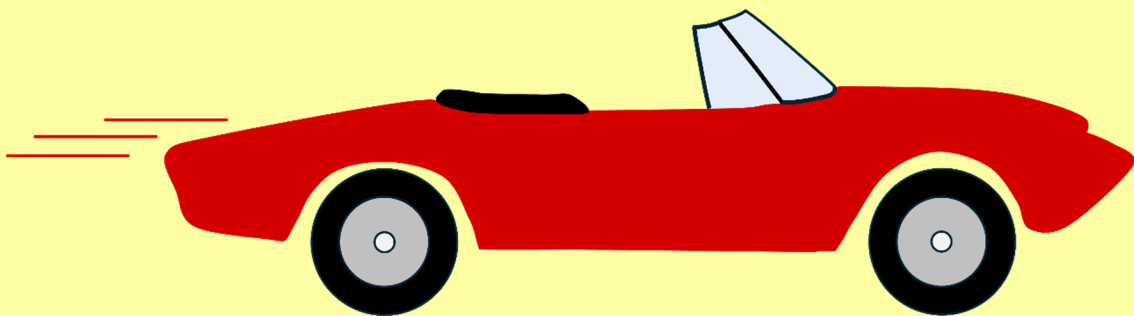


Der schnelle Brüter

Aus dem Leben eines Werbefossils

von

Katja Gold



Der schnelle Brüter

Aus dem Leben eines Werbefossils

von

Katja Gold

A·T·I·C·E

ATICE LLC, Albany NY

Der schnelle Brüter - Aus dem Leben eines Werbefossils von Katja Gold.

Ein Originalmanuskript von Christine Maria Wurm aus dem Jahr 1997.

Copyright © 2024 ATICE LLC. Alle Rechte vorbehalten.

Veröffentlicht in den Vereinigten Staaten von Amerika.

Erste deutschsprachige ATICE E-Book Ausgabe | ISBN 978-1-951894-19-1.

Für Informationen über die Genehmigung zur Vervielfältigung von Auszügen aus diesem Buch wenden Sie sich bitte an ATICE LLC, www.atice-llc.com.

Zu diesem Buch

Im Dezember 1997 erreichte mich per Luftpost ein Geschenk meiner Schwester Christine, das sie mir von Wien nach Austin, Texas gesandt hatte. Es enthielt einen Brief und ein dickeres Päckchen in DIN A4 Format. Sie fragte mich, ob ich mich für sie nach bestimmten Büchern, die Korrespondenz von F. Scott Fitzgerald betreffend, umsehen könne, ich wäre ja quasi vor Ort. Das tat ich natürlich gerne, allerdings mit weniger Erfolg als erhofft, da diese Bücher auch in Amerika nicht mehr in Druck und auch in Antiquariaten nicht mehr auffindbar waren. Literatur, bzw. Bücher im weitesten Sinne waren uns immer wichtig. Da waren wir sozusagen auch Geschwister im Geiste und immer im Austausch.

Das Paket im DIN A4 Format enthielt ein fertiges Buchmanuskript von etwas mehr als hundert Seiten. Das Deckblatt mit Buchtitel und ein hinteres Deckblatt mit Kurzbeschreibungen des Buchinhalts waren in kräftigem Gelb gehalten. Hier lachte mir das Vanillegelb des Giorgio-Armani-Anzugs von Joe Kowalski, des "schnellen Brüters", entgegen. Als meine Schwester dieses Buch schrieb war sie zwar noch nicht ganz so lange in der Werbebranche tätig wie der Protagonist ihres Buches, aber viel fehlte nicht. Meine Schwester wusste also sehr gut, worüber sie da vor etwas mehr als einem Vierteljahrhundert schrieb. Meine Freude über das geschenkte Manuskript war groß, und stieg weiter mit jeder gelesenen Seite.

Meiner Schwester war Sprache, wie man etwas sagt oder ausdrückt, immer sehr wichtig. Viel mehr noch als um das wie, ging es ihr aber darum, was gesagt und geschrieben wurde. Dumme Sprüche konnte sie nicht ausstehen und verbale Schwurbler jeder Art waren ihr schlicht zuwider. Sie hielt es mit intellektueller Redlichkeit und ihre diesbezügliche Messlatte lag hoch. Das hat nicht immer allen gefallen. Aber so dachte und lebte sie. Das Leben ist einfach zu kurz als sich die Zeit von Leuten stehlen zu lassen, die vornehmlich

heiße Luft produzieren. Bei ihr wusste man immer, woran man war. Nie ließ sie einen im Zweifel wie sie über das dachte, was man gesagt oder getan hatte. So etwas ist kostbar. Nur wenige Menschen sind authentisch und seien wir doch einmal ehrlich: Wie viele Menschen gibt es in unserem Leben mit denen wir ein Gespräch als bereichernd empfinden, egal ob man dabei feststellt, dass man mit der eigenen Sicht der Dinge falsch oder richtig liegt?

Das Manuskript des "schnellen Brüters" hat meine Schwester nie veröffentlicht. In ihrem damaligen Brief sagte sie, dass es nur 3 Testleser gab, die das Manuskript sehr unterhaltsam fanden, alles aber (ehemalige) Werber bzw. Werberinnen waren. Weiters schrieb sie *"... und es geht mir auch nicht um eine Veröffentlichung um jeden Preis. Nur wenn's entspannt und ohne Wichtigtuerei abgeht. Ob ein Buch in einem Verlag erscheint, hat genauso viel mit Lotterie zu tun wie vieles andere im Leben"*. Zur Veröffentlichung kam es aber nie. Erst in den letzten Jahren dachte meine Schwester wieder ans Veröffentlichen. Dabei aber wohl weniger an ihr Manuskript von 1997 sondern mehr an andere, jüngere Arbeiten. Da ich zu dem Zeitpunkt bereits meinen Eigenverlag hatte, lag es nahe über diesen ihre Arbeiten mittels E-Books einem breiteren Publikum zugänglich zu machen. Vielleicht würde sich dann irgendwann auch einmal ein Printverlag für ihre Arbeiten interessieren. So hatten wir uns das zumindest gedacht.

Meine Schwester und ich umarmten uns das letzte Mal im Juni 2023, in ihrer kleinen Wohnung in der Wiener Josefstadt. Danach sprachen und sahen wir uns nur noch per Videochat. Das letzte Mal einige Tage bevor sie sich einer Operation unterzog, bei der ihr eine Niere entfernt werden sollte. Sie war guter Dinge. Von ihrem Nierenkrebs hatte sie sich nie unterkriegen lassen und freute sich auf das, was noch kommen würde. Vor allem wollte sie so weit gesund werden, dass sie wieder schreiben konnte, über die Dinge, die ihr wichtig waren. Aber es kam anders.

Meine Schwester verstarb fast auf den Tag genau 26 Jahre nachdem sie mir das Manuskript des "schnellen Brüters" geschenkt hatte. Als ich das Manuskript dieses Frühjahr wieder in die Hände nahm, wurde mir beim Durchlesen natürlich klar, dass sich in der

Zwischenzeit einige Dinge geändert hatten, und das sicher nicht nur in der Werbebranche. In diesem Manuskript ist ja noch die Rede von Gagen in Schillingbeträgen, und der Schilling ist in Österreich seit Februar 2002 kein gesetzliches Zahlungsmittel mehr. Aber die Schillingbeträge kann man einfach umrechnen. Bei der Währungsumstellung war der Wechselkurs $13.7603 \text{ Schilling} = 1 \text{ Euro}$, man muss also die Schillingbeträge nur durch 14 dividieren und erhält so in etwa den entsprechenden Eurobetrag. Gut zu wissen ist natürlich auch, dass ein "Schein", "großer Schein" oder "Riese" sich auf eine 1000 Schillingnote bezieht. Wenn von fünfzig Riesen die Rede ist, dann handelt es sich also um 3633 Euro.

Viel wichtiger als solch technische Fragen ist aber natürlich die Frage nach der inhaltlichen Relevanz der 12 Kapitel des Manuskripts nach 26 Jahren. Und hier wird beim Lesen sehr schnell eines klar. Diese Geschichten spielen sich zwar im Werbemilieu Österreichs gegen Ende des letzten Jahrhunderts ab, aber die handelnden Charaktere selbst sind zeitlos. Dieselben, verwandte oder auch ähnliche Charaktere, einschließlich des Protagonisten Joe Kowalski, findet man in jeder Zeit und an jedem Ort und vielen Leser werden sie mehr als bekannt vorkommen. Das Streben nach Erfolg im Leben und im Beruf, so wie das eine jede oder ein jeder von uns für sich definiert, und die Angst vor Misserfolg und den allfälligen abwertenden Urteilen, die das in unseren Gesellschaften mit sich bringt, ist in vielen Köpfen präsent, damals genauso wie heute. Wie wir das aushalten oder nicht aushalten, mit all unseren Eitelkeiten, Wünschen und Hoffnungen, das ist es wirklich, worum es in den Geschichten des "schnellen Brüters" geht. In allen von uns steckt ein wenig vom "schnellen Brüter" oder von einem der anderen Charaktere in diesen Geschichten. Die Geschichten des "schnellen Brüters" halten uns auf unterhaltsame Weise einen Spiegel vor Augen und wir sollten uns genau ansehen, was uns da im Spiegel entgegenblickt, auch, oder besser, gerade dann, wenn wir das alles andere als angenehm empfinden.

Warum meine Schwester sich entschied unter einem Pseudonym zu veröffentlichen und warum sie sich dafür den Namen Katja Gold aussuchte, hatte sie mir – auch nach mehrmaligem Nachfragen – nie verraten. Ich denke sie hat den Namen einfach gemocht, klingt ja auch gut. Auch bezüglich der Charaktere des "schnellen Brüters" und inwiefern diese

von Personen der Werbebranche inspiriert sind mit denen meine Schwester zu tun hatte oder vielleicht auch arbeitete, hat sie sich bedeckt gehalten. Und schon gar nicht wollte sie preisgeben, inwieweit ihre Geschichten auf realen Begebenheiten basieren oder frei erfunden sind. Dem Wunsch meiner Schwester folgend erscheint das Manuskript also unter dem Autoren-Pseudonym Katja Gold. Aber gleichzeitig möchte ich festhalten, dass "Der schnelle Brüter" ein Originalmanuskript meiner Schwester Christine Maria Wurm ist, das sie unter dem Autoren-Pseudonym Katja Gold 1997 geschrieben hat.

Stefan Wurm

Albany, New York

Mai 2024

Der schnelle Brüter

Aus dem Leben eines Werbefossils

Die schillernde Welt der Werbung, schillert sie auch für einen, der keine Aufträge mehr kriegt?

Ist es auch mit leeren Taschen lustig, sich lustige Sprüche einfallen zu lassen?

Hat den tollen Werbespot in Wirklichkeit die Putzfrau gemacht?

In den Geschichten von Werbetexter Kowalski werden diese und viele andere Fragen ausführlich gestreift.

»Um halb sieben wankte Joe Kowalski aus dem "Schluckspecht", hatte den starken Edi und Hausers Mappe verloren und noch immer keinen Dunst von einem Bosco-Slogan. Dafür einen mächtigen Kater. Während er sich auszog, während er duschte, während er sich wieder anzog, während er Kaffee machte, während er Kaffee trank, keine Spur von einem Bosco-Slogan.

Um halb neun wankte er zum Taxi-Stand. Autofahren war heute nicht drin. Auch im Taxi, auf den fünf Metern Gehsteig und im Aufzug kein Bosco-Slogan. An der Rezeption von International versicherte ihm die Dame dafür herzlich, dass man schon auf ihn wartete. Im Konferenzzimmer.

"Die Bosco-Leute sind auch da," flüsterte sie über ihr Pult, "dicke Luft, Herr Kowalski."

Und sie wedelte ahnungsvoll mit ihren rotlackierten Händen vor Joes Nase herum.«

»Seine Glanzzeit als hochbezahlter "Creativer" lag weit zurück in den späten Siebzigern.

Ja, mehr als zwei Jahrzehnte war Joe nun schon in dieser aufregenden Branche, wobei seine Aufträge in den letzten Jahren immer spärlicher geworden waren. Denn unablässig drängte ehrgeiziger Nachwuchs in die Agenturen.

Oder wie Joe es ausdrückte: Jeder Idiot ging heute in die Werbung.«

”Also, Katja, wenn du schon glaubst, dass sich irgendwer für Werbegeschichten interessiert. . .“

”Aber klar, Joe. Werbung boomt doch total.“

”Na, und die ganzen Fachausdrücke – Scribbeln, Pappen, Recall? Wer soll das verstehen außer den Werbern?“

”Hm.“

”Es sei denn. . .“

”?“

”Du könntest es erklären. Wie in einem Lexikon. Und das hängst du einfach hinten dran.“

”Prima Idee. Aber könntest du das nicht schreiben? Du, als alter Hase?“

”Tja, könnte ich schon. Bin gerade frei, hab gestern einen großen Auftrag abgeschlossen. . .“

”Joe?“

”Ja?“

”Wieviel?“ *

*) Liebe Leser

Joe und ich waren uns dann schnell über den Preis einig. Und er hat sein nicht gerade üppiges Lexikon sogar pünktlich geliefert.

Naja, fast pünktlich.

Jedenfalls könnt ihr jetzt die schräg gedruckten Wörter ganz einfach in ”Kowalskis ABC der Werbung“ nachschlagen. Ab Seite [119](#).

Inhaltsverzeichnis

Gestatten, Kowalski	1
Magic Joe	15
Der schnelle Brüter kehrt zurück	23
Duell in der Sonne	33
Zettels Traum	44
Halali im Eldorado	53
Wieder an Bord	62
Der Auftrag	71
Dr. Horn greift ein	80
Ganz unten	91
Hello Chairman, good-bye Joe	102
Die hohe Kunst der Werbung	110
Kowalskis ABC der Werbung	119

Gestatten, Kowalski

Tief unter der Terrasse des Tanzcafés Berger lag die Großstadt in der sommerlichen Abenddämmerung. Gleich unter der Terrasse sah man den Parkplatz und ein Stück der Straße, die sich in Serpentinien nach oben wand. Man hörte: Heiter plaudernde Menschen. Das Knirschen des Servierpersonals, das über den Kies eilte. Zirpende Grillen, klingende Gläser. Und jetzt noch den röhrenden Motor eines Autos, das näher kam. Der unverwechselbare Spruch eines Alfa Romeo. Es war ein roter Spider älteren Baujahres.

Der Wagen parkte und ein magerer Herr in einem vanillegelben Anzug schlüpfte aus dem Wägelchen wie aus einem Brillenetui. Er nahm seine schwarze Sonnenbrille ab, ging auf die Terrasse zu und blickte suchend um sich.

Joe Kowalski, 47 und Werbetexter der allerersten Stunde, kam zu seiner Verabredung mit dem Glück. Denn Glück musste man es leider nennen, das einen *Creativdirector* bewog, ihm einen Job zu geben. Ein Creativdirector, der zum Beispiel neu in der Stadt war und keine Ahnung hatte, wen er sich da anlachte. Einer der nicht wusste, dass Joe Kowalski der Outlaw der hiesigen Werbeszene war. Einer, der zum Beispiel Paul Körner hieß und frischgebackener Creativdirector bei Yates Worldwide war.

Paul Körner war aus Hamburg hierher gezogen, um bei Yates eine neue Creation aufzubauen. Yates Worldwide hatte hier nämlich keine. Und heute

gab Paul Körner seine Einstandsfeier. Nach und nach stellten sich auch die Leute ein, die er in seiner neuen Funktion bereits engagiert hatte. Zwei ehrgeizige junge Grafikerinnen, ein junger hungriger *Artdirector* und eben - "Ah," rief Paul Körner und winkte, "hierher, Joe, komm hier rüber."

