



deutsches
filmmuseum



CHARLIE, THE BESTSELLER

AUSSTELLUNG

22. FEBRUAR

VERLÄNGERT BIS 28. MAI 2012

Design: michèle gaud design / Zeichnung nach Roger Corman, 1966.



KONTAKT

Deutsches Filminstitut – DIF e.V. / Deutsches Filmmuseum
Hans-Peter Reichmann, Senior Curator
reichmann@deutsches-filminstitut.de
tel.: ++49+69-961 220 302

Schaumainkai 41
60596 Frankfurt am Main

www.deutsches-filmmuseum.de

© Deutsches Filmmuseum 2012

Deutsches Filmmuseum
Schaumainkai 41
Frankfurt am Main
www.deutsches-filmmuseum.de



*Versäumen Sie nicht, ihn sich anzusehen. Sie
lachen sich kaputt und werden ihm für dieses
Lachen dankbar sein, solange Sie leben.*

Kurt Tucholsky, 1922



IMPRESSUM

Idee und Projektentwicklung
Konzept, Redaktion und Exponatsauswahl

Konzeptionelle Mitarbeit
Assistenz
Bereichstexte
Übersetzungen
Filmkompilation / Schnitt
Mediengestaltung Charlie 2.0
Ausstellungsgestaltung

Ausstellungsbau
Licht
Fotografische Arbeiten
Reproarbeiten

Dokumentation
Fotos

Hans-Peter Reichmann
Hans-Peter Reichmann
Isabelle Bastian
Johanna Hebel
Dr. Andrea Haller
Anne Siegmayer
Daland Segler
Stewart Tryster
Michael Kinzer / Niko Kühnel
Jürgen Kindlmann
mind the gap! design in Kooperation mit
Brockhaus Innenarchitektur,
Karl-Heinz Best, Petra Brockhaus
ENTEDIMENSION
Martin Steigerwald [MADLIGHT]
Uwe Dettmar
Types on Foil

Isabelle Bastian
Norbert Miguletz

Alle Exponate aus dem CHAPLIN-ARCHIV sind Eigentum der Adolf und Luisa Haeuser-Stiftung für Kunst und Kulturpflege. Sie wurden dem Deutschen Filminstitut 2010 freundlicherweise als Dauerleihgabe überlassen.

All copyrights, rights, images, documents, writings and archives relating to Chaplin films from 1918 onward and to Mr Chaplin's life and work in general © Roy Export S.A.S.

Charles Chaplin and the Little Tramp are trademarks and/or service marks of Bubbles Inc. S.A. used with permission.

With the kind support of Association Chaplin, Lobster Films and MK2



ŠKODA



Medienpartner:

Für Ihre Unterstützung danken wir ganz herzlich

Wilhelm Staudinger
Kate Guyonvarch [Directrice Association Chaplin], Claire Byrski [Association Chaplin], Anne-Laure Barbarit [MK2], Serge Bromberg [Lobster Films]

Beate Dannhorn, Eleonore Emsbach, Christiane Eulig, André Mieles, Christof Schöbel,
Martin Stieber und Anke Mebold

sowie
Anne-Marie Steigenberger [Hotel Frankfurter Hof], Südliche Weinstraße und The Cooking Ape

CHAPLIN SAMMELN

Schon als Kind begeisterte sich Wilhelm Staudinger für Chaplin-Filme. Über Jahrzehnte trug er in aller Welt Dokumente und Objekte zusammen. Die ständig wachsende Sammlung zeigte er in einer Reihe von Ausstellungen im In- und Ausland. Sein CHAPLIN-ARCHIV eröffnete 1982 in Frankfurt-Eschersheim. Auf zwei Etagen versammelte das in Deutschland einmalige Privatmuseum zuletzt etwa 6000 Exponate, darunter Plakate, Bücher, Werbung, Postkarten, Programmblätter, Schallplatten, Noten, Gebrauchsgegenstände sowie allerlei Kunst und Kitsch. Hinzu kamen Kopien von 80 Chaplin-Filmen in diversen Schnittfassungen und Formaten. 20 Plätze hatte das hauseigene Kino, in dem Staudinger die Filme in über 500 Einführungsvorträgen erläuterte und vorführte. Nach dem Ankauf durch die Adolf und Luisa Haeuser-Stiftung für Kunst und Kulturpflege wurde das Chaplin-Archiv dem Deutschen Filminstitut 2010 als Dauerleihgabe überlassen.

A little Englishman, quiet, unassuming, but surcharged with dynamite, is influencing the world right now. You can feel him in the theater; you read of him in the magazines; you get a glimpse of his idiosyncrasies in some twist of fashion. [...] The world has Chaplinitis.

