

Darf ich vorstellen: Mr. Jogger aus Kuta

Ein Pionier für den Schutz des Markenrechts

Kuta, die touristische Drehscheibe im Süden Balis ist nicht nur ein von Bombenattentätern heimgesuchter Ort, sondern auch ein beliebter Einkaufsort für billige Textilien und Andenken aller Art. In den engen, sich während der Urlaubszeit im Dauer-Verkehrsstau befindenden Strassen, sind in den letzten Jahren die DVD-Läden wie Pilze aus dem Boden geschossen.

Zur Hochsaison sieht man speziell australische Touristen, die sich hier mit billigen Raubkopien eindecken und mit prall gefüllten Plastiktüten aus den einschlägigen Läden kommen. Die Raubkopie eines beliebigen Hollywoodfilms kostet wegen der großen Konkurrenz hier nur 10.000 Rupiah (etwas weniger als ein Euro), bei größeren Einkaufsmengen gibt es zusätzlichen Diskont. Die Originalpreise liegen zwischen 75.000 und 95.000 Rupiah. Neben den DVDs werden in den Läden, aber auch im noch billigeren Straßenhandel Musik-CDs verkauft, ebenfalls ein verlockendes Angebot für Touristen ... Als zusätzliche Einnahmequelle hat sich der Verkauf von speziellen CD-Taschen (neutral, die etikettierten Hüllen der Raubkopien werden dann weggeworfen) entwickelt, um den Großabnehmern eventuelle Probleme beim heimischen Zoll zu ersparen.

T-Shirts als Kunstwerke

Natürlich gibt es in Indonesien ein Gesetz zum Schutz des Copyrights oder des intellektuellen Eigentums. Doch die Durchsetzung dieses Gesetzes ist nur schwach ausgeprägt.

Nicht nur DVDs sind dem Plagiat ausgesetzt. Mit Slogans oder Bildern bedruckte T-Shirt gelten speziell unter Indonesiern als ein sehr beliebtes Kleidungsstück. Wegen

seines praktischen Wertes und seines geringen Gewichts sind die T-Shirts ein optimales Mitbringsel für die Lieben daheim. Anfangs wurden T-Shirts mit Slogans, Namen von Universitäten oder Sportteams beschriftet, im weiteren Verlauf kamen Porträts von Musikern oder im begrenzteren Umfang politische Botschaften hinzu, hier auch den jeweiligen Trends im Ausland folgend und die Nachfrage von Touristen bedienend. Neben Produktwerbung wurden so auch Botschaften von Hunderten von Käufern verbreitet. Inzwischen finden sich auf T-Shirts auch Kunstwerke, die von lokalen Künstlern entworfen werden. Für den balinesischen Maler Made Budhiana haben T-Shirts mit einem besonderen Design den Rang von hoher Kunst. Budhiana nutzt sie als Mittel, seine Kritik an bestimmten Zuständen unter die Leute zu bringen. Sie sind für ihn ein Ausdruck dessen, was direkt aus der Seele des Künstlers kommt. Zuletzt erregte er Aufsehen, als er sich mit der Leitung der Ende November 2005 auf Bali stattfindenden Kunstausstellung »Bali Biennale« anlegte und er (gratis) T-Shirts mit seiner sarkastischen Kritik in Umlauf brachte.

Der Künstler Made Budhiana macht sich aber wegen eines eventuellen Plagiats keine weiteren Gedanken. Dafür um so mehr Josephus Theodorus Wuliardi alias Mr. Jogger, ein in Kuta ansässiger Designer und Geschäftsmann, der 80 Prozent seines Gesamtumsatzes mit dem Verkauf von T-Shirts erzielt. Mr. Jogger hat

von Antonius Larenz

1987 seine in ganz Indonesien bekannte »Pabrik Kata Kata« (Wortfabrik) in Kuta eröffnet. Mr. Joggers Name setzt sich aus Josephus und Gerhardus zusammen; ein deutscher Freund namens Gerhard hatte ihm seinerzeit das Startkapital für sein Geschäft geschenkt, weshalb er den Gerhard in seinen Namen integriert hat.