Joe trat an den Tisch und deutete eine Verbeugung in Richtung der Damen an.

"Gestatten, Kowalski."

Er setzte sich.

"Unser neuer *Seniortexter*, Joe Kowalski," rief Paul Körner fröhlich Dr. Glatz zu, der ein paar Tische weiter saß. Der Geschäftsführer von Yates Worldwide quälte sich mühsam ein Lächeln ab.

Dass Joe von Körner zu einem Bewerbungsgespräch gebeten worden war, hatte er einer Visitenkarte zu verdanken, deren Entwurf noch aus der guten alten Zeit stammte, aus den Siebzigern.

Der schnelle Brüter. Joe Kowalski.

Texte von 0-24 Uhr.

Ja, diese Visitenkarte hatte auch damals schon den Bossen Eindruck gemacht. Die Aufträge waren nur so reingeprasselt bei Joes Tür. Richtige *Kampagnen* mit doppelseitigen Anzeigen, ganze Serien von Fernseh- und Radiospots, kilometerlange Plakate, alles, alles hatte er getextet, vor allem auch schwindelerregende Honorarnoten.

Bis vor ca. 15 Jahren.

Da war die Durststrecke angebrochen. *Mailings*, Handelsfolder, Kleinanzeigen. Ein Radiospot hier, eine Zeile fürs Plakat da, und kassiert wurde bar aus der Handkasse.

Aber in den letzten Monaten war das Telefon still geblieben. Nichts. Dafür hatten sich die Rechnungen getürmt. Die Anrufe der Bank hatten immer dramatischer geklungen. Der Tank des Spiders war ausgetrocknet.

Gut, dass diese schlimme Zeit nun vorüber war.

Joe hob sein Glas und prostete Körner zu.

Der nickte lächelnd. Netter Typ, der Joe Kowalski. Aber diesen Don-Johnson-Aufzug könnte er sich sparen, dachte Körner.

Am Tisch des Geschäftsführers gäerte es mittlerweile.

Dr. Glatz, vulgo der Zwerg, wollte es nicht glauben. Nicht nur, dass ihm die Mutteragentur in London diesen Körner reingesetzt hatte. Jetzt engagierte der auch noch haufenweise Leute.

Und wer würde die bezahlen?

Wem würde das vom Gewinn abgezogen?

Ihm, Dr. Glatz, ihm, der seinen Sekretärinnen seit Jahren einbleute, dass gefälligst jede von ihnen kreativ sei, dass sie sich bloß nicht genieren und jetzt aber dalli mit Ideen und Vorschlägen für Headlines, Radio- und Fernsehspots rausrücken sollten.

Ganze Kampagnen hatte er so organisiert. Als ob es dazu Creative brauchte. Die lungerten doch bloß rum und spielten auf seine Kosten Tischfußball.

Um jedoch den Schein zu wahren, hatte Dr. Glatz immer wieder gutgläubige

Menschen engagiert, die er mit dem Titel des Creativdirectors zu schmücken pflegte. Nicht natürlich mit dem entsprechenden Gehalt. Und schon gar nicht mit dem entsprechenden Aufgabenbereich. Creativ war Glatz selber und Director sowieso. Doch nicht alle seine Kandidaten hatten sich dieser Perspektive fügen wollen. Und so hatte Dr. Glatz in den vier Jahren seiner Regentschaft nicht weniger als 14 dieser Exemplare verschlissen.

Mit erheiternder Regelmäßigkeit konnte man in den Branchenblättern bewundern, wie ein verkniffen strahlender Glatz den jeweils neuesten Creativdirector von Yates Worldwide präsentierte. In diesem Mann, so der Zwerg jedesmal, habe man nun die endgültig richtige Besetzung für diese so umfassende, so anspruchsvolle Aufgabe gefunden. In einer Zeit sich wandelnder ästhetischer und intellektueller Anforderungen an Creative und blabla und so weiter übrigens.

Die ganze Branche schlug sich nur noch auf die Schenkel. Wahre Creative mieden Yates Worldwide wie die Pest.

Das Ergebnis dieser bestürzenden Geschäftsführung war, dass die Agentur aus jeder Präsentation rausflog oder gar nicht erst eingeladen wurde. Nur die internationalen Kunden hielten die Zahlen im schwarzen Bereich. Aber die konnten gar nicht anders. Die waren vertraglich gebunden.

Schließlich wollten sich die Herren in London nicht länger über die grässliche Ausfallquote beim Neugeschäft wundern. Sie schickten Paul Körner, einen Mann von internationalem Format.

Und damit sollte jetzt alles anders werden.

”Ja, das ist praktisch die Stunde null hier,“ sagte Körner und schaute optimistisch in die Runde, ”nächste Woche geht’s dann richtig los mit der Suppenpräsentation.“

Die Grafikerinnen und der neue Artdirector nickten eifrig.

Joe nahm einen Schluck Wein.

”Und der – äh – der Dr. Glatz, was sagt der zu der neuen Creation?“

Körner schüttelte den Kopf.

”Das ist ja meine Aufgabe. Der redet mir da nichts drein.“

Sowas von null Ahnung hatte der Körner von seinem neuen Geschäftsführer.

Eine halbe Stunde später funkelten die Augen des Zwerges böse nach oben.

”So leicht kommen Sie mir nicht durch,“ zischte er Joe an, ”da müssen Sie schon früher aufstehen, Kowalski.“

Sie standen nebeneinander am Pissoir. Glatz war ihm nachgelaufen. Joe schwieg bestürzt. Dass Glatz ihn siezte bestätigte seine schlimmsten Befürchtungen. Sie beide waren nämlich alte Bekannte.

Keifend stand der Zwerg in der Tür.

”Sie glauben wohl, dass Sie’s geschafft haben,“ höhnte er Joe entgegen, ”Sie halten sich wohl für sehr clever, aber so schnell können Sie gar nicht schauen, Kowalski, wie Sie wieder draußen sind. Das versprech ich Ihnen.“

Und weg war der kleine böse Mann.

Joe wusch sich die Hände und schaute in den Spiegel. Da hatte man nun einmal Glück. Grübelnd hielt er die Hände unter den warmen Luftstrom

aus dem Trockner. Er hätte es wissen müssen. Körner hatte ihn engagiert als Glatz auf Urlaub gewesen war. Sonst wäre es wohl nie dazu gekommen. Vor ewigen Zeiten hatten Joe Kowalski und Dr. Glatz in einer Agentur gearbeitet. Joe und seine Kollegen hatten keine Gelegenheit ausgelassen, den ehrgeizigen Kontaktassistenten Glatz, der es um jeden Preis zu was bringen wollte, als Prototyp des *Pappenträgers* zu verarschen. Bis Glatz eines schönen Tages als schleimiger Streber und völlig unfähiger Trottel rausgeflogen war.

War das vielleicht Joes Schuld gewesen?

Er seufzte. Adieu Gehaltszettel. Adieu einmal volltanken, adieu Seniortexter Kowalski. Alles nur eine Frage der Zeit.

Vielleicht könnte er wenigstens ein, zwei Monate abbiegen. Wenn er dem Glatz keine Angriffsfläche bot?

Diese Aussicht war zwar reichlich demütigend, aber seine Kontoauszüge verließen Joe auch nicht mehr Würde.

Als er wieder auf die Terrasse kam, saß Glatz schon neben Körner. Der lässt wirklich nichts anbrennen, dachte Joe bitter.

Am besten wäre für heute wohl ein dezenter Rückzug, um den Glatz nicht zu provozieren. Er klopfte Paul Körner auf die Schulter.

”Ich muss mich leider verabschieden.“

Körner schaute verwundert.

”Schon? Ich dachte wir trinken noch ein Gläschen.“

Joe verzog das Gesicht und heuchelte Erschöpfung.

”Hab gestern Nacht noch einen letzten freien Job erledigt. Muss jetzt wirklich

ins Bett.“

”Naja. Das kann ich verstehen. Dann sehen wir uns am Montag.“

Sein neuer Creativdirector zwinkerte freundlich.

Glatz nickte bloß hämisch.

Drei Stunden später waren Glatz und Körner per du. Außerdem hatte Glatz dafür gesorgt, dass Körners Glas nie leer geblieben war.

”Um auf den Kowalski zu kommen,” begann der Zwerg listig, ”ich weiß nicht, ob der der richtige Mann ist.“

Und er blinzelte Körner an.

”Wieso?“ staunte der, ”ist doch ein alter Hase, viel Erfahrung. Ich brauch so einen, einen auf den ich mich verlassen kann.“

”Eben,“ meinte Glatz, ”aber ausgerechnet Kowalski?“

”Magst du ihn nicht, ist doch ein netter Kerl?“

Glatz wurde langsam ungeduldig.

”Der Kowalski,“ fing er also wieder an und sah ernst drein, ”der war mal gut.“

”Aber was er mir gezeigt hat...“

”Kann nur steinaltes Zeug gewesen sein oder er hat Sachen von jemand anders geklaut. Würde mich nicht wundern. Der kriegt doch kein Bein mehr auf den Boden. Keinen Auftrag. Kowalski ist völlig out. Hast Du den Anzug nicht gesehen und das Auto? Ist doch von vorgestern der ganze Plunder!“

Paul Körner dachte nach. Zugegeben. Der Anzug, den Kowalski getragen hatte, schien zwar von edlem Geblüt zu sein, aber wohl eher aus der Saison ’79. Und der Spider auch.

Glatz gab noch immer keine Ruhe.

”Würde mich ehrlich gesagt auch nicht wundern, wenn er was ganz anderes im Schilde führt...“

Körner sah ihn fragend an.

”Na, wenn du irgendwo nichtsahnend auf *Dreh* bist, spielt er Creativdirector, gibt deine Arbeit als seine aus und so. Ich kann das nicht kontrollieren.“

Paul Körner sah Glatz nachdenklich an.

”Hm,“ sagte er schließlich, ”werde ihn einfach im Auge behalten.“

Glatz schüttelte eifrig den Kopf.

”Genau das solltest Du tun.“

Und dann begann Glatz Körner die Bars und Restaurants aufzuzählen, wo man hingehen konnte, und die ganzen Läden, wo seine Frau einkaufen sollte, weil seine Frau da schon seit Jahren hinging und so.

Schließlich war Freund Körner fremd und konnte die schlimmsten Gruftiläden der Stadt wirklich nicht kennen.

Sie arbeiteten etwa zwei Wochen konzentriert an der Suppenpräsentation. Körners Konzept war gut, Joes Texte waren gut, die Grafikerinnen und der Artdirector brachten ein gutes *Layout* zustande. Die Stimmung war auch gut. Bis Körner zu einem Waschmittelmeeting nach Paris musste.

”Hör zu,“ sagte er zu Joe, ”die Suppen stehen. Du und der Glatz, ihr werdet das schon verkaufen. Mach dir zwei ruhige Tage, die hast du dir redlich verdient.“

Dann nahm er sein kleines Kofferchen und verließ das Haus in Richtung Flughafen.

Fünf Minuten später stand Commander Glatz in der Tür.

Joe nahm schnell die Füße vom Tisch.

”Bleiben Sie nur, Joe“ lächelte der Zwerg schmierig, ”keine Umstände.“

Joe glaubte nicht recht zu hören.

Glatz sah mit flinken Äuglein um sich.

”Und die Suppenpräsentation, alles fertig?“

Der schnelle Brüter nickte vorsichtig.

”Hätten Sie wohl die Freundlichkeit, mir die Sachen zu zeigen? Schließlich muss ich mich ja präparieren.“

Und zwar am besten in Formaldehyd, dachte Joe, während er die Mappen holte.

Dr. Glatz blätterte etwa fünf Minuten in den *Pappen* und *Booklets*. Hin und wieder stieß er traurige Seufzer aus.

Mit wachsender Nervosität sah Joe die Schrumpelfinger des Zwerges an den Blättern zerren.

„Tja, Herr Kowalski,“ sagte Dr. Glatz schließlich, ”damit werden wir den *Etat* wohl nicht holen. Ich hoffe, Sie und die Grafiker haben nicht viel vor heute Abend. Denn das,“ und er tippte tocktock auf die Unterlagen, ”muss ja wohl völlig überarbeitet werden.“

”Aber was soll das heißen? Der Körner hat die Präsentation ok gegeben.“

Glatz kraulte sein bärtiges Kinn.

”Das mag schon sein. Aber der Chef bin immer noch ich. Und wenn ich sage, dass das neu gemacht wird, dann wird das neu gemacht.“

Glatz setzte sich, zog ein paar bekritzelte Zettelchen aus seiner Brusttasche

und zückte einen Kugelschreiber. Dann begann er, Joe seine ausgefallene Idee zu erläutern und las ein paar Radiospots vor, die ihm gerade eben im Aufzug eingefallen seien. Gleich fünf Stück. Ganz locker. Das beweise doch die Tragfähigkeit des Konzeptes.

Joe starrte ihn ungläubig an. Der Zwerg legte den Griffel beiseite und schaute auf.

”Worauf warten Sie? Informieren Sie bitte jetzt die Grafik? Viel Zeit haben Sie ja nicht.“

Dann verließ er Joes Zimmer und machte Feierabend.

Joe lief durch die Gänge zum Grafikatelier. Wie sollte er denen das bloß erklären? Die würden ihm den Vogel zeigen. Am besten er behauptete die Idee sei von Körner. Von Körner, ja. Wäre ihm kurz vor seinem Abflug noch eingefallen. Sonst würde er die Grafik nie dazu bringen, noch einmal von vorne anzufangen.

Genau das war’s. Er würde sagen Körner wollte unbedingt noch eine zweite Linie präsentieren.

So könnte es klappen.

Am nächsten Nachmittag saßen die Grafikerinnen, Artdirector Leo und Joe wie erschlagen im Konferenzzimmer. Sie hatten durchgearbeitet.

”Ich glaub’s einfach nicht,“ murmelte Leo, ”ich glaub’s einfach nicht.“

”Und so einen Scheiß will der Körner jetzt präsentieren!“ schimpfte Heidi,

”so einen Scheiß!“

Auch Lisa schüttelte den Kopf.

”Den Mist hätte ich ihm nie zugetraut. Bin bloß gespannt, was die Suppen sagen.“

Joe wollte es lieber nicht wissen, In einer halben Stunde musste er mit Glatz zur Präsentation und sollte den Scheiß da verkaufen.

Natürlich wurde daraus nichts. Als sie am Abend in die Agentur zurückkamen, waren sie in hohem Bogen aus der Präsentation herausgeflogen.

Joe setzte sich sofort in den Spider und fuhr nach Hause.

Am nächsten Morgen meldete er sich erst mal krank.

”Ja,“ brauste Glatz entrüstet auf, ”das glaub‘ ich, dass der krank feiert. Nach dem Ei, das er dir gelegt hat.“

Paul Körner verstand kein Wort. Er hatte Joe gesucht, um sich von der Präsentation berichten zu lassen. Die Rezeptionistin hatte ihm erklärt, dass Herr Kowalski krank sei. Also war er eben zu Glatz gegangen.

Er runzelte die Stirn.

”Was für ein Ei?“

”Hätte ich geahnt, was er da präsentiert,“ fuchtelte Glatz mit den Händen in der Luft herum, ”hätte ich das bloß geahnt. Aus der Präsentation sind wir jedenfalls raus!“

”Ja, aber die Kampagne war doch auf dem Punkt. Da konnte man ja nicht mehr viel falsch machen.“

”Tja, wenn Herr Kowalski nicht eigenmächtig eine andere Kampagne präsentiert hätte, von der ich dachte es sei deine!“

”Er hat was?!“

”Ja, dein Kowalski, der nette Kowalski, hat eine eigene Präsentation gehalten. Ich hatte nur meine Zahlen vorbereitet. Meinen Teil eben. Habe mir vorher nichts angesehen, weil ich doch die Creation bei dir in besten Händen wusste. Wie hätte ich ahnen können, dass er deine Kampagne einfach beiseite schafft, um diesen Mist hinzutragen!“

Körner riss den Mund auf.