Motion Picture Magazine. New York, Juli 1915



Dreidimensionale Postkarte, die 1932 unbeschädigt von Kopenhagen nach Berlin gesendet wurde.

Erstes Objekt in der Sammlung von Wilhelm Staudinger.



CHARLIE AUSSTELLEN

Charles Spencer Chaplin (1889-1977) war ein Ausnahmekünstler: Als Schauspieler, Pantomime und Komiker, als Autor, Regisseur, Komponist und Produzent brachte er Generationen zum Lachen und zum Weinen. Mit Charlie, dem Tramp, erfand er eine Figur, deren Attribute zusammen eine Ikone schufen: Melone, Schnauzbart, Stöckchen, Schuhe. Chaplin ist eine der charismatischsten Persönlichkeiten des Kinos. Ein Jahrhundertkünstler, seine Filme sind Klassiker: THE KID [1921], THE GOLD RUSH [1925], CITY LIGHTS [1931], MODERN TIMES [1936] oder THE GREAT DICTATOR [1940].

Die Ausstellung **CHARLIE, THE BESTSELLER** zeigt, wie diese einzigartige Figur Eingang in die Alltagskultur gefunden hat und zu

einem der beliebtesten Merchandisingartikel wurde. Sammlerstücke, Memorabilia und Kuriosa belegen die Popularität Chaplins und die Vermarktung seines filmischen Alter Ego bis in die Gegenwart.

Entsprechend ist sie keine Lebens- und Werkschau. Als Archiv-Ausstellung konzipiert, zeigt sie auch die subjektiven Elemente einer Privatsammlung. Charlie ist und bleibt der Solitär, wird aber dennoch zum Inbegriff serieller Vervielfältigung. Selbst in seiner Reduktion ist der Tramp universell wiedererkennbar und dadurch unbegrenzt reproduzierbar, was sich wiederum in der Raumgestaltung und in der Präsentation der Exponate widerspiegelt.

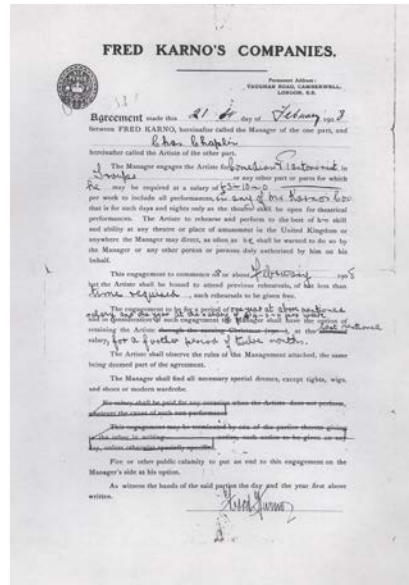
Der berühmteste Mensch ist zweifellos Charlie Chaplin, über den alle einmal gelacht haben: die Pariser und die Londoner, alle Amerikaner und die australischen Matrosen, die Besucher der chinesischen Kinos und neuerdings auch die Deutschen.

Kurt Tucholsky, 1922



1. CHARLIES URSPRÜNGE

Charles Spencer Chaplins Eltern waren zu ihren besten Zeiten anerkannte Stars der Londoner Music Halls. Doch die Familie zerbrach und Charles' Kindheit spielte sich zwischen schäbigen Wohnungen, Armen- und Waisenhäusern ab. Im Alter von fünf Jahren sprang er für seine Mutter ein, als ihr bei einem Auftritt die Stimme versagte. Mit neun war er Mitglied der Lancashire Lads, einer Truppe jugendlicher Holzschuhtänzer, bei denen er die Präzision von Tanzschritten lernte, die ihn in seinen Filmen so elegant tänzeln ließen. Chaplin wird als extrem genauer Beobachter seiner Umwelt beschrieben. So prägte er sich etwa den Watschelangang eines alten Mannes aus seinem Viertel ein, der später ein Markenzeichen seines Tramp wurde. Überhaupt sind seine frühen Filme von autobiographischen Verweisen auf Orte und Personen seiner Kindheit und Jugend durchzogen.



Chaplins' Vertrag mit der Fred Karno-Truppe, 1908

2. GENESE DES TRAMP

Chaplin war nur 1,65 Meter groß. Sein Blick auf die Welt war nicht nur in dieser Beziehung einer von unten, der eines Mannes, der sich durchs Leben schlagen muss. Erste Fotos von 1914 zeigen ihn noch mit Zylinder, Binder, heller Weste und bösem Blick. Sein charakteristisches Kostüm, dessen Teile er sich von verschiedenen Vorbildern zusammenklautete, trug er bereits in KID AUTO RACES AT VENICE, seinem zweiten veröffentlichten Film, und passte es danach den jeweiligen Stories an. Später schilderte er die Auswahl des Kostüms als spontanen Entschluss auf dem Weg zur Garderobe. Die geniale Erfindung des Tramp überhöhte er schließlich als bewusste Entscheidung für eine symbolische Figur. Die geradezu dialektische Kostümierung, in der sich die Widersprüche zwischen arm (zerbeulte Hose, zu große Schuhe) und gut situiert (Melone, Schlips, Stöckchen) spiegeln, machte den Tramp

nicht nur unverwechselbar, sondern auch universell verständlich.



