

FRANKFURTER KLASSE

Original Frankfurter Comedy

Lutz Volker, Mario, Nabil, Rainer, Speedy und Zeynep heißen die Kunstfiguren des Comedy-Duos „Frankfurter Klasse“, die auf der Bühne so gar nicht künstlich sind. Sie sind ein Querschnitt durch die Gesellschaft, bunt, laut und schrill – wie eine U-Bahn-Fahrt von Sachsenhausen ins Nordend. >> Text: Michael Faust

PROGRAMM

YouTubeNight im Metropolis
Frankfurt 29.3., 18 Uhr

„Die Reise des Goldfischs“ in der Schmiere

30.3., 19 Uhr / 2.4. 20 Uhr / 9.4., 20 Uhr /
18.4., 20 Uhr / 25.4., 20 Uhr

>> www.frankfurterklasse.de
www.die-schmiere.de

In Hessen wird gerne gelacht. Comedians wie Badesalz, Mundstuhl oder Bodo Bach haben schon seit Langem überregionale Bekanntheit erlangt. Nun schicken sich Jochen Döring (32) und Tim Karasch (38) mit ihrer „Frankfurter Klasse“ an, in diesen erlauchten Kreis vorzudringen. Kennengelernt haben sich die beiden 2005 in der Schirn beim Studentenjob als Botenfahrer. Schnell merkten Döring und Karasch, dass ihr Humor auf einer Welle liegt und beschlossen, gemeinsam Comedy zu machen. Bei der Gründung im Jahr 2006 hießen die Komiker noch „Sons of Rolf und Detlef“. Die Umbenennung erfolgte aus pragmatischen Gründen: „Den alten Namen konnte sich keiner merken. Nicht einmal unser Manager“, wie Karasch lachend erklärt. „Wir sehen uns als Philosophen der Straße. Von daher entsteht schnell ein Bezug zur Frankfurter Schule und dann war der Sprung zur Frankfurter Klasse nicht mehr weit.“ Seit Jahren versorgen sie die immer größer werdende Zahl der Fans auf ihrem You Tube-Channel kontinuierlich mit neuen Clips und stehen regelmäßig in der Schmiere auf der Bühne. Mittlerweile bekennen sich sogar Thomas Böppler-Wolf alias Boppi La Belle und Henni Nachtsheim von Badesalz als Fans des Duos und drehten schon zusammen mit den Nachwuchscomedians.

DIE FIGUREN

Dreh- und Angelpunkt der neuen Frankfurter Comedy ist die Wandlungsfähigkeit der Protagonisten, die in manchen Momenten an „Sketchup“ mit Iris Berben und Diether Krebs, mal an Lorient erinnert – natürlich stets mit einer großen Portion Frankfurter Lokalbezug garniert. Döring und Karasch verstehen es, jede ihrer Figuren mit Leben und einem gehörigen Schuss (Wahn-)witz auszustatten. Überspitzt und teilweise an der Grenze des Erträglichen, aber immer mit einem liebenswerten Kern. Sie stehen nicht losgelöst jenseits der Gesellschaft, sondern mittendrin, exemplarisch als Abbild – wohl aus diesem Grund macht das Hinsehen so viel Spaß.