”Er hat was?!“

Glatz legte ihm die Hand auf die Schulter.

”Ich habe dich gewarnt, Paul, dieser Kowalski ist ein übler Bursche.“

”Und was hat er nun präsentiert?“

Glatz verzog angewidert das Gesicht.

”Ach, irgendsoein ekeliges Sex-Zeug. Geh am besten in die Grafik, da liegen die Pappen. Ich konnte den Schund nicht mehr sehen.“

Paul Körner war schon auf dem Wege.

Leo, Heidi und Lisa schauten Körner neugierig an. Der war grußlos zur Tür hereingestürzt und hatte geschrien:

”Wo sind die Suppen?“

Jetzt blätterte er sie durch, riss eine Pappe nach der anderen vom Tisch.

”Was ist das,“ rief Körner, ”was ist das?“

Und dabei wackelte sein Kopf ohne Unterlass.

”Saxer-Suppen. So sexy können Suppen sein. Wer hat das geschrieben? Supp doch mal wieder? Ich hab ein kleines Suppdezvous,“ Körner krächzte nur noch, ”supp me tiger... von wem ist das?“

Die drei betrachteten ihn neugierig.

”Ist das,“ begann Leo, ”ist das nicht von dir?“

Dong.

Statt einer Antwort ließ Körner sich auf einen Sessel fallen und schloss die Augen. Fünf Minuten saß er so da. Sein Atem wurde langsam wieder ruhiger. Leo, Heidi und Lisa standen währenddessen herum und schauten ängstlich. Endlich öffnete er die Augen.

”Also,“ sagte Paul Körner, ”erzählt mir eure Geschichte.“

Und sie erzählten, dass Kowalski ihnen diese Linie als eine zweite von Körner präsentiert hätte, die unbedingt noch zu machen sei. Sie hätten sich ja schon gewundert, aber Joe hätte keine Ruhe gegeben.

Zehn Minuten später rief Körners Sekretärin Joe Kowalski an und weckte ihn mit der Nachricht, dass er lieber nicht wiederkommen solle. Man komme gut ohne ihn zurecht.

Dr. Glatz war nicht ganz zufrieden. Eigentlich hatte er gehofft, mit seiner Präsentation den Etat zu holen und damit gleich den Körner loszuwerden. Zack und Rübe ab! Platz frei für Allround-Talent Glatz. Jetzt war also nur der Kowalski weg. Aber für Körner würde ihm schon noch was einfallen.

Joe versuchte in den nächsten Tagen vergeblich, Körner die Sache zu erklären und ihn vor Glatz zu warnen. Für Herrn Kowalski war der Kreativdirector auf keinen Fall zu sprechen. Nein, auch morgen nicht, Herr Kowalski, tut mir leid.

Drei Monate später verließ Paul Körner fluchtartig die Stadt, um bei Yates

in Ankara eine neue Creation aufzubauen.

Yates Worldwide hatte dort nämlich keine.

Magic Joe

Schlag zwölf betrat Joe Kowalski, freischaffender Werbetexter, die gediegenen Räume der Agentur Interego. Joe war auf seiner Runde, die nichts anderes war als ein überfallartiges Abklappern möglicher Auftraggeber. Und Auftraggeber waren das, was Joe Kowalski besonders dringend brauchen konnte.

Denn Joes Glanzzeit als hochbezahlter *Creativer* lag weit zurück in den späten siebziger Jahren. Staubig und versunken wie das Zeitalter der *Reprokamera*.

Mittlerweile musste er im Meer der freien Texter ganz schön strampeln, um wenigstens Gagen für die Miete, ein paar volle Benzintanks und ein bisschen Taschengeld einzufahren.

Heute war die Lage besonders schwierig. Er musste unbedingt einen Job an Land ziehen. Inklusive Bares auf die Hand.

Bis 17 Uhr hatte ihm Knöpfe, der stämmige Besitzer der Werkstätte Zeit gegeben, einige seiner infamen Reparaturrechnungen zu begleichen. Ansonsten würde er persönlich bei Joe vorbeischaun und sich den Spider holen. Er hätte genügend Interessenten bei der Hand.

Kein Zweifel, mit Meister Knöpfe und seinen gut trainierten Unterarmen war nicht mehr zu spaßen.

Ein bisschen Glück.

Ein bisschen Glück und er würde diese unangenehme Sache abwenden. Schon

ein kleiner Auftrag könnte ihn und den Spider wieder in Fahrt bringen. Ein Hörfunkspot. Ein Mailing. Oder wenigstens ein paar Kleinanzeigen. Irgendetwas, das Joe mit der Routine seiner Jahre geistesblitzartig zu Papier bringen würde.

Die Interego war nicht seine schlechteste Anlaufstelle. Denn immerhin. Vor vielen Jahren war er hier Angestellter gewesen und einer der Bosse, Harry Strommer, heute verantwortlicher Creativdirector, hatte damals mit ihm angefangen.

Das Mädchen am Empfang strahlte.

Es war ihr erster Tag.

Sie wusste nicht, wer Joe war oder vielmehr gewesen war.

Und sie strahlte, weil ihr der Auftrag noch fremd war, der Auftrag, der in so vielen Agenturen der Stadt lautete: Nie und nimmer ist Joe Kowalski Einlass zu gewähren.

Derart ungebremst trat Joe ans Pult der schönen Unbekannten. Es empfahl sich die erste Hürde flott zu nehmen.

”Neu hier?”

”Ja. Erster Tag.“

”Na, dann bloß nicht stressen lassen. Wir Werber machen immer eine Menge Wind. Ich bin schon ewig dabei, glauben Sie mir.“

Das Mädchen wusste nichts darauf zu sagen.

”Joe Kowalski, freier CD. Von mir war der Kakao mit dem Hasen.“

Sie schaute verständnislos. Der Kakao mit dem Hasen war wohl schon vor

ihrer Geburt aus den Regalen der Supermärkte entfernt worden.

Es wäre wohl jetzt am besten, Gas zu geben.

”Ich möchte kurz zu Strommer,” sagte Joe, ”ist er da?“

”Er ist im Konferenzzimmer. Aber er hat...“

Doch Joe war schon auf halbem Wege. Hier gab es nichts zu fackeln. Hier gab es einen Auftrag zu holen, in die Tasten zu hauen und zu kassieren.

”Wir sind Kollegen...“ rief er fröhlich über die Schulter, ”...alte Freunde.“

Harry Strommer saß mit müden Augen am Ende eines langen Besprechungstisches. Der Tisch war mit Pappen übersät, haufenweise bunte *Storyboards*, in deren Mitte ein riesiger Teller mit belegten Brötchen thronte. Kunstvoll gestapelt und gänzlich verschmäh.

An der Längsseite des Tisches verharrten drei Herren und schauten mürrisch. Die Stimmung eines kreativen Supergaus.

In dieses gedämpfte Szenario stürmte mit wehendem Jackett Joe Kowalski. Strommer blickte entsetzt auf.

”Oh, da störe ich wohl...“

Joe riss entschuldigend die Arme hoch.

Doch jetzt ereignete sich das Wunder des Tages.

”Ganz im Gegenteil Herr Kowalski,” dröhnte es von der anderen Seite des Tisches. Das war der Anzug in der Mitte.

”Vielleicht können Sie das Problem lösen, mit dem Herr Strommer,” der Herr im Anzug schnaubte verächtlich, “sich seit Wochen herumquält.“

Joe blinzelte.

Hatte er Kowalski gehört?

Er fasste den Herrn ins Auge.

Aber ja. Niemand anders als Eugen Kofler saß auf der anderen Seite des Tisches. Durchaus nicht abgeneigt, einen Strahl reinen Glücks auf Joe zu lenken. Und warum auch nicht? Schließlich waren sie beide alte Bekannte.

Joes Birne forschte nach dem letzten Stand ihrer Beziehung.

Nichts Unangenehmes zu finden.

Eugen Kofler war seit annähernd drei Jahrzehnten gefürchteter *Markenmanager* eines Weltkonzerns, für den – einst in den goldenen Tagen – auch Joe geschaffen hatte.

Strommer schluckte.

”Wenn es deine Zeit erlaubt...“

Sieh zu, dass du verschwindest, Brezenkopf, fügte er noch insgeheim hinzu.

Jeder andere hätte diesen charmanten Gedanken sensibel wahrgenommen. Jeder andere. Leider, leider. Doch noch während Joe die erstaunliche Entwicklung der letzten Minuten bedachte, brauste ein rotes etwas an seinem geistigen Auge vorüber.

Hörte sich an wie ein Alfa Spider, Baujahr ’78.

Er setzte sich.

Strommer hätte ihn am liebsten erwürgt.

Beseelt von Hoffnung rückten Kofler und die anderen Herren energisch an

den Tisch.

”Es geht um eine Produkteinführung. Denta-Forte, unsere neue Zahnpasta mit Vierfach-Schutz,“ erklärte Kofler stolz.

”Und das,“ Kofler schniefte wie ein gekränkter Welp, ”das sind die Vorschläge von Herrn Strommers sogenannten Creativen. Alles völlig unbrauchbar.“

Kofler nahm eine der Pappen und warf sie entrüstet von sich.

Die Pappe schlitterte über den Tisch bis der Brötchenteller ihrem Flug ein Ende setzte.

Strommers Mundwinkel zuckten.

Sechs Wochen Arbeit steckten da in französischer Leberpastete.

Joe allerdings konnte sich kein Mitleid leisten. Er hatte einen Auftrag.

Und die Herren warteten.

Er überflog die Storyboards.

Sagte aha, Sagte ah ja. Wusste was ein alter Hase seinem Publikum schuldig war.

Soweit Joe sehen konnte, war Kofler ein Idiot.

Denn was da auf dem Tisch lag, waren sendereife Konzepte.

Der ganze pseudowissenschaftliche Zahnpastascheiß eben.

Aus welcher Laune heraus Kofler diese Filme also nicht wollte, für ihn war dies ein Glücksfall. Wenn sie den üblichen Zahnpastascheiß nicht wollten, dann würde er sich eben etwas anderes aus den Fingern saugen.

Bloß was?

Und mit welcher Begründung?

In vier Stunden würde Meister Knöpfe seine Hemdsärmel aufkrepeln.

Als Maßnahme numero eins verengten sich Joes Augen zu den visionären Leuchten eines *Werbegurus*. Dann blickte er aus dem Fenster. Sah über das ziegelrote Dach des gegenüberliegenden Hauses in den Himmel, wo sich versprengte hellgraue Wölkchen sammelten, um Zeugen seiner Eingebung zu werden.

Auch die Herren waren sichtlich konzentriert.

Joe erhob sich langsam.

Begann auf und ab zu gehen.

Legte sinnierend den Zeigefinger vor seine Lippen. Eine Geste, die sich in hunderten *Creativmeetings* bestens bewährt hatte.

Strommer stöhnte leise in sich hinein.

”Wissenschaft,“ begann Joe, ”Wissenschaft ist heute ja völlig out. Die Leute wollen. . .“

Joe blickte dem Manager fest in die Augen.

”Die Leute wollen überwältigt werden.“

Kofler nickte zögernd.

”Und schließlich, was haben wir. Eine neue Zahnpasta. Eine unter Millionen anderen, die alle auf Wissenschaft machen.“

”Die erste mit Vierfachschutz!“ Kofler klang beleidigt.

”Nein,“ rief Joe und wedelte dramatisch mit einem Arm, ”nein, unterbrechen Sie mich nicht.“

Der Markenmanager schwieg verblüfft.

Joe hielt das Produktmuster hoch als wär’s der heilige Gral. Mindestens.

”Gehen wir einmal zu dem Namen. Denta-Forte. Vierfachschutz. Ziemlich

wissenschaftlich, nicht wahr? Anonym. Kalt. Unnahbar. Und was denkt sich der Konsument, was fühlt er?“

Die Herren wussten es nicht.

Gut das Joe jetzt zur Höchstform auflief.

In ein dramatische Stakkato.

”Weiße Kittel. Unnahbare Götter in Weiß. Forschungslabor. Versuchstiere. Kunstfehler. Fette Konten in der Schweiz.“

Da war sogar Strommer überrascht.

”Segeln, Golfen, Fernreisen, alles, was sich der einfache Mann nicht leisten kann.“

Kofler war betrübt. Von der Seite hatte er die Sache noch nie betrachtet.

Joe legte ein Schäuflin nach und setzte eine bittere Miene auf.

”Alles das klebt an Denta-Forte. Nicht grade sympathisch, was?“

”Ja, aber was können wir denn dagegen tun?“ brach es aus Kofler hervor.

Die Wölkchen am Fenster verzogen sich. Joe schenkte allen ein Lächeln, das milde Lächeln des Vordenkers.

”Was uns fehlt,“ sagte er, ”ist vor allem – Natürlichkeit.“

Die Rezeptionistin war verwirrt. Erst hatte sie diesem Herrn Kowalski zwanzig Scheine auszahlen müssen. Ihre ganze Handkassa. Und jetzt hatte Strommer sie zischend zu sich gerufen.

”Für diesen Mann,“ begann er mit bebender Stimme, ”ich meine Kowalski, bin ich – und bitte merken Sie sich das für alle Zukunft, nie und nimmer zu sprechen. Weder telefonisch. Und schon gar nicht persönlich.“

Das Mädchen nickte bestürzt. Was immer dieser Kowalski Strommer ange-
tan hatte, sie würde ihn vor diesem Menschen beschützen. Mit diesem festen
Vorsatz kehrte sie eilig an ihren Arbeitsplatz zurück.

Die drei Vertreter des Weltkonzerns hatten sich derweil zum Flugplatz be-
geben. Morgen würden sie in einer anderen Stadt die Kampagne eines neu-
en Weichspülers begutachten. Kofler sah nachdenklich in die Abenddäm-
merung.

Ein großes Gesicht tauchte da vor ihm auf. Das stumm heulende Gesicht
eines Mädchens, dem riesige Tränen über die Sommersprossen kullerten.
Ganz natürlich.

Und dazu raunte eine Frauenstimme betroffen:

”Hat sie ihre Zähnchen nicht mit Denta-Forte geputzt?“

Ein Teufelskerl, dachte Kofler, schüttelt das einfach aus dem Ärmel.

Der schnelle Brüter kehrt zurück

Joe Kowalski saß, mit sich und der Welt im Einklang, auf dem Sessel eines Kreativdirectors der BDO. Es war ein sonniger Tag im Monat Mai. Das Leben schien gerecht. Ganze vier Wochen würde dies sein Arbeitsplatz sein. Wenn auch sein Honorar nur die Hälfte von früher ausmachte, so war Joe doch zufrieden. Er musste nehmen, was kam. Seine Glanzzeit als hochbezahlter Creativer lag weit zurück in den späten Siebzigern.

Ja, mehr als zwei Jahrzehnte war Joe nun schon in dieser aufregenden Branche, wobei seine Aufträge in den letzten Jahren immer spärlicher geworden waren.

Denn unablässig drängte ehrgeiziger *Nachwuchs* in die Agenturen. Oder wie Joe es ausdrückte: Jeder Idiot ging heute in die Werbung. Und die jungen Leute nahmen die Karriere so verdammt ernst.

Während all der Zeit hatte Joe als freischaffender Texter die Stellung gehalten. Viele seiner Gefährten aus den guten alten Tagen hatten sich längst aus der Branche zurückgezogen. Der eine war Buddhist und hauste im Wald. Andere waren Heilmasseur oder erfolglose Künstler geworden.

Aber dann gab es die eine Handvoll, die es ganz nach oben geschafft hatte. Das waren jetzt die Macher. Die ganz großen Nummern.

