

„Faust ans Kinn“

Komiker Wigald Boning über die deutsche Partygesellschaft

SPIEGEL: Auf welchen Festen lassen Sie sich am liebsten sehen?

Boning: Privatpartys von Freunden. So'n Quatsch wie die ganzen Fernsehpreise muß man eher notgedrungen über sich ergehen lassen.

SPIEGEL: Keiner zwingt Sie ...

Boning: ... aber ich kann die Trophäen gut gebrauchen. Der Bambi hat

SPIEGEL: Beim zweitenmal müßten Sie sich einen neuen Einstieg überlegen.

Boning: Deshalb geh' ich auch nicht mehr hin. Da stehen immer dieselben Leute herum, die offensichtlich keine andere Freizeitbeschäftigung finden.

SPIEGEL: Heißt das, Sie mögen den Wanderzirkus nicht?

Boning: Im Gegenteil. In Deutschland gibt es immer noch zu wenige solcher Partys, Bälle und Galas. Die Vorstellung ist doch bestechend, daß auch Orte wie Delmenhorst oder Pinneberg dann endlich in den Genuß von ein bißchen Glamour kämen.

SPIEGEL: Haben Sie sich jemals um eine Einladung bemüht?

Boning: Nein, eher bemühen sich andere um mich. Wenn bei einer der zahllosen Premieren die zu erwartende Prominenten-Decke zu dünn ist,

wird man schon mal mit Schecks und der Aussicht gelockt, alle Reisekosten erstattet zu bekommen.

SPIEGEL: Treten Sie nie gegen Bezahlung auf?

Boning: Die Anfragen kommen täglich. Aber eine Schuhfiliale zu eröffnen würde der gesellschaftspolitischen Aufgabe, der ich mich verpflichtet fühle, nicht gerecht ...

SPIEGEL: ... brächte jedoch viel Geld.

Boning: Sicher. Ein Unternehmer aus Gütersloh wollte mich für sein Geburtstagsfest engagieren und schickte meiner Managerin einen Blankoscheck mit den Worten: „Füllen Sie ihn bitte selbst aus!“

SPIEGEL: Nicht schlecht, wenn man bedenkt, daß Sie beim Boxkampf zwischen Maske und Rocchigiani als B-Prominenter nicht mal Zugang zur Top-VIP-Lounge hatten.

Boning: Als Rocchigiani-Anhänger war ich ohnehin auf der Verliererseite. Dort lernte ich immerhin René Weller kennen. Und jedesmal, wenn uns Fotografen ablichten wollten, hielt mir Weller die Faust ans Kinn. Seine Party-Professionalität hat mich gerührt.



S. BRAUER

Witzbold Boning*: „Bambi als Buchstütze“

sich bei mir zu Hause als Buchstütze bewährt, der Bayerische Fernsehpreis ist als Salzstreuer hervorragend geeignet, während der Grimme-Preis leider nur zum Schneebesen taugt.

SPIEGEL: Ist die Aufrüstung der eigenen Küche der einzige Pluspunkt?

Boning: Wenn ich gesehen werden will, gehe ich ins Kaufhaus. Da ist in der Regel auch das Angebot an Speisen und Getränken besser. Ich bin kein Freund dieser dünnen Baguette-scheibchen, die auf öffentlichen Partys herumgereicht werden.

SPIEGEL: Fühlen Sie sich dort selbst als Dekoration?

Boning: Diese Rolle ist unsereinem zugeordnet. Schlimm wird es, wenn der Abend nur aus Dekoration besteht. In Berlin besuchte ich einen dieser Medientreffs und schüttelte rund 200 wichtigen Leuten die Hand mit der auf beiden Seiten gängigen Eingangsfloskel: „Toll, daß ich Sie mal kennenlernen. Ich hab' neulich Ihre Sendung gesehen ...“

* Mit Arbeitsminister Norbert Blüm und „Doofen“-Kollege Olli Dittrich bei der Bambi-Verleihung.

mal mit Festen sein Geld verdiente. Als ARD-Salonlöwe „Leo“ suchte er in vier Jahren 800 Bälle und Premieren heim. Danach mimte er für kurze Zeit bei Vox den Unterhaltungschef. Nun hat er das, was alle abgestürzten Fernsehleute irgendwann haben: eine kleine TV-Firma mit zwei Adressen und Filmprojekten, über die kein Mensch mehr spricht.

Lukoschik gehört zu Schmidts Familie, obwohl sein Marktwert gegen Null tendiert. Wer wüßte das besser als Pal Berkovics, der auf dem Kölner Medientreff schon zwei Pils in Führung liegt. Berkovics ist ein Jäger, der seine Beute gut bezahlt. 35 000 Namen hat der 66jährige zu bieten – „vom Kleindarsteller bis zum Weltstar“, die er an alles vermittelt, was durch sie Ereignis werden soll: die Tagung irgendwelcher Außen dienstler ebenso wie ein Kanzlerfest. „Bei uns kriegen Sie Küche, Weinkeller und Künstler“, beschreibt Berkovics sein Pal-System.

Wenn die Orthopädie-Firma Otto Bock zum Jubiläumsfest nach etwas Besonderem sucht, dann lotst er sogar Liza Minnelli für über 200 000 Mark nach Duderstadt. „Da haben wir Maßstäbe gesetzt“, sagt ein Marketingmann der Firma stolz. „Auch wenn einige Leute dachten, wir seien größtenwahnsinnig geworden.“

Im Gegensatz zu Schmidt werden die Stars bei Berkovics bezahlt. Mitunter reicht ihm noch ein Handschlag als Vertrag „wie früher beim Pferdekauf“.

Frank Martius von der Münchner Agentur stars & conceptions ist einer seiner Konkurrenten. Auch er besorgt alles: Charlton Heston als alternden Ben Hur zur Eröffnung eines Möbelhauses; Harald Juhnke für eine Fußball-Gala; Til Schweiger als Schmuckstück einer Kino-Eröffnungsfeier.

Seine Angebote reichen von „regionalen Artisten, Humoristen, Conferenciers“ (ab 3000 Mark) bis zur Kategorie „absolute Weltstars“ (ab 200 000 Mark). „Prominenz bringt's“, lautet sein Firmenmotto. „Nur der Mythos lockt die Leute an den Ort des Geschehens.“ Den vergangenen Wiener Opernball motzte er mit dem verstaubten Hollywood-Glanz von Bo Derek und Maximilian Schell, Jane Russell und Mickey Rooney auf.

Der nächste Schritt der Prominentenvermarktung ist bereits getan: Die Stars verscherbeln ihren Kult in Eigenregie. Claudia Schiffer hält für ihr „Fashion Café“ das Gesicht hin. Und Arnold Schwarzenegger kommt eigens nach Berlin, um die dortige „Planet Hollywood“-Dependance einzuweihen, an der er beteiligt ist.

Berlin glaubt eine schillernde Nacht lang, eine Metropole zu sein. Und viele werden noch jahrelang in die Kneipe rennen, weil dort auch der Terminator saß.

Die wahren VIPs lockt Geld nicht mehr. Jahrelang boten RTL und Boxpro-