

OFFENBACH · DARMSTADT · MAIN-KINZIG · SÜDHESSEN

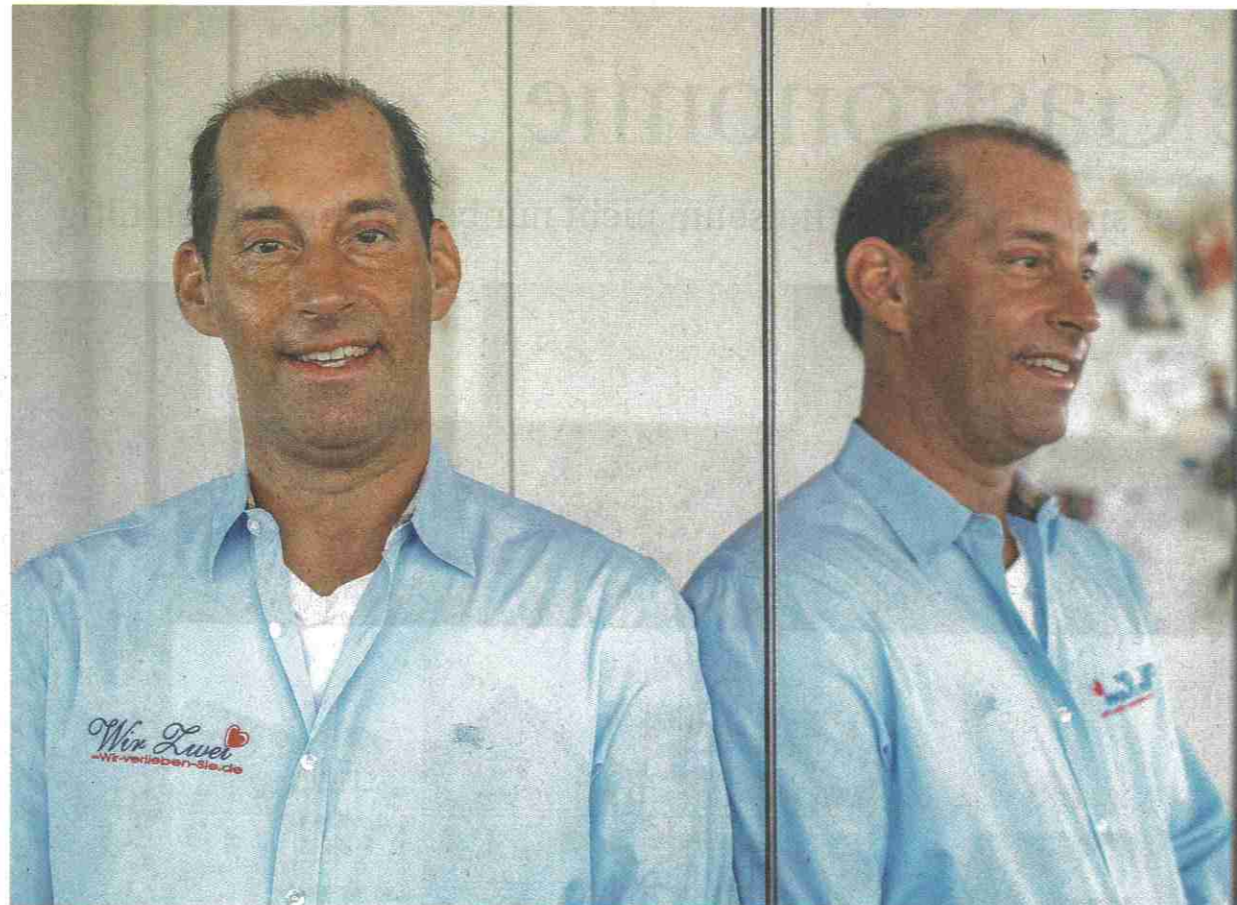
Die Tür zum Büro öffnet das Tor in eine andere Welt. Jeder Schritt ist eine kleine Zeitreise. Wer hindurchgeht, den begrüßen die neunziger Jahre. Gelbe Sessel, Spiegel mit aufwendigem Feinschliff, in der Ecke eine Lavalampe. Christoph Brühmann, Geschäftsführer der Partnervermittlungsagentur „Wir zwei“, sitzt an seinem Schreibtisch und sieht gar nicht aus wie einer, der aus der Zeit gefallen ist. Sportlich wirkt er. Fester Händedruck, freundliches Lächeln. Auf seinem Hemd ist das Firmenlogo gestickt – natürlich in schönster, fast ein bisschen altbackener Schnörkelschrift.

