VIP an der Margarethenstraße ist eine der größten deutschen Lizenzagenturen. Jetzt hat Firmengründer **Micha** den Börsengang und umfangreiche Expansionspläne angekündigt. Unter anderem will er ins **Filmgeschäft** eins

Ein Hamburger bringt die Stars an die Bör

Von Martin Ax

Wenn Sophia Loren für die Deutsche Lufthansa wirbt und David Bowie für Mercedes; wenn ein Teenager sich eine Baseballmütze mit James-Bond-Logo aufsetzt; und wenn Touristen am Reichstag in Berlin Tassen, Mützen und Uhr mit Logo des Deutschen Bundestages erwerben: Dann haben diese Vorgänge eines gemeinsam. Was?

Antwort: In all diesen Fällen verdient auch die Hamburger Firma VIP Entertainment und Merchandising AG bares Geld. Denn VIP ist eine der größten deutschen Lizenzagenturen, die im Auftrag von Stars oder Unternehmen Lizenzrechte für die Verwertung von Markennamen vermitteln. Als eine der ersten deutschen Lizenzagenturen will VIP jetzt an die Börse gehen und, wenn möglich, in großem Stil ins Filmgeschäft einsteigen.

„Der Handel mit Film- und Lizenzrechten ist einer der dynamischsten Wachstumsmärkte unserer Zeit“

Sir Michael Lou, VIP AG

Diese Pläne hat der Firmengründer Sir Michael Ah-Yue Lou am Sonnabend beim vierten Hamburger Börsentag in der Handwerkskammer vorgestellt. „Der kometenhafte Aufstieg der EM.TV-Aktie am Neuen Markt hat bewiesen, welches Potenzial im Handel mit Film- und Lizenzrechten verborgen liegt“, sagte Lou. Und: „Stillstand bedeutet auf diesen Wachstumsmärkten Rückschritt. Deshalb wollen wir über einen Börsengang Kapital aufnehmen, um schneller expandieren zu können.“

Für Anleger und Finanzexperten sind diese Details wichtig: Der Börsengang soll „im ersten Halbjahr 2000“ stattfinden, der genaue Zeitpunkt wird nach der Börsenentwicklung ausgewählt. Mit dem Börsengang wird eine Kapitalerhöhung von sechs auf neun Millionen Euro verbunden sein, so dass anschließend ein Drittel der Aktien in Streubesitz und zwei Drittel bei Lou liegen werden. Über die Zusammensetzung des Bankenkonsortiums wird derzeit verhandelt.

Für alle anderen ist interessant, dass VIP dann die glitzernde Welt des Showbusiness in fast allen ihren Facetten an die deutsche Börse bringen wird. Kerngeschäft des Unternehmens ist das klassische „Licensing“: Wenn zum Beispiel ein Textilhersteller Sweatshirts mit Logos der US-Footballiga NFL bedrucken will oder wenn umgekehrt der Disney-Konzern einen Hersteller sucht, der Kakaotassen mit Motiven aus dem Zeichentrickfilm „Dschungelbuch“ vertreibt, dann vermittelt Lou die Lizenzen. VIP vertritt in Deutschland etwa 700 Marken und Stars (oder deren Erben) von Charlie Chaplin und Albert Einstein über James Bond und „Star Wars“, Madonna, Michael Jackson und Céline Dion bis hin zum Deutschen Bundestag.

Drei andere Geschäftszweige will Lou mit dem Kapital ausbauen, das der Börsengang bringen soll. Erstens: die Vermittlung von Stars aus dem Showbusiness zu Werbezwecken. „Deutsche Unternehmen waren bislang zurückhaltend mit dem Einsatz internationaler Top-Stars in ihrer Werbung. Das wollen wir ändern“, sagt Lou und verweist auf erste Erfolge – siehe Sophia Loren bei der Lufthansa. Zweitens will Lou im Internet einen Online-Shop eröffnen, in dem Sport-, Musik- und Filmfans Merchandising-Produkte ihrer Stars weltweit zentral kaufen können. Lou könnte damit selbst in den Verkauf der von ihm vermittelten Lizenzprodukte einsteigen.

Am meisten Aufsehen beim Börsentag hat jedoch der dritte Plan erregt: Im Filmgeschäft will Lou künftig nicht nur mit Nebenrechten an Filmen und TV-Serien handeln, sondern auch direkt mit den Ausstrahlungsrechten. Damit würde er Filmhändlern wie Leo Kirch und EM.TV Konkurrenz machen. Hollywood-Produktionen, Dokumentar- und vor allem hochwertige Trickfilme aus dem Ausland will VIP international vermarkten. Einen ersten Vertrag über Trickfilm-Material im Wert von 70 Millionen Mark hat Lou vor Kurzem mit Mondo TV in Rom abgeschlossen. Wie viele ähnliche Verträge folgen werden, hänge unter anderem davon ab, wie viel Kapital VIP mit dem Börsengang mobilisieren könne, sagt der Firmenchef.

1998 hat die VIP AG mit fünf Mitarbeitern 4,3 Millionen Mark an Provisionen umgesetzt. Um seine Expansionspläne zu verwirklichen, will Lou acht weitere Mitarbeiter einstellen. Zwei bekannte Lizenzexperten hat er schon verpflichtet: Astrid Rix, noch Leiterin der Nebenrechte-Verwertung in der Kirch-Gruppe, und Christian Stegmann, noch Managing Director bei Gresham in Kaiserslautern, werden zu VIP wechseln.

VIP-Gründer Michael Lou (unten links) posiert vor den Fotos einiger Pop-Stars, die er vermarktet. Von links oben im Uh
Michael Jackson, Céline Dion, Janet Jackson, Madonna, The Blues Brothers und die Band Kiss