mobilitätsgarantie mit kostenlosen Pannen- und Abschleppdienst (gemäß den jeweiligen Bedingungen im Garantie- und Serviceheft). 5 kostenlose Sicherheits-Checks in den ersten 5 Jahren gemäß Hyundai Sicherheits-Check-Heft. Für Taxis und Mietwagen gelten generell abweichende Regelungen. Die Hyundai 5 Jahre-Garantie für das Fahrzeug gilt nur, wenn diese ursprünglich von einem autorisierten Hyundai Vertragshändler an einen Endkunden verkauft wurde.

Gegenüber der unverbindlichen Preisempfehlung des Herstellers. 3) Ein unverbindliches Finanzierungsbeispiel der Bank Deutsches Kraftfahrzeuggewerbe GmbH, Wedderfeld 95, 22529 Hamburg, Bonität vorausgesetzt. Vorstehende Jahreszins-Angaben stellen den Beispielwert des nach § 6a Abs. 4 PangV zu erwartenden effektiven Jahreszinses in 2/3 aller voraussichtlich auf der Werbung zustande kommende Verträge dar. Verbraucher haben gemäß § 355 und § 495 BGB ein Widerrufsrecht. Alle Finanzierungen enthalten eine Restschuldversicherung. Laufzeit: 48 Mon., Zinssatz: 2,99%; a) Anzahlung 650,- €, Rate 119,- €, Schlussrate 6.941,81 €, Gesamtbetrag 12.654,09 €, 5) Anzahlung 900,- €, Rate 109,- €, Schlussrate 6.334,50 €, Gesamtbetrag 11.566,50 €, 6) Anzahlung 1.900,- €, Rate 199,- €, Schlussrate 9.996,50 €, Gesamtbetrag 19.548,50 €, 7) Anzahlung 1.990,- €, Rate 229,- €, Schlussrate 13.181,50 €, Gesamtbetrag 24.173,50 €. Gültig bis 30.09.2019 und nur solange der Vorrat reicht. Bei den Fahrzeugen handelt es sich um Tagesauslastungen/ zugelassene Bestandsware. Fahrzeugabbildungen enthalten z. T. aufpreispflichtige Sonderausstattungen. Druckfehler und Irrtümer vorbehalten. Die angegebenen Verbrauchs- und CO₂-Emissionswerte wurden nach dem vorgeschriebenen WLTP-Messverfahren ermittelt und in NECF-Zerteile umgerechnet.