Nur selten bekomme er Mails, sagt Brühmann. Seine Kunden stammen eher aus einer Zeit, in der man sich noch Briefe schrieb oder anrief. Einer Zeit, in der man sich noch „offline“ verliebte. Und genau damit wirbt der 50 Jahre alte Geschäftsmann. Er will Singles in und um Frankfurt dabei helfen, einen Partner zu finden.

Für jeden Single, der ihn um Hilfe in Sachen Partnersuche bittet, legt Brühmann eine Akte an. Sie enthält ein Foto, Angaben zur Person und die Antworten auf einen Fragebogen. Außerdem: Platz für Notizen. Vieles ist handgeschrieben. Brühmann speichert die Daten seiner Kunden nicht im Computer. Stattdessen hat er das Karteikartensystem seiner Mutter übernommen, die die Agentur 1974 gegründet und 2002 an ihn übergeben hat.

Die Abläufe verändert hat er seither kaum. Wieso auch? Es funktioniert ja. „Unser Ziel ist es, dass sich zwei Pärchen pro Woche als verliebt abmelden“, sagt der Vater von zwei Kindern. Ob er und sein Team das schaffen, hat er nie nachgehalten. Verlieben sei schließlich Privatsache. Niemand sei verpflichtet, ihm Bericht zu erstatten. Manche tun es doch. Die Pinnwand im Besprechungszimmer der Agentur zieren Dankesbriefe und Fotos verliebter Paare.

Ein Großteil der Kunden sei schon älter, sagt Brühmann, der sogar einen Zweundneunzigjährigen betreut. „Der Herr ist topfit“ – und träumt noch einmal von der Liebe. Der Agenturchef hat in den vergangenen Jahren die Konkurrenz aus dem Internet zu spüren bekommen. Männer und Frauen unter 45 Jahren nimmt er deswegen gar nicht mehr in seine mehr als 1000 Kontakte umfassende Kartei



Spürt, was passt: Christoph Brühmann

Foto Maximilian von Lachner

## Single-Leben: Ganz ohne Internet

Christoph Brühmann bringt Menschen zusammen. Der Inhaber einer Agentur für Partnervermittlung in Dreieich hat sich auf ältere Kunden spezialisiert.

Von Marie Lisa Kehler

auf. Es melden sich schlichtweg zu wenige auf die Zeitungsanzeigen, um denen, die an einer Partnerschaft interessiert sind, überhaupt Vorschläge unterbreiten zu können. Die jüngere Generation setze vollständig auf Online-Dating. Verstehen kann Brühmann das nicht. Schließlich seien die Partnervorschläge vieler Online-Plattformen an einen Algorithmus gebunden, der auf Basis der Kundenangaben arbeite. Aber wer nicht genau wisse, was er suche, komme so nicht weiter.

„Ich habe in den vergangenen Jahren die jüngeren Kunden verloren“, sagt er. Dafür habe er ältere hinzugewonnen. Bis vor fünf Jahren lehnte er noch Anfragen von Senioren über 75 Jahren ab. Heute machen sie den Großteil seiner Kundenschaft aus. Viele der älteren Singles, die sich an ihn und sein Team wenden, hätten das Flirten verlernt, erzählt er. Witwen und Witwer rufen bei ihm an, manchmal auch Menschen, deren Partner pflegebedürftig ist. „Ich habe durch meine Arbeit und durch Erfahrungen in meinem privaten Umfeld erst gelernt, was Alters einsamkeit bedeutet“, sagt er. „Bei den älteren Kunden geht es nicht mehr um Sex oder den Aufbau eines gemeinsamen Lebens. Die wollen mit jemandem telefonieren, spazieren gehen, Kultur erleben. Hauptsache, sie sind nicht mehr allein.“

