

Bier, Burger, Busen

Die US-Kette Hooters kommt nach Deutschland. Es gibt das übliche Fast Food – dafür wird es von halbnackten Mädchen serviert, die auch tanzen.

Harry Grindrod war 16 Jahre alt, als er den Grundstein für sein äußeres Erscheinungsbild legte – mit einem Burger. Mit 18 gewann er seinen ersten Wettbewerb: Er verschlang sieben Whopper. In zehn Minuten.

Inzwischen ist Grindrod 55. Er wiegt 150 Kilogramm und muss Herztabletten nehmen. Manchmal, so Grindrod, esse er auch einen Salat. „Aber irgendwie brauch ich immer noch was dazu.“

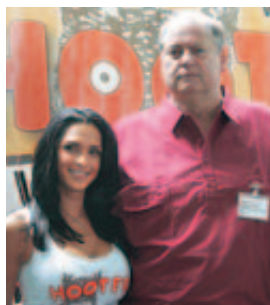
Diesen Mittag sind es Hähnchenflügel. Grindrod, Europa-Chef der Fast-Food-Kette Hooters, sitzt neben einigen Bauarbeitern in den ersten deutschen Hooters-Filiale in Neunkirchen bei Saarbrücken. Der Amerikaner saugt das fettige Fleisch vom Knochen. Die scharfe Sauce klebt an seinem Kinn.

Am Tag zuvor probierte er schon morgens Kraut- und Kartoffelsalat und später kalte Hot Dogs. Grindrod, Sohn eines in Deutschland stationierten US-Soldaten, wacht über den industriellen Tiefkühlgeschmack der Produkte, der weltweit identisch sein soll.

Schon seit Jahren bewegt sich der Burger-Boss im Souterrain des guten Geschmacks: Er half, Europa mit Dunkin' Donuts- und Burger-King-Läden zu überziehen, und war für die Kette Thank God it's Friday's unterwegs. Nun soll er die Deutschen zu Hooters bringen.

„Kann ich noch was für dich tun, Harry?“, fragt Hooters-Bedienung Sandy, die an diesem Tag ihre ersten Testgäste bedient und über ein Casting an den Job gekommen ist. Sandy trägt ein enges Top, ein kurzes Höschen und beugt sich so tief zu Grindrod, als sollte der ihr Dekolleté auf Pigmentstörungen untersuchen. Die 22-Jährige hat bisher vergebens versucht, zum Film oder zum Fernsehen zu kommen. „Das hier“, glaubt sie, „könnte aber ein Sprungbrett sein.“

Eben musste sie den Ententanz machen und dann mit den extra eingeflogenen Hooters-Girls aus den USA in einer Art Bunny-Polnaise durch das noch nicht ganz fertige Restaurant hüpfen.



Kellnerin, Manager Grindrod
Lecker Mädchen



Hooters-Girls: Ständig erneuerbare Ressource

Die Gründer der Kette, sechs voyeuristische Kleinunternehmer aus dem Mittleren Westen der USA, hätten ihre Freude an den lernwilligen deutschen Mädels.

1983 legten die Männer 140 000 Dollar zusammen und eröffneten die erste Hooters-Beach-Bar in Florida. Es gab Fingerfood, Oldies aus der Jukebox und lecker Mädchen. Das ungehemmte Spannen bei Bier und Burger schien eine Marktlücke. Inzwischen gibt es über 400 Restaurants in 19 Ländern, die meisten davon betreiben Franchise-Nehmer. Vor gut zwei Jahren nahm sogar eine Hooters-Fluglinie in den USA den Betrieb auf – entsprechend üppige Verpflegung an Bord inklusive.

Hooters zähle zu den am schnellsten wachsenden Ketten in der Branche. Heißt es. Das stimmt vor allem dann, wenn man die Fälschungen berücksichtigt, die Harry Grindrod dauernd irgendwo unterkommen: Ständig muss er, wie etwa vor einigen Jahren in Bremen, Hooters-Läden dichtmachen, die keine Lizenz haben. Im österreichischen Feldkirchen, so Grindrod empfört, „gab es sogar Schnitzel“.

Das Schlimmste in solchen Läden und überhaupt scheinen für Grindrod unmotivierte Kellnerinnen zu sein. Ein Hooters-Girl habe immer „camera-ready“ zu sein, das stehe auch in den Verhaltensmaßregeln. Eine optimistische Haltung, so die entwaffnend schlichte Logik, „sorgt für mehr Geld und Zufriedenheit“. Jeder habe Probleme, „aber die lassen wir zu Hause“.

Für die Mädchen gelte das 1,6-Meter-Gesetz: Spätestens dann muss Augenkontakt zu jedem Gast aufgenommen werden. „Welcome to Hooters“, schreien die Mädchen

einem rot anlaufenden Bauarbeiter zu, der an diesem Tag Testesser ist und später noch testweise Geburtstag hat, wobei er sich auf einen Tisch stellen, singen und Fähnchen schwenken wird.

Einstellungsvoraussetzung für Hooters-Girls in Amerika sind offenbar auf XXL-Format operierte Brüste. Auch kleine Sprachfehler (Lispeln) scheinen hilfreich. Von Vorteil außerdem: völlige Ahnungslosigkeit über Arbeitnehmerrechte. Die Frage nach einer Vertretung ihrer Interessen beantwortet Sara, 25, aus Georgia mit dem Hinweis auf die „Human Resources“-Abteilung. Auf Nachfrage nach einem Betriebsrat weist sie lachend darauf hin, dass die Tür der Manager für sie immer offen stehe. Ihre Freundin Michelle ist bereits acht Jahre bei Hooters. Sie arbeite in einem Restaurant in Texas und bekomme von Hooters 2,13 Dollar pro Stunde, so Michelle.

Prekäre Arbeitsverhältnisse sind für die rund 15 000 Hooters-Bedienungen die Regel: In der gerade eröffneten Filiale in Neunkirchen etwa sind die wenigsten der 40 Kellnerinnen fest angestellt. Sie sind eine ständig erneuerbare Ressource.

Im „Media Statement“ des Unternehmens aus Atlanta steht, die Frauenrechtsbewegung sei wichtig, weil sie Frauen das Recht gebe, ihre Karriere frei zu wählen. „Hooters unterstützt Frauen“, sagt Sara.

Am liebsten allerdings, wenn sie möglichst wenig anhaben. Bei Wet-T-Shirt-Contests etwa oder als Kalender-Girls.

Geradezu vorbildlich verlief die Karriere der berühmtesten Hooters-Kellnerin Jesse Jane aus Texas. Bereits mit 17 kam sie zu Hooters. Sie ließ sich die Brüste operieren, arbeitete fünf Jahre als Bedienung und Ausbilderin, dann als Pin-up-Girl.

Inzwischen dreht sie Porno-Filme.

NILS KLAWITTER