

Vom 27.07.2009

AOL Nachrichten in Zusammenarbeit mit der Welt

So läuft die Abzocke mit der Zukunftsangst Werbung

Angesichts der Wirtschaftskrise haben zahlreiche Deutsche Angst vor der Zukunft. Viele wenden sich an esoterische Beratungssender wie AstroTV und EsoTV. Die Landesmedienanstalten warnen vor dubiosen Praktiken, sind aber häufig machtlos. Für Hilfesuchende wird es vor allem teuer.

Es ist Mittwochmittag, kurz nach zwei, als Anne Erfolg hat: Ein Freizeichen. Die Mittfünfzigerin blickt angespannt in ihr Fernsehgerät, wo Tobias sitzt. Ein smarterer Endzwanziger mit akkurat gezupften Augenbrauen. Wissend lächelnd hockt er hinter seiner Kristallkugel.

Willkommen bei Astro TV. Euphorisch begrüßt Tobias seine Anruferin. Weniger als drei Versuche hat sie gebraucht, um mit ihrem Problem ins Fernsehen zu kommen. Dafür gibt es erst mal einen Glockenton. „Toll, was?“ fragt Tobias. „Ja“, sagt Anne und hustelt verlegen. Wie es denn jetzt weitergehe, möchte sie wissen. Ihr Mann hat gerade seinen Job verloren. Wird er eine neue Arbeit als Werkzeugmacher finden?

Tobias guckt mal nach: Anhand des Geburtsjahrgangs – 1953 – und des ersten Buchstabens des Vornamens stellt der Jüngling nach einem Blick in die Kristallkugel seine Prognose: „Vielleicht nicht in diesem, aber bestimmt Anfang nächsten Jahres.“ Sagt's und blickt treuherzig in die Kamera.

Die Wirtschaftskrise hinterlässt ihre Spuren – und füllt die Kassen der Esoteriksender. Normalerweise leuchten Tobias und seine Kollegen den meist weiblichen Anrufern den Weg durchs Gefühlschaos – heimliche Schwärmereien oder untreue Ehemänner sind Klassiker. Seit vergangenem Herbst rücken aber Herzensangelegenheiten in den Hintergrund.

„Die Menschen fragen häufiger nach ihrer finanziellen Sicherheit oder wie lange es in der Firma noch Kurzarbeit gibt“, sagt Sven Vogel, Sprecher der Questico AG. Die in Berlin registrierte Firma betreibt auch die Portale AstroTV.de und Questico.de und verlegt das Esoterikmagazin „Zukunftsblick“. Mehr als 1,3 Millionen registrierte Benutzer verzeichnet allein die Questico-Homepage, wie es im Unternehmen heißt. „Beratung“ nennen die Questico-Macher ihr Call-in-Geschäft, das angeblich mehr als 2600 „Lebensberater“ rund um die Uhr sicherstellen.

„Liebevolle, einfühlsame und kompetente Lebensberatung“ erwartet den Anrufer laut Eigenwerbung gegen variierende Gebühren von 50 Cent bis 2,99 Euro pro Minute. Ob „von Engeln geführtes, hellichtiges Kartenlegen“ oder „Hellsehen ohne Hilfsmittel“ – das Geschäft brummt, auch wenn Vogel bei der Frage nach Zahlen schmallippig wird: „Wir machen grundsätzlich keine Angaben, aus denen man auf unseren Umsatz schließen könnte.“

Genaueres verrät nur der Bundesanzeiger: Umsatzerlöse von rund 63 Mio. Euro im Geschäftsjahr 2007/2008. Immerhin brüsten sich die Esoteriker mit einer Platzierung im Deloitte-Technology-Fast-50-Ranking aus dem vergangenen Jahr, einem Wettbewerb für „individuelle, heterogene Wachstums- und Erfolgsgeschichten“. Danach legte Questico in den vergangenen fünf Geschäftsjahren ein Umsatzwachstum von satten 286 Prozent hin.