Die Partneragentur wirbt damit, Singles aus der „unmittelbaren“ Umgebung einander vorzustellen. „Alle wollen sie jemanden kennenlernen, der maximal zehn Kilometer weit weg wohnt. Aber in derselben Straße darf der Wunschpartner auch nicht wohnen.“ Denn auf die Hilfe der Berufskuppler angewiesen zu sein ist vielen peinlich. Dabei sieht Brühmann keinen Grund dafür, sich zu schämen. Schließlich würden er und seine Kollegen nur dabei helfen, Menschen in Kontakt zu bringen. Verlieben müssen sie sich trotzdem von ganz allein.

Immer mittwochs setzt sich Brühmann mit seinen Mitarbeitern zusammen, um zu beraten, wer mit wem ausgehen könnte. Als Grundlage dient der Fragebogen, den jeder Kunde in einem persönlichen Gespräch mit einem Berater ausgefüllt hat. Darin werden die Wünsche an den zukünftigen Partner abgefragt und gleichzeitig versucht, ein genaues Bild von dem Suchenden zu bekommen.

300 potentielle Treffen versucht die Agentur im Schnitt pro Woche zu vermit-

teln. Dabei wird nach alten Regeln gearbeitet: Bis Anfang der Woche können sich die Kunden melden, um ein Signal zu geben, dass sie in der aktuellen Woche für Partnervorschläge berücksichtigt werden wollen. Voraussetzung ist, dass sie am Wochenende Zeit haben. Denn Samstag und Sonntag gelten als klassische „Kennenlern-Tage“.

Freitags trudeln dann die Partner-Vorschläge bei den Kunden ein. Alle per Post. Mails sind Brühmann zu unpersönlich. Die Briefe transportieren seiner Ansicht nach so etwas wie Vorfreude und Spannung, sind geheimnisvolle Liebesboten. Freitags werde dann viel telefoniert im Rhein-Main-Gebiet. Erstes Abtasten, erstes Kennenlernen. „Wenn die Leute miteinander lachen können, ist das gut. Dann können sie sich auch treffen“, sagt Brühmann, der auch am Wochenende immer im Einsatz ist.

Denn die Suchenden sind oft rastlos. „Nachbetreuung“ nennt er das, wenn ihn Kunden nach einer Verabredung anrufen, um zu berichten. Manchmal voller Euphorie. Manchmal auch voller Frust. Weil ihre Verabredung mit weißen Socken in den Sandalen aufgetaucht sei, habe sich eine Dame einst bitter bei ihm beklagt, erzählt er. Seither gibt er auch mal Dating-Tipps.

Von Blumen beim ersten Treffen rät er allerdings ab. Stattdessen empfiehlt er, mit Humor zu punkten. Und ein Spaziergang sei immer dynamischer als ein erstes Treffen im Café – vorausgesetzt, die Gesundheit lasse das zu, sagt er.

Manchmal erlaubt er sich auch, Menschen zu verbinden, die sich zumindest aufgrund der Angaben auf ihrem Fragebogen gar nicht suchen. Denn oft könne ein einzelnes Kreuzchen darüber entscheiden, ob sich zwei Menschen kennenlernen – oder nicht. Wenn ein Kunde oder eine Kundin beispielsweise nur in einer sehr eng gesetzten Altersspanne sucht, gehen Brühmann und sein Team trotzdem die Karteikarten ein zweites Mal durch. Einfach, weil ihn das Bauchgefühl und die jahrelange Erfahrung gelehrt haben, wer miteinander lachen, wer zueinander passen könnte. Ungeachtet, ob Alter, Haarfarbe oder Körpergröße den geäußerten Vorstellungen entsprechen. „Ich halte nichts von Rasterfahndung.“ Schließlich gehe es hier um die Liebe. Und nicht um den Einkauf in einem Warenhaus.

## Müll vermeiden mit dem Main-Kinzig-Krug

## Prämie für Wohnungstausch