Schwedische Schuhcreme-Reklame, um 1920



Zweifellost hat es, ehe er die Szene betrat, schon viele „Komiker“ gegeben, die sich in grotesken Späßen und Grimassen ausdrückten, aber wo unter ihnen gab es einen einzigen, der es mit 26 Jahren geschafft hat, seinen Namen in die Umgangssprache fast jedes Landes einzubringen, und dessen kleine Gestalt mit den ausgebeulten Hosen weltweit bekannt geworden wäre?

Minnie Maddern Fiske (amerikanische Schauspielerin), 1916

Reklame für eine Chaplin-Puppe, 1915



3. FRÜHES MERCHANDISING

Die Etablierung der „Marke“ Charlie begann schon früh. Ab 1915 konnte das Publikum erste Merchandisingartikel mit dem Tramp erwerben. Es entwickelte sich eine regelrechte Charlie-Industrie, die die Filmfigur als Fanartikel vermarktete. Eines der frühesten Produkte, das in einer Anzeige beworben wurde, war ein Medaillon, welches seinen Träger als Charlie-Freund auswies. Die Nuidea Company pries ein „Charlie Chaplin Outfit“ an, und von 1916 an konnte man Püppchen „well stuffed“ erstehen. Besonders in den Kinderzimmern hielt der kleine Tramp Einzug: als Figur aus Blech, Porzellan oder Pappe – als Puzzle, auf Spielkarten oder als Puppe. Charlie wurde zum beliebten Spielzeug – weil er

auch, wie Kurt Tucholsky schrieb, „an das Kind im Menschen“ rührte und ihm selbst eine gewisse „Kindlichkeit“ (Béla Balász) zu eigen war.



Blechspielzeug. Die Kamera ist ein Behälter für Karamellbonbons. Bewegt man den Hebel, wird Charlies Hut gelüftet und ein Bonbon freigegeben. Deutschland, um 1925

Kindergrammophon aus Blech mit Charlie-Figur und Schellackplatte. Deutschland, um 1925

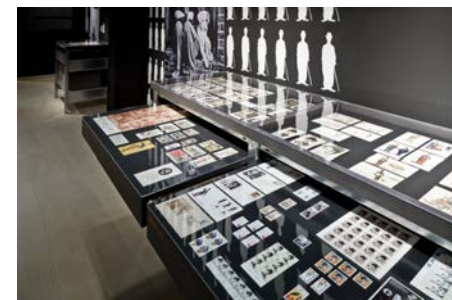
Alle Warenhäuser und Drugstores verkauften Spielsachen und Statuetten, die meine Maske darstellten. (...) Wir wurden überschwemmt mit allen möglichen Angeboten von Firmen, die Bücher, Kleider, Kerzen, Spielzeug, Zigaretten und Zahnpasta herstellten.

Charles Chaplin

4. CHARLIE IN SERIE

Charles Chaplin war der erste globale Star im Zeitalter der technischen Reproduzierbarkeit kultureller Produktionen: Der Film als neues Massenmedium wurde von den Zeitungen aufgegriffen. Anfangs illustrierten noch viele Blätter die Berichte über Charlie mit Zeichnungen und Karikaturen. Wie populär der Tramp schon gut ein Jahr nach seinem ersten Erscheinen auf der Leinwand war, belegen Comic Strips in Fortsetzung mit Abenteuern des kleinen Helden: Von April 1915 an erschienen die Charlie Chaplin's Comic Capers. Der Tramp wurde zum universellen Helden der populären Kultur, und ihm huldigte man bald nicht mehr nur auf Zeitungspapier und Postkarten. Ob als dekorative Porzellanfigur oder als Gebrauchs-

gegenstand, ob beim Essen, Trinken, Rauchen, ob zum Aufstellen, Hinlegen oder Aufhängen: Charlie der Sympathieträger wurde für fast alles in Dienst genommen.



