

Unterhaltung

Christus in Offenbach

Nach Kirche und Politikern versuchen nun Unternehmer, die Grenzen für Satiriker enger zu ziehen.

Die „McDonald's Pressemitteilung“ versprach ein „Überraschungsangebot“: Die „Jurassic-Park-Figuren“ in den Pommes-Tüten würden von kleinen Männchen aus „einem weiteren beliebten Spielberg-Film abgelöst“: Schindlers Liste. Statt der „Junior-Dino-Tüte“ gebe es dann das „Happy Jew Menü“.

Die Anzeige in der Juni-Ausgabe des Frankfurter Satiremagazins *Titanic* war nicht echt. Mit der Fälschung, so Chefredakteur Hans Zippert, habe die Redaktion „Verkitschungstendenzen des Holocausts“ aufspüren wollen.

Gestoßen ist das Blatt wieder mal an die Grenzen von Satire: Auf Antrag der Schnellrestaurantkette McDonald's verbot das Landgericht München den Vertrieb des Hefes und setzte den Streitwert auf 500 000 Mark fest.

Ärger wie den mit der Big-Mac-Firma haben *Titanic*-Redakteure und andere Satiriker immer häufiger. Während sich früher vornehmlich Kirchengewaltige und Politiker gegen vermeintliche oder tatsächliche Verunglimpfungen zur Wehr setzten, sind es neuerdings überwiegend Unternehmen, die durch Schmähungen und Verabberungen ihre Geschäftsinteressen verletzt wännen.

Mal setzte die Schweizer Uhrenfabrik Longines eine doppelseitige „Entschuldigung und Richtigstellung“ durch, weil das Blatt in einer getürkten Anzeige anstelle der Weltdurchquerer und Longines-Nutzer Charles Lindbergh oder Roald Amundsen Adolf Hitler („... seit 5.45 Uhr wird zurückgeschossen“) zum Werbeträger erhoben hatte.

Mal belangte der Stahlkonzern Otto Wolff AG die Redaktion der 70-Seiten-Zeitschrift, weil sie den Reklameslogan der Weißblechrecycler „Ich war eine Dose“ einem Blech-Jesus am Kreuzifix in den Mund gelegt hatte.

Daß Unternehmer im Konjunktural besonders dünnhäutig reagieren, bekam im Frühjahr sogar die *Frankfurter Allgemeine* zu spüren. Die nicht gerade industriefeindliche Zeitung hatte im Feuilleton ein Gedicht des Humoristen Robert Gernhardt veröffentlicht. Der „Mühlheim/Main-Blues“ machte postmoderne Provinztristesse an einer „aufgedotzten

Lehrerin“ fest, die dem Autor in ihrem „verhärteten Formaldehyd-Haus“ ein Stück „Tiefkühl-Strudel“ nebst „Sprühdosensahne auf Nescafé“ auftischte. Gernhardts Quintessenz: „Du, Christus, kamst nur bis Offenbach.“

Prompt meldeten sich die Anwälte einer „Kühlhaus-Center Mühlheim GmbH“, verwarnten sich gegen „die Ver-teufelung des Produkts ‚Tiefkühlkost‘“ und verlangten von Zeitung und Dichter die Unterlassung von Veröffentlichungen, die ihre Mandantin daran hinderten, „ihren Gewerbebetrieb in ungestörter Weise aus(zu)üben“.

Politiker halten sich dagegen meist zurück, wenn sie von Satirikern gepiesackt werden. Es beschwerten sich nur noch „Nebenfiguren der Spielklasse Landrat“, sagt Kabarettist Mathias Richling.

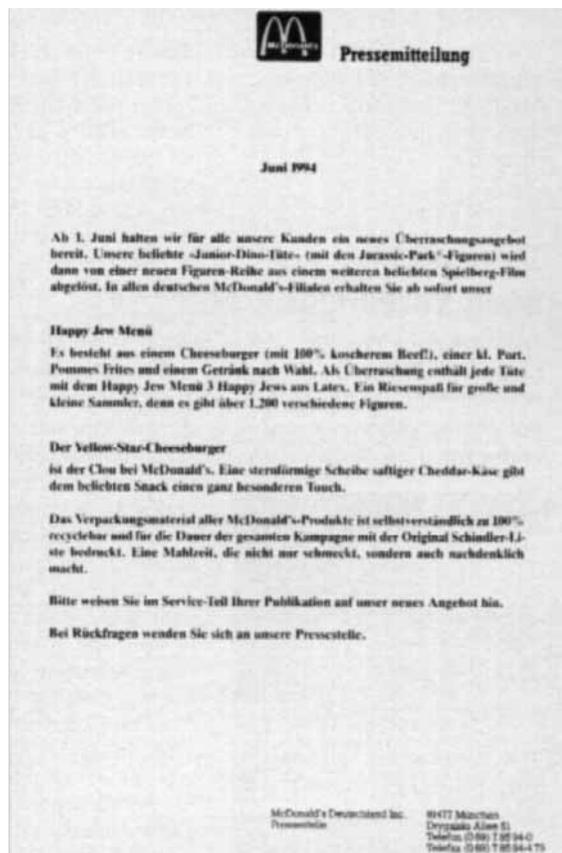
Den Kollegen Hans Scheibner und Richard Rogler fiel auf, daß sich allenfalls „verknöcherte Politikwissenschaftler und Regionalgrößen“ erregen. Selbst von eilfertigen Staatsanwälten eingeleitete Ermittlungsverfahren gegen *Titanic*-Redakteure, die Helmut Kohl

durch den Kakao gezogen hatten, wurden eingestellt, „da der Herr Bundeskanzler Dr. Kohl keinen Strafantrag stellt“ (Staatsanwaltschaft Nürnberg).

Ex-Kanzlerkandidat Björn Engholm hingegen, „als Oppositionsführer eigentlich unser natürlicher Bundesgenosse“, so Chefredakteur Zippert, erstritt vor dem Hamburger Landgericht das mit 40 000 Mark wohl höchste Schmerzensgeld der satirischen Nachkriegsgeschichte. Die gebeutelten Frankfurter Frechdache, die ihn im April 1993 per Fotomontage in die Barschel-Wanne gelegt und einen Monat später Collagen ähnlichen Kalibers nachgeschoben hatten, sehen der Beru-



Anzeigenparodie



Pressemitteilungsparodie



Titanic-Titel 6/1994

fung vor dem Oberlandesgericht allerdings mit verhaltenem Optimismus entgegen.

Schließlich hatte das Bundesverfassungsgericht unter Mitwirkung von Roman Herzog 1992 in einem Grundsatzurteil klargestellt: „Ein Satiremagazin wie *Titanic* ... könnte zur Aufgabe seiner Eigenart gezwungen sein, wenn Schmerzensgeldklagen deshalb Erfolg hätten, weil die Fachgerichte die Reichweite der Meinungsfreiheit verkennen.“ □

Titanic-Werbepersiflagen, Titel: Dünnhäutig