HÖRZU

44/85 Programm vom 2.–8. November

Schlauer Chinese: Dollars mit Dallas

Der glühendste J. R.-Verehrer heißt Michael Ah-Yue Lou: Kein Wunder, er verdient Millionen an ihm

Michael Ah-Yue Lou mit Papp-Kameraden J. R. In nur drei Jahren verdiente der schlaue Chinese Millionen mit den Dallas-Devotionalien

Fotos: Transglobe

Wer mit ›Dallas‹-Ekel J. R. Geschäfte macht, ist selbst dran schuld. Seine TV-Partner haut er regelmäßig um's Ohr und lacht sie — ›har, har‹ — auch noch aus.

Die Wirklichkeit schaut etwas freundlicher aus. Zumindest für Michael Ah-Yue Lou. Denn der 36jährige Hamburger Kaufmann mit dem Paß der Volksrepublik China verdient sich mit J. R. und Co. eine goldene Nase.

Wann immer jemand ein Produkt auf den Markt bringen will, das etwas mit Dallas zu tun haben könnte — etwa J. R.-Hüte oder Dallas-Mode — muß er zuerst bei Mister Lou anklopfen. Denn der hält alle Lizenzen für Deutschland, Österreich und die Schweiz. Und noch viel mehr.

Angefangen hatte alles vor drei Jahren. Bei einem Besuch in London entdeckte Lou, der zuvor als Banker und Finanzberater für Staaten der Dritten Welt gearbeitet hatte, ein ›Dallas‹-Spiel. Zurück in Deutschland spürte er den amerikanischen Lizenzgeber auf. Der war erfreut über Lous Interesse, denn für den deutschsprachigen Raum hatte noch niemand Lizenzen. Lou übersetzte das Spiel und bot es den großen Kaufhausketten an. Alle lehnten ab. Nur eine Billig-Kette hatte den richtigen Riecher. Erstauflage des ›Dallas‹-Spiels: 250.000 Stück. Und schon machte Lou Millionenumsätze.

Sein Hauptbüro im Hamburger Nobelviertel Pöseldorf ist vollgestopft mit den Utensilien seines Lizenzgeschäftes. Denn nach dem Dallas-Erfolg stellten sich Lizenzgeber aus aller Welt bei ihm an. So sieht man neben Dallas-Schnaps und J. R.-Rasierwasser, der neuen Bettwäsche aus der Southfork-Collection auch Tarzan in Lebensgröße, Rock'n'Roll-König Elvis Presley als Kofferschmuck, Charlie Chaplin, Dick und Doof und James Bond.

Mit letzterem hat er auch seinen neuesten Erfolg gelandet: Produktwerbung in Spielfilmen. Wer den neuen James Bond-Film ›Im Angesicht des Todes‹ genau gesehen hat, wird sich an eine Szene erinnern, in der Mr. Bond ausdrücklich nach ›Whiskas‹ Katzenfutter verlangt. Michael Lou hatte die Idee dazu. Und kassierte für dieses eine Wort kräftig ab.

1 **Dienstag, 5. November, 21.15 Uhr: ›Dallas‹**

Michael Lou hat aus der Vergangenheit gelernt. Denn schon im Alter von 16 Jahren machte er die ersten Geschäfte mit importierten Perücken aus Ostasien. Dazu erfand er die Stretchperücke, die auf jeden Kopf paßte. Nur von Lizenzschutz wußte er damals noch nichts. So verdienten andere viel mehr Geld mit seinen Haarteilen, als er selbst. Lou heute lächelnd: »Das ist mir nur einmal passiert.«

Clever, dieser Chinese.

Ob Elvis oder Tarzan: Mister Lou schneidet überall mit

Transglobe Prod./K. P./t. m.