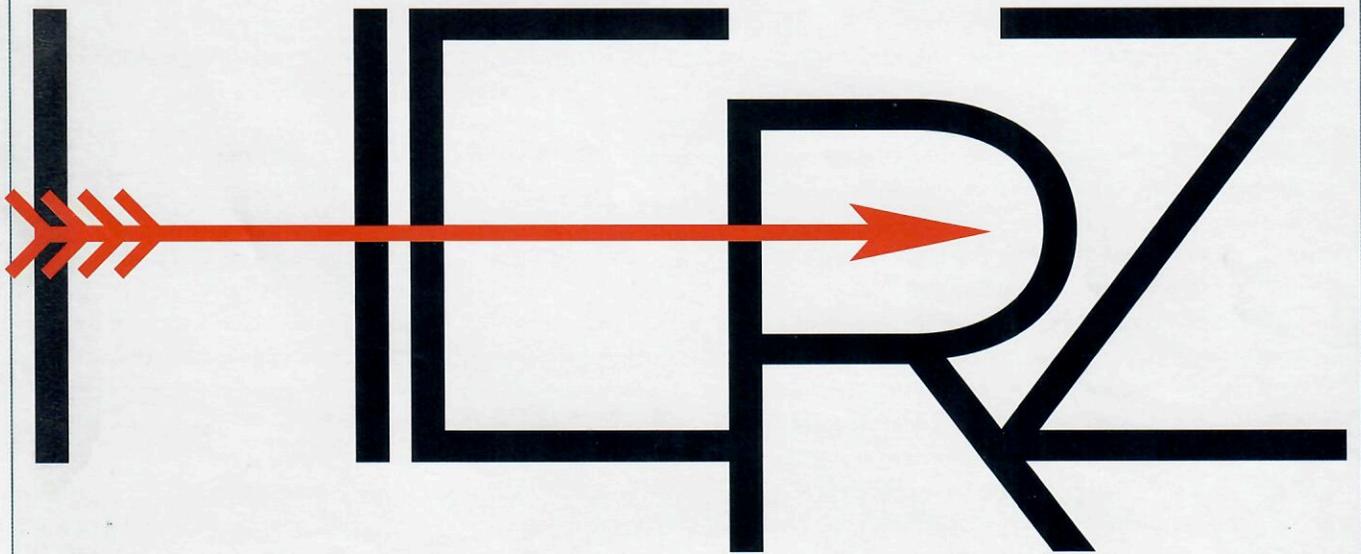




Ms. Lotheringham

# Headhunter fürs



Auch Millionäre wollen geliebt werden.  
Deshalb schalten Reiche, Einflussreiche und  
Erfolgreiche immer öfter professionelle  
Agenturen zur Partnervermittlung ein.

**Text** Claudia Bodin, Yorca Schmidt-Junker  
**Illustrationen** Edwin Fotheringham

**Janis Spindel ist wieder auf der Jagd.** Gerade hat sie einen attraktiven Mittvierziger im grauen Nadelstreifen erspäht. Sie schnellte von ihrem Platz im Café auf der Upper East Side hoch und stellt den potenziellen Kandidaten an der nächsten Straßenkreuzung. Ihre Strategie ist einfach und direkt. „Sind Sie noch zu haben?“, fragt sie den verdutzten Mann.

So manchen Kunden findet Janis Spindel bei Frontalangriffen wie diesem. Die Trefferquote ist hoch. Immerhin sind drei Millionen der acht Millionen New Yorker alleinstehend. In der Regel läuft es allerdings andersherum, und die Männer treten mit ihr in Kontakt. Die „Königin der Ehestifterinnen“, so das „New York Times Magazine“, sucht für Manhattans Investmentbanker, Anwälte und Unternehmer die richtige Frau. „Meine Kunden sind anspruchsvoll und viel beschäftigt. Ich übernehme für sie die Vorauswahl“, so die Anfang 50-Jährige. 25 000 Dollar Aufnahmegebühr kostet ihr Service. Weitere 1000 fallen für die Vermittlung von zwölf Dates innerhalb eines Jahres an. Hinzu kommen einige 1000 Dollar für Imageberater, Innenausstatter oder den Schnellkurs in Sachen Umgangsformen. Ob neue Zähne, eine neue Frisur, ein überarbeitetes Outfit oder stilvolle Schlafzimmerelemente. Frau Spindel scheut keine Mühe, um ihre Männer an die Frau zu bringen.