„Die Welt da draußen ist sehr unsicher – gerade im Moment“, sagt Peter Groß, Psychotherapeut und Experte für spirituelle Krisen. Solche Beratungsangebote nähmen ein Stück Angst. „Viele wissen nicht mehr, wem sie vertrauen können. Die Wirtschaft hat viele enttäuscht, ebenso die Politik“, sagt der Kölner. „In meiner Praxis hatte ich in den letzten Monaten auch mehrere Patienten, die extrem verunsichert waren und Schwierigkeiten hatten, Entscheidungen zu treffen. Gerade in Bezug auf das Arbeitsleben.“

Nicht nur Psychologen und Esoteriker haben die Zeichen der Zeit erkannt. Auch die Kirchen, mit der Beichte die eigentlichen Erfinder der Seelenerleichterung, verzeichnen mit ihrer digitalen Außenstelle BibelTV großen Zuspruch. Initiator des Spartenprogramms ist der umstrittene Bonner Verleger Norman Rentrop.

„Das Bedürfnis nach Seelsorge ist in den letzten Monaten unheimlich gestiegen“, sagt Bernd Merz, Geschäftsführer des nach Selbstdarstellung „christlichen Familiensenders“. Acht studentische Hilfskräfte brauche die Redaktion mittlerweile, um die Flut an Zuschauerpost zu bewältigen, die später im Fernsehen beantwortet wird. „Manche schreiben uns 30-seitige Briefe“, sagt Merz. „Da merkt man, dass den Menschen die Seele brennt.“ So sehr, das BibelTV im April mit „hoffnungsvoll“ auf Sendung ging: einem zweiten Seelsorgeformat neben der allabendlichen Sendung „Betesta“. Bis zu 300.000 Menschen sehen laut Merz regelmäßig zu.

Auch auf diesem Gebiet gibt es für AstroTV nur Schätzwerte. Von 0,2 Prozent Marktanteil ist in einem Gutachten der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) die Rede. Wozu auch genaue Werte? Für AstroTV, das sein Geld ohnehin nicht über Werbeeinnahmen, sondern mit den Telefongebühren verdient, sind Einschaltquoten nicht das entscheidende Maß. Hier besteht für Bernd Merz von BibelTV der entscheidende Unterschied zur esoterischen Konkurrenz. „Bei uns kann man nicht anrufen“, sagt er mit Nachdruck. „BibelTV finanziert sich hauptsächlich über Spenden. Wir wollen niemanden abzocken.“

Doch wann beginnt bei einem Sender, der Lebenshilfe gegen Geld anbietet, die Grenze zur Abzocke? Zur Amoralität? Eine Frage, mit der sich die Landesmedienanstalten seit geraumer Zeit herumschlagen. „Es gibt da keine rechtliche Grundlage“, bedauert Holger Girbig, Bereichsleiter Aufsicht bei der Landesmedienanstalt Nordrhein-Westfalen. Von den standesrechtlichen Richtlinien abgesehen – keine medizinische und keine Rechtsberatung im Fernsehen – „können die den Leuten im Prinzip erzählen, was sie wollen. Wir appellieren primär an die Selbstkontrolle der Sender.“ Die allerdings sei verbesserungswürdig.

Eine halbe Stunde später, Tobias ist gerade in die „schnelle Runde – nur eine Frage pro Person“ eingestiegen, hört man wieder die Stimme von Anne. Wie es bei ihr finanziell weitergehe, möchte Anne jetzt wissen. „Das bereitet dir schon länger Sorgen“, sagt Tobias wissend und stiert in die Kugel. „Ich sehe da in nächster Zeit noch eine gewisse

Dynamik, das geht noch ein bisschen rauf und runter“, prophezeit er. Sie habe einen Lottoschein gekauft, beginnt Anne. „Tut mir leid, nur eine Frage pro Person. Du musst dich noch mal einwählen“, flötet Tobias und schiebt Anne aus der Leitung. Dass jeder neue Versuch, auch die erfolglosen, 50 Cent kostet, verschweigt er lieber.

„Beratung, wie sie bei diesen Sendern angeboten wird, kann abhängig machen“, warnt Psychotherapeut Groß. Besonders, wenn die Menschen immer wieder zu Anrufen animiert würden. „Zwar ist das kein Massenphänomen, aber die Gefahr besteht durchaus.“ Seit 2007 gibt es hier zumindest eine kleine Einschränkung von offizieller Seite.