Aus der gemeinsamen Zeit bei der Schirn stammt die Idee zur ersten Figur, Lukas (6), ein leicht adipöser Offenbacher Vorschüler. „Wir entwerfen unsere Figuren nicht am Reißbrett. Wir laufen mit offenen Augen auf der Straße und lassen uns von realen Personen inspirieren und betonen die charakteristischen Merkmale“, erklärt Karasch. Hauptberuflich arbeitet der 38-Jährige als Sozialarbeiter. Durch den täglichen Kontakt mit Menschen in seinem Job bekommt er auch einen Teil seiner Inspiration. Hemmungen, das täglich Erlebte in den Sketchen zu verarbeiten, kennt Karasch nicht. „Prinzipiell ist Lachen immer erlaubt.“ „Eine Zeynep dürfte beispielsweise jeder aus Frankfurt und Umgebung in seinem Umfeld kennen“, bemerkt Döring. Zeynep ist die Paraderolle des 32-jährigen autodidaktischen Schauspielers, für die er nicht einmal seinen Dreitagebart entfernt. Das pubertierende Mädchen türkischer Einwanderer, das es liebt, shoppen zu gehen, mit Freundinnen zu chatten oder sich auf die Sonnenbank zu legen, ist derzeit die bekannteste und beliebteste Figur. „Wenn wir unsere Clips auf der Straße drehen, erkennen uns viel Passanten und sprechen uns an“, freut sich Karasch. Nach den Auftritten stehen Fans regelmäßig Schlange, um sich mit Zeynep und Muttersöhnchen Rainer (Karasch) ablichten zu lassen. Die Fanliebe geht teilweise sogar so weit, dass Zeynep und ihre Kumpels auf diverse Privatpartys eingeladen werden. Hier ziehen Döring und Karasch aber eine Grenze: „Natürlich lassen wir viel von unserem Leben und unseren Erfahrungen in diese Figuren einfließen, aber wir lassen die Figuren nicht unser Leben bestimmen.“

POPULÄR DANK NEUER MEDIEN

Gezielt nutzen Döring und Karasch zusammen mit ihrem Manager Oliver Rasch neue Medien, um ihre Popularität weiter zu steigern. You Tube und Facebook sind Fluch und Segen zugleich, wie die Frankfurter Klasse immer wieder feststellen muss. „Natürlich ist es super, dass man alle Fäden selbst in der Hand hält und die neuen Medien gezielt einsetzen kann, um bekannter zu werden. Früher musste man dafür ins Fernsehen kommen“, wie Rasch erklärt. Karasch ergänzt: „Auf der anderen Seite darf man aber auch nicht jede emotionale und undifferenzierte Reaktion im Internet überinterpretieren. Ich persönlich will es mir komplett abgewöhnen, die Kommentare zu lesen.“ Gerne zitieren Döring und Karasch in diesem Zusammenhang den Kabarettisten Gerhard Polt, der einmal anmerkte, das Internet sei der neue Stammtisch. Das Feedback bei Live-Auftritten ist dagegen wesentlich aufschlussreicher, auch wenn es dem Duo noch immer schwerfällt abzuschätzen, wie neue Gags vom Publikum aufgenommen werden. „An den Reaktionen merken wir sofort, ob der Witz gut war und ob wir vielleicht zu weit gegangen sind“, erklärt Karasch. Beeinflussen lässt sich das Duo nach eigenem Bekunden davon allerdings nicht. „Man kann es nicht jedem recht machen und das wollen wir auch gar nicht“, betont Döring. „Trotzdem sind unsere Fans zwischen 15 und 75 Jahre alt, also praktisch drei Generationen. Das macht uns sehr stolz.“ Künftig sollen zwei Mitarbeiter für den Bereich Social Marketing engagiert werden, um den Komikern künstlerisch den Rücken freizuhalten.

ZUKUNFTSPÄNE

Live-Auftritte, You Tube-Clips, eine DVD („Die Reise des Goldfischs“) – und was kommt als Nächstes? Rasch gibt die Ziele vor: „Die Schmiere ist unsere Homepage. Hier werden wir auch in Zukunft spielen. Tendenziell wollen wir aber versuchen, größere Veranstaltungshallen im Bereich bis 200 Leute zu bespielen und das auch im Umland von Frankfurt.“ Vor dem Schritt auf die Mattscheibe zieren sie sich ein wenig. „Eine Show im TV hat nicht immer nur positive Seiten. Damit sind viele künstlerische Kompromisse und natürlich auch der Quotendruck verbunden. Derzeit gibt es jedenfalls keine Pläne für ein TV-Format“, verrät Rasch. Gerade der raue, unverfälschte und teilweise nicht immer politisch korrekte Humor könnte tatsächlich vielen Sendern nicht ins Konzept passen und zu Änderungswünschen am Programm führen. Derzeit konzentriert sich die Frankfurter Klasse lieber darauf, das eigene Profil noch weiter zu schärfen und sich selbst treu zu bleiben. Wenn ihnen das gelingt – vor allem Letzteres –, steht ihnen noch eine große Zukunft im Showgeschäft bevor.