Porzellan-Spardose. USA, um 1975

Charlie Chaplin in the Movies. Sammlung mit Tramp-Comics. USA, 1915-1917

5. CHARLIE THE EVERYMAN

Die rundum sympathische Figur des kleinen Tramp eignete sich seit je zur Reklame. Bis heute wird er als Werbeträger eingesetzt. Sei es für Schuhe oder Chips, für die Telefonauskunft oder für Chemiekonzerne. An Charlie ist nichts Negatives. Mögen auch sein Privatleben und seine politischen Ansichten Schatten auf die Person Chaplin geworfen haben – die Filmfigur blieb davon unangetastet. IBM, damals der größte Computerhersteller weltweit, nutzte 1981 das Image von Charlie als Everyman für

die Einführung seines Personal Computer. Der Konzern ließ sich die Kampagne mehr als 20 Millionen Dollar kosten: Mit einem Charlie-Double wurden weltweit TV-Spots und Zeitungsanzeigen geschaltet, die immer wieder Anspielungen auf Chaplin-Filme enthielten. Die vertraute Figur des Tramp sollte skeptische Privatkunden und Unternehmen an die neue Technik heranführen. Eine geniale Marketingidee, die den IBM-PC zu einem Verkaufsschlager machte.

Diverse Motive der Anzeigenkampagne von IBM, 1980er Jahre



We knew we wanted a simple, friendly person who should represent Everyman [...] Chaplin's little tramp character is lovable to all kinds of people at all ages. He's vulnerable, but he's clever. He has incredible problems, but he always finds a solution. He's an individual. He's Everyman.

Tom Mabley (Creative Director der Agentur Lord, Geller, Federico, Einstein)



6. CHARLIE SEIN

Schon früh gab es Schauspieler, die behaupteten, Chaplin habe sie imitiert, habe die Insignien seiner Figur bei ihnen abgesehen oder gar gestohlen. Mit der Beliebtheit des Stars wuchs das Bedürfnis, wie er zu sein und sich seiner Markenzeichen zu bedienen. Schon seit Mitte der Zehner Jahre gab es Ähnlichkeitswettbewerbe. Eine Anekdote besagt, dass Chaplin selbst einmal bei einem solchen Look-A-Like-Contest teilgenommen habe – und nicht gewann. Neben zahlreichen Amateuren, gab es berufsmäßige Imitatoren in Zirkus und Varieté (Charlie Rivel) und im frühen Film (Billy West). Gerade in seinem eigenen Medium sah sich der Tramp kopiert, erschien

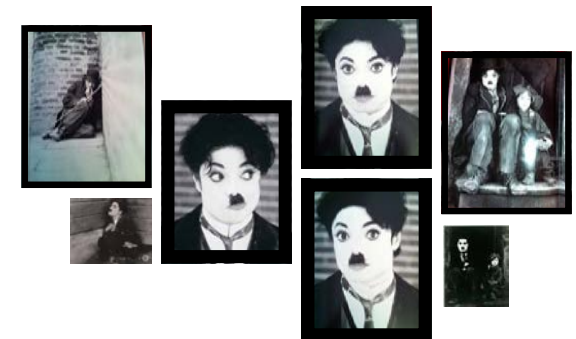
in Zeichentrick-, Werbe- und Spielfilmen. Prominente Kollegen von Stan Laurel bis Michael Jackson ließen sich in Tramp-Pose fotografieren. Im Internet sind heute zahlreiche Filme mit Charlie-Maskeraden verfügbar: Charlie als „Everyman“ wird eben auch von every man adaptiert.