„Auch Veranstalter wie AstroTV, die Formate ausstrahlen, die durch den Anrufmodus Gewinnspielcharakter-Elemente enthalten, haben sich an § 8a des Rundfunkstaatsvertrages, die Gewinnspiel-Satzung, zu halten“, sagt Gerd Bauer, Direktor der Landesmedienanstalt Saarland. „Um die Teilnehmer an Gewinnspielen und Gewinnspielsendungen vor unüberschaubaren Telefonkosten zu schützen, darf nicht zur wiederholten Teilnahme aufgefordert werden“, heißt es da. Die Realität sieht oft anders aus. „Generell beobachten wir, dass eine Vielzahl von Sendern die Satzung nicht adäquat beachtet“, sagt Bauer.

„Wir können nun einmal nicht alle permanent beobachten“, sagt Holger Girbig von der Landesmedienanstalt Nordrhein-Westfalen. „Und bei manchen sind wir einfach machtlos.“ Solch ein Fall ist EsoTV. Der Spartenkanal bietet ebenfalls Telefonberatung via Fernseher an. Allerdings nicht zu den im Vergleich moderaten AstroTV-Gebühren, sondern für 1,99 pro Minute. EsoTV sendet zwar auf Deutsch, besitzt einen Briefkasten im baden-württembergischen Bad Wimpfen und kann via Satellit fast im ganzen Land empfangen werden – sitzt allerdings in Malta. „Auf Sender, die eine ausländische Lizenz besitzen, haben wir als Landesmedienanstalt keinerlei Einfluss“, erklärt Holger Girbig.

Beim Ködern der Verunsicherten scheint es eine Grundregel zu geben: Bescheidenheit im Auftritt. Auf eine hochwertige Studioausstattung legt keiner der Sender Wert. Stellwände in gelb, rosa und blau, ein Tisch, ein Glas Wasser und je nach Sender noch ein Aschenbecher – mehr Ausstattung wird den Tele-Beratern nicht zugestanden. Die selbsternannten Lebenshelfer hüllen sich weniger in esoterische Gewänder, sie treten in Jeans und T-Shirt vor die Kamera. Das Spartanische hat System: Das amateurhafte Ambiente soll Hemmungen abbauen.

„Bei vielen Menschen, die solche Beratungsangebote in Anspruch nehmen, spielt Einsamkeit eine große Rolle“, sagt Werner Gross, Psychotherapeut im psychologischen Forum Offenbach und Dozent an der Universität Frankfurt/Main. Wenn man im Fernsehen Menschen sieht, die einem zumindest äußerlich ähneln, schaffe das zusätzlich Vertrauen. Normalerweise hole man sich Rat bei Freunden oder in der Familie. „Wenn diese Möglichkeiten wegbrechen, sind Fernsehshows oft der letzte Strohalm“, sagt Gross.

Dabei dient die telefonische Beratung im Fernsehen nur als Schaufenster – das Geld wird im Internet verdient. „Anfixen“ nennt Gross die Taktik der Sender. Wer im Fernsehen nicht durchkommt, landet schnell im Netz bei den 2600 „Lebensberatern“, die für Questico in einem Provisionsmodell einen Bauchladen voller Hokuspokus feilbieten: Die

Leistungen reichen von Kaffeesatzlesen, Kartenlegen, Kristallkugel-Blick und Horoskop-Erstellung bis zu Engelskontakten und Aurasehen.

Die Geschäftspraktiken sind zwielichtig: Über ein pinkfarbenedes Banner „Gratisberatung“ sollen Neukunden ihren Weg zu Questico – und somit zu den kostenpflichtigen Diensten – finden. Ein solches Gratisgespräch kann aber nur führen, wer einer Questico-Mitarbeiterin seine Kontodaten anvertraut. „Wir brauchen die nur, um Sie zu identifizieren“, lautet die fadenscheinige Begründung. Wer sich dennoch weigert, die sensiblen Daten preiszugeben, wird mit einem „Dann kann ich leider nichts für Sie tun“ aus der Leitung gekegelt.

Kurz vor 16 Uhr, Tobias bereitet sich schon auf den mentalen Feierabend vor, klingelt ein letztes Mal das Telefon. Noch einmal Anne. Ihr Mann hat nächste Woche ein Vorstellungsgespräch. „Ist das vielleicht eine Chance für ihn?“ Hingehen schadet ja nicht, findet Kristallkind Tobias. Dem hat auch die Kristallkugel nichts entgegenzusetzen.