Mit Erfolg. Bei vielen funkt es bereits beim dritten handverlesenen Date. Mehr als 750 Ehen und rund 1000 Beziehungen hat sie nach eigenen Angaben in 13 Jahren professionell gestiftet. In der Hoffnung, an einen der zum Teil millionenschweren Kandidaten vermittelt zu werden, bewerben sich pro Tag im Schnitt 100 Frauen bei der Vermittlung. 1000 Dollar zahlen sie, um in ihre Kartei aufgenommen werden. Eine Handvoll schafft es. Findet die Vermittlerin unter den 6800 Kandidatinnen in ihrer Datenbank nicht das Optimale, legt sie sich durchaus auch in der Kosmetikabteilung eines Luxuskaufhauses oder im Fitness-Studio auf die Lauer. Für anspruchsvolle Kunden veranstaltet sie Casting-Partys, um die Traumfrau zu finden. Wonach die Männer suchen? „Ganz einfach: nach einer Frau, die gut aussieht, eine hervorragende Figur hat und nicht auf den Kopf gefallen ist; meine Kunden wollen auch intellektuell stimuliert werden“, sagt Spindel.

Der Mittvierziger im Nadelstreifen rief ein paar Tage später tatsächlich bei Spindel Serious Matchmaking an. Die Chefin lud ihn zu einer ihrer Single-Partys in einem italienischen Restaurant in der Upper West Side ein. Dort balzen rasierwasser-parfümierte Herren im Alter von 30 bis Ende 60 um die Gunst attraktiver Damen. Es ist wie Naschen vom bunten Teller, auf einen Mann kommen vier Frauen. Mutter Spindel wacht über die Party wie eine Glucke, die ihre Küken zusammenhält. Hedge-Fonds-Manager, die sonst über Millionen entscheiden, treten bei der Vermittlerin wie artige Jungs an, um über Erfolge oder Misserfolge beim letzten Date Bericht zu erstatten.

Die Partys dienen auch dazu, männliche Kunden anzulocken und die Frauenkartei aufzufrischen. Der Herr im Nadelstreifen ist vom Angebot angetan. Er entschließt sich dazu,

Spindel zu engagieren. Sein Job lasse ihm kaum Zeit für ein Privatleben, so der Anwalt. „Online-Dating schreckt mich ab, weil sich im Internet so viele Verrückte tummeln.“ Die Prozedur sieht so aus: Janis Spindel lässt sich von dem Anwalt zum fiktiven Date ausführen, um alles Erdenkliche über seine Person und seine konkreten Vorlieben zu erfahren. Die Ehestifterin gilt als brutal offen und ist für ihre Neugierde berüchtigt. Nach genauem Background-Check stattet die energische Dame ihrem Neukunden einen Hausbesuch ab. Wenige Tage später verpasst sie ihm sein erstes richtiges Date.

Früher arbeitete Spindel in der Textilbranche. Nachdem sie privat schon 14 Paare aus ihrem Bekanntenkreis erfolgreich verkuppelt hatte, kam ihr die Idee, ein Geschäft daraus zu machen. Zunächst spezialisierte sie sich auf die Wall Street, wo ihr Mann damals arbeitete. Die beiden sind mehr als 20 Jahre verheiratet und haben zwei Töchter. Als persönlicher Trainer, der die Kunden in Form bringt, ist der Gatte inzwischen Teil des Spindel-Unternehmens, das unlängst auch einen exklusiven Online-Dating-Service gestartet hat. Als die „New York Times“ Frau Spindel 1999 ein Porträt widmete, riefen prompt 40 liebeshungrige New Yorker bei der Zeitung an, um mehr über den Service zu erfahren. Damals lag Spindels Honorar noch bei 10 000 Dollar. Die Geschäfte auf dem Heiratsmarkt entwickeln sich also blendend.