Einer von ihnen verdankte Joe dieses Engagement. Robert Demus, BDO-Creativdirector, war reif für einen Urlaub in seinem Haus in der Toskana. Während dieser Zeit sollte Joe die Stellung halten.

Joe, so dachte Demus, konnte nicht viel Schaden anrichten.

Wie die meisten in der Branche hielt er nichts von Joe als kreativem Zampano, doch für die nächsten Wochen standen keine Präsentationen ins Haus. Außer dem täglichen Kram wie Gewinnspielen und *Handelsanzeigen* würde nichts anfallen.

”Pass auf, Joe,“ begann Demus, als er in das Büro trat, ”du lässt dir alles von Fred absegnen. Er ist zwar heute und morgen bei einem Dreh, aber dann kannst du dich mit Fragen an ihn wenden.“

Joe schwieg gekränkt. Dieser Texter Fred war gut fünfzehn Jahre jünger als er. Was zählte denn hier seine Erfahrung?

Demus ahnte, was in Joes Kopf vor sich ging.

”Fred kennt unsere Kunden, er wird dir viel Arbeit ersparen.“

”Werde das Kind schon schaukeln,“ meinte Joe beiläufig.

Demus hob die Augenbrauen. Ihm viel nichts ein, woran Joe in letzter Zeit gearbeitet hatte. Aber einen anderen Stellvertreter hatte er nicht auftreiben können. Und schließlich – da war ja Fred.

”Wie du meinst. Ich bin jetzt dahin. Sollte irgendetwas sein, dann hat Fred meine Telefonnummer.“

”Alles klar. Grüß mir die Toskana.“

Und Robert Demus trat seinen Urlaub an.

Joe holte sich erst einmal einen Kaffee und Mineralwasser, scherzte mit den Mädchen am Empfang und zog sich dann in sein kleines Reich zurück. Das Telefon blieb stumm. Keine Jobs am Tisch. Also legte er die Füße hoch und

vertiefte sich in die Zeitungen und Zeitschriften, die stapelweise herumlagen. Schließlich legte er die Arme in den Nacken und döste wohligh vor sich hin, während er die Verwendung seiner BDO-Gage durchkalkulierte. In dieser Position fand Schachinger ihn vor.

”Eine Katastrophe,“ keuchte Schachinger, ”der ganze Film im Arsch. Abgeschossen, einfach so!“

Schachinger war einer der zielstrebigten jungen *Kontakter* bei BDO.

”Was,“ sagte Joe und nahm die Füße vom Tisch, ”was ist los?“

”Roberts Braumeister-Film! Letzte Woche präsentiert und verkauft. Und jetzt ruft der Kunde an und sagt seine Tochter findet den blöd.“

Die Privatbrauerei Braumeister war Demus vielgehegter Lieblingskunde.

”Aber das Größte kommt ja noch! Weißt du, was sie will?“

Joe hatte keine Ahnung.

”Die Tochter,“ begann Schachinger, ”sie will die *Kelly-Family*.“

Die Tochter des Bierbarons Leitner war elf Jahre alt.

Und das ganze war – wie viele Kundenwünsche – eine Schnapsidee.

Joe dachte nach. Eines stand fest. Dieser junge Schachinger hatte keinen Schimmer von Werbung. Wenn er es schaffen würde mit dem Kelly-Film an diesem Fred vorbeizukommen, dann könnte er bei den Braumeistern ordentlich Eindruck machen. Nach mehr als zehn Jahren einen Film von Joe Kowalski! Die Branche würde ihn wieder zur Kenntnis nehmen müssen.

Das Comeback des schnellen Brüters war schon lange fällig.

Joe setzte eine nachdenkliche Miene auf.

”Die Kelly-Family als Bier-*Präsenter*,“ meinte er, ”gar keine schlechte Idee. . .“

Und er sah sinnierend aus dem Fenster. Die Sache war klar.

Ein Film musste her.

Fünf Minuten später saß Schachinger wieder hinter seinem Schreibtisch. Diese Creativen waren ihm alle miteinander schleierhaft. Aber wenn Kowalski die Idee mit den Kellys gut fand, dann würde da schon was dran sein. Immerhin war er stellvertretender Kreativdirector. Was, wenn der Kelly-Film Leitner gefiele? Der ganze Schlamassel könnte sich sogar als Sprungbrett für ihn entpuppen. Sie haben uns den Braumeister-Etat gerettet, hörte er den Geschäftsführer zu sich sagen. Das klang nicht schlecht. Und bis morgen hatte Joe ihm ein fix und fertiges Storyboard versprochen. So schnell hätte Robert Demus das nicht geschafft.

Schachinger griff zum Telefon und vereinbarte einen Präsentationstermin für den nächsten Nachmittag.

”Also, gut“ sagte Joe zu Horst, ”lass uns anfangen.“

Es war halb acht Uhr abends. Sie waren allein in der Agentur. Horst Klein war Illustrator, der einzige, den Joe so schnell hatte auftreiben können. Einer, der nach der guten alten Methode arbeitete. Heute gedacht, morgen verkauft. In den Siebzigern hatte Horst sich so ein Häuschen am Stadtrand zusammengeschribbelt. Dort lebte er die meiste Zeit in den Tag hinein, zog sein Gemüse, seinen Salat und sein Gras, und nahm nur dann einen Auftrag an, wenn die Bank nervte.

Joe hatte Glück gehabt. Horst war bereit – gegen Bares auf die Hand – die

nötigen Bildchen zu zeichnen. Zur Motivation zählte er Horst seine letzten Scheine hin.

Schachinger hatte ihnen ein Jugendmagazin gebracht, in dem ein Poster der Kelly-Family beigelegt war. Sie brauchten ja schließlich eine Vorlage.

Nun saßen die zwei Creativ-Oldies beisammen und Horst wartete mit gezücktem Stift auf Joes Vision. Es dauerte noch ein bisschen. Joe hatte den Nachmittag mit herrlichen Tagträumen von seinem zu erwartenden Comeback zugebracht. Jetzt aber galt es, das Ding aus dem Ärmel zu schütteln.

”Also,“ sagte Joe, ”wir bringen das Ding jetzt ganz klar aufs Papier. Erstes Bild.“

Horst blies ein Wölkchen in die Luft.

Joe nahm einen Schluck Braumeister, das im Kühlschrank der BDO reichlich vorrätig war.

”Der zünftige Gastgarten einer Brauerei. Die Kellys sitzen da alleine rum.“

Schon quietschte Horsts Stift über das Papier.

Wenig später saß eine Gruppe Hippies um einen Tisch in einem Gastgarten.

”Dann kommt Angelo,“ sagte Joe.

”Wer ist Angelo?“ fragte Horst.

”Das ist die Kröte da, der kleinste Kelly. Von dem brauchen wir das Gesicht in Nahaufnahme.“

Horst zeichnete eine Nahaufnahme von Angelo.

”Das Konzert ist vorbei.“

”Welches Konzert?“

”Das Konzert, das die Kellys gerade gegeben haben. Angelo sagt: Das Konzert ist vorbei. Unsere Fans sind glücklich.“

Es lief wieder wie in der guten alten Zeit. Ganz von allein tauchten die Bilder in Joes Kopf auf.

”Nächstes Bild. Da müssen im Hintergrund die ganzen Girls zu sehen sein. Die winken ganz wild hinter dem Zaun. Weil sie nicht reinkönnen in den Gastgarten. Extra für die Kellys abgesperrt.“

Horst war egal was er zeichnete. Was sollte er noch nachdenken über Werbung. Das lag weit hinter ihm.

Und er zeichnete die glücklichen Fans, den Zaun, und – vorne im Bild – Angelo, der auf die Fans zeigte.

Aber was sagte Angelo bei dem Bild?

”Das Konzert ist aus. Unsere Fans sind glücklich...“ murmelte Joe.

Dann hatte er’s.

”Und wir sind es auch!“

Es ging voran.

”Jetzt muss von hinten die Kellnerin im Dirndl kommen. Mit Holz vor der Hütte und Biertablett,“ diktierte Joe aufgeregt.

Horst zündete sich ein Zigarettchen an und zeichnete weiter.

”Die *Bierkompetenz*,“ erklärte Joe, ”die kommt von hinten, während Angelo vorn schelmisch in die Kamera grinst. Und da sagt der Angelo: Jetzt gönnen wir uns auch mal was Gutes!!“

Horst war schnell von Begriff. Sie lagen gut im Rennen. Joe und seine Vision gingen bereits in die Zielgerade. Er rannte im Zimmer auf und ab. Das

Fieber des Creativen, es hatte ihn wieder gepackt!

”Angelo greift nach einem riesigen Bierkrug mit toller Schaumhaube. Der Angelo muss niedlich ausschauen hinter dem Bierkrug. Und er stemmt den hoch, um zu trinken.“

”Aber der kann doch kein Bier trinken im Fernsehen,“ protestierte Horst. Minderjährige dürfen sowas nicht im Fernsehen. Das wusste er.

”Aber er trinkt ja nicht! Von hinten kommt eine Hand, die ihm den Krug wegnimmt. Es ist ein großer Kelly-Bruder. Die Großen stehen alle lachend hinter dem Angelo und schauen ihn schmunzelnd an.“

Joe nahm einen Schluck Braumeister.

”Dann trinkt der große Kelly, da kommen jetzt schon ein paar schöne *Close-ups* von Bier, das langsam in ein Glas schwemmt. Dann wieder im Gastgarten: Der Krug, die Bierflasche vorn auf dem Tisch, im Hintergrund *abgesoftet* die Kellys. Der *Off-Sprecher* sagt: Braumeister. Gebraut von Meisterhand. Fertig!“

Joe wischte sich den Schweiß von der Stirn. Der Schöpfungsakt ging doch immer wieder an die Substanz.

Horst zeichnete noch eine Weile ruhig vor sich hin, dann malte er alles mit bunten Layout-Stiften an. Joe klopfte derweil seinen Text in den Computer, druckte aus und schnitt den Text in Streifen.

Sie klebten alles auf die schwarzen Pappen.

Es war gerade zehn geworden.

”Genial,“ sagte Schachinger am nächsten Morgen.

Er wusste, dass diese Creativen leicht eingeschnappt waren, wenn man ihre

Arbeit nicht gebührend würdigte.

”Was heißt hier genial,“ sagte Joe enthusiastisch, ”denen werden die Augen rausfallen.“

Und so war es dann auch.

Am frühen Nachmittag machten sie sich auf den Weg. Joe musste seine schwarzen Sonnenbrillen aufsetzen. Hatte gestern mit Horst noch ein paar Tütchen geraucht. Schachinger legte sich seine Rede zurecht.

Braumeister-Eigentümer Rudolf Leitner der Vierte, hatte nicht seine Tochter, sondern einen Herrn mitgebracht, der irgendwie magenkrank aussah.

Schachinger schleimte und brabbelte elendslang herum.

Endlich war Joe an der Reihe. Er stellte sich vor und erzählte was von jahrzehntelanger Erfahrung und vom Reiz, von der Herausforderung der Aufgabe. Er nannte die Kelly-Idee von der Tochter ”einen ungewöhnlichen *Ansatz* und wichtigen *Input*“.

”Drei Creativteams,“ sagte er, ”haben die ganze Nacht an einer optimalen Umsetzung gefeilt!“

Endlich hielt er ihnen die Pappen unter die Nasen.

Im Geiste sah Joe wie ihm der Geschäftsführer der BDO anerkennend auf die Schulter klopfte. Schachinger sah wahrscheinlich ähnliches.

Leitner, der Vierte, und sein neuer magenkranker Marketingfachmann sahen auf die Pappen und sagten erst einmal gar nichts zu dem, was sie sahen.

”Er hat was?“ brüllte Demus ins Telefon.

”Beruhige dich, ich habe mit Leitner telefoniert. Er sagt, wir behalten den

Etat, und er gibt uns noch eine letzte Chance.“

Fred Kaiser hielt die Hand vor den Hörer und schüttelte sich vor Lachen. Die Kelly-Family im Braumeister-Film! Das gönnte er dem Demus. Ihm dieses Fossil hier reinzusetzen.

”Du wirfst ihn sofort raus!“ kreischte Demus und knallte den Hörer auf den Apparat.

Das Wetter in der Toskana ließ auch zu wünschen übrig.

Der neue Marketingfachmann hatte Leitner die Kelly-Idee schon vor der Präsentation ausgediskutiert gehabt. Und Leitner, der leicht zu erregen war, hatte einfach losgebrüllt. Ob sie sich denn auch nackt auszögen, wenn er es verlange? Wo die Braumeister-*Tradition* abgeblieben sei? Und dass er für diesen Mist keine Agentur brauche. Wirklich nicht.

Zehn Minuten später waren Joe und Schachinger in ihr Auto gestiegen. Schachinger war leichenblass.

”Was besseres als BDO findest Du überall,“ hatte Joe zu Schachinger gesagt. Um wenigstens etwas zu sagen.

Doch zu seiner großen Erleichterung kam der ehrgeizige Jungkontakter mit einem Rüffel davon.

Nachdem Joe das Büro des Kreativdirectors geräumt hatte, klopfte er an Kaisers Tür.

”Ich habe,“ fing er an, ”fünf Riesen ausgelegt für das Storyboard.“

Kaiser schaute nicht einmal vom Schreibtisch auf.

”Das kannst Du ja,“ sagte er mit eisernem Blick auf seinen Computer-

Bildschirm, "an die Konkurrenz verkaufen, nicht wahr?"

Kein Zweifel, hier war jede Diskussion zwecklos.

Was sind das nur für Typen heute in der Werbung, dachte Joe, als er aus der BDO-Villa auf die Straße trat.

Keinen Schimmer von irgendwas, aber hart wie Krupp-Stahl.

Duell in der Sonne

”Ich habe Scholl entdeckt, ich habe Krüger entdeckt,“ heulte Mangold und schnappte nach Luft, ”und ich habe den Rust gemacht! Sie werden mir nicht erzählen, dass meine Text schlecht sind!“

Joe rutschte nervös auf seinem Sessel. Die Stimmung im Besprechungszimmer von Mangold, Heym & Partner war entschieden ungemütlich. Nur weil Inga so naiv gewesen war, die Qualität von Mangolds Texten zu bezweifeln. Als ob jemals ein Geschäftsführer einen schlechten Text geschrieben oder ein absurdes Konzept ersonnen hätte.

Joe sah die Sache pragmatisch. Sie hatten ihn für eine Produkteinführung geholt, er hatte seine Vorschläge abgeliefert. Mangold hatte sie in einem für ihn typischen kreativen Rausch samt und sonders zerlegt, umgeschrieben, das Konzept gesprengt, war aber über das bizarre Endergebnis natürlich total happy gewesen.

Inga, die dieses Werk dem Kunden präsentieren sollte, hatte dagegen Bedenken geäußert.

Wie konnte sie nur. Mangold war fassungslos und, um den zu erwartenden Erfolg seiner Arbeit nochmals plastisch darzustellen, schritt er zum vierten Male zur Deklamation seiner Radiospots.

”Ich habe sie erreicht,“ bebte er dramatisch, ”die Fülle, aah, die Fülle, ooh, in meinen...“

Dem Himmel sei Dank, es klopfte. Mangolds Sekretärin stand in der Tür.

”Ernst,“ flötete sie, ”dringender Anruf aus London. Der James will dich sprechen.“

Ja, das ist so in der Werbung, dass die Sekretärin den Chef duzt.

So locker ist da der Umgangston.

Mangold und Sekretärin verschwanden in Richtung Chefetage. Joe und Inga atmeten auf.

Inga holte eine Cognacflasche und zwei Gläser hervor. Sie kippten den Stoff in einem Zug runter.

”Wenn er das präsentiert, sind wir den Etat los. Und ich meinen Job. Du kannst Dir nicht vorstellen wie der Mangold sich bei Präsentationen auführt.“

Joe dachte an Mangolds Mickey-Maus-Krawatte und konnte sich da auf einmal doch einiges vorstellen.

