

lich. Tourismus-Chef Kieker sagt, schon binnen zwei, drei Jahren könnte sich die Zahl zweifachen – sobald die Inder „Don 2“ gesehen hätten.

Shahrukh Khan pflichtet freundlich bei: „Wenn uns Indern ein Film gefällt, wollen wir dorthin fahren, wo er spielt.“ Er ist zum dritten Mal hier, im Februar lief sein Film „My Name Is Khan“ auf der Berlinale. Schon ganz Botschafter Berlins, preist er höflich die Schönheit der Stadt, „eine solche Mischung aus alten Bauten und moderner Architektur findet man nirgends sonst“. Er lobt einen Club, in dem er vor zwei Wochen in seinen 45. Geburtstag hineingefeiert hat, rühmt den Glühwein vom Weihnachtsmarkt hinterm Hotel und die Filiale des US-Spielwarenhändlers Toys'R'Us, da war er mit seinen Kindern. Und dieses berühmte Tor, dessen Namen er jetzt gerade nicht parat hat.

Vorbei sind jedenfalls die Zeiten, als indische Filme mit Hilfe der dortigen Unterwelt finanziert wurden. Indien gilt als größter Filmmarkt der Welt, mit mehr als tausend Produktionen im Jahr und drei Milliarden Kinogängern. Bollywood wird nicht mehr belächelt. Warner Brothers, eines der größten Hollywood-Studios, hat Bollywood-Filme co-produziert. Zuletzt, als die hochverschuldeten MGM Studios mit ihrem brüllenden Löwen einen Käufer suchten, machte die Runde, der indische Medienkonzern Sahara India Pariwar könnte dort einsteigen.

Im Dezember kommenden Jahres soll „Don 2“ auf 2400 indischen Leinwänden anlaufen, mit einem einminütigen Werbespot der Urlaubsstadt Berlin vorneweg. Schlösser, Parks, Cafés zum Draußensitzen, so was komme an bei der Zielgruppe, will man beim Tourismusverband Visit Berlin herausgefunden haben. Im Vorspann des Films wird der Name des Nichtraucherhotels zu sehen sein, in dem Khan bis zum Ende seiner Mission rund 50 Nächte verbracht haben wird. Das war der Deal bei einer Ausschreibung von Visit Berlin, als es darum ging, welches Fünfsterne-Etablissement das Filmteam gut und günstig beherbergen könne.

Vor dem Hotel wartet täglich ein Dutzend Mädchen und Frauen darauf, einen Blick auf Shahrukh Khan zu erhaschen. An seinem Geburtstag waren es an die 200. Gemessen an der Gesamtbevölkerung blüht die Begeisterung für Bollywood hierzulande freilich noch immer eher in der Nische. Wer nach dem größten indischstämmigen Star fragt, dürfte weiter zu hören bekommen: Mutter Teresa. Oder Ranga Yogeshwar.

„Don 2“ wird deshalb bundesweit gleichsweise zaghaft starten. Vielleicht mit 50 Kopien, sagt Co-Produzent Mathias Schwerbrock. Oder nur mit 30. Das ist das Minimum, um Geld vom Deutschen Filmförderfonds zu erhalten.

ALEXANDER KÜHN

TV-KÖCHE

Lafer! Lichter! Gelatine!

Viele Fernsehauftritte des Kochstars Johann Lafer haben kaum noch mit Rezepten zu tun – aber viel mit unverhohlener Reklame.

Johann Lafer, 53, ist eigentlich nur noch nebenberuflich Koch. Regelmäßig schwadroniert er sich durch TV-Shows, schreibt Bücher, verkaufte Sprühessig mit seinem Konterfei und fliegt gelegentlich als Helikopterpilot sogar Gäste durch die Gegend, um ihnen dann auf einer Wiese Gourmetmenüs zu kredenzen.