So stolz sie auf ihre Arbeit ist, ihre Kunden empfinden leider anders. Gewiss, sie lassen nach erfolgreicher Vermittlung öfter großzügige Geschenke springen. Einmal war ein Auto dabei. Manchmal gibt es ein Schmuckstück, oftmals Geld. 250 000 Dollar ließ ihr ein hochzufriedener Kunde als Bonus zukommen. Empfohlen wird Spindels Service jedoch nach wie vor nur hinter vorgehaltener Hand. Zu sehr schämen sich die Männer dafür, bei der Frauensuche auf Hilfe angewiesen gewesen zu sein. Und so wartet Lady Love immer noch auf das, was sie als das ultimative Dankeschön empfinden würde – den Tag, an dem sie von einem ihrer Kunden zur Hochzeit eingeladen wird.

**Auch in Europa boomt der Heiratsmarkt** der Superreichen. Aber hier läuft alles nach anderen Spielregeln ab als im progressiven New York. Leiser, diskreter. In Europa blickt man schließlich auf eine jahrhundertealte Tradition der Ehevermittlung und zweckdienlichen Kuppelei zurück. Schon im antiken Rom diente die Ehestiftung oft der Staatsräson. Die Fugger, Medici und Habsburger verfahren im Verlauf der Jahrhunderte nach dem gleichen Prinzip. Große Dynastien vertrauten nicht auf den Zufall oder die allzu unberechenbare Liebe.

Besonders der Adel zelebrierte diese Form der machiavelistischen Heiratspolitik, das aufstrebende Bürgertum zog ab dem 18. Jahrhundert nach. Auch die Gelddynastien der Rothschilds, Flicks und Thyssens blieben in der Neuzeit lieber unter ihresgleichen. Die exklusiven Ehestifter im angehenden dritten Jahrtausend sehen sich in dieser Tradition – mit einem wesentlichen Unterschied: Sie bauen auch auf die Gefühle ihrer superben Kundschaft.

II O



Fernab des berühmt-berüchtigten Heiratsmarkts im Anzeigenteil der „FAZ“ und der „Zeit“, wo vermeintliche Millionäre in kryptischer Rosamunde-Pilcher-Manier nach einer zuverlässigen, zärtlichen Gemahlin suchen, hat sich ein äußerst lukrativer Geschäftszweig etabliert, dessen höchste Währung die Diskretion ist. Luxusagenturen, die eine Dienstleitung der speziellen Art anbieten: Erfolgsmenschen und Superreiche an den geeigneten Partner zu bringen.

Als Pionierin dieser Branche gilt eine Dame mit dem einprägsamen Namen Claudia Püschel-Knies. Vor 32 Jahren legte sie den Grundstein für das Geschäft mit der Edelkuppellei und gründete diverse Büros in besten Geschäftslagen wie der Königsallee in Düsseldorf und der Maximilianstraße in München. Ihre Kunden bezog sie zunächst über Anzeigen in arrivierten Zeitungen; und obwohl die Anzeigentexte nicht selten so klingen, als wären sie von „Titanic“-Redakteuren verfasst, konnte sich Frau Püschel-Knies, die im wahren Leben Frau Bauer heißt, vor betuchten Klienten bald nicht mehr retten.

Das Geschäftsmodell hatte sich also am Markt etabliert: Eine neue, zukunftssträchtige Branche ward geboren. Dabei profitieren die High-Class-Vermittlungen von einem Trend in der Entwicklung des gesellschaftlichen Gefüges. Die Anzahl der Menschen mit Vermögen wächst. Der aktuelle World Wealth Report zählt 8,7 Millionen Millionäre weltweit, Tendenz steigend. Und die Zahl der Superreichen mit Vermögen von über 30 Millionen Dollar steigt überproportional stark an.