”Der gehört in eine Zwangsjacke und schnellstens abtransportiert,“ sagte Inga grimmig und schenkte sich nach.

Joe schob ihr dezent sein leeres Glas hin.

”Einen Knall haben die doch alle,“ meinte er tröstend.

Inga nickte. ”Eine Scheißbranche,“ sagte sie, ”kannst du mir verraten warum wir uns das antun?“

Joe fiel auf Anhieb keine Erklärung ein.

Aber Inga fand von selber eine.

”Wahrscheinlich sind wir genauso gestört.“

Joe protestierte.

”Schau mich an. Ich bin schon ewig dabei. Willst du sagen, dass ich spinne?“

Inga dachte an Joes vanillegelben Don-Johnson-Aufzug und den Spider, für den er 20 Jahre zu alt war und sagte lieber nichts.

Dafür kamen jetzt Mangold und seine Sekretärin wieder zur Tür herein.

Mangold schien den kleinen Konflikt überwunden zu haben. Der strahlte nämlich plötzlich übers ganze Gesicht.

”So ein Glück Herr Kowalski,“ versicherte er, ”so ein Glück! Raten Sie, wen ich für diese Präsentation eben noch dazugewinnen konnte?“

Joe tappte im Dunkeln.

”Harry Kohn, Harry Kohn wird uns unterstützen. Morgen um zwölf Meeting, Herr Kowalski, High Noon, hahaha. Da packen wir das Ding von einer ganz neuen Seite. Herr Kohn hatte schon eine Menge Ideen am Telefon. Und ich hoffe,“ jetzt schaute Mangold Inga an, ”dass sie an den Konzepten eines Startexters nichts auszusetzen haben, liebe Inga.“

Sprach’s und entschwand mitsamt Sekretärin.

Joe explodierte fast.

”Startexter, Startexter, ich glaub‘ ich hör wohl nicht recht.“

Er konnte es nicht glauben. Immer dieser Harry Kohn, er hasste den Kerl.

”Das hast du Mangolds Sekretärin zu verdanken, die steht auf den Typen, aber, Joe,“ meinte Inga, ”nimm’s mir nicht übel, wenn der Etat weg ist, steh ich auf der Straße. Und die Sache brennt. Wenn wir das Ding übermorgen nicht präsentieren, ist die Sache gelaufen. Warten wir ab, was dieser Harry liefert, ja? Und komm bitte pünktlich.“

Inga packt ihre Marktanalysen zusammen und ging in ihr Zimmer. Sie sah

müde aus. Am liebsten hätte er den Job hingeschmissen, aber für Inga würde er sich am Riemen reißen.

Harry Kohn war überhaupt der schlimmste. Eine neureiche Zecke, die sich überall festbiss, wo Kohle zu holen war, und der seine Faxe mit "Harry, the great Houdini" zu unterzeichnen pflegte. Hatte Joe mit eigenen Augen gesehen. Dabei hatte der Kohn natürlich auch noch eine schwerreiche Frau abgekriegt, die sich als Marktforscherin die Zeit vertrieb. Damit war die Sache natürlich einfach. Harry schmierte irgendeinen Mist hin und Mary bestätigte das mit irgendwelchen Analysen, bei denen sich die Heinis in den Agenturen sowieso nie auskannten.

Drei Monate im Jahr verbrachte das erfolgsverwöhnte Paar außerdem auf seiner Yacht in der Karibik, wo Harry auch noch via Satellit Aufträge an sich riss. Er konnte sich einfach super verkaufen. Quasselte den größten Schmonzes und alle hingen an seinen Lippen. Kassierte die höchsten Honorare und die Leute waren ihm sogar dankbar, dass er sich für sie Zeit genommen hatte.

Gleich als er am nächsten Tag zur Agentur kam, sah er Harrys Schlitten. Ein knallroter Ferrari Testarossa ist tatsächlich schwer zu übersehen. Joe selbst war zu Fuß unterwegs, der Alfa saß wieder einmal in Meister Knöppes Werkstatt fest.

Der Anblick des Ferraris vertrieb ihm auch den letzten Anflug von guter Laune. Quatschköpfe wie Harry Kohn waren es schließlich, die ihm seit Jahren

die Jobs wegnahmen.

Mangold, Kohn und Inga saßen schon im Konferenzzimmer.

”Jaha,“ schnipselte Harry Kohn, ”der gute alte Joe! Ist ja supi, dass wir einmal zusammenarbeiten!“

Der gute alte Joe fand’s gar nicht supi. Dafür hätte er dem Kohn liebend gern eine gescheuert. Nickte aber nur, als er Ingas flehenden Blick sah, und nahm Platz.

Mangold räusperte sich.

”Ja, Joe, der Harry hat uns da einiges erzählt, das uns total begeistert. Nicht wahr, Inga?“

Inga nickte verzweifelt.

Joe sah wieder zu Mangold.

”Und wir haben uns gedacht, sie beide gehen jetzt in Klausur und der Harry erklärt Ihnen, wie Sie das schreiben sollen. Bis morgen um zwölf haben Sie Zeit, haha, schon wieder High Noon, haha.“

Joe überlegte kurz, ob ein Stich mit einem Druckbleistift tödlich sein könnte, ob er sich lieber Mangold oder Harry Kohn oder vielleicht beide und Inga gleich dazu vorknöpfen sollte.

Sogar auf Mangold, diesen unsensiblen Trampel, wirkte Joes eisernes Schweigen bereits gefährlich.

Irgendwie ein aggressiver Typ, dieser Kowalski, dachte Mangold.

”Ja, meine Herren, meine Dame, ich muss mich leider ausklinken, ein wichtiger Termin.“

”Ogydogy, Ernst,“ rief Harry zum Abschied.

Und fort war der Mangold.

Inga schluckte.

”Joe, ich. . .“

”Na, Harry,“ unterbrach Joe sie, ”dann zeigen Sie mir mal, was Sie sich da ausgeschnapst haben.“

”Ja, lieber Joe, ich hab mir allerdings gedacht, wir ziehen uns ein bisschen zurück zum *Brainstormen*,“ eröffnete Startexter Kohn und strahlte Joe lässig an.

”So, Brainstormen? Klausur? Ogydogy, ich krieg hier den Tagessatz.“ Joe schlug mit der flachen Hand auf den Tisch und stand auf.

Inga zuckte zusammen. Harry schaute sie fragend an.

Was hatte der Kowalski denn?

Dann stand auch er auf und folgte Joes vanillegelben Rockschoßen eilig in den Gang.

Staunend beobachtete die Rezeptionistin wie der Herr Kowalski in diesem lustigen Anzug und der Herr Kohn in seinem coolen Marine-Outfit vom Titelblatt der letzten Männervogue grußlos an ihr vorbeidonnerten.

Wui, die waren wohl nicht gut drauf heute.

”Ich habe mir gedacht, wir fahren ein bisschen raus,“ plauderte Harry Kohn unten auf der Straße, ”an den See. Hab da ein kleines Boot liegen.“

”Bin zu Fuß da,“ sagte Joe.

”Fahren wir eben mit meiner Kiste. Steht da drüben.“

Harry zeigte in Richtung Testarossa.

”Wär ich nie drauf gekommen,“ knurrte Joe.

Sie legten sich in den Ferrari und Harry ließ den Motor an. Eine wahre Höl-
lenmaschine.

An einer Tankstelle musste Kohn mit großem Getue unbedingt den Reifendruck prüfen. Joe ging in den kleinen Supermarkt und kaufte ein paar Flaschen Wein. Er nahm den billigsten. Schon ging's mit großem Gedröhne weiter. Das Personal der Tankstelle lief zusammen, kratzte sich am Hinterkopf und schaute ihnen nach.

In Nullkommanix waren sie auf der Landstraße, eine Viertelstunde später bog Harry zur Seepromenade.

Vor ihnen lag eine Miniaturausgabe der "Queen Mary".

"Da wären wir schon," meinte Harry und zwinkerte Joe zu.

"Aha," sagte der und sie gingen an Bord.

Der Name des Bootes war "The great Houdini".

Sie machten es sich in zwei Designerliegestühlen an Deck bequem und tranken Schlosströpfchen. Die Sonne brannte auf ihre Köpfe, das Boot schaukelte sanft im Wind, ruhig lag der See vor ihnen. Eine Stunde geschah erst einmal gar nichts. Sie schwiegen und tranken. Schwiegen und tranken.

Die glitzernden kleinen Wellen, die Stille und der tröstliche, wenn auch etwas herbe Abgang des Schlosströpfchens, all das hätte Joe fast wieder mit diesem Tag versöhnt. Hätte Harry bloß nicht den Mund aufgemacht. Doch Startexter Harry hielt seine Glatze in die Sonne und hub mit geschlossenen Augen zu einem erstaunlichen Sermon an.

”Die Zeiten sind hart geworden, Joe, hart für uns alle. Jeder wird aufs Blut gequält von seinen Ängsten, existentiellen Ängsten, Bedrohungen massivster Art und Weise. Parapsychologische Phänomene noch gar nicht eingerechnet. Nein, die Gefahren, in denen unsere nackte Existenz tagtäglich schwebt, sind von subtilerer und gleichzeitig doch primitiverer Art und von...“

Joe überlegte, ob Harry Meister Knöpkes Werkstatt und seine Unterarme kannte.

”...von immenser Bedeutung ist deshalb in einer Zeit des Neo-Darwinismus die Ausrüstung, die wir unserem Baby, unserem Produkt mitgeben. Sind seine Waffen scharf genug oder sind sie Blindgänger, schicken wir unser Baby, verzeih diese emotionale Aufladung, schicken wir es schutzlos, wehrlos in den grausamen Markt, sodass es untergehen wird, untergehen muss oder...“

Er musste wenigstens versuchen das Lamento abzuwürgen.

”Äh, entschuldige, wenn ich...“

”...oder geben wir ihm eine Armada mit, mit der die Konkurrenz ihr Waterloo erleben wird. Und ebenso wichtig ist auch die Aura, die Aura ist wichtig, das Wichtigste überhaupt. Bei neuen Produkten muss die Aura stimmen, die Star-Quality, die Ausstrahlung, soll meinen Glamour, Flair, Esprit, das ist es, was die Leute wollen, sie wollen, dass wir ihre Herzen öffnen, dass wir sie betören, verzaubern, aus ihrem banalen Alltag entführen.“

Mit einer dramatischen Geste führte Harry seine Hand an die Stirn und seufzte tief auf.

Endlich war wieder Ruhe.

Joe wartete noch ein bisschen, aber es kam nichts mehr nach. Für seine Begriffe war sein banaler Alltag nun jedenfalls ausreichend verzaubert und betört. Er war sich aber nicht mehr sicher, ob Kohn an demselben Job arbeitete wie er. Hatte Mangold ihn etwa falsch gebrieft? Er, Joe Kowalski, sollte jedenfalls eine neue Schoko-Waffel einführen, eine simple Schoko-Waffel für zwischendurch, ein kleiner süßer Imbiss, der neue Kräfte wecken konnte. War nämlich ein Schuss Koffein drin.

Für die brauchte er einen Namen und einen *Slogan*. Und damit basta.

Armada hin, Waterloo her.

”Äh, Harry, du denkst aber schon an die Waffel, oder?“

Nur liebliche Musik der Wellen.

”Harry?“

Joe beugte sich zu dem Liegestuhl an seiner Seite. Ein aussagekräftiges Säuseln drang an sein Ohr. Nicht zu fassen, der Kerl war doch tatsächlich eingeschlafen. Schnarchte sich einen ab, während sie arbeiten sollten.

Joe rüttelte Harrys Arm, was aber nur zu einem saftigen Grunzen führte.

Technisches k.o. durch Schlosströpfchen.

Eines stand fest.

Wenn sie morgen nicht lieferten, würde Mangold nicht zahlen. Dem Kohn könnte das gleich sein, aber in seinem Falle. Joe dachte an seine unbezahlte Werkstattrechnung. Und er sah Inga wie sie mit verheulten Augen auf dem Arbeitsamt Schlange stand.

Mühsam krabbelte er aus dem Liegestuhl. Kurz drehten sich der See, das Boot und der schnarchende Harry im Kreise.

Vorsichtig wankte er in Richtung Kajütentür und kletterte die Leiter hinunter ins Innere des Bootes.

Natürlich war Kohn auch hier technisch voll ausgerüstet. Joe setzte sich an den Computer und warf den Kasten an. Aus den paar Notizen, die Kohn dem Mangold vorgelegt hatte, wurde er nicht schlau. Nichts als Pseudoblabla. Er überlegte.

Was hatte der Schnarchkopf da oben gebrabbelt?

Neodarwinismus, Armada, Waterloo.

Nach fünf konzentrierten Minuten begann Joe Kowalski in die Tasten zu hauen. Ging ganz von alleine. Eine Stunde später war er fertig, hatte das Konzept, den Produktnamen, den Slogan.

Am Ende zeichnete er mit "Harry, the great Houdini" ab und faxte alles zu Mangold, Heym & Partner. Eine halbe Stunde später kam eine *E-mail* aus der Agentur und die Sache war erledigt.

Als Harry Kohn gegen acht die Augen öffnete, saß Joe neben ihm im Liegestuhl und leerte die letzte Flasche.

"Oh, Gott, hab ich geschlafen? Wie spät ist es? Und wir haben noch nichts!"
Joe lächelte Harry milde an.

"Alles supi, Harry, alles unter Dach und Fach. Gefaxt ist es auch schon. Mangold und Inga sind ganz hin und weg von dir."

Harry überflog hastig die Zeilen, die Inga und Mangold ihm geschickt hatten.

Super Harry!

Napoleone. Kleine Ursache, große Wirkung.

Das ist super!

Honorar wie vereinbart 120.000,-!

”Naja,“ meinte Joe, ”jetzt müssten wir uns nur noch über die finanzielle Seite einigen. Dann könnten wir eigentlich zurückfahren, ogydogy?“

Startexter Harry nickte und hielt während er ganzen Rückfahrt die Klappe.

Aber die ging ja wieder ziemlich schnell vonstatten.

Zettels Traum

In all den Jahren hatte Joe Kowalski, einst ein leuchtender Stern am Firmament der hiesigen Werbebranche, ja so einiges erlebt. Hatte allerhand mitgemacht. Textende Putzfrauen, *scribbelnde* Geschäftsführer, creative Buchhalter, das alles konnte ihn kaum mehr erschüttern. Doch immer wieder kam vor seinen in Ehren versackten Augen die menschliche Dummheit derart ungeahnt zum Erblühen, dass sogar er staunte. Heute war's wieder einmal soweit.

Hans-Herbert Zettel, Geschäftsführer von Zettel & Zettel, hatte Joe Kowalski angerufen, um ihn mit einer – wie er ankündigte – diffizilen Problemlösung zu betrauen, eine wahre Herausforderung für jeden Creativen. Fünf Kollegen, da sei er ganz offen, hätten sich an dieser Aufgabe bereits die Zähne ausgebissen. Aber er, Zettel, sei noch immer nicht zufrieden. Er verfolge immer den Traum seine Kunden zu überwältigen, sie mit Kreativität förmlich an die Wand zu drücken, ihnen die Augen auszustechen.

Das klang ja nun alles ziemlich gewalttätig.

Die Tatsache, dass er nur sechste Wahl war, hörte Joe natürlich auch nicht sehr gerne. Doch Aufträge, die via Telefon an ihn herangetragen wurden, waren bei Joe Kowalski mittlerweile so selten geworden wie ein positiver Kontostand. Er versprach pünktlich zum *Briefing* zu erscheinen.

Am nächsten Nachmittag wusste er, warum die Zähne seiner Kollegen auf der Strecke geblieben waren.

