



Questico-TV-Studio, Vorstände Leppi, Kohl, Bardt und Lang: „Wenn das Feedback nicht gut ist, schmeißen wir den Experten raus“

TV-SHOWS

Sternstunden des Fernsehens

Auf immer mehr Sendern wimmelt es neuerdings von Astrologen, Hellsehern und Kartenlesern. Das Programm ist billig, die Branche profitabel. Und fast immer steckt hinter dem grassierenden Zukunftsfirlefanz ein kleines Berliner Unternehmen namens Questico.

Iris hat Probleme, finanziell und überhaupt. Ob das mit ihrem neuen Geschäft für Kinderkleidung und Geschenkartikel wirklich was werden kann, weiß sie nicht. Deshalb hat Iris bei Annita Daigle angerufen. Und die hat für Iris eine gute Nachricht parat: Der Laden wird eine Goldgrube, der Rest auch ganz prima.

Annitas Wissen stammt aus einer Vase, die weißen Rauch ausstößt. Mit dem bizarren Utensil steht die angeblich original indianische Schamanin mit schwarzweißem Pünktchenkostüm und tiefrheinischem Akzent in einem Studio des Fernsehsenders Astro TV und gibt entsprechend wolkige Prognosen ab für die nächsten Tage, Wochen, aber auch Jahre.

Vor allem Frauen ab dreißig rufen die ständig eingeblendete Nummer an. Ob der Mann erkrankt oder der Hund entlaufen ist, ob die Schwiegertochter trotz Entziehungskur noch weitersäuft – bei Annita wird alles gut, für 49 Cent pro Anruf. Wobei das nur die Lockangebote sind. Wenn Annita & Co. Ernst machen, wird es so teuer wie weiland bei Sex-Hotlines.

Es gibt neuerdings viele Annitas im deutschen Fernsehen. Sie legen Karten oder Steine, stöbern im Rauch oder schauen in die Sterne. Wer Seelenheil sucht, kann es inzwischen fast überall finden. Bei Schamanen, Kartenlegern oder Hellsehern werden zu psychedelischer Spannungshintergrundmusik im Drei- bis Fünf-Minuten-Takt auch die härtesten Probleme weggeraucht, -gedeutet und -gequatscht.

Und hinter fast allen dieser esoterischen TV-Shows steckt das Berliner Unternehmen Questico. Der eigene Sender Astro TV ist über Satellit in 15 Millionen Haushalten empfangbar und sendet täglich 20 Stunden live aus den Studios in Berlin, Düsseldorf und München. Zusätzlich versorgt Questico zahlreiche regionale Sender mit Hokuspokus. Auch bei Neun Live kann man sich zwischen Buchstabensalat und heiterem Bilderrätsel von Questico-Beratern in die Karten gucken lassen.

Die Berliner sind nicht nur im Fernsehen aktiv, Questico stellt ein ganzes Astro-Imperium: Die Zeitschrift „Zukunftsblick“ wird angeblich jeden Monat an den Kios-

ken der Republik mindestens 80000-mal verkauft. Wer Horoskope in der Boulevard- und Klatschpresse liest, hat es meist ebenso mit Questico-Produkten zu tun wie die Nutzer von Internet-Horoskopen bei RTL, Sat.1, ProSieben, Yahoo oder AOL.

Das Kerngeschäft des Unternehmens allerdings ist esoterische Zukunftsdeutung via Telefon. Mehr als 1500 selbständige Lebensberater hat das Berliner Unternehmen angeblich zu bieten. Außerhalb der Drei-Minuten-Fernsehgrenzen gibt es noch mehr Muße für ganz viele Probleme und ganz lange Gespräche. Bei Zukunftsdeutungen über das Festnetz dürfen die Berater maximal zwei Euro pro Minute verlangen. Wenn die Telekom ihr Geld bekommen hat, bleiben dem Zukunftsdeuter 60 Prozent, den Rest streicht Questico ein.

Wer sich durch die Fern(seh)-Diagnosen zapft oder die Selbstdarstellungen der Laien-Seelenretter im Internet studiert, könnte glauben, dass hier vor allem reifere Hausfrauen oder unterbeschäftigte Ex-Sachbearbeiterinnen wirken, die eine Bergkristallkugel auf dem Dachboden ge-



Astrologe Noé, Lebensberater: Zukunftsblicke am laufenden Band für die Zielgruppe weiblich, dreißig plus

funden haben. Ein staatlich anerkanntes Hellseherdiplom gibt es nicht. Medium sein kann jeder. Dennoch glaubt Questico, gute Berater zu finden. „Sie müssen uns erklären, was sie vorher gemacht haben – und warum sie meinen, jetzt Astrologe werden zu können“, sagt Questico-Chef Sylvius Bardt. Nur einer von 20 Bewerbern komme in den Pool und sei dann stets dem Urteil der Verbraucher unterworfen. „Wenn das Feedback von den Kunden nicht gut ist, schmeißen wir den Experten raus“, sagt Bardt.