Zuletzt aktualisiert: Sonntag, 26. Juli 2009, 19:35 UhSo läuft die Abzocke mit der Zukunftsangst Werbung

Esoterik - Wahrsagerin mit Kristallkugel
dpa

Angesichts der Wirtschaftskrise haben zahlreiche Deutsche Angst vor der Zukunft. Viele wenden sich an esoterische Beratungssender wie AstroTV und EsoTV. Die Landesmedienanstalten warnen vor dubiosen Praktiken, sind aber häufig machtlos. Für Hilfesuchende wird es vor allem teuer.

Es ist Mittwochmittag, kurz nach zwei, als Anne Erfolg hat: Ein Freizeichen. Die Mittfünfzigerin blickt angespannt in ihr Fernsehgerät, wo Tobias sitzt. Ein smarterer Endzwanziger mit akkurat gezupften Augenbrauen. Wissend lächelnd hockt er hinter seiner Kristallkugel.

Willkommen bei Astro TV. Euphorisch begrüßt Tobias seine Anruferin. Weniger als drei Versuche hat sie gebraucht, um mit ihrem Problem ins Fernsehen zu kommen. Dafür gibt es erst mal einen Glockenton. „Toll, was?“ fragt Tobias. „Ja“, sagt Anne und hustelt verlegen. Wie es denn jetzt weitergehe, möchte sie wissen. Ihr Mann hat gerade seinen Job verloren. Wird er eine neue Arbeit als Werkzeugmacher finden?

Tobias guckt mal nach: Anhand des Geburtsjahrgangs – 1953 – und des ersten Buchstabens des Vornamens stellt der Jüngling nach einem Blick in die Kristallkugel seine Prognose: „Vielleicht nicht in diesem, aber bestimmt Anfang nächsten Jahres.“ Sagt's und blickt treuherzig in die Kamera.

Die Wirtschaftskrise hinterlässt ihre Spuren – und füllt die Kassen der Esoteriksender. Normalerweise leuchten Tobias und seine Kollegen den meist weiblichen Anrufern den Weg durchs Gefühlschaos – heimliche Schwärmereien oder untreue Ehemänner sind Klassiker. Seit vergangenem Herbst rücken aber Herzensangelegenheiten in den Hintergrund.

„Die Menschen fragen häufiger nach ihrer finanziellen Sicherheit oder wie lange es in der Firma noch Kurzarbeit gibt“, sagt Sven Vogel, Sprecher der Questico AG. Die in Berlin registrierte Firma betreibt auch die Portale AstroTV.de und Questico.de und verlegt das Esoterikmagazin „Zukunftsblick“. Mehr als 1,3 Millionen registrierte Benutzer verzeichnet allein die Questico-Homepage, wie es im Unternehmen heißt. „Beratung“ nennen die Questico-Macher ihr Call-in-Geschäft, das angeblich mehr als 2600 „Lebensberater“ rund um die Uhr sicherstellen.

„Liebevolle, einfühlsame und kompetente Lebensberatung“ erwartet den Anrufer laut Eigenwerbung gegen variierende Gebühren von 50 Cent bis 2,99 Euro pro Minute. Ob „von Engeln geführtes, hellichtiges Kartenlegen“ oder „Hellsehen ohne Hilfsmittel“ – das Geschäft brummt, auch wenn Vogel bei der Frage nach Zahlen schmallippig wird: „Wir machen grundsätzlich keine Angaben, aus denen man auf unseren Umsatz schließen könnte.“

Genaueres verrät nur der Bundesanzeiger: Umsatzerlöse von rund 63 Mio. Euro im Geschäftsjahr 2007/2008. Immerhin brüsten sich die Esoteriker mit einer Platzierung im Deloitte-Technology-Fast-50-Ranking aus dem vergangenen Jahr, einem Wettbewerb für „individuelle, heterogene Wachstums- und Erfolgsgeschichten“. Danach legte Questico in den vergangenen fünf Geschäftsjahren ein Umsatzwachstum von satten 286 Prozent hin.

