

Alles kein Mumpitz



Ein Gespür für Humoristisches: Der Künstleragent Marcel Walker. (Bild: Stefan Beusch)

Marcel Walker ist Künstleragent, Werber und noch ein «halber» Gastronom. Wie man es anstellt, auf drei Hochzeiten gleichzeitig, und erst noch virtuos, zu tanzen, erzählt er hier.

BRIGITTE SCHMID-GUGLER

Mit Mumpitz hatte alles angefangen. «Mummelputz» oder «Mombotz» sagte man früher und meinte damit in der Regel etwas, das einem Angst macht, eine wüste Figur, eine Vogelscheuche, ein Kinderschreck. Und noch bevor der Begriff umgangssprachlich lediglich für Unsinn erhalten musste, prägte ihn die Berliner Börse mit dem in dieser Branche üblichen «schwindelhaften Gerede». Auf welche Ausdeutung die Jungs damals Wert legten, als sie nach einem ersten konspirativen Treffen beschlossen, sich als Band fortan Mumpitz zu nennen, ist nicht mehr zu eruieren. Naheliegend wäre – dem jugendlichen Alter des Grüppchens zufolge – auch eine Verbindung zum «Grossen Mumpitz» aus der «Sesamstrasse». Und nicht auszuschliessen ist auch das Vorbild aus dem Kinderbuch, in welchem ein aufgeweckter Zwerg gleichen Namens auf seinen abenteuerlichen Reisen einem Ameisenvolk hilft, einen traurigen Wald findet und üble Koblode überrumpelt: denn mit dabei war damals einer, der bis heute märchenhafte

Geschichten von «Ewigi Liebi» in die und aus den Wäldern ruft. Bei Mumpitz war Roman Riklin Texter und Komponist.

Verbürgt ist, dass das Treffen hinter den dicken Mauern der Klosterschule Appenzell stattfand, wo Marcel Walker damals die Schulbank drückte. Heute lacht er das Lachen eines unbeschwerten Menschen, wenn er erzählt, wie die übrigen Bandmitglieder ihn vermutlich bloss mitspielen liessen, weil er gut war im Organisieren. Schliesslich brauchte die Band so einen wie ihn, einen, der Auftritte arrangiert, bei der Zeitung anruft, Werbung macht und einen der Kapuziner der Klosterschule dazu brachte, sie samt den Instrumenten jeweils mit dem Internatsbüsli zu den Konzerten zu fahren.

Die Berufung erkannt

Und als die Band 1992 mit dem Titel «Beste Schweizer Nachwuchsband» ausgezeichnet wurde, war Marcel Walker noch nicht mal zwanzig, hatte eben die Matura gemacht und wusste, was er machen wollte: Bühnenkünstler begleiten, organisieren, werben. Während des Studiums an der Uni St. Gallen kam ihm eine Kasette mit ein paar Liedern von einem namens Stahlberger in die Hände. Die beiden fanden sich, Walker sagte «ich mach's» und managte fortan Möhlä & Stahli.

In seiner Dissertation zum Thema Argumentationsmuster im Management forschte er nicht nur nach den Schemata von Wahrheiten und Selbstbetrug, er untersuchte nicht nur die Ferne zum Kundenbedürfnis und in Betrieben den «Kontaktmangel zur Basis», er fand auch für sich selber heraus, dass er auf der Bühne der harten Gewinnmaximierung lieber hinter dem Vorhang bleiben wollte. Von dort aus agiert er bis heute – auch wenn er als Partner von SimonENZler in dem von ihnen ins Leben gerufenen Künstleragentur «Bretterwelt» quasi an der Rampe steht, dessen Auftritte koordiniert und schon heute weiss, wann und wo der Kabarettist im kommenden Jahr sein neues Programm zur Uraufführung bringen wird. Er weiss es auch als Manager der Gruppe Heinz de Specht (mit Roman Riklin) und von den in der Schweiz stattfindenden Auftritten des österreichischen Kabarettisten Alfred Dorfer, den er 2008 erstmals an die Appenzeller Kabarett-Tage eingeladen hatte – ein ebenfalls auf seinem undENZlers Mist gewachsenes, äusserst erfolgreiches Festival.

Kunst und Gaumen

Ein entscheidendes Kriterium für die Begleitung durch seine Agentur sei der Humoranteil im Programm eines Künstlers, einer Künstlerin, sagt Marcel Walker, und setzt hinzu, er selber sei ein Genussmensch, einer, der gerne lache, gutes Essen schätze. An einem Anlass, an dem es von beidem üppig gab, lernte er seinen Werbeagentur-Partner, den Grafiker Robert Diener kennen. Bei dem Anlass handelte es sich um ein Grillfest, womit die Brücke geschlagen wäre vom zweiten Standbein zur dritten, der «lucullischen Vermählung»: gemeinsam mit Florian Reiser gründete und betreibt Walker das Restaurant im Lagerhaus sowie die am gleichen Ort kürzlich eröffnete Vineria. Und über dem ungläubigen Staunen ob dieser Diversität kommt Marcel Walker mit dem Bild der Dreiheit von Kopf, Hand und Herz: Die Balance, die er halten wolle, das Ineinander-fliessen-Lassen der eigenen und den Energien seiner Partner und Mitarbeitenden. Ohne sich oder andere auszubeuten, darauf bedacht, die Achtsamkeit vor all diesen unterschiedlichen Bühnen und jenen, die sie bespielen, gross zu schreiben. Aus dieser Äusserung heraus

scheint es nur natürlich, dass der Vater von zwei Kindern ein Arrangement eingegangen ist mit der Dreischiibe und dort mit dem Angebot von Open Office zusammenarbeitet: In seinen Partnerbetrieben sind jeweils drei bis vier Menschen tätig, die von einer geschützten Werkstatt den ersten Schritt zurück in die Arbeitswelt üben können. Von Mumpitz keine Spur – oder dann die eines äusserst «Aufgeweckten».