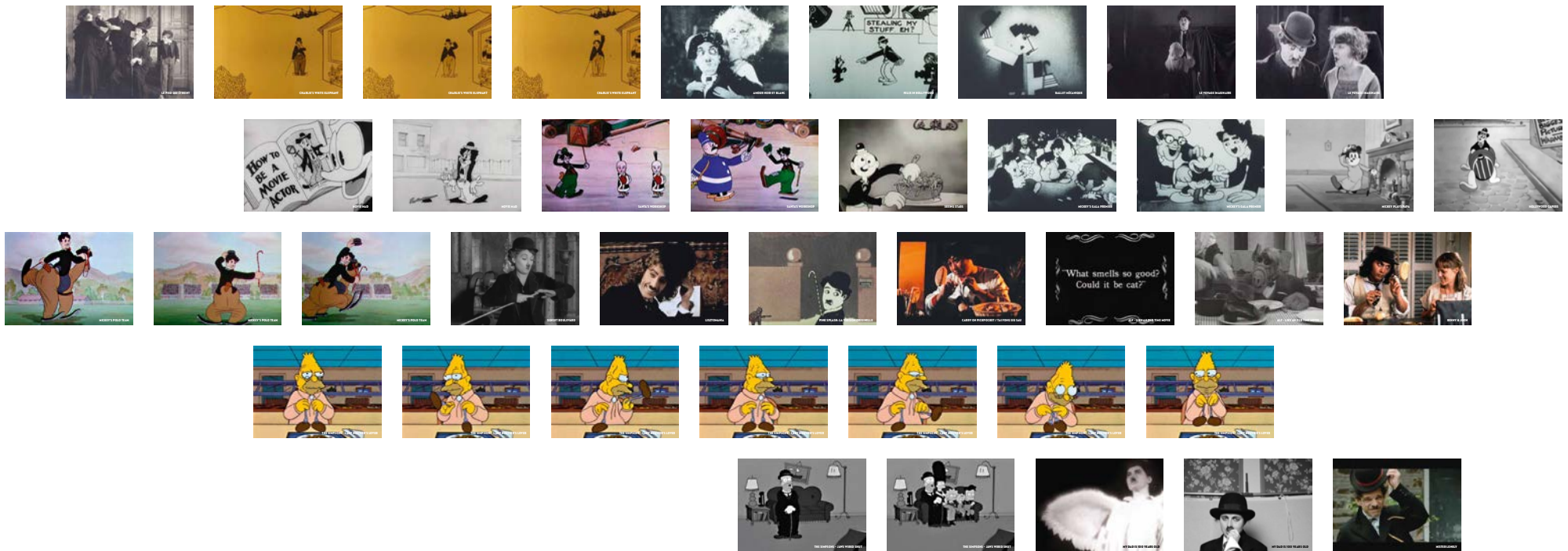
Gezeigt wird neben den Exponaten der Fotoblog The Faux Charlot („Der falsche Charlie“) des Amerikaners Damian Blake, der historische, prominente und kuriose Charlie-Look-A-Likes aus aller Welt zusammenträgt. Blake selbst tritt auch als Charlie-Double auf und hat uns die freundliche Genehmigung erteilt, seinen Blog präsentieren zu dürfen.

Prominente Charlie Look-A-Likes



Michael Jackson als Charlie





40 Tafeln mit Charlie-Epigonon aus den unterschiedlichsten Filmen und Fernsehserien, von SUNSET BOULEVARD bis hin zu den SIMPSONS.

7. CHARLIE LESEN

Chaplin war als Knabe Analphabet und später Legastheniker. Doch er konnte wie kaum ein anderer die Sprache der Körper entziffern. So arbeitete er beim Film anfangs nicht mit Drehbüchern, sondern mit dem, was ihm spontan zu einer Szene einfiel. 1922 erschien als seine erste eigene Veröffentlichung der Bericht "My Trip Abroad" (1928 auf deutsch: "Hallo Europa"). Daneben stehen die zahlreichen Publikationen über Chaplin, seine Filme und seinen Tramp. Schon 1916 erschien eine nicht autorisierte Biographie. In Deutschland veröffentlichte Ywan Goll 1920 eine kleine Groteske mit dem Titel Chapliniade, in der der Tramp vergebens versucht, seinem Image zu entkommen. Im gleichen Jahr beschrieb Hans Siemsen in seinem Reisebericht "Wo hast du dich denn herumgetrieben?" die Popularität Chaplins.



Hallo Europa.
Deutschland, 1928



Die Chapliniade. Filmdichtung von Iwan Goll. Deutschland, 1920. Hommage auf den jungen Chaplin.

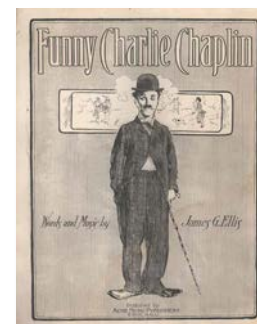
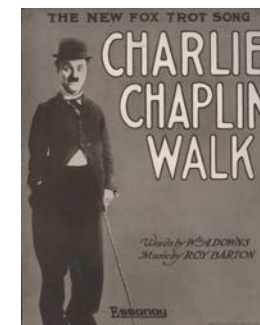
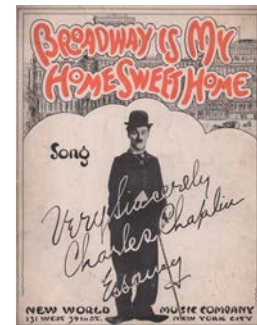


Lesepult mit Reproduktionen.

