

Marco Aldag

BOOKS4SUCCESS

MIDLIFE CRISIS nicht mit mir!



Der Männer-Ratgeber mit
fesselnden Anekdoten aus New York

Marco Aldag

MIDLIFE
CRISIS
nicht mit mir!

Der Männer-Ratgeber mit
fesselnden Anekdoten aus New York

Copyright 2012:

© Börsenmedien AG, Kulmbach

Gestaltung und Satz: Johanna Wack, Börsenmedien AG

Lektorat: Moritz Malsch

Korrektur: Hildegard Brendel

Druck: CPI – Ebner & Spiegel, Ulm

ISBN 978-3-864700-56-9

Alle Rechte der Verbreitung, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe und der Verwertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen vorbehalten.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über <<http://dnb.d-nb.de>> abrufbar.

BÖRSEN  MEDIEN
AKTIENGESELLSCHAFT

Postfach 1449 • 95305 Kulmbach

Tel: +49 9221 9051-0 • Fax: +49 9221 9051-4444

E-Mail: buecher@boersenmedien.de

www.books4success.de

Inhaltsverzeichnis

7	Einleitung: Die Mitte des Lebens
19	Ich will einfach raus
31	Ankommen in New York
63	Das Phänomen Mann
79	New York
101	Einfach ich
135	Leverage your life!
187	Lifestyle
197	Hinterfrage deine Welt
227	Es ist Zeit, zu wagen

Einleitung

DIE MITTE DES LEBENS

Wann ist die Mitte des Lebens – muss ich 40 Jahre alt sein? Werde ich 80 Jahre alt?

Whitney Houston

habe ich am Vortag meines 30. Geburtstages in Los Angeles getroffen. Als Inhaber einer Medienproduktionsfirma muss man sich um seine Jobs selbst kümmern. Jahrelang haben wir uns auf Interviews von Stars konzentriert. Dazu muss man einen guten Kontakt zum Management pflegen, immer informiert sein, wann welcher Star etwas Neues macht. Sei es ein neuer Film, eine neue CD oder sonst irgendetwas, worüber man berichten könnte. Wichtig ist es, am Ball zu sein, tagesaktuell und schnell – schneller als die Konkurrenz zu sein, denn Storys über Stars wollen alle, und der Markt ist umkämpft. Gute Kontakte nach Los Angeles und New York sind

wichtig, um Informationen zu bekommen und Einladungen zu wichtigen Events, nicht zuletzt der Oscar-Verleihung. Diese gilt als Beweis: Man ist noch mit dabei und gehört zu den angesagten Journalisten im Boulevard-Society-Bereich.

Verleiher und Produzenten sind natürlich einerseits sehr interessiert, Interviews und Geschichten über neue Produkte in Hochglanzmagazinen veröffentlicht zu sehen – denn das ist ja Promotion; andererseits gibt es das Problem mit der Zeit – denn wenn die Journalisten weltweit „gefüttert“ werden müssen, damit eine Story über das neue Projekt abgedruckt wird, wenn der Film, die CD et cetera startet, sind diese noch gar nicht fertig. Wenn über eine neue CD oder einen Film aus Amerika hier in Deutschland berichtet wird, ist der gesamte Marketingprozess bereits beendet. Gedruckte Magazine haben einen Vorlauf von mehreren Monaten.

Ein Film ist oft noch gar nicht abgedreht, geschweige denn geschnitten, wenn die Journalisten für Interviews eingeladen werden. Deshalb wird einem die Möglichkeit gegeben, am Filmset dabei zu sein. Dann schaut man ein wenig zu und bekommt anschließend die Möglichkeit, mit den Stars und dem Regisseur zu reden. Bei CDs besucht man die Produzenten und den Star im Studio und hört zu, wie einige Passagen eingesungen werden. Dann redet man über das neue Projekt und interessiert sich für das Zustandekommen der Texte, die Gesangspassagen, den neuen Sound, einen neuen Rhythmus und Effekte, fragt etwas über eine kommende Tournee. Aber in Wirklichkeit macht man diese Verrenkungen nur, um einige News zu privaten Dingen aufzuschnappen und auf Band zu haben.