Die Idee für das Geschäft mit den Sternen stammt aus Amerika. Kurz vor der Jahrtausendwende trafen sich die angehenden Jungunternehmer Bryan Leppi und Dieter Lang in einer Bar in San Francisco. Sie wollten ein Geschäftsmodell aus den USA nach Deutschland bringen. Irgendwie. Fast hätten sie auf Tierfutter gesetzt. Schließlich wurde es dann aber doch ein Beratungsangebot per Telefon.

Leppi und Lang rekrutierten den Techniker Ulrich Kohl und den Manager Sylvius Bardt. Das Startkapital, sieben Millionen Euro, kam von dem Finanzinvestor Wellington Partners. Eigentlich wollte das Quartett Beratungen aller Art anbieten: Recht, Gesundheit, Alltägliches. Doch schnell konzentrierten sie sich auf den einzigen Bereich, der brummte: Astrologie und sonstige Hellsichtigkeit.

Heute residiert Questico in einem modernen Berliner Bürogebäude nahe beim alten Checkpoint Charlie. Umsatz im vergangenen Jahr: rund 45 Millionen Euro. „Wir sind ein schnell wachsendes Unternehmen, und wir sind profitabel“, sagt Questico-Boss Bardt, der sein eigenes

Horoskop noch nie gelesen hat. Dafür hat er drei Abschlüsse in Wirtschaft, früher mal Suppen verkauft und schon beim Konsumgüterhersteller Procter & Gamble gearbeitet.

Für einen guten Teil seines Umsatzes ist Winfried Noé verantwortlich. Der 51-jährige Ex-Jurist mit der hohen Stirn ist eine Art Sternsinger des Unternehmens.

Anfang der achtziger Jahre entschloss er sich, sein Rechtsreferendariat bei der Münchner Staatsanwaltschaft hinzuschmeißen und Sterndeuter zu werden. Er träumte von Geld, Ruhm und einem Haus am Starnberger See, aber der Erfolg blieb erst einmal aus.

Doch dann, so erzählt er es jedenfalls, speiste er im Sommer 1982 mit Hubert Burda und fragte dessen Begleiterin nach ihrem Geburtstag. „Ich habe seiner Freundin ein Horoskop erstellt, eine kleine Persönlichkeitsanalyse aus dem Kopf“, sagt Noé. Kurz darauf war er Hausastrologe des Burda-Blattes „Bunte“, Radiosendungen folgten, schließlich das Fernsehen.

Inzwischen hat es auch mit dem Haus am Starnberger See geklappt – auch, wenn es seiner Frau gehört. Banker, Politiker und Unternehmer, sagt Noé, stiegen für den astrologischen Rat regelmäßig die Treppe zu seinem Beratungszimmer im Tiefparterre hinab, das – vom Sternzeichenkitsch an der Wand mal abgesehen – auch gut in jedes Finanzamt einer deutschen Kleinstadt passen könnte.

370 Euro kosten anderthalb Stunden. Trotzdem habe er mit Astrologie nie viel Geld verdient, sagt Noé. „Ich mache sehr viel an der Börse. Aber natürlich hilft mir die Astrologie dabei sehr.“ Für den Herbst

kündigt er einen Kurssturz an: 20 Prozent wird es abwärtsgehen.

Seit 2003 gehört die Marke Noé samt Namensgeber offiziell zum Questico-Imperium und ist seitdem omnipräsent. Seine eigene Show heißt „Noé Astro TV“ und wird am Wochenende zur besten Sendezeit von zahlreichen Regionalsendern ausgestrahlt. Da sitzen Noé und seine Co-Moderatorin Andrea Plewig dann vor Blumengesteck und Laptop und reden zum Beispiel übers Autofahren.

Zwillinge brauchen einen Fuhrpark, Krebse sind grundsätzlich Technikuschen, aber bei Pannen total hilfsbereit. Und ganz wichtig: Niemals einen Wagen kaufen, wenn der Merkur rückläufig ist und auch noch Uranus-Spannungen auftreten. Das gibt nur Ärger. Sagt zumindest der Astrologe Michael Allgeier, den Noé und Plewig als Studiogast geladen haben.

Studiogast Claudia, die in der Werbung arbeitet, will wissen, wie es beruflich weitergeht. Sie befinde sich gerade in einer Phase des Neuanfangs, sagt Noé, und könne sehr gut mit neuen Projekten beginnen. Aber im kommenden Jahr brauche sie Verbündete, weil dann Pluto im Transit im Quadrat zu ihrer Sonne steht. Oder so ähnlich.

Die Zukunftsperspektiven für Noé und Co. sind – Mars hin, transitfreier Pluto her – nicht schlecht. Jeder fünfte Deutsche, so ermittelten Demoskopien, glaubt an die Macht der Sterne. „Ich denke schon, dass Questico auch in diesem Jahr wieder zwischen 30 und 50 Prozent wachsen wird“, sagt Questico-Vorstandschef Bardt. Der Markt sei „riesig – und wir machen ihn erst auf“.

CHRISTIAN BURGDORF