

30 Jahre Partnervermittlung „Das Herzblatt“: Silke Fritsch führt das Erbe ihrer Mutter Walburga Hintz fort

Der passende Deckel für den Topf

Von Wolfgang Attermeyer

RHEINE. Alleine durchs Leben gehen – das klingt für viele nicht erstrebenswert. Einen Partner dafür zu finden, mit dem man im besten Fall auch noch Hobbys oder andere Gemeinsamkeiten teilt, hingegen schon. Die Partnervermittlung „Das Herzblatt“ hilft dabei, diesen Wunsch zu erfüllen. Seit 30 Jahren sucht man hier den passenden Deckel für den Topf. Silke Fritsch (50) hat die Agentur im Jahr 2008 von ihrer Mutter Walburga Hintz (72) übernommen, die das Unternehmen 1991 in Anlehnung an die damalige TV-Sendung gründete – und auch heute noch manchmal mit ihrer Tochter über diese oder jene Partnersuche spricht. „Uns liegt der Mensch am Herzen“, sagen sie. Ehrliche Betreuung sei für sie in den drei Jahrzehnten des Unternehmens das Wichtigste gewesen, „unser Aushängeschild“.

Beide Frauen vereint dabei eine nur scheinbar aus der Zeit gefallene Arbeitsweise: Sie kamen und kommen ohne technische Hilfsmittel und digitale Datenbanken aus. Zwar nimmt Silke Fritsch einen Fragebogen mit den wesentlichen Eckdaten wie Alter, Größe und Lebensphase in eine Kundenkartei auf – neben Fotos, versteht sich. Aber in dem ersten Gespräch mit dem Suchenden, das sie in ihrem Wohnzimmer führt, will sie mehr über den Menschen erfahren. „Ich versuche die Ecken und Kanten herauszufinden“, sagt sie – im Wissen um die menschliche Neigung, „nur Gutes von sich zu erzählen“ und sich in ein positives Licht zu stellen.

„Der Name ist an die TV-Sendung angelehnt – aber mit Zusatz. Wir suchen DAS Herzblatt, nicht irgendeins.“

Walburga Hintz über die im Jahr 1991 gegründete Agentur „Das Herzblatt“



Mit Stolz und Zuversicht blicken Silke Fritsch (r.) und ihre Mutter Walburga Hintz aus Rheine, die im Jahr 1991 den Grundstein für die Partnervermittlung legte, auf 30 Jahre zum Thema Herzensangelegenheit zurück. Foto: privat

Diesen Eindruck fernab von Infos und Äußerlichkeiten, der nur im persönlichen Kontakt entsteht, hält sie nur in ihrem Gedächtnis fest. „Ein Foto sagt nicht aus, wie ein Mensch ist.“ Mit Menschenkenntnis und besonderem Gespür, wer zusammenpassen könnte, macht Silke Fritsch sich an die Arbeit. Es ist eine besondere Fähigkeit, vielleicht so-

gar eine Gabe. „Das kann man nicht erlernen“ und mache den Unterschied zu Apps oder Internetportalen, wo es bis zu 20 Kandidatenvorschläge pro Woche gebe. „Wir setzen auf Qualität statt Quantität.“ Offenbar mit Erfolg: Die Vermittlungsquote liegt laut Silke Fritsch bei 80 Prozent. „Manche sind nach einer Woche vermittelt, bei manchen dauert es auch länger.“ Zuweilen bekommt der Kunde eine Hausaufgabe wie das Erstellen von Fotos oder einen Stylingtipp.

Silke Fritsch empfiehlt Gelassenheit und Neugier bei der Suche nach einem Part-

ner. „Man sollte nicht nach dem ersten Treffen schon aufgeben. Manchmal macht es erst Klick nach zwei oder drei Begegnungen. Wichtig ist, mit Altem abzuschließen und sich auf Neues einzulassen“, sagt sie. Hilfreich seien Humor, Authentizität und Aufgeschlossenheit.

Die Geschichte von „Das Herzblatt“ begann Anfang der 1990er Jahre auf einer Kreuzfahrt, auf der Walburga Hintz eine Partnervermittlerin aus Koblenz kennenlernte. Sie ermutigte die Rheinsenserin dazu, ebenfalls in dieser Branche zu arbeiten. Walburga Hintz wagte den

Schritt, und nach ein paar Monaten gründete sie 1991 ihre eigene Partnervermittlung in Rheine. Nach 17 Jahren legte sie die Partnervermittlung in die Hände ihrer Tochter Silke.

„Mir gefällt, dass ich auch über die Vermittlung hinaus noch einen engen Kontakt zu meinen Kunden habe“, erzählt Silke Fritsch. Sie bekommt Urlaubsfotos, Postkarten und Weihnachtswünsche. „Manchmal kommen die Paare einfach auf einen Kaffee zum Plaudern bei mir vorbei.“ Wichtig ist Silke Fritsch die gegenseitige Wertschätzung. „Wir vermitteln hier auch eine Idee vom Miteinander“, betont sie. Was zur Folge hat, dass sie manchmal auch noch Therapeutin und Beziehungsberaterin ist.

Als ihre Mutter (heute verheiratet seit über 50 Jahren) die Agentur gründete, war Silke Fritsch 20 Jahre alt. Und verstand nicht, warum es für einen Partner eine externe Vermittlung braucht. Heute – nach mehr als 25 Ehejahren und einer Scheidung sowie mit zwei erwachsenen Kindern – sieht sie das Thema differenzierter. Die Erkenntnis setzte etwas Lebenserfahrung voraus; dazu kommen weniger Möglichkeiten zum Ausgehen und seit einem Jahr auch die Corona-Folgen. „Gerade in der Corona-Zeit wünschen sich viele die Nähe zu einem lieben Menschen“, stellt sie fest. Viele fühlen sich noch einsamer als vorher. In der Partnervermittlung wurde man kreativ, zum Beispiel mit Picknick im Grünen.

Der Kundenkreis beginnt ab einem Alter von etwa Ende 20, die meisten sind 45 bis 60 Jahre alt, häufig geschieden oder verwitwet. „Meine älteste Kundin ist 93“, sagt Silke Fritsch. Der Wunsch nach Liebe und Geborgenheit – er bleibt ewig jung.

| www.pv-daserzblatt.de