US-Firmen organisieren sogenannte „International Junket Days“: Weltweit werden wir Society-Journalisten eingeflogen und in den tollsten Hotels untergebracht. Dann gibt es die Möglichkeit für Gespräche und Interviews. Man kommt in einer Hotelsuite zusammen – dort ist dann der Star, um den es geht. Ich erinnere mich an Pierce Brosnan, Mel Gibson, Meryl Streep und viele andere. Was muss das für sie anstrengend sein, von morgens bis abends die unterschiedlichsten Journalisten aus der ganzen Welt

zu empfangen – meist mit denselben Fragen. Immer nett, immer Glamour, immer alles nur toll!

Immer dasselbe. Das vorgesehene Zeitfenster von zehn Minuten. Der Star sitzt auf einem Stuhl, man selbst nimmt Platz gegenüber und stellt seine drei, vier Fragen, die natürlich vorher vom „Publizisten“, der zuständigen Fachperson für Marketing, Image und Presse, durchgesehen und mit ihm abgesprochen waren. Privates sollte tabu sein, erwünscht sind Fragen zum Film, zur Rolle und so weiter. Natürlich kann man diese Vorgaben nur durchbrechen. Man bekommt erst einen guten Kontakt zu diesen Stars und VIPs, wenn man sie über mehrere Projekte begleitet. Ist man freundlich zu Tom Cruise, so grüßt er einen einige Wochen später am roten Teppich bei der Premiere wieder – ein galantes „Hey, how was L.A.?“ oder: „Did you enjoy the interview?“ Man erkennt einander wieder, und das ist gut so. Beim nächsten Mal knüpft man daran an – denn von diesem angenehmen Wiedererkennen ist es abhängig, ob Anfragefaxe nach einer Homestory sowie weitergehende Interviews fernab in Produktionsfirmen und Managements erhört werden.

Ob man sich wiedersieht, hängt auch von den Veröffentlichungen ab, die man vorweisen kann. Mit einer Radioagentur im Hintergrund, die sämtliche Äußerungen, sogenannte O-Töne, europaweit verbreiten kann, um aktuelle Projekte zu bewerben, wird man sehr gerne zu Interviews eingeladen. Natürlich ist eine Agentur, die immer für mehrere Sender und Magazine arbeitet, gefragter – denn wenn ein Star mit einem Gespräch gleich in mehreren Sendern präsent ist, ist dies natürlich effizienter, als wenn jeder kleine Regionalsender (es gibt über 200 Radiostationen in Deutschland) einzeln Fragen beantwortet haben möchte. Ergänzt man sein Veröffentlichungsportfolio noch mit einer Glamourzeitschrift im Hochglanzsegment oder einem TV-Magazin, in dem über Premieren, Filme und CDs berichtet wird, so steigen die Chancen auf Exklusivinterviews oder gar Homestories immens, und man findet sich bald am Strand von Malibu, bei Berühmtheiten zu Hause in Beverly Hills und in den Hollywood Hills oder auch

am Schreibtisch von Steven Spielberg wieder. Shoppen bei Fred Segal auf der Melrose Avenue, Breakfast im Earth Cafe und so weiter ... tägliches „must have“ – man ist genau am „Place to be“.

So war es auch am Vorabend meines 30. Geburtstags. Whitney Houston ... Geladen zum Konzert in Los Angeles. Es war die Tour, für die Whitney von Dolce & Gabbana ausgestattet wurde – wenn man sich für sie interessierte, dann vergisst man diese bunten Kleider, die wirklich tollen Outfits und die Presseberichte darüber nicht mehr! Alles lief glatt – eine tolle Stimme, alle großen Hits und Emotionen pur – sie zog sich nach jedem zweiten Song um, das Licht war perfekt gesetzt, und irgendwann wurde ich mir wieder einmal bewusst, inmitten welcher Glamour-Welt ich mich bewegte.

Amerikanische Konzerte unterscheiden sich von Auftritten in Europa dadurch, dass zwar ebenfalls alle Zuschauer am Ende der Show „Zugabe“ schreien – diese ist aber meist auf ein weiteres Lied beschränkt. Kein Star kommt wieder auf die Bühne und nochmal und nochmal. Denn in den Staaten geht es eher um die Show – und die ist, genau wie die Interviews, präzise festgelegt und abgestimmt. Eine Tournee und selbst die Zugaben sind vorgeplant, alles stimmt und passt. Nicht zu viel Schweiß am Ende der festgesetzten Zeit und fernab der geplanten Glamourzeit für die Fans! Das sieht nicht gut aus und zerstört dann auch ein Stück Illusion. It's professional, so be part of it!

