



WER? WANN? WAS? Notiert von Bert Hensel, Telefon 06151 337-501, Fax 387-400

Junger Losbuden-Revolutzzer rast voll in die Neuzeit



▲ Georg Löwenthal (16), Jung-Schausteller auf Darmstadts Heinerfest: Der Knabe ist das, was man früher wohl einen „Charmebolzen“ genannt hätte. Heute also ein „very smart boy“. Einer, der aussieht, als habe er gerade mit Bravour das Casting für „Gute Zeiten, Schlechte Zeiten“ gewonnen – während die „Back-

street Boys“ parallel begehrlch die Hände nach ihm recken, sollte deren Problemsänger Nick Carter (25) wegen neuerlicher Trunkenheit am Steuer nicht mit auf Tour kommen können.

Georg Löwenthal, so scheint's wäre da mehr als nur Ersatz. Zumal Wassertrinker und exzessiv fahrtüchtig. Mütterlicherseits Fah-

rensmann in fünfter Generation; väterlicherseits in dritter. Obwohl ihm das Motorradchen (49-Kubik-Chopper), auf dem er im Foto sitzt, jederzeit unterm Hintern weg gewonnen werden könnte. Weil Löwenthal junior derjenige ist, der die Losbuden-Dynastie ins neue Jahrtausend führt.

Seit 50 Jahren rollen die Lö-

wenthals zu Darmstadts Heinerfest an. Ihr Losgeschäft an der Westseite des Schlosses – in Sichtweite zu Schwarzwaldhaus und Reiterdenkmal – ist eine Institution. Doch auch sowas überlebt sich irgendwann. Wer will im Jahr 2005 noch all' Ernstes für viel Geldeinsatz auf ein Riesenplüschtier hoffen? Dass daheim dann als

Staubfänger auf dem Sofa zwei menschlichen Mitbewohnern den Platz wegnimmt. Während Papa verzagt ein Plastik-Schraubenzieherchen in den Müll wirft, das er als Trostpreis bekam.

Georg Löwenthal junior beschied: „Raus mit Teddybären, Biene Maja und den Schlümpfen! Weg mit dem ganzen Kram!“ Das Zeitalter von Computern, Hartz IV und Ein-Euro-Jobs erfordert eine völlig andere Sortiment. Georg Löwenthal senior (48) lässt seinen sechzehnjährigen Filius liebevoll gewähren: Und kommt nun aus dem Staunen nicht mehr raus.

Der Bub hat sich schon patentieren lassen, was nur Löwenthals so anbieten dürfen: Markenspielzeug für Kinder; Playstations für Teenager; Laptops für verspielte Männer; Markenparfüm für deren Frauen. Nix „Made in Taiwan“. Alles von etablierten Großherstellern, die Löwenthals entsprechenden Einkaufsrabatt gewähren.

Auch das überholte Gemurmel am Mikro („Treten Sie näher, treten Sie ran!“) hat der wieselige Junior-Schlaks durch fernsehreife Moderation ersetzt. Zu Kindern ruft er: „Gebt der Kleinen da unten ne Tüte. Das muss auch mal ohne Los gehen.“ Eltern lauschen amüsiert, was da so los sein kann an einem Los-Unternehmen. Da wird auf Wunsch auch um weitere Preise gezockt – statt nur ein Teil von der Bühne zu reichen.

Premiere des neuen Konzepts war in Stuttgart; jetzt soll das Heinerfest die Feuerprobe werden. Getreu des Mottos: Witz, Charisma, Charme. FOTO: CLAUDIUS VÖLKER