„Die Welt da draußen ist sehr unsicher – gerade im Moment“, sagt Peter Groß, Psychotherapeut und Experte für spirituelle Krisen. Solche Beratungsangebote nähmen ein Stück Angst. „Viele wissen nicht mehr, wem sie vertrauen können. Die Wirtschaft hat viele enttäuscht, ebenso die Politik“, sagt der Kölner. „In meiner Praxis hatte ich in den letzten Monaten auch mehrere Patienten, die extrem verunsichert waren und Schwierigkeiten hatten, Entscheidungen zu treffen. Gerade in Bezug auf das Arbeitsleben.“

Nicht nur Psychologen und Esoteriker haben die Zeichen der Zeit erkannt. Auch die Kirchen, mit der Beichte die eigentlichen Erfinder der Seelenerleichterung, verzeichnen mit ihrer digitalen Außenstelle BibelTV großen Zuspruch. Initiator des Spartenprogramms ist der umstrittene Bonner Verleger Norman Rentrop.

„Das Bedürfnis nach Seelsorge ist in den letzten Monaten unheimlich gestiegen“, sagt Bernd Merz, Geschäftsführer des nach Selbstdarstellung „christlichen Familiensenders“. Acht studentische Hilfskräfte brauche die Redaktion mittlerweile, um die Flut an Zuschauerpost zu bewältigen, die später im Fernsehen beantwortet wird. „Manche schreiben uns 30-seitige Briefe“, sagt Merz. „Da merkt man, dass den Menschen die Seele brennt.“ So sehr, das BibelTV im April mit „hoffnungsvoll“ auf Sendung ging: einem zweiten Seelsorgeformat neben der allabendlichen Sendung „Betesta“. Bis zu 300.000 Menschen sehen laut Merz regelmäßig zu.

Auch auf diesem Gebiet gibt es für AstroTV nur Schätzwerte. Von 0,2 Prozent Marktanteil ist in einem Gutachten der Kommission zur Ermittlung der Konzentration im Medienbereich (KEK) die Rede. Wozu auch genaue Werte? Für AstroTV, das sein Geld ohnehin nicht über Werbeeinnahmen, sondern mit den Telefongebühren verdient, sind Einschaltquoten nicht das entscheidende Maß. Hier besteht für Bernd Merz von BibelTV der entscheidende Unterschied zur esoterischen Konkurrenz. „Bei uns kann man nicht

anrufen“, sagt er mit Nachdruck. „BibelTV finanziert sich hauptsächlich über Spenden. Wir wollen niemanden abzocken.“

Doch wann beginnt bei einem Sender, der Lebenshilfe gegen Geld anbietet, die Grenze zur Abzocke? Zur Amoralität? Eine Frage, mit der sich die Landesmedienanstalten seit geraumer Zeit herumschlagen. „Es gibt da keine rechtliche Grundlage“, bedauert Holger Girbig, Bereichsleiter Aufsicht bei der Landesmedienanstalt Nordrhein-Westfalen. Von den standesrechtlichen Richtlinien abgesehen – keine medizinische und keine Rechtsberatung im Fernsehen – „können die den Leuten im Prinzip erzählen, was sie wollen. Wir appellieren primär an die Selbstkontrolle der Sender.“ Die allerdings sei verbesserungswürdig.

Eine halbe Stunde später, Tobias ist gerade in die „schnelle Runde – nur eine Frage pro Person“ eingestiegen, hört man wieder die Stimme von Anne. Wie es bei ihr finanziell weitergehe, möchte Anne jetzt wissen. „Das bereitet dir schon länger Sorgen“, sagt Tobias wissend und stiert in die Kugel. „Ich sehe da in nächster Zeit noch eine gewisse Dynamik, das geht noch ein bisschen rauf und runter“, prophezeit er. Sie habe einen Lottoschein gekauft, beginnt Anne. „Tut mir leid, nur eine Frage pro Person. Du musst dich noch mal einwählen“, flötet Tobias und schiebt Anne aus der Leitung. Dass jeder neue Versuch, auch die erfolglosen, 50 Cent kostet, verschweigt er lieber.

„Beratung, wie sie bei diesen Sendern angeboten wird, kann abhängig machen“, warnt Psychotherapeut Groß. Besonders, wenn die Menschen immer wieder zu Anrufen animiert würden. „Zwar ist das kein Massenphänomen, aber die Gefahr besteht durchaus.“ Seit 2007 gibt es hier zumindest eine kleine Einschränkung von offizieller Seite.