Kylie Minogue kann man auf der Bühne kaum sehen – die Tänzer sind präsenter als sie selbst auf den großen Bildschirmen – irgendwo da vorne auf der Bühne huscht das kleine Mädchen herum ... Bei Beyoncé wundert man sich, wie sich eine Frau so verdammt viele Schritte merken kann – darüber hinaus sind das Bühnenbild und die Animationen atemberaubend. Lady Gaga ist Wahnsinn, ebenso wie Madonna!

Doch zurück zu Whitney Houston: Auf ihrer letzten Tournee, es sollte ja ein Comeback sein, hat sie die Fans in Berlin angepöbel: „Wenn ihr die Whitney von früher hören wollt, so müsst ihr die CDs abspielen!“ Aber damals in Los Angeles war sie noch

perfekt. So war das Konzert wirklich toll, und eine Stunde nach dem Spektakel wartete ich dann am Bühneneingang darauf, zu ihr in die vorbereitete Garderobe vorgelassen zu werden.

Unvergesslich. Das war genau am Höhepunkt ihrer Karriere, und es ist erst ungefähr zehn Jahre her. Whitney Houston ist inzwischen tot.

Und ich? Ich werde nachdenklich. Habe ich jetzt noch einmal 40 Jahre zu leben oder nur 20 – oder sogar nur noch 10 Jahre? Whitney Houston hat ihr Leben selbst aus den Fugen gleiten lassen und ist zu selten aus dem Glamour-Himmel auf den Boden hinabgestiegen – vielleicht ist sie auch zu oft auf den Boden geknallt und hat sich dann auf dem Teppich nicht mehr sortieren können, um aufzustehen. Jedenfalls wird die Midlife-Season, die Mitte des Lebens, uns alle unaufhaltsam ereilen.

Neulich wäre ich fast von der Straßenbahn erwischt worden – in Gedanken vertieft und mit Kopfhörern im Ohr habe ich die nahende Tram echt nicht bemerkt – puh, das war wirklich knapp. Oder damals auf der Autobahn. Irgendwie habe ich in der Zeit, als ich noch ein Auto hatte, auf jeder Fahrt einen Unfall beobachtet. Ein Crash ... das war's dann.

Oder vor ein paar Jahren im Urlaub auf Jamaika ... ein tolles Hotel an der Küste. Das Schild am Rand „no swimming“ habe ich einfach nicht beachtet – zu verlockend verliefen die Stufen von den Klippen hinunter zum Meer. Klar fielen mir die vielen Sedimentausläufer und Steine im flachen Wasser auf. Aber ein Einheimischer, der am Rand saß und kiffte, meinte, ich könne da ruhig reingehen. Er fragte mich noch, welche Bungalow-Nummer ich hätte.

Marco ist also beseelt von Sonne und Urlaub, hinein ins Wasser ... das sollte ich bald bereuen. Noch nie hatte ich eine solche Panik: Ich schwamm, so gut ich konnte, und merkte dabei, dass ich nicht vorankam. Und da spürte ich schon den Sog nach unten. Die Strömung war einfach stärker als ich. Am Rand versammelten sich auf einmal unglaublich viele Menschen, die ich vorher im Ressort noch nie entdeckt hatte. Auch Simon, der Freund, mit dem ich dort war,

stand auf den Klippen und schrie: „Du bist verrückt!“, wild gestikulierend. Wenn man spürt, es geht zu Ende, man kämpft und wird bei vollem Bewusstsein besiegt – dazu die Panik ... Bilder aus meinem Leben schossen mir durch den Kopf. Nur indem ich durch ruhiges Atmen die Panik niederrang, konnte ich neue Kraft gewinnen, an den Steinen Halt finden – und mich darauf konzentrieren, diese verdammt weit entfernten Stufen zu erreichen.