**Gerade diese Klientel** tut sich schwer mit der Partnersuche auf freier Wildbahn. „Viele der Megareichen haben schlechte Erfahrungen gemacht: finanzielle und emotionale Ausbeutung durch falsche Freunde oder Lebenspartner, teure Scheidungen. Außerdem fehlt ihnen schlicht die Zeit, in der Welt da draußen den oder die Richtige zu finden“, sagt Hans-Paul Schermer, Inhaber der Partnervermittlung Institut Lord. Seit 23 Jahren ist der gebürtige Dortmunder als Heiratsvermittler tätig. Angefangen hat der ehemalige Metzger mit einer „Partnervermittlung für das Fleischerhandwerk“ in Witten, heute betreut er eine ausgewählte Klientel vom beschaulichen Grabs im schweizerischen Kanton St. Gallen. Zudem befindet sich der Unternehmenssitz taktisch günstig an der Grenze zu Liechtenstein, wo Macht, Millionen und Adelstitel bekanntlich eine hohe Konzentration genießen.

Zur Kundschaft des Instituts Lord, einer der exklusivsten Partnervermittlungen Europas, gehören die Eliten aus Industrie, Wirtschaft und Adel. Sogar aus dem fernen Japan reisen Konzernmogule an, um mittels seiner Hilfe auf europäische Brautschau zu gehen. Doch warum brauchen ihn diese Kunden überhaupt? Was kann er diesen erfolgsverwöhnten Menschen bieten, was sie nicht aus eigener Kraft leisten können?

„Ich kann ihnen genau den Partner vermitteln, den sie sich wünschen. Ich liefere ihnen die Erfüllung all ihrer Ansprüche“, so Schermer. Wer den Bau des Eigenheims einem Star-Archi-

tekten wie Frank Gehry überträgt, wer Köche, Reitlehrer und mindestens fünf Gärtner beschäftigt, der überlässt etwas so Essenzielles wie die Partnerwahl nicht dem Zufall. Die verwöhnte Klientel ist es gewohnt, zu delegieren, selbst wenn es um Herzensangelegenheiten geht. Man möchte unter seinesgleichen bleiben, sich nicht den Gefahren einer Liebschaft aussetzen, die auf purem Profit aus ist. Deshalb vertraut man sich einer neutralen Instanz an, die ihr mittels exklusiver Selektion geeignete Kontakte verschafft. „Ein Heiratsvermittler verfolgt – abgesehen von seinem Honorar – keine persönlichen Interessen, was die Auswahl eines potenziellen Partners betrifft“, fasst Vermittler Schermer zusammen, „im Gegenteil, er ist unvoreingenommen und neutral; das weiß der Kunde, und aus diesem Grund vertraut er mir.“

**Solches Vertrauen hat seinen Preis.** Für die Schermer-schen Dienste blättert der potente Heiratsaspirant oder die ehewillige Kundin zwischen 12 000 und 25 000 Schweizer Franken auf den Tisch. Im Gegenzug bietet der Erfolgsvermittler eine Betreuung der Extraklasse: Exklusiv-Präsentation von geeigneten Kandidaten und Kandidatinnen, First-Date Arrangements in glamourösen Locations, gerne auch mit Helikopter-Service, den die Klientel dann natürlich extra bezahlen muss. Für „gewöhnliche“ Dates steht dem Kunden der agentureigene Bentley zur Verfügung.

