STERN NR. 38
vom 13.9.84

DIESE WOCHE

WERBUNG

Ohne Geld kein Spaß

Firmen, die ihre Produkte mit dem Konterfei von Charlie Chaplin schmücken, werden kräftig zur Kasse gebeten – von den Erben des Komödianten

Wochenlang suchte Fritz Fürchtegott Schreiber nach einem Namen für seine Kneipe in der Kleinen Freiheit 81 im Hamburger Stadtteil St. Pauli. Dann taufte er den Laden »Café Charlie Chaplin«. Kalkül des Gastronoms: Der Name passe zu seinen Gästen, die überwiegend aus der alternativen Szene stammen – schließlich sei der größte Komödiant auch ein »Protestler wider die Ungerechtigkeit der Welt« gewesen.

Doch kurz darauf wurde Schreiber selber »Opfer einer Ungerechtigkeit«, wie er meint. In einem Brief ließen die Erben Chaplins, unter ihnen die Schauspielerin Geraldine Chaplin, durch ein Anwaltsbüro mitteilen, daß der Wirt sein Café nicht länger mit dem Namen des Filmkünstlers schmücken dürfe, ohne dafür zu zahlen. Ihre Forderung: 1200 Mark Lizenzgebühren pro Jahr.

Den Darmstädter Diplomingenieur Wilhelm Staudinger, der sich wie kein anderer mit dem ehemaligen Kino-Tramp beschäftigt und in seiner Freizeit ein umfassendes Chaplin-Archiv aufgebaut hat, überrascht das nicht. Er weiß: »Charlie galt immer als überaus geldgierig.« Fünf Jahre vor seinem Tode entdeckte Chaplin, daß auch in der Werbung ein ordentliches Geschäft zu machen ist. Am 10. Februar 1972 räumte er seiner Firma »Roy Export Company Establishment« in Vaduz das Recht ein, Firmen und Einzelpersonen den Gebrauch seines Namens, seiner »fotografischen und ihm ähnlicher Abbildungen im Zusammenhang mit dem Verkauf von Waren und Dienstleistungen« gegen Entgelt zu gestatten. Im Dezember 1972 übertrug Roy Export diese sogenannten »Merchandising-Exclusivrechte« dem Chaplin-Familienunternehmen »Bubbles Incorporated S. A.« im schweizerischen Fribourg.

Für Chaplins Erben machte sich das bezahlt. Als der amerikanische Konzern IBM vor zwei Jahren ein Chaplin-Double als Leitfigur für seine Computer-Werbung wählte, kamen 20 Millionen Schweizer Franken Lizenzgebühr rein.

Jetzt soll auch in der Bundesrepublik konsequent abkassiert werden. Der 35jährige Michael Ah-Yue Lou vergibt im Auftrag der Chaplin-Firma die Lizenzen. Den ganz großen Reibach wittert der Hamburger mit dem chinesischen Namen 1989 zum 100. Geburtstag des Komikers.

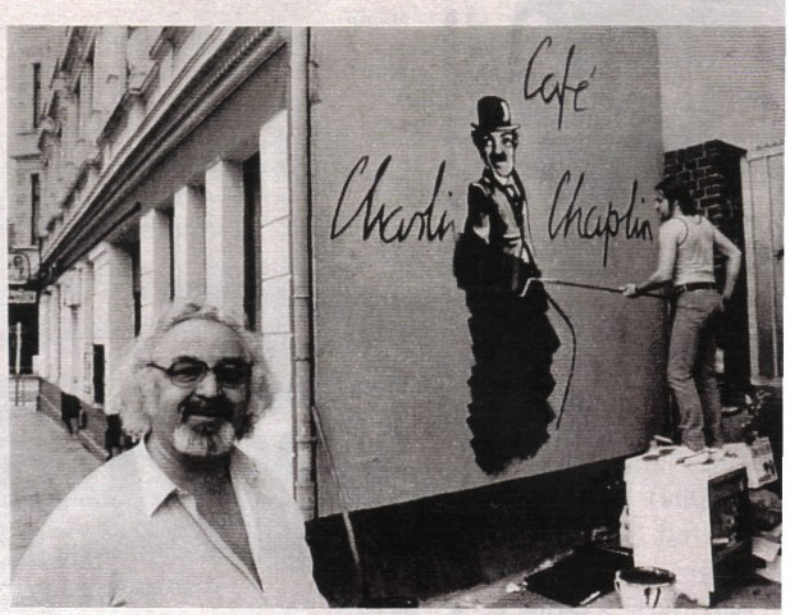
Bis dahin will der Jungunternehmer allen »Piraten« das Handwerk gelegt haben. Der Firma Brandt-Zwieback, die seit 1979 Charlie Chaplin als Schokoladenfigur verkauft, rückte der Lizenzagent ebenso auf den Pelz wie der Verpackungsfirma Wepamat in Weilheim/Teck, die seit Jahren mit einem Chaplin-Double für ihre Produkte wirbt. Der »Bild«-Zeitung untersagt der Hamburger, weiterhin eine Chaplin-Zeichnung in einer Eigenanzeige gebührenfrei zu benutzen und auch die Deutsche Bundespost muß künftig zahlen, wenn sie mit Melone, Bärtchen und Spazierstöckchen für ihre Fernsprechansagedienste in Kino werben möchte.

Der ehrgeizige Ah-Yue geht jedem Hinweis nach. In der Frankfurter Beethovenstraße spürte er den Heimwerker Alexander Dombrowsky auf, der in seiner kleinen Werkstatt Chaplin-Holzfiguren bastelt. Er forderte ihn auf, das zu unterlassen oder 1000 Mark Lizenzgebühr pro Jahr zu zahlen.

Der Erfolg stellt sich allerdings nicht immer gleich ein. Als der knallharte Lizenzager dem Gastwirt Hamid Goorab, der in Hamburg zwei Imbißstuben unter dem Namen »Onkel Chaplin« betreibt, eine Unterlassungserklärung ins Haus schickte, reagierte der pfiffige Die Lokale seien nicht nach dem Filmkomiker, sondern nach seinem leiblichen Onkel Chaplin benannt, der im ferne Kurdistan lebe.

Doch damit ließ sich Ah-Yue Lou nicht abspeisen. Nach einem Lokalbesuch drohte Goorab juristische Schritte an, wenn er nicht sofort die Bilder mit Motiven aus Chaplin-Filmen von den Wänden entferne.

GÜNTER HANDLÖGTEN

Rechnungen für Kneipen und Konzerne

Der Hamburger Gastwirt Fritz Schreiber muß sein »Café Charlie Chaplin« umbenennen oder 1200 Mark im Jahr zahlen