Er ist ein Unikum und ausgesprochen kreativ

Mr. Jogger selbst ist ein Unikum und ein ausgesprochen kreativer Mensch; jeden Tag entwickelt er ein neues Design für seine Produkte. Seine Spezialität liegt im Erfinden lustiger, aber auch eine moralische Botschaft tragender Sprüche, die dann auf seine T-Shirts gedruckt werden.

Hier einige Beispiele: »Modal tanpa moral sama dengan kadak« (»Kapital ohne Moral ist wie eine Eidechse«) oder auch Selbstironisches: »Tidak ada manusia yang sempurna. Dan saya sendiri adalah salah satu ukti yang paling nyata.« (»Kein Mensch ist vollkommen. Und ich selbst bin offensichtlich der beste Beweis dafür.«). Seine Slogans basieren auf dem Potential der indonesischen Sprache zum Wortspiel und der Lust zum Humor, von dem er sich selbst nicht ausnimmt.

Der Autor ist Ethnologe und lebt zurzeit in Indonesien.

Hinter seinem Unternehmen steht eine Philosophie, die er auf unterschiedliche Weise in die indonesische Gesellschaft einbringt. Er hat eine Stiftung für soziale Zwecke (GARING) gegründet, die er mit Erträgen aus seinem Geschäft und Spenden von außerhalb unterstützt. Doch dafür hat er eine (nicht allzu hohe) Obergrenze eingerichtet; denn für ihn reicht es, wenn es genug ist, wie er sagt. Gelegentlich weist er auch Spenden ab. Für ihn liegt der Gewinn in der Beschränkung. Deshalb hat er seine weiteren Läden geschlossen und sich auf sein Ladengeschäft in Kuta konzentriert. Da ca. 75 Prozent seiner Kundschaft aus Jakarta kommt, hätte er jederzeit eine Filiale in Jakarta oder in den anderen großen Städten Javas eröffnen können. Doch dann kämen die Kunden nicht mehr nach Bali, wie er meint. Wer also ein T-Shirt von Mr. Joger will, muss nach Kuta kommen und bei Mr. Joger direkt kaufen, was zum Erhalt von Arbeitsplätzen auf Bali beiträgt. Er gilt als einer der größten Steuerzahler Balis. Den Einkauf in seinem Laden hat er für die Konsumenten auf eine Grenze von zwölf Artikeln festgelegt. Nach seinem Motto: »Lieber weniger, was dann trotzdem reicht, als viel, wo am Ende immer noch etwas fehlt.« Im Eingang zu seinem Ladengeschäft hängt ein Schild: »Dilarang belanja terlalu banyak!« (»Es ist verboten, zuviel einzukaufen.«).

Exklusivität heißt sich Gedanken über Copyright zu machen

Seine Kundschaft soll nicht nur ein Produkt erwerben, sondern auch ein Stück Wohlbefinden und Zufriedenheit mit nach Hause nehmen. Wieder einer seiner Sprüche: »Geld ist zwar wichtig, aber nicht das Wichtigste, besonders wenn wir noch eine gültige Kreditkarte haben.«

Mr. Joger hat es geschafft, sich durch seine Designs einen bestimmten Markt zu schaffen, der in der Exklusivität seiner Produkte liegt. Exklusivität bedeutet aber nicht unbedingt hohe Preise. Seine T-Shirts liegen mit 45.000 Rupiah (ca. vier Euro) nur etwas höher als vergleichbare T-Shirts in anderen Läden. Allerdings bedeutet diese Exklusivität,

sich Gedanken über den Markenschutz zu machen.

In der Vergangenheit hat es bereits verschiedene Versuche gegeben, seinen Erfolg zu kopieren. Nachgemachte T-Shirts in schlechterer Qualität, aber sogar mit höheren Preisen tauchten auf dem von vielen Javanern besuchten Kunstmarkt in Sukawati auf Bali oder auch in Yogyakarta auf. Gegen diese Plagiatoren ist er gerichtlich vorgegangen, sogar mit Erfolg, auch wenn am Ende meist ein Kompromiss stand. Gerichtsverfahren sind in Indonesien eine teure Angelegenheit, und es liegt im Interesse der Beteiligten, sie zu vermeiden. Für ihn sind diese Fälschungen in erster Linie eine Verletzung seines Rechts auf intellektuellen Reichtum, wie er sagt. Seine Marke ist offiziell seit dem 1. September 1997 beim Justizministerium in Jakarta im Direktorat für Copyright, Patente und Marken registriert und somit sind Verstöße dagegen strafbar. Sie können mit einer Geldstrafe von bis zu 100 Millionen Rupiah belegt werden oder sieben Jahren Gefängnis.