”Wir wären die ersten,“ feuerte Zettel Joe an, ”niemand hat bisher so weit gedacht!“

”Naja,“ sagte Joe, ”aber das macht doch keinen Sinn, wenn Sie mich fragen.“ Auf Zettels Stirn kam eine kurze dicke Ader zum Vorschein, die unruhig zitterte.

”Keinen Sinn,“ stieß er fassungslos hervor, ”keinen Sinn, wenn man Vordenker ist, mit einer wirklich bahnbrechenden Idee?! Kowalski! Und ich dachte gerade Sie, als alter Zampano, könnten die Aufgabe bewältigen.“

Jetzt hieß es vorsichtig sein. Sonst ging der Auftrag flöten.

”So habe ich das auch nicht gemeint,“ begann Joe, ”ich wollte lediglich...“ Zettel unterbrach ihn ungeduldig.

”Die Verkehrsdurchsagen im Radio wurden bislang von niemanden für Werbeeinschaltungen genutzt,“ erläuterte er nicht zum ersten Male, ”denken Sie doch an den Überraschungseffekt, Kowalski!“

”Aber das ist doch ein etwas negatives Umfeld. Finden Sie nicht?“

”Papperlapapp! 1, 2, 3 Sekunden haben Sie Zeit, Kowalski, 1, 2, 3, um für irgendeinen unserer Kunden eine Botschaft zu entwickeln, die dieses negative Umfeld aufhebt. Hier ist die Liste unserer Kunden. Sie werden da doch etwas finden, Kowalski!“

Joe besah sich die Liste. Kaffee, Limonade, Waschmittel, das ganze Zeug. Schon riss Zettel ihm die Liste wieder aus den Händen.

”Nehmen Sie zum Beispiel nur den Kaffee, Kowalski,“ fieberte der Agenturleiter, ”da könnte man doch...“

”Ja?“

”Na, zum Beispiel. . .“

Joe war gespannt.

”Zum Beispiel: Aaah, jetzt ein Tässchen Goldbohne!“

”Wenn die Leute im Stau stecken. . .“ begann Joe wieder.

”Das stoppen wir jetzt gleich,“ rief Zettel begeistert und holte prompt eine Stoppuhr aus der Lade. Zitternd vor Aufregung stellte er sie ein und wiederholte seufzend, triefend, schauernd: ”Aaah, jetzt ein Tässchen Goldbohne!“ Zack! Die Stoppuhr war gedrückt worden.

Der kleine Zettel schaute auf die Uhr, lehnte sich triumphierend zurück und strahlte.

”Sehen Sie Kowalski, 1, 2, 3, - ist doch ganz leicht. Und ich,“ jetzt kam das wieder natürlich, ”bin kein Creativer.“

Dabei zwinkerte er Joe schelmisch zu.

Ich bin ja eigentlich kein Creativer. Das war genau der Spruch, den Joe am meisten hasste. Weil er nämlich nichts anderes hieß als, ich, ich, ich bin nämlich auch ein Creativer.

Dann kam gleich: Eigentlich hätte ich Texter werden sollen. Nur weil sie etwas hingeschrieben hatten. Weil sie überhaupt schreiben konnten.

Joe grinste Zettel an.

”Sie hätten Texter werden sollen, Herr Zettel.“

Der nahm’s natürlich gleich wörtlich.

”Joe? Finden Sie? Na, kreativ bin ich irgendwie schon,“ strahlte Zettel ihn wieder an.

Einen Furz bist du, dachte Joe.

”Aber, um auf die Sache zurückzukommen,“ sagte Zettel, ”so wie mit der Goldbohne so kann das mit jedem unserer Produkte funktionieren. Und alles im Verkehrsfunk. Da wären wir die ersten. Herr Kowalski! Bahnbrechend! Alle werden platzen vor Wut!“

Ja, dachte Joe, vor allem die Leute in den Autos.

Zettel reichte ihm die Liste wieder über den Tisch.

”Schreiben Sie mir doch für jeden Kunden sowas. 1, 2, 3 Sekunden, nicht vergessen, mehr Zeit geben die uns nicht. Das schaffen Sie doch, Kowalski, im 1, 2, 3 Handumdrehen, haha, ein kleiner Witz, nicht böse sein, haha,“ und er haute auch noch 1, 2, 3 mal auf den Tisch. So einen Spaß hatte der Zettel.

1, 2, 3. So sahen also neuerdings wahre Herausforderungen für jeden Creativen aus. Joe kletterte in seinen Spider und fuhr zum Café Pelikan. Bei ein paar Gläschen würde ihm schon irgendein Schwachsinn einfallen.

Es zog sich trotzdem.

Der Frischkäse war besonders widerspenstig. Joe musste dauernd an die Durchsagen denken, die im Verkehrsfunk kamen. Dann stellte er sich Zettels alberne Sprüche vor. ”Schwerer Verkehrsunfall auf der Bundesstraße 15, vier Tote. Aaah, und jetzt ein Tässchen Goldbohne.“ Oder: ”Kilometerlanger Rückstau an den Ausfallstraßen, Wartezeiten bis zu vier Stunden. 50 Grad im Schatten. Yippie! Waldbeer-Limonade, die erfrischt wirklich!“

Wirklich eine bahnbrechende Idee. Joe schmierte 18 Sprüche hin, einer dümmmer als der andere. Wenn er für jeden 500,- kriegte, machte das...

”He, Joe!“

Hauser ließ sich neben Joe auf die Bank plumpsen.

”Hauser, was machst du denn hier?“

Das Café Pelikan hatte zwar ein gewisses Flair, gehörte aber sicher nicht zu den Szenetreffs der Werber.

”Wirst lachen, hab dich gesucht.“

Das war tatsächlich zum Lachen. Jetzt kamen ihm die Auftraggeber schon ins Pelikan nachgelaufen. Hauser war nämlich Creativdirector bei International.

”Pass auf Joe, ich brauch dringend einen Slogan für Bosco. Das Dumme ist, dass ich ihn bis morgen brauche.“

Hauser zog einen Ordner hervor und klappte ihn auf. Drinnen war ein ganzer Stapel mit Slogans für Bosco Fertiggerichte.

”Das alles wurde bereits vorgeschlagen und abgeschossen. Alles, was du dir vorstellen kannst. Weder mir, noch unseren zwei Textern, einem Freien, noch dem Horn fällt noch was dazu ein.“

Wenn dem Horn nichts mehr einfiel, dann war die Scheiße wirklich am Dampfen. Der Geschäftsführer von International war bekannt für seine überschäumende Kreativität.

”Also, machst du’s?“

”Was springt dabei raus?“

”Fünfzig.“

”Fünfzigtausend?!“

Hauser nickte.

”Klar mach ich’s,“ sagte Joe und nahm den Ordner.

”Dann lies dir jetzt erst alle durch, die schon präsentiert wurden, damit du nichts wiederholst. Der Kunde ist stocksauer. Und morgen um neun musst du liefern.“

Hauser trank seinen Espresso aus und ging.

Joe zog Bilanz. Okay, er hatte jetzt also zwei Aufträge gleichzeitig, wobei er den ersten hiermit für abgeschlossen betrachtete. Fünfzig Riesen waren schließlich fünfzig Riesen. Er bestellte Espresso und Weinbrand und klappte die Mappe mit den Bosco-Slogans auf.

Er brauchte eine ganze Stunde, um sie alle zu lesen. Sie hatten das Ding von jeder Seite angepackt. Keine Ahnung was den Bosco-Fritzen nicht gefiel. Aber so waren Kunden eben manchmal. Joe ließ sich von Manfred Papier geben und begann. Doch es war wie verhext. Kaum hatte er einen Slogan, fand er den bereits in der Mappe vor. Um halb zwölf machte er eine kleine Pause und nahm einen Hawai-Toast zu sich.

”Fällt dir vielleicht ein Bosco-Slogan ein?“ fragte er Manfred.

Fünf Minuten später fiel Manfred einer ein. Aber sogar der stand schon in der Liste.

Genauso war es mit denen von Manfreds Kollegen Peter und Regina, der Barfrau. Dann kamen die Beiträge einiger Schachspieler, der Kartenspieler und des Zeitungskolporteurs. Jeder wollte helfen. Aber alles schon dagewesen. Ein libanesischer und ein armenischer Rosenverkäufer scheiterten an der Sprachbarriere, machten aber eine ganze Reihe von Vorschlägen in ihrer

jeweiligen Muttersprache. Leider konnte die niemand übersetzen.

Und das arbeitswillige Publikum im Café Pelikan begann sich langsam zu lichten. Joe seufzte. Fünfzig Riesen. Quasi über Nacht. Das musste doch irgendwie zu schaffen sein.

Gegen halb zwei wurde mit lautem Gedröhn die Tür aufgestoßen, der starke Edi polterte herein und leistete Joe Gesellschaft. Doch auch die Slogans vom starken Edi waren weder stark noch neu.

”Lass mal die Arbeit, Joe. Immer nur arbeiten ist auch nicht gut,“ brummte Edi.

”Kann ich nicht machen, Edi, morgen um neun muss ich liefern,“ sagte Joe, ”oder ich bin geliefert.“

Der starke Edi schaute bekümmert.

”Hartes Geschäft die Reklame, was?“

”Das heißt nicht...“

”Sondern Werbung,“ nickte Edi, ”ich weiß. Du, Manfred, zwei flotte Grappa noch, hier auf’n Tisch.“

Denn Sperrstunde war eigentlich schon vorbei. Die Kellner und die Barfrau machten ihre Abrechnung. Es ging auf drei zu.

Um halb sieben wankte Joe Kowalski aus dem ”Schluckspecht“, hatte den starken Edi und Hausers Mappe verloren und noch immer keinen Dunst von einem Bosco-Slogan. Dafür einen mächtigen Kater. Während er sich auszog, während er duschte, während er sich wieder anzog, während er Kaffee machte, während er Kaffee trank, keine Spur von einem Bosco-Slogan.

Um halb neun wankte er zum Taxi-Stand. Autofahren war heute nicht drin.

Auch im Taxi, auf den fünf Metern Gehsteig und im Aufzug kein Bosco-Slogan. An der Rezeption von International versicherte ihm die Dame dafür herzlich, dass man schon auf ihn wartete. Im Konferenzzimmer.

”Die Bosco-Leute sind auch da,“ flüsterte sie über ihr Pult, ”dicke Luft, Herr Kowalski.“

Und sie wedelte ahnungsvoll mit ihren rotlackierten Händen vor Joes Nase herum.

Während er die Türklinke des Konferenzzimmers runterdrückte, hörte er aus einem Nebenzimmer das Radio plärren. ”Kilometerlanger Stau usw. blabla...“ Mein Gott, die 1, 2, 3 Geschichte hatte er auch noch vor sich. Und seine 1, 2, 3 Vorschläge waren genauso verschwunden wie die Bosco-Mappe. Im Zimmer lauerten die Herren schon um den Tisch herum.

”Herr Kowalski, einer unserer kompetentesten freien Mitarbeiter,“ stellte Hauser ihn vor.

”Und?“ meinte der Anführer von Bosco nur trocken.

Jetzt starrten ihn gleich alle an.

Dr. Horn schnitt wilde Grimassen wie immer.

Joe ging zur Wandtafel und nahm einen Stift.

In seinem Kopf begannen der Grappa, die Weinbrände und sonstige Schnäpse der letzten Nacht zu glucksen. Bahnten sich ihre Wege durch Joes Birne.

”Und,“ wiederholte der Bosco-Häuptling unwirsch, ”was ist jetzt?“

Jetzt, genau jetzt kippte der ganze Fusel zusammen, strömte in einer einzigen Bahn durch Groß- und Kleinhirn und den ganzen Kram und hämmerte gegen

seinen Schädel. Kilometer langer Stau in Kowalskis Birne. Vier Tote. Kilometer langer Stau. Oder 1, 2, 3 Tote? 1, 2, 3, wieviel?

Kilometer langer Stau?

”Du bist riesig, Joe, riesig,“ versicherte ihm Hauser eine halbe Stunde später, ”wie du die auf die Folter gespannt hast. Ein echter Crack.“

Sogar Dr. Horn war beeindruckt, obwohl der Neid an ihm fraß.

”Guter Slogan, Kowalski. Dass ich da nicht selber drauf gekommen bin!“

”Naja,“ meinte Joe bescheiden, ”bin schließlich lange genug dabei.“

Hauser und Horn nickten bewundernd und sahen zu wie Joe Kowalski den Empfang von fünfzig Riesen quittierte.

”Und denkt dran, bei der Umsetzung,“ sagte Joe noch in der Tür, ”das Rufzeichen am Schluss, das ist das Wichtigste.“

Hauser und Horn versprachen, ein Auge darauf zu haben.

Die Rezeptionistin brachte den Konferenzraum wieder in Ordnung. Hauser holte sich seine Unterlagen.

”Kann ich das löschen,“ fragte sie und zeigte auf die Tafel, ”was ist denn das überhaupt?“

Sie war noch nicht lange in der Werbung und fand alles Mögliche noch schrecklich aufregend.

”Das,“ strahlte Hauser, ”das ist unser neuer Bosco-Slogan.“

”Aha,“ sagte sie und las noch einmal.

Bevor sie’s wegwischte stand da:

1, 2, 3, - Bosco!

Halali im Eldorado

Joe und Pit saßen im Gastgarten des Fitnessclubs Eldorado. Die Sonne sandte ihre letzten Strahlen in den rötlichen Himmel. Am Vormittag war Pit plötzlich vor Joes Tür gestanden.

”Die Bank, Joe, die Bank will mir das Haus wegnehmen!“

Joe und Pit kannten sich seit über zwei Jahrzehnten. Gemeinsam hatten sie die goldene Zeit der Werbung erlebt, Joe als Texter und Pit als Art-Director. Damals als das Ding noch Spaß gemacht hatte, wie Kowalski immer sagte, damals als die Honorare fett gewesen waren und Werber noch nicht wie Bankbeamte ausgesehen hatten.

Doch während Joe bei der Stange geblieben war, hatte Pit sich noch in den üppigen Jahren einen Bauernhof gekauft, um fortan ein bescheidenes, aber zufriedenes Landleben zu führen.

Bis vor zwei Tagen. Bis die Bank an Pits Pforte gepocht hatte. Mit der knapp gehaltenen Mitteilung, dass sein Konto schlicht überstrapaziert und ihre Geduld nunmehr erschöpft sei.

Joe Kowalski war als Rettungsanker freilich eine glatte Fehlbesetzung.

Pit konnte ja nicht wissen, wie zäh die Geschäfte inzwischen gingen. Nein, Joe konnte beim besten Willen nicht behilflich sein.

”Bin selber arg in den Miesen. Nix läuft, Pit. Hab schon seit drei Wochen kein Honorar mehr geschrieben. Nur noch eine offene Gage bei BDO, aber

die hilft mir auch nicht weiter.“

Und mit den verschiedensten Erwägungen, was denn nun zu tun sei, waren sie hier gelandet. Im Eldorado, dem ersten Fitnessclub in der Stadt.

Der Fitnessclub Eldorado war in einer geräumigen Nobelvilla untergebracht, umgeben von einer parkähnlichen Gartenanlage mit Swimming-Pool. Da im Viertel auch eine Reihe von Agenturen siedelten, bestand ein Großteil der Gäste aus Werbern, die hier nach Feierabend zum Workout schritten.

Joe Kowalski gehörte nicht zu dieser Stammkundschaft. Doch die BDO, bei der er gerade seine Gage kassiert hatte, lag gleich um die Ecke.

Die Leute an den anderen Tischen tranken stilles Mineralwasser, Karottensaft und Vitamincocktails. Ausgelaugt vom Sprücheklopfen und blind vom Layouten an ihren *PowerMacs*, schleppten sie sich ins Eldorado und machten sich wieder fit für den nächsten Tag.

