

27.11.97

Tagebuch

Drin ist, was draufsteht

Trocken und bitter im Abgang: „Viel Spaß mit meiner Frau“ (Sat.1)

Der Titel täuscht. „Viel Spaß mit meiner Frau“ von Peter Welz ist eine Komödie mit tieferer Bedeutung. Gleich den Anfang kann, wer will, symbolisch lesen: Herr Apel aus Dresden gewinnt in einem Preisausschreiber, an dem er gar nicht teilgenommen hat. Her Apel gewinnt einen Korkenzieher, ein Präsent, das freilich nur dann richtig Freude macht, wenn Wein zur Hand ist. Darum hat der nette Herr, der den Korkenzieher übergibt, einige Flaschen mitgebracht, die es gratis zu probieren, dann aber nicht mehr gratis zu bestellen gibt.

Man ahnt schon, was dann kommt; es kommt aber nicht. Der Vertreter stammt nicht aus dem Westen, und er ist nicht mit allen Wassern gewaschen. Siggie Fiebelkorn von der Firma „Pierre Dupont“ hat selbst nach der Wende seinen Job verloren, er spricht kein Wort Französisch und trinkt privat lieber Bier. Entsprechend schwungvoll preist er seine Weine: „Weißer Bordeaux, mit Appellation, zwölf Prozent, wird sehr gerne getrunken, fruchtig und mit wenig Säure.“

Harald Apel seinerseits ist weit entfernt vom tapsigen Ossi, wie ihn uns die deutschen Komödien mit Vorliebe präsentieren. Einst Funktionär im französischen Außendienst, hat er sich nun der gehobenen Untätigkeit verschrieben, liest, hört Musik, trinkt guten Wein und wäre es zu Frieden, hetzte ihn nicht seine ehrgeizige Frau zu Bewerbungsgesprächen auf Führungspositionen. Einen solchen Termin hätte Herr Apel an dem Tag, an dem ihn Herr Fiebelkorn besucht. Er kann ihn aber nicht wahrnehmen, da er sich lieber mit den Proben aus dem Hause Dupont betrinkt. Also geht an seiner Stelle der hilfsbereite Fiebelkorn. Und da der Personalchef ihn nicht ausreden läßt, bekommt er die Stelle.

Pierre Dupont ist eine bedeutsame Figur in diesem Film, obwohl er nicht in Erscheinung tritt und der kritische Konsument bezweifeln mag, daß er überhaupt existiert. Denn niemand hier ist so ganz der, der zu sein er scheint. An den Kaufhauskassen sitzen Akademiker, der russische Manager ist Fiebelkorn noch als Kaviarschieber und KGB-Mann vertraut. So kommen auch Apel und Fiebelkorn überein, heimlich die Rollen zu tauschen. Der eine macht Karriere, der andere widmet sich seiner Liebe zum Wein. Selbst die Gattinnen spielen gerne mit.

Die Komödie, von einer Dresdner Produktionsfirma gedreht, ist ein ungewöhnliches und bemerkenswertes Stück, wie man es zumal bei den Privatsendern selten sieht. Das liegt nicht nur an dem brillanten Jörg

Schüttauf als Fiebelkorn, sondern auch an der verschwenderischen Liebe zum Detail: Frau Fiebelkorn zum Beispiel, die sich in den Kopf gesetzt hat, dem finanziellen Notstand durch ein Inserat für Telefonsex beizukommen, übt schon einmal mit einer Banane als Hörer. Am Dresdner Flughafen wird ein Doktor Schneider aus Miami zum Security-Schalter gebeten. Die hektische Chefsekretärin sieht man einige Sekunden aus dem Inneren ihres Papierkorbs gefilmt und dann, wie sie in ihrer Panik zwei Hörer so nebeneinander liegen läßt, daß die Anrufer miteinander ins Gespräch kommen müssen. Beiläufig, fast schüchtern inszeniert die Regie diese kleinen Späße. Dabei gehorcht selbst die Situationskomik einem Konzept. Die allgegenwärtigen Telefone sind weit mehr als komische Requisiten. Ihr andauerndes, westdeutschebn Ohren längst nicht geläufiges Piepen läutet den Takt der neuen Zeit ein; und der Film macht kein Hehl daraus, daß er diese Zeit nicht mag. Auch der gewöhnungsbedürftige Jargon der Weintrinker, der nichts dabei findet, einen Wein „trocken“ oder gar „weinig“ zu nennen, samt seiner kommerziellen Verballhornung tönt hier nicht aus Zufall. Er entspricht dem sinnarmen, halbverstandenen Kauderwelsch, das von der öffentlichen Sprache bleibt, wenn sich die Verkäufer ih-

rer bemächtigt haben. So hört man einmal Fiebelkorns Chef, wie er mit glänzenden Augen vom „Aufbau Ost“ erzählt, „mindestens bis zum Ural“.

Man kann das auch anders sehen; und der Film wäre bestenfalls Geschmackssache, hätte er sein Unbehagen an einem Gegensatz zwischen West und Ost oder Gestern und Heute festzumachen versucht. Statt dessen zeigt er Menschen, denen ein falsches Etikett aufgeklebt wurde, mit dem sie sich, so gut es geht, verkaufen. Selbst der resignierte Herr Apel entwickelt schließlich Unternehmmergeist. Er versorgt seine neue Kundschaft, indem er ein Gebäu namens „Charme Rouge“, das man bei Fiebelkorns trinkt, aus der praktischen Fünfliterflasche in edlere Flaschen umfüllt, die er zuvor mit Frau Fiebelkorn geleert hat. Der ehemalige Übersetzer französischer Dichtung versucht sich nun an Versen der Gebrauchsliteratur: „Wenn an der Tür klingelt der Gong, kommt der Vertreter von Pierre Dupont“. Und natürlich zählt auch der aufstrebende Herr Fiebelkorn zu seinen Kunden.

So erhält auch das stadelproben Genre der Tauschekomödie ein neues und keineswegs harmloses Gesicht. Fiebelkorn und Apel tauschen nicht nur zum Spaß die Rollen. Sie tun es und können es tun, weil im Ostdeutschland dieses Films die Existenzen so sehr durcheinandergeschüttelt wurden, daß niemand mehr weiß, wer er ist und was er will. Drin ist, was draufsteht – der Etikettenschwindel als Lebenslüge. Diese Komödie hat mehr Charme als der Rotwein, den Herr Apel kredenzt: körperreich, mit guter Struktur, wenn auch bitter im Abgang. MICHAEL ALLMAIER



Kostümprobe: Fiebelkorn (Jörg Schüttauf) in Apels (Jörg Gudzuhn) Anzug Foto Sat.1