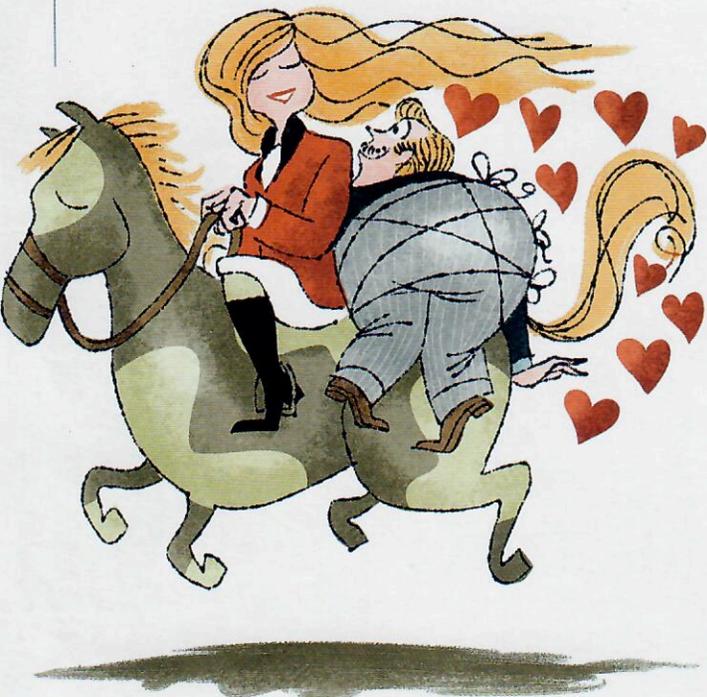
Dass dieses Honorar mitunter hart verdient ist, verwundert nicht. Denn die Klienten sind verwöhnt, ja mitunter kapriziös, der Verschleiß von Kontakten hoch. Bestes Beispiel: die 23-jährige Tochter eines großen, international tätigen Autohändlers, die standesgemäß unter die Haube gebracht werden soll. „Eine Woche will sie einen 60-Jährigen, der am besten impotent sein soll, dann wieder darf es ein unternehmungslustiger Erbe in den Dreißigern sein, der es gerne krachen lässt. Übermorgen dann will sie einen Baron von altem Adel. Aber natürlich sollen alle Multimillionäre sein“, stöhnt der Heiratsvermittler.

Gerade seine weibliche Kundschaft hat oft höchst anspruchsvolle Vorstellungen vom persönlichen Traummann. So berichtet der Vermittler von einer russischen Operndiva, die unbedingt einen Schweizer Bankier ehelichen wollte. Nachdem sie bereits drei Herren der genannten Kategorie verschlissen hatte, war der Luxuskuppler dem Nervenzusammenbruch nahe. Doch auch hier gab es schließlich ein Happy End: Nachdem die Primadonna ein Einsehen hatte, dass Banker ihrem Künstler temperament nicht gewachsen waren, erklärte sie sich bereit, einen vermögenden Pharmafabrikanten und Hobbycellisten, der über eine stattliche Sammlung russischer Ikonen verfügte, zu treffen. Es funkte sofort, und mittlerweile sind beide seit sechs Jahren glücklich verheiratet.

Doch hinter vielen geglückten Arrangements steckt harte Arbeit. Ein Heiratsvermittler der Extraklasse muss genau abwägen und prüfen, wer zu wem passen könnte, wo Befindlichkeiten der Kunden liegen, welche Spleens eine gelungene Liaison verhindern könnten, welche gesellschaftlichen Hintergründe vorliegen, und ob diese kompatibel sind – Aufgaben, die ne-

ben taktischem Gespür auch psychologisches Verständnis erfordern. Dazu ist es unerlässlich, die Kunden sehr genau zu kennen; mit einem simplen Abgleich in der Computerdatei ist es nicht getan. Die Chemie der Partner in spe muss bereits im molekularen Zustand stimmen; beim Treffen unter vier Augen entscheiden dann die Kandidaten selbst, ob der Vermittler bei seiner Synthese richtig lag.

Bestätigt sich seine Auswahl als treffend, gibt ihm in Folge die Statistik recht: Erwiesenermaßen halten Partnerschaften, die durch professionelle Vermittlung entstanden, länger als Zufallsbekanntschaften. Begründet wird diese Erkenntnis damit,



dass bei arrangierten Bündnissen konsequent auf Faktoren gebaut wird, die soziologisch betrachtet als Garanten für eine ideale Verbindung gelten: analoge geistige Wellenlänge, deckungsgleiche oder sich ergänzende soziale Hintergründe, gemeinsame Interessen. Wenn die Rahmenbedingungen im Vorfeld bereits stimmen, entwickeln sich darauf aufbauende Emotionen stabiler als beim Kasus Zufallsliebe. Ein triftiges Argument für Klienten, deren Vorfahren schon auf Kuppelei bauten.