Joe und Pit bestellten Bier.

Der glücklose Biobauer schaute düster.

”Wir brauchen einen Mordsauftrag.“ Sagte er ungefähr zum hundersten Male.

Joe war gerührt ob solcher Arglosigkeit.

”Du hast ja keine Ahnung wie schwer das heute ist.“

”Egal wie schwer, ein Auftrag muss her,“ beharrte Pit.

Sie bestellten die nächste Runde und zwei Schnäpse dazu und redeten über früher. Pit machte den alten Herzmansky nach und Joe kramte die Geschichte mit dem Bosco-Slogan hervor.

Dann kam die nächste Runde und auch eine übernächste, bis es zu regnen begann und sie ins Restaurant der Villa flüchteten.

Etwa um halb zehn.

Sie sahen ihn gleich als sie reinkamen. Noch früher hörten sie ihn lachen. Den schönen René. Der schöne René war Geschäftsführer von Universal. René hatte mit Joe und Pit in einer Agentur gearbeitet. War Kontakter gewesen, Pappenträger. In den frühen Achzigern war er dann plötzlich zu diesem *Manager-Guru* auf die Insel gefahren, hatte sich in einen Salztank gelegt und war völlig übergeschnappt. Von da an galt er auf einmal selbst als Guru, war bei Universal eingestiegen und hatte sich in kürzester Zeit an die Spitze geschwafelt.

Seither war sein von Prominentenfriseur Alain ondulierter Schädel allgegenwärtig. Er fehlte nirgends, wo die Gesellschaftsreporter kreisten. René in jeder Hand ein halbnacktes Model, René und die drei Tenöre, René bei der Wallfahrt mit dem Erzbischof. Immer das berühmte Forcher-Lachen im Gepäck, das nie anderes zu sagen schien als: Ist mein Leben nicht prima, Freunde?

Dieser schöne René stand also jetzt am anderen Ende der Restaurant-Bar und zog mit erstaunlich viel Zähnen auch hier alle Blicke auf sich.

Das berühmte Forcher-Lachen. Seit fünf am Eldorado-Tresen festgemacht.

”Mensch, Joe, der ist total im Öl!“

Der gute Pit war ganz aufgeregt.

Joe wusste nicht, was daran neu sein sollte. Seit er als Guru durchging, war

Forcher bekannt für seinen berauschenden Lebensstil.

Pit stieß Joe seinen Ellbogen in die Rippen. Dass man so schwer von Begriff sein konnte.

”Aber, kapier doch! Das ist die Gelegenheit!“

Pits Wangen leuchteten rosig auf.

”Da halten wir uns ran. Da klinken wir uns ein. Dem luchsens wir unseren Auftrag ab.“

Joe war skeptisch. Vor ein paar Jahren hatte er mehrmals versucht vom schönen René einen Job zu kriegen. Aber der hatte ihn eiskalt abblitzen lassen. Andererseits. Die Scheine in seiner Tasche würden grade bis zur nächsten Woche reichen. Wenn überhaupt.

Und Pit war sowieso nicht mehr zu halten. Wild entschlossen packte er Joe am Ärmel und eh der sich versah, standen sie neben Forcher.

Der Gedanke an seine Bank animierte Pit zu völliger Schamlosigkeit, deren Belohnung nicht lange auf sich warten ließ.

”Aber das is ja, das is ja Pit, der alte Haudegen, das is ja, ja, wo kommst du denn her, du alter Sack!“

Krachend stürzte Forchers Hand auf Pits Schulter. Die Operation Mordsauftrag schien gut anzulaufen.

Erfreut schüttelte Pit Forchers Hand, Joe zögerte. Doch schon ereilte auch ihn ungebremste Herzlichkeit.

”Joe, altes Haus,“ brüllte René, ”die ganze alte Garde. Carlos, gib mal was Anständiges rüber, drei Scotch, das muss gefeiert werden!“

Die Jogger im Restaurant schauten von ihren Rohkosttellern hoch. Eine hal-

be Stunde später hatten sie die Hütte für sich. Renés Gezeter hatte alle vertrieben.

Der schöne René war eindeutig nicht mehr dicht. Alle fünf Minuten orderte er eine neue Runde. Es war gespenstisch. Carlos schaute gequält. Aber sein großzügiger Stammgast war heute nicht mehr zu bremsen.

”Hab heute Traum-Präsi eingefahren,“ babbelte er, ”Zig-Millionen-Etat, aber pschsch. . . Top-Sigrid!“

Der schöne René grinste diabolisch und zwinkerte ihnen gönnerhaft zu. Pit überlegte derweil fieberhaft, wie die Geschichte anzulegen sei.

Nach zwei weiteren Drinks baumelte Renés Kopf wie ein Lampion im Abendwind. Niemand wusste zu sagen, ob er mit seinen bargeldlosen Freunden sprach oder mit dem Kerzenleuchter hinter Joes Schulter.

”Na, und du Pitchen, was treibs-u so auf dein Lansitz?“

Mit einem Ruck brachte René seinen Schädel vor Pits Gesicht zum Stehen. Darauf hatte Pit nur gewartet.

”Ich steig wieder groß ein, René, ich steig wieder richtig ein!“

Das war bewundernswert direkt.

Für einen Moment standen Renés Augen still.

”Im Ernst?“ Du bist wieder zu haben? Mensch, Pit, da machen wir doch gleich das große Ding zusamm.“

”Klar,“ sagte Pit begeistert und zerrte Joe vor René, ”aber nur mit Joe.“

René stutzte und sah Joe starr ins Auge. Sekundenlanges Schweigen. Joe war irgendwie beleidigt. Was stimmte denn mit Pit und nicht mit ihm? Er war

schließlich noch richtig im Geschäft. René schloss kurz die Augen, öffnete sie wieder und dann – endlich – strahlte er Joe an.

”Schoe? ‘türlich, Schoe mach auch mit. Wir redn gleich drüber, aber jetzt entschuldig‘ mich, muss mal wohin muss ich. . .“

Mit einer wilden halben Drehung brachte sich René in Position und peilte die Treppe an, die zur Toilette führte.

Carlos sah traurig hinterher.

Pit und Joe dagegen wussten nicht wohin vor Glück.

”Siehst du, das ist er der Auftrag,“ strahlte Pit, ”so einfach ist das.“

Pit dachte kurz nach.

”Gib mal einen Block rüber Carlos!“

Der elegante Barmann schaute misstrauisch. René Forcher war vielleicht meschugge, aber extrem liquid. Diese zwei Vögel kannte er nicht. Mit ernster Miene schob er Papier und Kugelschreiber über den Tresen.

Pit begann wild zu kritzeln.

In Windeseile brachte er eine Auftragsbestätigung zu Papier. Joe schaute ihm über die Schulter und strahlte. Besonders als er das Honorar sah, das Pit für sie vorgesehen hatte.

”Das is ja ein Ding.“

Just als Pit fertig war, gellte ein markerschütternder Schrei durchs Haus.

Eine halbnackte Grafikerin kam die Treppe heruntergerast. Joe hatte sie schon einmal bei einer Gala des *Creativclubs* gesehen.

”Der Forcher,“ kreischte sie, ”der ist in unserer Garderobe. Holt den sofort da weg!“

Joe und Pit liefen los.

”Wir machen das schon, Carlos, keine Sorge!“

”Ich ruf seine Freundin an,“ rief Carlos routiniert, ”sie wird ihn abholen.“

René Forcher war eben Stammgast im Eldorado.

Oben im ersten Stock, wo die Trainingsräume lagen, polterten Pit und Joe an ein paar wütenden Damen vorbei in die Garderobe. René kroch auf allen vieren im Duschaum herum.

”Jetzt müssen wir das Ding klar kriegen,“ zischte Pit Joe ins Ohr.

”Komm da raus René, komm da raus.“

René dachte gar nicht daran.

”Pass auf, dass Carlos unten bleibt,“ flüsterte Pit und zog die Tür der Dusche hinter sich zu.

”Keine Sorge Ladies,“ versicherte Joe den ungehaltenen Damen, ”Sie können gleich wieder rein.“ Die Damen wichen angeekelt vor seiner Fahne zurück und verzogen sich murrend in die Trainingsräume.

”Pit macht ihn noch ein bisschen frisch,“ sagte er zu Carlos unten in der Bar. Carlos nickte. Joe nahm einen Schluck und versuchte sich die Szene oben vorzustellen. Ob Pit es hinkriegen würde? Ob Forcher den Wisch unterschreiben würde?

Zehn Minuten später wankte Pit die Treppe herunter. Der schöne René hing tiefend an seiner Schulter. Beinahe gleichzeitig stürzte Forchers Freundin mit wütendem Gesicht zur Tür herein. Mit vereinten Kräften bugsierten sie René in ihren Wagen.

Kichernd kuschelte der schöne René sich in den Beifahrersitz und laberte vor sich hin. Pit legte ihm fürsorglich den Sicherheitsgurt an.

”Wir-drehen-s-ding, Pid-un-schoe-die ganse alde Garde...“

Oder so ähnlich.

Langsam bog der schwere Schlitten aus dem Parkplatz auf die regennasse glänzende Straße.

Sie lauschten bis der Motor des Wagens nicht mehr zu hören war. Die frische Nachtluft war angenehm. Pit atmete tief durch.

Carlos kam aus dem Haus gelaufen.

”Darf ich bitte noch kassieren, die Herren?“

Er dachte gar nicht daran ihre Drinks auf Forchers Rechnung zu setzen.

Joe wollte protestieren. Der hatte sie doch lauthals eingeladen.

”Aber natürlich, Carlos,“ strahlte Pit, ”ach, Joe legst du das bitte aus?“

Und er zwinkerte grinsend.

Joe zahlte seine ganze Gage hin und sie gingen.

”Er hat echt unterschrieben?“ Joe war begeistert, ”Wahnsinn!“

”Klar,“ nickte Pit vergnügt, ”klar hat er. Hat nicht lange gefackelt. Aber jetzt lass uns nach Hause gehen.“

Die Gage, die Pit eingesetzt hatte, war für die neuen harten Zeiten astronomisch. Genug für sie beide. Genug für mindestens drei Monate.

Erst schliefen sie richtig aus. Dann wanderten sie zum Café Pelikan, bestellten zwei ordentliche Portionen Frühstück und blinzelten wohligh in die Mittagssonne.

”Ein halbes Jahr nichts tun,“ meinte Pit zufrieden.

Pits Lebensstil war deutlich bescheidener als der von Joe Kowalski.

Er fischte die Auftragsbestätigung aus der Tasche, faltete sie auf und legte sie vor sich hin.

Zufrieden überflog er die Zeilen, die ihnen diesen sorglosen Tag beschert hatten.

Er kam bis zur Unterschrift.

Joe schaute von seinen Spiegeleiern auf. Seinem Freund schien der Appetit auf einmal gründlich vergangen zu sein.

”Hat er nicht unterschrieben?!“ flüsterte Joe bang.

”Doch er hat.“

”Was ist dann? Sag schon!“

”Lies es selbst,“ meinte Pit bloß.

Joe riss den Zettel herum.

Auftragsbestätigung:

Hiermit beauftrage ich Pit Adler und Joe Kowalski mit der
Creation der Kampagne für die Vereinten Sparkassen.

Honorarvereinbarung für Gesamtpacket 300.000,-.

Gezeichnet:

David Ogilvy

Wieder an Bord

Die Sekretärin des Kreativclubs verwechselte nur zwei Namen. Und so geschah es, dass Harry Strommer, hochdekorierter Kreativdirector von Inter-ego, eine letzte Mahnung zur dringlichen Begleichung seiner Mitgliedsbeiträge erhielt, während Joe Kowalski, freischaffender Werbetexter mit derzeit unbekannter Auftragslage, zum Mitglied der *Print-Jury* erkoren wurde.

Als Mitglied der Print-Jury sollte er über die diesjährige Verleihung der Kreativpreise des Clubs entscheiden.

Erst beim zweiten Lesen hatte Joe den Inhalt des Briefes gänzlich erfasst. Lesen auf nüchternen Magen war nicht seine Sache. Doch dann durchströmte ihn sogleich das wohlige Gefühl der Genugtuung. Zu lange, ja viel zu lange hatte der Club ihm diese Anerkennung vorenthalten. Dabei gehörte er selbst zu den ältesten Mitgliedern, man konnte beinahe sagen, Joe war sowas wie Gründungsmitglied.

Seit beinahe zwanzig Jahren wachte der Kreativclub nun schon über die creative Qualität der Werbung im Lande. Einmal im Jahr durften sich dann die brilliantesten Köpfe der Branche über die Preise freuen, die sie mit demonstrativer Gelassenheit bei der großen Club-Gala in Empfang nahmen. Und einmal im Jahr erschien dann das Buch, im dem die preisgekrönten und andere beste Arbeiten abgebildet waren.

Der Club, die Preise und das Buch waren die unabkömmlichen Meilensteine

einer Werbelaufbahn. Wer nichts davon vorweisen konnte, war der Rest. Das waren die Schmierfinken, die Schreiberlinge, Reklamefritzen. Zu diesem Rest gehörte, seit vielen Jahren, Joe Kowalski.

Nur ein einziges Mal hatte auch er einen Preis gewonnen. Das war etwa zur Zeit der großen Ölkrise gewesen. Der Kakao mit dem Hasen hatte ihm damals Gold beschert.

Und jetzt also war Joe Mitglied der Print-Jury.

In der Regel wurden nur die großen Nummern der angesehensten Agenturen in die Jury berufen. Als Joe Kowalski im Kaminzimmer des Clubs auftauchte, herrschte deshalb allgemeine Verwunderung.

Dem einen oder anderen gelang es nur mit Mühe, seine Missbilligung zu unterdrücken.

”Was will der denn hier?” meinte etwa Fred Kaiser. Seniortexter bei BDO. Der Vizepräsident des Clubs wusste es nicht. Doch Joes Name stand ausdrücklich auf seiner Liste.

Joe selbst fühlte sich prima.

Er trug seinen vanillefarbenen Giorgio-Armani-Anzug, mit dem er schon ungezählten Präsentationen die rechte Eleganz verliehen hatte. Manfred, der Ober vom Café Pelikan hatte ihm, wenn auch zögernd, einen großen Schein geliehen. Als Mitglied der Print-Jury konnte Joe schließlich kein Himbeerwasser bestellen. Und Manfred würde seine Investition mit Zinsen zurückbekommen. Joe war fest entschlossen, die Gunst der Stunde zur Ankurbelung seiner Geschäfte zu nutzen. Dies erforderte, neben feinfühligster Strategie,

gewisse weltmännische Umgangsformen.

Er bestellte einen Malt-Whiskey und begab sich derart inspiriert in den Raum der Print-Jury.

Mit drückender Schwüle verstrich der Nachmittag. Joe langweilte sich. Die Kollegen nahmen ihre Aufgabe wirklich ernst. Glotzten auf die Pappen, als ob da Wunder was zu sehen wäre. Fachsimpelten auf Teufel komm raus. Print wird wieder spannender, hatte einer der Idioten gebrabbelt. Da konnte Joe nur lachen. Seine Versuche, die Gespräche auf zu vergebende Jobs zu lenken, waren allesamt im Keim erstickt worden. Abgewürgt vom unsensiblen Desinteresse der Erfolgreichen.

Was interessierten ihn Anzeigen und Plakate, der ganze faule Zauber? Werbung war keine Kunst, sondern ein knallhartes Handwerk. Aber das wollte nicht rein in diese Wirrköpfe.

Ihm war heiß geworden.

Keiner schaute auf als er den Raum verließ.

Es war wie im Märchen. Als Joe in der Herrentoilette vor dem Pissoir stand, öffnete sich die Tür und Gott schwebte herein. Gott stellte sich vor die Schüssel neben Joe, öffnete seinen Hosenschlitz, zwinkerte ihm zu und sagte: "Ah, der schnelle Brüter, wie läuft's denn so?"