„Auch Veranstalter wie AstroTV, die Formate ausstrahlen, die durch den Anrufmodus Gewinnspielcharakter-Elemente enthalten, haben sich an § 8a des Rundfunkstaatsvertrages, die Gewinnspiel-Satzung, zu halten“, sagt Gerd Bauer, Direktor der Landesmedienanstalt Saarland. „Um die Teilnehmer an Gewinnspielen und Gewinnspielsendungen vor unüberschaubaren Telefonkosten zu schützen, darf nicht zur wiederholten Teilnahme aufgefordert werden“, heißt es da. Die Realität sieht oft anders aus. „Generell beobachten wir, dass eine Vielzahl von Sendern die Satzung nicht adäquat beachtet“, sagt Bauer.

„Wir können nun einmal nicht alle permanent beobachten“, sagt Holger Girbig von der Landesmedienanstalt Nordrhein-Westfalen. „Und bei manchen sind wir einfach machtlos.“ Solch ein Fall ist EsoTV. Der Spartenkanal bietet ebenfalls Telefonberatung via Fernseher an. Allerdings nicht zu den im Vergleich moderaten AstroTV-Gebühren, sondern für 1,99 pro Minute. EsoTV sendet zwar auf Deutsch, besitzt einen Briefkasten im baden-württembergischen Bad Wimpfen und kann via Satellit fast im ganzen Land empfangen werden – sitzt allerdings in Malta. „Auf Sender, die eine ausländische Lizenz besitzen, haben wir als Landesmedienanstalt keinerlei Einfluss“, erklärt Holger Girbig.

Beim Ködern der Verunsicherten scheint es eine Grundregel zu geben: Bescheidenheit im Auftritt. Auf eine hochwertige Studioausstattung legt keiner der Sender Wert. Stellwände in gelb, rosa und blau, ein Tisch, ein Glas Wasser und je nach Sender noch ein Aschenbecher – mehr Ausstattung wird den Tele-Beratern nicht zugestanden. Die selbsternannten Lebenshelfer hüllen sich weniger in esoterische Gewänder, sie treten in

Jeans und T-Shirt vor die Kamera. Das Spartanische hat System: Das amateurhafte Ambiente soll Hemmungen abbauen.

„Bei vielen Menschen, die solche Beratungsangebote in Anspruch nehmen, spielt Einsamkeit eine große Rolle“, sagt Werner Gross, Psychotherapeut im psychologischen Forum Offenbach und Dozent an der Universität Frankfurt/Main. Wenn man im Fernsehen Menschen sieht, die einem zumindest äußerlich ähneln, schaffe das zusätzlich Vertrauen. Normalerweise hole man sich Rat bei Freunden oder in der Familie. „Wenn diese Möglichkeiten wegbrechen, sind Fernsehshows oft der letzte Strohalm“, sagt Gross.

Dabei dient die telefonische Beratung im Fernsehen nur als Schaufenster – das Geld wird im Internet verdient. „Anfixen“ nennt Gross die Taktik der Sender. Wer im Fernsehen nicht durchkommt, landet schnell im Netz bei den 2600 „Lebensberatern“, die für Questico in einem Provisionsmodell einen Bauchladen voller Hokuspokus feilbieten: Die Leistungen reichen von Kaffeesatzlesen, Kartenlegen, Kristallkugel-Blick und Horoskop-Erstellung bis zu Engelskontakten und Aurasehen.

Die Geschäftspraktiken sind zwielichtig: Über ein pinkfarbendes Banner „Gratisberatung“ sollen Neukunden ihren Weg zu Questico – und somit zu den kostenpflichtigen Diensten – finden. Ein solches Gratisgespräch kann aber nur führen, wer einer Questico-Mitarbeiterin seine Kontodaten anvertraut. „Wir brauchen die nur, um Sie zu identifizieren“, lautet die fadenscheinige Begründung. Wer sich dennoch weigert, die sensiblen Daten preiszugeben, wird mit einem „Dann kann ich leider nichts für Sie tun“ aus der Leitung gekegelt.

Kurz vor 16 Uhr, Tobias bereitet sich schon auf den mentalen Feierabend vor, klingelt ein letztes Mal das Telefon. Noch einmal Anne. Ihr Mann hat nächste Woche ein Vorstellungsgespräch. „Ist das vielleicht eine Chance für ihn?“ Hingehen schadet ja nicht, findet Kristallkind Tobias. Dem hat auch die Kristallkugel nichts entgegenzusetzen.

Zuletzt aktualisiert: Sonntag, 26. Juli 2009, 19:35 Uh