

Fans zahlen viel Geld, um ihren Stars nahe zu sein. Eine Agentur kehrt das Prinzip um.

MIET and GREET

VON JUREK SKROBALA

Heinz versucht zu tanzen. In den Reihen vor ihm stehen 40 Menschen, jeder wippt, der eine gestenreich, der andere taktlos, immer wieder mischt sich ein „Who“ in die Schlager, die von der Bühne kommen. Fast keiner ist in dieses Theater einer deutschen Provinzstadt gereist, weil er die Schlager hören will. Fast alle wollen Geld.

„Unterschreibt die Abrechnungsbögen schon mal, damit es später schneller geht“, sagt Klaus Bernhard, eine halbe Stunde bevor Heinz zu tanzen versucht. Bernhard ist Geschäftsführer von Rent-A-Fan, einer Agentur, die Claqueure vermittelt: Menschen, die für Geld klatschen. Er sieht aus wie Günter Guillaume, der DDR-Spion, über den Willy Brandt stürzte – ein paar Kilo mehr, ein bisschen tiefere Augenringe. Wie ein Spion benimmt sich Bernhard jetzt auch, auf dem Parkplatz des Theaters versteckt er sich hinter einer Garage. Bernhards Kopf ist der eines Vogels, hastig blickt er nach links, dann nach rechts, alles roger, die Luft ist rein. „Wehe, eine von euch nennt gleich den Namen Rent-A-Fan.“ Um ihn herum stehen vier Frauen zwischen vierzig und sechzig, sichtlich erfreut, in die Konspiration eingeweiht zu sein. Sie sind die erste Fuhre an gekauften Fans.

Die vier Frauen haben sich online angemeldet, über ein Formular auf rent-a-fan.de, in dem man nicht nur Namen und Wohnort, sondern auch Hauttyp und Konfektionsgröße angeben soll. Über 12 500 Personen sollen sich in der Datenbank registriert haben, so Bernhard. Er sucht sich, je nach Auftrag, die passenden heraus. „Wir machen nicht nur Schlagerkonzerte“, sagt Bernhard, der am liebsten Rammstein hört. Die Firma, die er und seine Frau neben ihrer Tätigkeit als IT-Dienstleister führen, hat auch Pressekonferenzen, Firmenfeiern oder Telefon-Votings im Portfolio. Parteien haben auch schon angeklopft, Bernhard hat abgelehnt. „Demokratiebetrug“ ist nicht sein Ding. 2013 soll Rent-A-Fan 150 000 Euro Umsatz gemacht haben. „Am liebsten wäre mir, ich könnte nur davon leben.“

Charlotte und Henri halten Händchen vor dem Theater. Die 19-Jährigen hören eigentlich Charts, kennen Rent-A-Fan aus dem Fernsehen. Sie wollen sich überraschen lassen. Wobei: Eigentlich will nur Charlotte sich überraschen lassen, sie spricht aber im Plural. Henri ist skeptisch, sein Lieblingswort ist „suspekt“. Heinz stellt sich dazu, für zwei Konzerte der Band wurde er schon gemietet. „Das Saxofon ist klasse“, sagt er. „Echt?“, fragt Henri. Heinz trägt Braunbeige, altersgemäß, nur sein Hemd sticht heraus. Es

ist von der Sorte, die jeder Berliner Hipster gern zu seiner Kollektion zählen würde: hemdgewordener Dadaismus. Er ist Rentner und Witwer, da geht man nicht mehr so oft vor die Tür. „Aber dann kommt eine Mail von Rent-A-Fan: Willst du nicht was machen?“ Ein Tross Frauen, betagt und beleibt, steuert auf das Theater zu. „Da sind also die echten Schlagerfans“, sagt Henri.

Tatsächlich kommen an dem Abend zwei echte Fans. Von 41 Fans sind 39 gekauft, bestellt vom Management der Band. „Die machen das, um die Außenwirkung ihres Künstlers zu verbessern“, sagt Bernhard. „Oder um neue Fans zu gewinnen.“ Das Geschäft mit den falschen Fans ist für ihn kein Betrug. „Es gibt verlogenerere Sachen, Fernsehwerbung zum Beispiel. Für uns ist das ein Geschäft wie jedes andere.“

Erste Rasseln suchen den Rhythmus, scheitern. Heinz klatscht im Takt, es ist sein eigener. Charlotte hat den Takt gefunden, Henri bemüht sich redlich. Die Sängerin auf der Bühne besteht aus Rüschen und Pailletten, ihr Armspeck wackelt gegen den Beat. Sie besingt die erfüllte Liebe, die geplatze Liebe und alles dazwischen. Hinter ihr werden die Ergebnisse von Google-Bild-Suchen zu jenen Themen projiziert, die sie in ihren Liedern streift: Stichwort „Stau“, eine Autokolonne ist zu sehen, Stichwort „Alltagsfliege“, ein Clip-Art-Insekt wird angezeigt. Kommt das obligatorische Saxofon-Solo, darf es auch mal ein Elefant sein, der auf einem Hochseil tänzelt.

Vor dem Konzert hat Bernhard die Fanutensilien verteilt, jetzt kommen sie zum Einsatz: Knicklichter leuchten radioaktiv, Handschuhe blinken epileptisch. Bernhard sitzt in der ersten Reihe, er animiert die Fans, wie ein Specht bewegt er seinen Kopf. Seine Frau sitzt in der fünften Reihe, sie überwacht die Fans, wie ein Fluglotse schwingt sie einen Leuchstab hin und her. Das Schauspiel vor der Bühne ist überzeugender als das auf der Bühne.

Nach 16 Songs und drei Zugaben sind Charlotte und Henri als erste Fans wieder auf dem Parkplatz. Bernhard steht schon da, jetzt ist er ein entspannter Spion. Er bezahlt sie: 25 Euro für zwei Stunden Fantum. Henris Gedanken lassen sich in zwei Worten zusammenfassen: „puh“ und „boah, ey“, Charlotte würde sich wieder mieten lassen. Heinz stellt sich dazu. „Klasse war der mit dem Messing-Dings“, sagt er. „Saxofon“, raunt Henri.

Davon, was auf dem Parkplatz passiert, weiß die Band im Backstage-Raum nichts.



15.00

50.00

5.00

25.00