Kurz: Er gilt in der an Marktschreibern nicht armen Kochbranche als der geschäftstüchtigste Star überhaupt. Mittlerweile arbeitet Lafer mit vielen Firmen zusammen. In seiner wöchentlichen ZDF-Kochshow



Kochkumpel Lafer, Lichter: „Ich weiß nicht, was da los ist“

„Lafer! Lichter! Lecker!“ landet so mancher seiner Werbepartner dann offenbar nicht zufällig vor der Kamera. Mittlerweile scheint er selbst die Übersicht verloren zu haben: Nach einem Blick auf nur 20 Folgen der Show offenbart sich ein krasses Bild teils absurd auffälliger Reklame.

So lobt Lafer etwa in zwei Folgen eine Küchenmaschine von Kenwood, die auch groß im Bild zu sehen ist. Für genau diese Maschine vom Typ „Cooking Chef“ wirbt er auch. Ebenfalls prominent in Szene gesetzt: ein Standmixer, Hersteller Kenwood – selbst das Logo ist in diesem Fall zu erkennen, obwohl die Regeln vorsehen, dass es abgedeckt sein muss. Lafer ist Markenbotschafter der Firma.

In der Sendung bringt der Meister zudem einen Stufenwok zum Einsatz, Hersteller ist die Firma WMF. Deren Reklame-

partner: Lafer. Bei einem anderen Auftritt hat der Star direkt vor sich eine Weinflasche, auf der deutlich der Name des Weinguts Diel zu lesen ist. Bei Diel war Lafer mal Gastkoch. Die Kellerei wiederum erwähnt auf ihrer Homepage Lafers Sterne-Restaurant.

In einer Folge, in der ausgerechnet die wegen Schleichwerbung für einige Zeit vom Bildschirm verbannte Moderationsirene Andrea Kiewel zu Gast ist, verwendet und erwähnt der Top-Koch flott seinen selbstvertriebenen Ananas-Curry-Senf und lobt ihn mit den Worten „Super lecker!“. Erhältlich war das eigentümliche Gemisch über seinen Shop. Lafer setzte im TV-Studio ohnehin auch auf seltene Zutaten wie „Tasmanischen Leatherwoodhonig“ – natürlich zu kaufen in der Johann-Lafer-Selection.

Besonders angetan hat es dem Star allerdings Gelatine. Allein binnen eines Jahres nahm er für zwölf Rezepte eben diese Zutat. Für den Weltmarktführer in der Herstellung von Gelatine schrieb Lafer schon mal ein Rezept – und die Firma schreibt auf ihrer Web-Seite, der Koch verwende ihre Produkte im TV. Natürlich

kann man sie auch bei Lafer direkt beziehen. Die Gelatine wurde so häufig benutzt, dass es selbst Lafers Kochkumpel Horst Lichter komisch vorkam: „Du machst hier in letzter Zeit dauernd was mit Blattgelatine. Ich weiß nicht, was da los ist.“

Beim ZDF will man nun „interne Überprüfungen“ einleiten. Es sei nicht bekannt, dass Lafer „bewusst Produkte inszeniert hat“. Mit keiner der genannten Firmen habe das ZDF Vereinbarungen oder Verträge. Auch der Produzent der Sendung, Markus Heidemann, will intern prüfen.

In der ZDF-Sendung „Lanz kocht“, die von SPIEGEL TV produziert wird, tritt Lafer ebenfalls regelmäßig auf. „Wir achten peinlichst genau darauf, dass keine Marken zu sehen sind“, sagt Redaktionsleiter Frank-Thomas Sippel. Dennoch wolle man aufgrund der Vorwürfe gegen „Lafer! Lichter! Lecker!“ alle Folgen gründlich sichten.

Und Lafer selbst? Er nehme manche Produkte aus Überzeugung mit in die Sendung. Es handle sich dabei um sein gewohntes Küchenumfeld. Mit der Weinauswahl habe er nichts zu tun, der Stufenwok sei „einzigartig“, die Sache mit der Gelatine Zufall. „Das Lob der Küchenmaschine war zu keiner Zeit beabsichtigt, es entstand lediglich durch einen verbalen Schlagabtausch mit Horst Lichter, ohne jeglichen Hintergedanken.“

MARTIN U. MÜLLER, MARVIN OPPONG