8. CHARLIE HÖREN

Der Tramp ist selbstredend stumm. Er muss es sein, denn er soll (und war es ja auch) eine universell verständliche Figur sein. Lachen ist eine anthropologische Konstante, und niemand ist diesem Umstand bisher so nahe gekommen wie der kleine Tramp. Gelernter Pantomime, sprach sich Chaplin lange vehement gegen den Tonfilm aus, komponierte aber schon sehr früh Musikstücke zur Begleitung seiner Stummfilme. Noten setzen konnte er nicht, daher ließ er seine Melodien von Profis niederschreiben

und dann für Instrumente arrangieren. Seine Musik sollte die Szenen nicht parallel untermalen, sollte auf keinen Fall komisch sein, sondern war eher romantisch, nostalgisch, dramatisch. Einige seiner Musikstücke wurden zu Schlagnern und kamen hier und da in die Hitparaden: das LIMELIGHT-Thema, Love is My Song (Petula Clark), Smile (Nat King Cole oder Michael Jackson) oder die Mandolinen-Serenade. Auch Charlie bzw. Chaplin selbst wurden in Liedern besungen



Notenblätter populärer Charlie-Schlager, 1915

9. CHARLIE SEHEN

Die einzigartige Vermarktung betraf nicht nur die Figur des Tramp, auch die Filme selbst wurden in strategisch ausgeklügelten Werbekampagnen beworben. In diesen wurden Kinobetreibern immer wieder neue Ideen und Aktionen nahe gelegt, um das Publikum an den Tramp heranzuführen. In Deutschland dauerte es einige Jahre, bis

Chaplin-Filme in den Kinos liefen. Bedingt durch den Ersten Weltkrieg, Inflation, vor allem aber durch die Kontingentierung der Einfuhr von amerikanischen Filmen zum Schutz der inländischen Filmproduktion dauerte es bis Anfang 1921, bis die Filme in größerem Umfang eingeführt werden konnten.



Werberatschläge als Teil der Kampagne für MODERN TIMES. Großbritannien, 1936



10. CHARLIE UND DIE POLITIK

Chaplin war als untauglich für den Kriegsdienst eingestuft worden. Den militärischen Wahnsinn des Ersten Weltkriegs kommentierte er 1918 mit der Satire *SHOULDER ARMS*, in welcher er den deutschen Kaiser entführt und dadurch den Krieg beendet. Mit dem Episodenfilm *THE BOND* und seiner Teilnahme an der Liberty Bonds-Tournee, warb er im selben Jahr pflichtgemäß für Kriegsanleihen. Er blieb seiner Rolle als Künstler treu. Chaplin kam aus der unteren Schicht der englischen Gesellschaft, und er hat das zeitlebens nicht vergessen. Seine Herkunft hatte ihn gelehrt, die Widersprüche und die Kluft zwischen Arm und Reich zu sehen. Das machte ihn in den Augen Konservativer hinreichend verdächtig. Ihnen galt er als Kommunist, was er nie war. Während der

McCarthy-Hetze gegen Linke in den USA Anfang der 1950er Jahre traf es auch Chaplin. Er musste damit rechnen, inhaftiert zu werden, zog die Konsequenzen und siedelte sich in der Schweiz an.



La Baïonnette, 22. März 1917. Titel- und Rückseite des französischen Satire-Magazins. Charlie als Held, der im Ersten Weltkrieg den deutschen Kaiser in den Boden rammt.

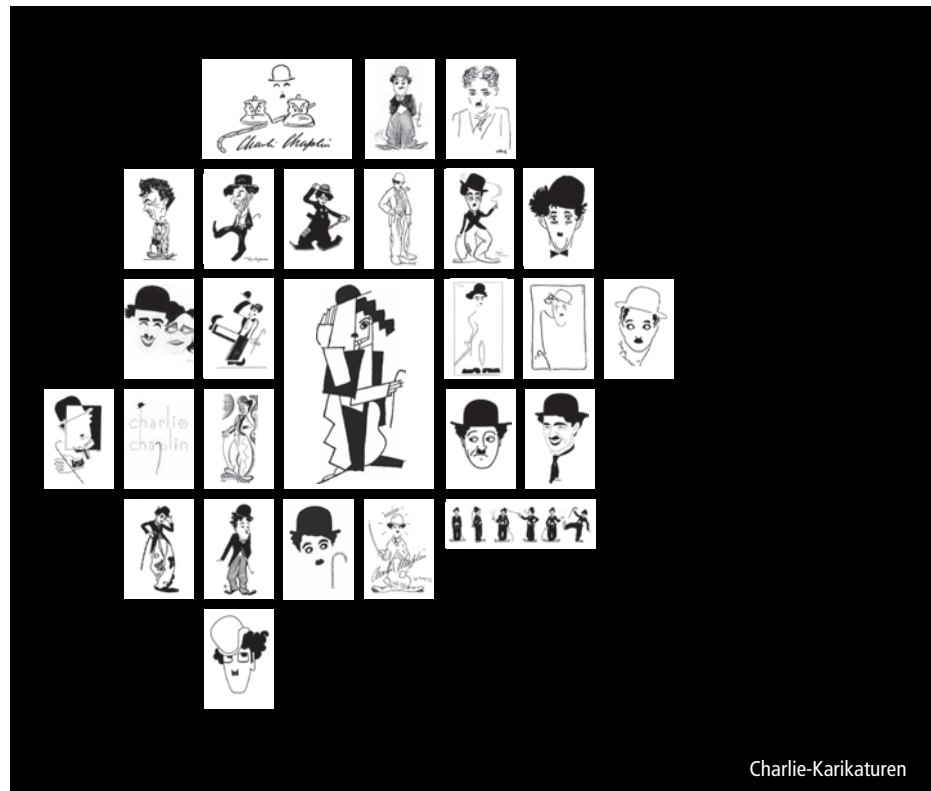
Chaplin auf Liberty Bonds-Tournee. Wall Street, New York, 1918



