

Im Bann der bunten Bilder

Thomas Rottenberg

Sobald die Show beginnt, ist das Drumherum vergessen. Schon in der Barockzeit wurden Plätze unter Wasser gesetzt, um sie mit güldenen Barken zu befahren – und während es der Nobilität beim Feiern zusah, vergaß das Volk dann, Fragen zu stellen. Etwa die, woher der Reichtum kam.

Das funktioniert auch am Life Ball. Im Bann der schönen Bilder erspart man Ballpapa Gery Keszler die Frage, die sich seriöse Spendensammler selbst stellen: die nach der Verhältnismäßigkeit von Erlös und dafür eingesetzten Mitteln.

Keine Frage: Millionensummen für Aids-Projekte sind eine gewaltige Leistung. Und: Bill Clinton kann man nicht in die Jugendherberge stecken. Nur: Keszler erzählt gern, wie viele Medikamente ein Ballticket wert sei – aber zu den Ballkosten und dem, was der Event Sponsoren an Image- und PR-Werten bringt, macht er keine Angaben. Das nährt die Gerüchteküche: Deko-Teile sollen im Vorjahr 43.000 Euro gekostet haben. Pro Stück. Elton John soll Rosenblütenteppich und Whirlpool im Rathaus gefordert (und bekommen) haben, Naomi Campbell Privatflüge um 30.000 Euro.

Keszler wehrt derlei mit „Sponsorleistung“ oder „Neidkampagne“ ab – anstatt sich zu immunisieren: Andere Charity-Organisationen lassen sich von unabhängigen Prüfern verantwortungsvolles Wirtschaften per „Spendengütesiegel“ attestieren. Darauf verzichtet der Life Ball bis heute.

Das heißt keinesfalls, dass es dort nicht mit rechten Dingen zugeht – aber es macht angreifbar. Und hinterlässt einen schalen Nachgeschmack. Außer man fragt nicht.