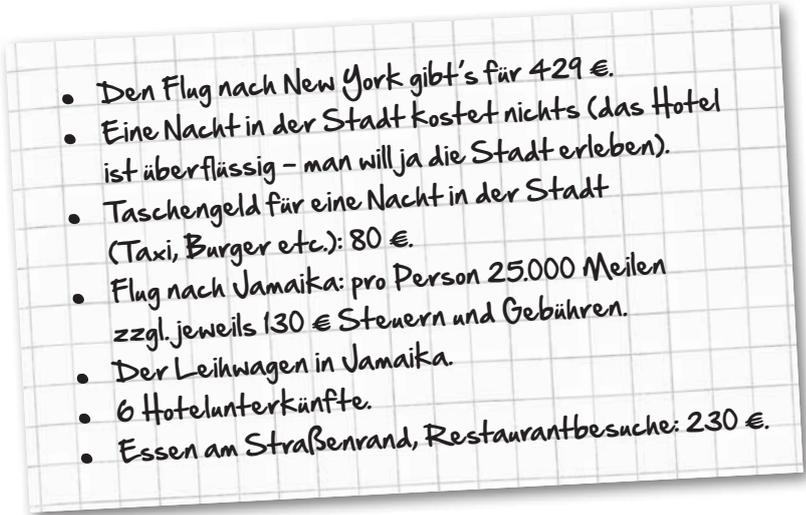
Ich lebe noch. Simon habe ich danach, sozusagen als Revenge für das Fast-Ertrinken am Strand von Jamaika, drei Tage lang durch New York gehetzt. Schon immer war ich ein Freund davon, Dinge zu verbinden – und warum soll man nicht auf dem Weg in den Strandurlaub nach Jamaika einen Stopp in New York einlegen? Oft ist das kostengünstiger, als wenn man zweimal über den Atlantik fliegt: Ein Flug in die Karibik nach Jamaika kostet von Deutschland aus 700 Euro, 300 Euro mehr als nach New York. Nach New York sind es rund 400 Euro. Wenn man im Internet bei den Gesellschaften der amerikanischen Flugdrehkreuze nach Flugangeboten schaut, so sind Flüge von dort in die Karibik manchmal für 100 Dollar zu haben! Somit bleiben noch 400 Dollar übrig, um New York, Atlanta und so weiter zu entdecken. Und schon war man nicht „nur“ in der Karibik, sondern auch noch Shoppen in einer Weltmetropole – das hat doch was!

Natürlich ist es so etwas stressiger, und man muss es mögen. Vor allem aber muss man in der Lage sein, die Strand-Emotionen ein wenig zu verdrängen, um dann ganz lässig in New York, dem „Place to be“, zu landen. Dazu muss man entspannt die Wege vom Flughafen in die Stadt und später wieder zum Flughafen zurücklegen. Denn der, für den es schon Stress bedeutet, den richtigen Zug in die Stadt zu erwischen ... der wird sich auch niemals über einen Kaffee-Stopp in Manhattan freuen.

So ging es auch Simon. Ich war ganz beseelt: Hey, wir sind in New York – that is so cool! Er dagegen dachte immer nur an das Gepäck – alles noch mal aus dem Koffer nehmen und umräumen, nur um jetzt noch drei Tage durch die Stadt zu hetzen ... wozu das alles? Ganz beunruhigt ist er hinter mir hergelaufen, und ich,

natürlich begeistert von all den Eindrücken und einer genauen Vorstellung, wo und wann man in welche Geschäfte muss oder wo man mal kurz stoppen sollte, um den Blick auf die Skyline, auf eine der Brücken oder Ähnliches zu erhaschen, fand es natürlich viel zu unbedeutend, irgendwo anzuhalten, damit er sich ein Wasser kaufen konnte ... Irgendwie hatte ich den Eindruck, er wollte mitten in der coolsten Stadt der Welt immer nur Pause machen, um seine Freundin anzurufen, seine Beziehungskrise zu besprechen und noch einmal zu diskutieren, warum man nun alleine in den Urlaub fährt. Er war nach dem Urlaub eine Woche krank und litt an Dehydrierung. Heute, Jahre danach, sind das Erfahrungen und Erlebnisse, die zusammenschweißen, und man lacht darüber.

Aber da wir ja hier die Kosten im Blick behalten wollen: Was kostet das Beinahe-Ertrinken?

- 
- Den Flug nach New York gibt's für 429 €.
 - Eine Nacht in der Stadt kostet nichts (das Hotel ist überflüssig - man will ja die Stadt erleben).
 - Taschengeld für eine Nacht in der Stadt (Taxi, Burger etc.): 80 €.
 - Flug nach Jamaika: pro Person 25.000 Meilen zzgl. jeweils 130 € Steuern und Gebühren.
 - Der Leihwagen in Jamaika.
 - 6 Hotelunterkünfte.
 - Essen am Straßenrand, Restaurantbesuche: 230 €.

Gar nicht mal so teuer, und dafür gibt's dann das Gefühl, fast zu ertrinken oder dehydriert zu sein, inklusive. Und solche Erlebnisse machen schließlich das Leben aus. Aber hilft eine Woche auszubrechen schon gegen die Midlife-Crisis? Wohl kaum - dennoch, wir sind auf der richtigen Spur. Denn geht es hier nicht um