11. CHARLIE DENKEN

Schon 1916 begann die US-Presse Chaplin zunehmend als Künstler zu betrachten – ungewöhnlich zu dieser frühen Zeit des Kinos, da die Filmindustrie noch mit Argwohn betrachtet wurde und auch Chaplins Tramp selbst mit dem Vorwurf leben musste, „vulgär“ zu sein. Für seine Karriere aber war die Publicity eine der wesentlichen Bedingungen. Das galt auch für Deutschland, wo Chaplins Filme erst seit 1921 gezeigt wurden. Doch die wachen Intellektuellen der Weimarer Republik, allen voran Kurt

Tucholsky, Siegfried Kracauer und Rudolf Arnheim, erkannten die künstlerische Substanz des kleinen Mannes mit Bärtchen und Melone, der zu einer Ikone der Moderne wurde. Dies zeigt etwa das berühmte Standfoto aus MODERN TIMES. Der Privatmann Chaplin, seit den zwanziger Jahren anerkannt als eine der bedeutendsten Persönlichkeiten der Kunst des 20. Jahrhunderts, verkehrte später mit bedeutenden Denkern der Zeit wie Bertolt Brecht und Albert Einstein.



12. CHARLIE 2.0

Die Beschäftigung mit dem Phänomen Charlie bzw. Charles Chaplin ist zeitlos und findet in „Modernen Zeiten“ auch im Internet statt. Gibt man beispielsweise den Suchbegriff „Chaplin“ bei der Videoplattform YouTube ein, so werden ca. 25 000 Ergebnisse angezeigt. Das Spektrum der Beiträge ist dabei vielfältig:

Animation: Charlie wird als Cartoon- oder 3D-Figur animiert und für Werbung, PC-Spiele oder als „Fingerübung“ für Designer eingesetzt.

Brötchentanz: Chaplins „Brötchentanz“ aus GOLD RUSH als beliebtes und leicht wiedererkennbares Motiv für Parodien.

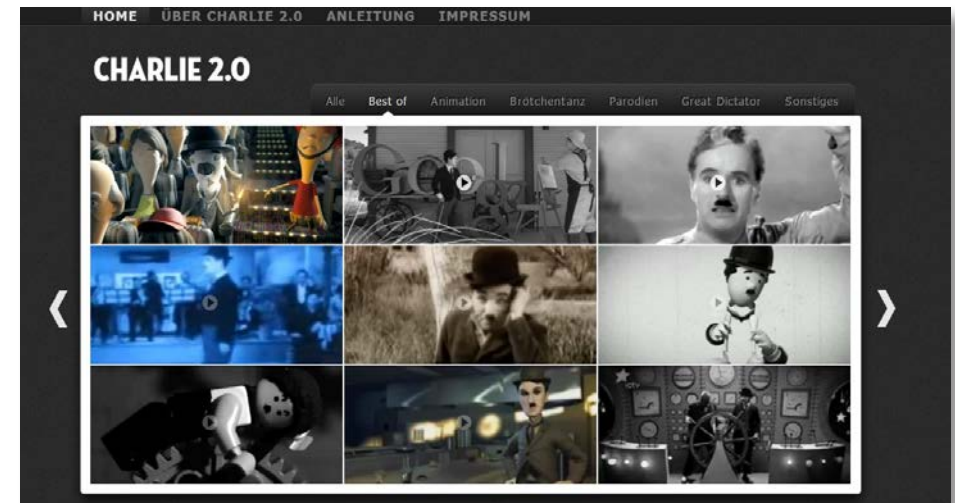
Parodie: Laien, Profis oder Animations-

figuren drehen „neue“ Chaplin-Filme oder parodieren einzelne, bekannte Filmszenen.

Great Dictator: Die Schlussrede aus GREAT DICTATOR und ihre unterschiedliche Verwendungsmöglichkeiten - ob als politisches Manifest der „Occupy!“-Bewegung, als 3D-Animation oder als „Appell an die Menschlichkeit“.

Kurioses: Hommagen an Charlie und Charles in Form von Video-Collagen, Graffitis, Remixen und Breakdance-Einlagen – der Kreativität im Umgang mit Chaplin scheinen keine Grenzen gesetzt.