Für Mr. Joger ist jeder ein Lügner, der behauptet, dass er von ihm eine Genehmigung zum Verkauf von T-Shirts oder anderen Produkten, die sein Markenzeichen tragen, hätte. Er ist der allein Berechtigte auf das Copyright, das Recht auf die Marke, die wirtschaftlichen Rechte und die moralischen Rechte, die in Zusammenhang mit dem Vertrieb seiner Designs stehen. Schließlich würde er der Gesellschaft etwas zurückgeben, schon durch die Zahlung von Steuern, die geringer ausfallen würden, wenn er weniger Umsatz macht. Diese Verpflichtung gegenüber den Konsumenten und der Gesellschaft nimmt er ausgesprochen ernst, was ihn veranlasst hat, gegen Plagiate vorzugehen. Außerdem mag er es mit eigenen Worten: Persönlich einfach

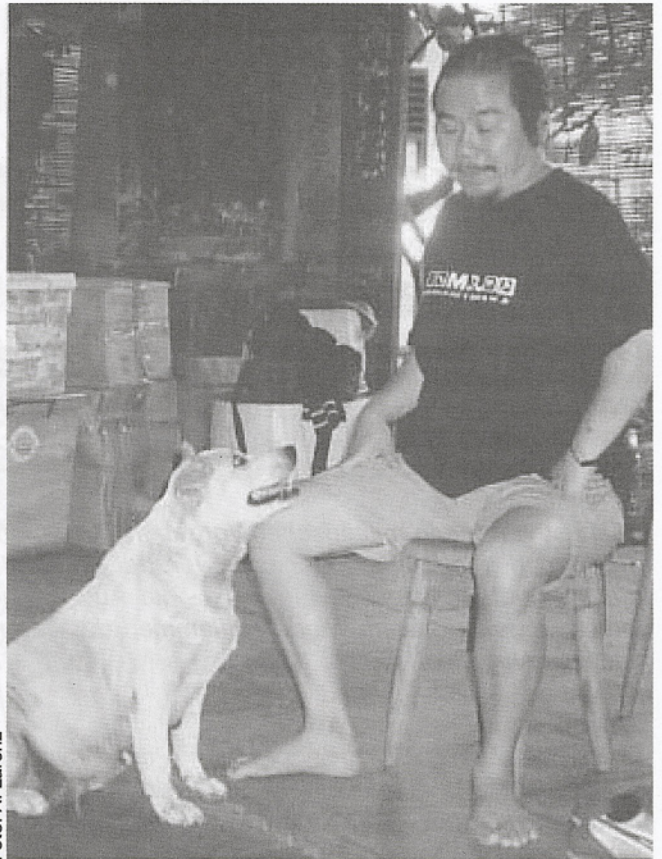


Foto: A. Larenz

Mr. Joger: ein Mann mit Ideen

nicht, wenn sich Leute an ihn dran hängen. Die moralische Begründung sieht er darin, dass er gute Absichten verfolgt (siehe seine Stiftung GARING). Wie man in Deutschland mal sagte: »Eigentum verpflichtet ...« Doch Mr. Joger als Freigeist würde natürlich solchen Zwängen nicht zustimmen, die Entscheidung für sein soziales Engagement entstand nicht zuletzt daraus, dass er sich selbst dann besser fühlt.

Mr. Joger kann als ein Pionier im Kampf für den Schutz des Markenrechts gesehen werden und steht damit bisher in der auf Kopieren von Geschäftserfolgen schon traditionell berüchtigten indonesischen Geschäftswelt recht alleine. Was aber auch daran liegen mag, dass es bis jetzt noch nicht so viele national bekannte Markenfirmen gibt, die aus einheimischer Produktion stammen. 