**Auch Christa Appelt** lebt vom Cupido-Spiel für betuchte Menschen. Die ehemalige Ministerialangestellte gründete 1992 ihr erstes Büro für die Vermittlung der oberen Zehntausend und unterhält mittlerweile sechs Dependancen, so auch in Berlin und Zürich. Weil jeder sechste ihrer Kunden aus dem Ausland stammt, bietet sie ihre Dienste auch in London oder anderen europäischen Metropolen an.

Hat ein Kunde oder eine Kundin erst einmal Kontakt mit ihr aufgenommen, wird ausgehandelt, wo das persönliche Treffen stattfindet. Öffentlich zugängliche Spots sind dabei tabu; die Klientel legt Wert auf ein neutrales Terrain wie etwa luxuriöse Hotels. Manchmal erwartet ein millionenschwerer Konzernchef Frau Appelt auch in seinem Büro. Hier und da öffnen sich ihr schon einmal die Pforten eines mondänen Zuhauses. Gibt es auch Kunden, die sie in ihrem Büro in Berlin aufsuchen? „Natürlich kommen Kunden zu mir, aber bei vielen ist doch eine gewisse Scheu da“, bekennt die 51-Jährige.

Gerade Männern sei es mitunter peinlich, sie zu konsultieren. Viele empfinden das erste Treffen mit der Edelkuppplerin als erniedrigend, gleichsam als Eingeständnis von Versagen. Sie sitzen mit verschränkten Armen vor ihr, wortkarg und ihrem Blick ausweichend. „Ich versuche dann, ihnen das Gefühl zu geben, dass sie eine Dienstleistung wie jede andere auch in Anspruch nehmen“, so Frau Appelt. Die Mutter von zwei erwachsenen Söhnen weiß um die oftmals desolote Gefühlslage ihrer Klienten.

Es gilt nun, ihnen zu suggerieren, dass nicht nur ihr Geld sondern auch ihr Vertrauen gut investiert ist. Der Gang zum Partnervermittler hat fast immer auch eine therapeutische Komponente. „Eine meiner wichtigsten Aufgaben ist es, zuzuhören. Ich muss die Gefühle des Kunden verinnerlichen, um seine Wünsche im Bezug auf einen neuen Partner definieren zu können.“ Mit der nötigen Portion Normalität und Unbefangenheit versucht sie der Situation das Demütigende zu nehmen. Zwar muss ein Kunde sich ihr emotional und finanziell in einer gewissen Art ausliefern, dafür bieten ihre Dienste einen unschätzbaren Vorteil: Die Vermittlerin agiert stets als Puffer, indem sie die Kontaktaufnahme und bei Nichtgefallen auch Absagen im Auftrag der Klienten abwickelt. Damit schützt sie den Kunden vor unliebsamen Verpflichtungen und ungewollten emotionalen Verstrickungen. Gerade Angehörige der Hautevolee schätzen diesen diskreten Service; sind sie doch auch in emotionalen Angelegenheiten darauf bedacht, nicht allzu sehr in den Vordergrund zu treten.

Dank ihrer illustren Kundschaft verfügen die Upper-Class-Kupppler über ein beneidenswertes Netzwerk und beste Kontakte. Gleichzeitig sind sie Hüter von intimen Society-Geheimnissen, die unbedingt gewahrt werden müssen. Der Preis für das Vertrauen, das ihnen entgegengebracht wird, ist – neben absoluter Verschwiegenheit – die eigene, totale Zurückhaltung auf dem gesellschaftlichen Parkett. Deshalb wird auch Frau Appelt niemals auf eine von ihr gestiftete Hochzeit gehen können – ebenso wenig wie Ihre Kollegin Janis Spindel im fernen New York...

**Janis Spindel Serious Matchmaking**

Tel. 0 01/212/9 87 15 82  
www.janisspindelmatchmaker.com

**Institut Lord**

Tel. 00 41/81/7 71 21 73  
www.lord.ch

**Christa Appelt**

Tel. 0 30/2147 85 87  
www.christa-appelt.de