Gezeigt wird auf dem Tablet-PC eine Auswahl an Clips, die auf den Videoplattformen YouTube und vimeo zu sehen sind.



Screenshot der Charlie 2.0-Homepage

RAUMGESTALTUNG



Zentrales Element der Raumgestaltung: Sitzelement in Melonenform, zerlegbar in 6 Teile, und Hocker als Schnurrbart



Fimplakate, gerahmt, Plexiglas, an Wand lehnd und fixiert

Serielle Reproduktion der Charlie-Silhouette als Wandgestaltung



Foyergestaltung



BEREICHE

Ausstellungsfläche

Ca. 400 qm

Chaplin Sammeln / Charlie Ausstellen

2 Regale, verbunden
10 Kartons (4 Aufkleber mit Programmen der Staudinger-Vorträge, 2 Zitate)
4 Folientexte auf Regalen
12 Aktenordner (leer)
1 Tafel mit Motiv MODERN TIMES
1 Schild Chaplin-Archiv (Messing)

1. Charlie's Ursprünge

2 Vitrinen, verbunden, mit 2 Aufsätzen und 2 Auszügen
1 Museumskarton mit Text
4 Kartons

2. Genese des Tramp

1 Regal
3 Vitrinen, verbunden, 3 Auszüge
14 Kartons
1 Museumskarton mit Text
3 Fotos GOLD RUSH auf Rückseite Regal
1 Collage Zeitschriften-cover

3. Frühes Merchandising

3 Regale mit LED-Beleuchtung
1 Folientext The Tramp
1 Vitrine mit Aufsatz und Auszug

2 Kartons
3 Hussen
1 Texttafel in Regal
1 Großfoto NEW JOB in Regal
1 Großfoto mit Puppe

4. Charlie in Serie

3 Vitrinen, verbunden, mit 3 Aufsätzen und 3 Auszügen
8 Kartons
1 Vitrine mit 1 Aufsatz und 1 Auszug
3 Regale, verbunden, mit LED-Beleuchtung
1 Text in Regal
1 Rahmen mit Comics

5. Charlie, the Everyman

1 Collage an Wand
1 Aufsteller IBM
1 Folientext IBM Zitat
1 Folientext BT
6 Tafeln IBM Collage
2 Tafeln IBM Collage
1 Regal
4 Kartons
1 Vitrine mit Auszug
1 Plakat an Regalrückwand
1 Plakat an Regalrückwand

6. Charlie sein

1 Regal
1 Spiegel
3 Vitrinen, verbunden, 3 Aufsätze, ohne Auszüge
1 Tablet-PC
6 Kartons
40 Tafeln Filmszenen mit Charlie-Epigonon
1 Tafel BU
1 Folientext

8 Tafeln Prominente
5 Bilder Michael Jackson, dazu 2 Tafeln mit Charlie "Vorbildern"
1 Großfoto Ähnlichkeitswettbewerb

7. Charlie lesen

3 Regale, verbunden
3 Hussen
Buchstützen
1 Vitrine (ohne Plexi)
2 Kartons
1 Großfoto PAY DAY in Regal
1 Text in Regal
4 Repros von Büchern und Exzerpten als Leseputz

8. Charlie Hören

3 Vitrinen flach, verbunden, mit 2 Aufsätzen, 1 ohne Plexi
Hörstation mit 1 Kopfhörer, 1 Abspielgerät, 1 Kopfhörerverstärker (in Karton verbaut) und 4 Auswahlknöpfen
1 Karton
1 Texttafel: Sprechfilm
1 Tafel Karikatur
1 Aufsteller
1 Regal
1 Bereichstext in Regal
10 Tafeln mit Reproduktionen von Notenblättern

9. Charlie sehen

3 Vitrinen, verbunden, 1 Auszug, 1 Aufsatz, 1 ohne Plexi
6 Kartons
1 Reproduktion von Mappe mit Werberatschlägen für MODERN TIMES, 1936.

10. Charlie und die Politik

Vitrinen, verbunden, 2 Auszüge
1 Folientext
1 Großfoto SHOULDER ARMS
1 Großfoto THE BOND
2 Plakate GREAT DICTATOR, übereinander gehängt

1 Vitrine Neu-Kontextualisierung des MODERN TIMES-Motivs
1 Großfoto MODERN TIMES
2 Kartons

11. Charlie Denken

1 Regal
1 Großfoto THE CIRCUS
12 Kartons mit Zitaten
26 Tafeln mit Karikaturen
1 Tafel mit BUs
1 Folientext

12. Charlie 2.0

1 Tablet PC
1 Pult
1 Kopfhörer + Befestigung

Sonstiges

1 Leinwand
1 Beamer