Joe war wie versteinert.

Weininger war Gott, daran gab's nichts zu rütteln. Weininger, der Besitzer der allerersten Agentur im Lande, der Macher unter den Machern. Seit mehr als zwei Jahrzehnten an der Spitze!

Niemand anders als Weininger hatte ihm, Joe, anno dazumal, sein Gold überreicht.

Und jetzt breitete er seine Arme aus, um den Ärmsten unter den Ausgestoßenen an seine Brust zu drücken.

Joe war ergriffen.

Dann sagte er: "Print wird wieder spannender."

Weininger nickte.

Er wusch seine Hände und betrachtete Joe nachdenklich.

Wo war der denn abgeblieben? Hatte wohl schon bessere Zeiten gesehen.

Und dieser Don-Johnson-Aufzug.

Da seine Agentur jedoch im Begriffe war, wieder die höchsten Preise des Clubs einzufahren, schlug eine weiches, mild gestimmtes Herz in Weiningers Brust.

"Bist du eigentlich unter Vertrag?" fragte er.

Du, du, er hatte ihn geduzt! Joes Herz klopfte bis zum Halse.

"Habe grade etwas Großes abgeschlossen," log er.

Weininger trocknete seine Hände ab.

"Wir bräuchten jemand für unsere Waschmittel. Nichts Aufregendes, aber wenn du Lust hättest, halbtags?"

Er war ein Mensch von nobler Gesinnung.

Und natürlich hatte Joe Lust. Wenn auch das Honorar, das Weininger nannte weit hinter seinen Vorstellungen zurückblieb. Es würde fixe Kohle geben.

Vor allem aber: Er war bei Weininger.

Die nächsten zwei Stunden vergingen wie im Traum. Schon als Weininger und Joe nebeneinander in die Bar des Clubs kamen, zeigte sich, wie sehr sich der Glanz seines neuen Auftraggebers auf ihn übertrug.

Benommen von seinem Glück saß Joe im Kreis der großen Nummern.

Die sagten plötzlich "Hallo Joe" und "Ach, Joe wie geht's?"

Einer klopfte ihm sogar auf die Schulter.

"Bin jetzt bei Weininger," hörte Joe sich sagen.

Er konnte es kaum glauben.

Er war wieder an Bord.

Fred Kaiser stand staunend am anderen Ende der Bar.

Dieses Schlitzohr, dachte er, wie hat er das wieder hingekriegt.

Zweimal hatte Joe Emma nun schon zum Sushi-Essen eingeladen, und ebenso oft hatte sie dankend abgelehnt.

Wahrscheinlich in festen Händen. Irgend so ein grünes Bürschchen, das sie alle heiligen Zeiten auf ein Würstchen ausführte.

Seit mittlerweile sieben Wochen teilten sich Emma und Joe ein Texterzimmer bei Weininger. Emma war 24 und *Juniortexterin*.

Ansonsten war der Job bei Weininger dankbar. Joe hielt sich nie länger als fünf Minuten mit Fettlösekraft und Dosiersäckchen auf. Waschmittel war entschieden unter seiner Würde. Der Kontakter war ohnehin für jeden Schmus dankbar, den Joes Computer ausspuckte.

Die übrige Zeit blätterte er in Zeitungen. Oder hielt ein kleines Schläfchen. Er wartete auf die Chance sich in Weiningers Augen als wahrer Creativer zu

profilieren.

Ein Zeitpunkt der kommen würde. Das hatte Joe im kleinen Finger.

Pünktlich schlag eins sprach er täglich die Worte "Nun ist es aber genug!" und beendete seine schöpferische Tätigkeit. Um mit dem zufriedenen Gefühl des Werktätigen die Agentur Weininger zu verlassen.

Heute galt es, bis dahin noch ein halbes Stündchen rumzubiegen.

Emma schaute angestrengt auf den Bildschirm.

Die Kleine war mächtig ehrgeizig. Haute wie besessen in die Tasten.

"Woran arbeitest du eigentlich," fragte Joe.

"Hast du das Memo nicht gelesen? Weininger braucht unbedingt einen Namen für die Japaner."

Richtig.

Joe hatte das Memo heute Morgen am Empfang gesehen. Seither brüteten Weininger und der Rest der Geschäftsleitung mit den Freunden in Tokio in Klausur.

Sie suchten den Namen für einen neuen Kleinwagen. Europaweite Verwendung.

"Und was hast du?" fragte er Emma.

Sie seufzte.

"Ach, schon eine Menge. Ich fürchte, eine Menge Mist."

Joe stand auf und trat hinter sie. Er überflog die Liste in ihrem Computer. Wirklich eine Menge unbrauchbares Zeug. Doch bei einem Namen klingelte es im Hinterstübchen. Verflixt. Der war wirklich gut. Der könnte glatt von ihm sein!

Emma sah ihn fragend an.

”Die sind gar nicht schlecht,“ meinte Joe zögernd, ”bis auf den da. Den kannst du vergessen. *Vokalpenetranz*. Große Problematik bei Namen. Wirst du noch lernen, wenn du mal so lang dabei bist wie ich.“

Emma schaute sich den Namen an. Es war der, den sie am besten fand.

Eine Viertelstunde später traf Joe in der Kabine des Aufzugs auf Weininger. Sie fuhren gemeinsam nach unten.

”Und wie geht’s mit dem Namen?“

Weiningers Gesicht verdüsterte sich.

”Die Japaner werden langsam ungemütlich. Wenn wir bis heute um sechs keinen haben, geben sie den Auftrag zur Konkurrenz.“

Joe ahnte, wie sehr diese Vorstellung einen Macher niederdrücken musste. Die Topagentur im Lande brachte nicht einmal einen mickrigen Namen für einen Kleinwagen zustande.

”Ich hätte da einen Vorschlag,“ meinte er bescheiden.

Eine Minute später fuhr der Aufzug wieder nach oben, wo die Japaner im Konferenzraum saßen.

”Das werde ich dir nicht vergessen,“ flüsterte Weininger, ”wart’s nur ab, Joe.“

Joe war bereit dazu. Er taumelte noch ein bisschen. Das Schwindelgefühl des Erfolges. Die Japaner hatten erst argwöhnisch auf den 83. Namensvorschlag gelauert. Dann fingen sie an wild durcheinander zu gackern. Am Ende hatten sie Joe umringt und mit vielen unverständlichen Worten seine Hand geschüttelt.

Überwältigt von Weiningers Großzügigkeit trat Joe auf die Straße. Weininger hatte ihm tatsächlich einen Posten als Creativdirector angeboten. Zwar nur Creativdirector des Waschmittel-Etats, aber was zählte, war das fette Gehalt. Und der Arbeitsaufwand war für einen alten Sprücheklopfer lächerlich. Ach, was war das für ein Tag.

Was hatte sein Leben für eine glückliche Wende genommen.

Und Joe lenkte seinen Schritt in die erste Bar am Platze, um die glückliche Wende gebührend zu feiern.

Nach Feierabend betrat Weininger das verschwiegene kleine Restaurant, in dem es die einzig möglichen Entenbrüstchen á la Rimbaud gab, wie er immer gern betonte. Zudem entsprach die Entfernung von der City seinem Wunsch nach Diskretion. Die Dame seines Herzens erwartete ihn bereits. Wie immer an dem Tisch, der nur für Herrn Weininger und seine charmante Begleitung gedeckt war.

Romantisch schaukelte das Kerzenlicht.

Er setzte sich und sie gaben ihre Bestellung auf.

Emma zögerte.

Stefan Weininger legte Wert auf Trennung von Beruf und Privatleben.

Doch was, so dachte Emma bei sich, was nutzt einem ein Verhältnis mit einem älteren Mann, wenn man nicht von seiner Weisheit profitieren konnte.

”Was sagt dir eigentlich Problematik der Vokalpenetranz?“ begann sie vorsichtig.

Weininger lachte schallend.

”Vokalpenetranz? Was soll denn das sein, Schätzchen?”

Emma zog die Liste mit ihren Namensvorschlägen aus der Tasche, um es ihm zu erklären.

Eine Viertelstunde später fuhr Kowalski aus dem tiefen Schlaf hoch, den ihm eine Reihe von Tom Collins beschert hatte.

Weininger war am Telefon.

Der Auftrag

Marlene Bergmann, Geschäftsführerin von Waterman & Beagle, hatte ein ungutes Gefühl in der Magengegend. Der Name Joe Kowalski stand auf ihrer Telefonliste. Dringend zurückrufen – hatte die Rezeptionistin daneben notiert. Sie drückte auf den Knopf der Gegensprechanlage.

”Hier Bergmann. Wann hat Herr Kowalski angerufen?“

Die Rezeptionistin musste gar nicht erst nachschauen.

”Seit 9 so jede Viertelstunde.“

”Hat er gesagt, was er will?“

”Er sagte es sei persönlich. Soll ich Sie verbinden?“

”Danke, das erledige ich selbst.“

Sie lehnte sich zurück. Persönlich. Pah. Es konnte sich nur um Geld handeln.

Marlene Bergmann kannte Joe so gut wie kein anderer Mensch.

Drei Jahre hatte sie das zweifelhafte Vergnügen gehabt, seine Gattin zu sein.

Ärgerlich legte sie den Zettel beiseite. Doch dann fiel ihr etwas auf. Die Telefonnummer neben Joes Namen.

Natürlich. Es war die Nummer der BDO.

”Überleg’s dir oder lass es,“ hatte Robert Demus vor zwei Wochen zu Joe gesagt, ”wir stecken bis zu den Ohren in der Stahlpräsentation. Wir haben für den täglichen Kram keine Kapazitäten mehr frei. Wenn du willst, hast du den Job.“

Überleg's dir oder lass es. Das waren die Worte, die Joe schon nicht mehr hören konnte. In letzter Zeit hatten sie ihn zu oft damit abgespeist. Diese Fritzen. Zwei Jahrzehnte Erfahrung in der Werbebranche zählten heute nicht mehr. Kalte Verachtung war alles, was dem Mann, der den Kakao mit dem Hasen gemacht hatte, aus den Chefetagen entgegenschlug.

Und so saß Joe Kowalski, der schnelle Brüter, schon seit einer Woche in einer Besenkammer der BDO, wo er gegen ein jämmerliches Honorar einen klebrigen alten *Mac* malträtete.

Sie kippten ihm den ganzen Schund in die Bude.

Als das Telefon läutete, hackte er gerade "Ja, ich will gewinnen!" in die Tastatur. Sein drittes Gewinnspiel in dieser Woche.

"Kowalski!" brüllte er.

"Ich bin nicht schwerhörig," sagte die Bergmann.

"Marlene!"

Joes Gesicht erhellte sich.

Marlene war die einzige, die ihm aus der Patsche helfen konnte.

"Wie geht's dir?" fragte er.

"Lass die Floskeln," meinte sie uncharmant, "wieviel, Joe?"

"Aber Marlene," protestierte Joe.

"Wieviel?" wiederholte Bergmann.

"Zwanzig," sagte Joe kleinlaut und fügte schnell, "aber du kriegst sie zurück!" hinzu.

"Dass ich nicht lache. Du schuldest mir das Fünffache! Verdienst du nichts bei BDO?"

”Ich bin erst eine Woche hier,“ jammerte Joe.

”Frag Demus nach einem Vorschuss,“ schlug Marlene gnadenlos vor.

Der berufliche Aufstieg hatte aus dieser Frau wirklich einen harten Brocken gemacht. So ein süßes Ding war sie mal gewesen. Als ob er Demus nicht schon gefragt hätte. Erst die Arbeit, dann das Vergnügen, hatte der gemeint. Dieser eingebildete Affe!

Joe musste ihr Mitleid wecken.

”Die Bank nimmt mir den Spider weg, Marlene!“ sagte er dramatisch.

”Für den bist du sowieso längst zu alt,“ konterte sie ungerührt.

Es war zwecklos. Er biss auf Granit.

Ihm fiel nichts mehr ein.

Doch dann – aus heiterem Himmel – wendete sich das Blatt.

”Ich könnte dir die zwanzig natürlich geben,“ fing sie an.

”Ja?“

”Unter einer Bedingung.“

Und mit wenigen unmissverständlichen Worten, erteilte Marlene Bergmann ihm einen Auftrag, dessen prompte Erfüllung ihr zwanzig Riesen wert wäre.

”Überleg’s dir oder lass es,“ sagte Marlene.

Dann legte sie auf.

Joe war wirklich in der Klemme. Der Name seiner Bank stand schon seit mehreren Jahren im Typenschein des Spiders. Bisher hatte er den Bankdirektor noch jedesmal abgeschüttelt, wenn sein Konto an der Kippe stand. Aber dieser Dr. Seitz hatte einen Sohn, ein schnöseliges Bürschchen, das seit einer Woche einen Führerschein besaß.

Und der war jetzt scharf auf Joes Spider.

Er musste Marlenes Auftrag annehmen. Joe schluckte. So weit war es mit ihm also gekommen.

Der Werbeetat der Stahlwerke war einer der höchsten im Lande und dementsprechend hart umkämpft. 27 Agenturen waren mit Strategiepapieren antreten, und nur zwei durften in der Endrunde präsentieren.

Die BDO und Waterman & Beagle.

An allen Intrigen und Querschlägern vorbei hatte Marlene Bergmann ihre Truppe in die letzte Runde geführt. Sie wollte diesen Etat haben. Um jeden Preis. Wenn Joe ihr die Kampagne von Demus rechtzeitig lieferte, hätte sie die Präsentation in der Tasche.

Denn Waterman & Beagle präsentierten einen Tag vor der BDO.

Gegen acht Uhr abends schlich Joe Kowalski mit unschuldiger Miene um die Grafikräume im ersten Stock. Wie sich herausstellte war seine Grimasse der Gleichgültigkeit völlig unnötig. Sowieso kein Mensch mehr da. Dafür Sicherheitsvorkehrungen wie im Hochsicherheitstrakt. Alle Türen verrammelt. Nichts als Finsternis. Die Stahlpräsentation gehörte zu den bestgehüteten Geheimnissen im Haus. Demus und Fred Kaiser waren sich nicht einmal zu blöd, einen Codenamen für die Kampagne zu benutzen. Die hatten einen Sprung in der Schüssel.

Joe linste um sich.

Plötzlich flammte die Neonröhre im Gang auf und Demus kam die Treppe herauf.

”Was machst Du denn noch hier?“

Hilfe, dacht Joe. Schweißausbruch, Herzinfarkt, Armengrab.

”Muss noch was abspeichern für die Grafik. Hab aber keine Disketten mehr.“

”Schau unten am Empfang. Da liegen die tonnenweise,“ sagte Demus und sperrte die Tür zur Grafik auf.

Er schien keinen Verdacht zu schöpfen.

Vorsichtig drückte sich Joe hinter Demus in die Grafikabteilung.

”Und was macht die Präsentation?“ fragte er.

Hätte Demus sich jetzt umgedreht, so hätte Joes harmlose Visage ihn sofort Verdacht schöpfen lassen. Aber Demus suchte etwas.

Joes Augen rasten das Atelier ab.

Und da sah er die Booklets.

”Heute fertig geworden,“ murmelte Demus und kramte weiter in einer Lade. Ein ganzer Stoß Booklets lag direkt vor seiner Nase.

”BDO für die Vereinten Stahlwerke“ stand riesig auf dem Deckblatt.

Joes Herz klopfte wie wild. Er dachte an die eiskalte Marlene. An den gnadenlosen Bankdirektor. Sah das schnöselige Bürschchen am Steuer seines Spiders. Und mit einem Griff schnappte er sich ein Booklet und ließ es zitternd vor Angst unter seinem Jackett verschwinden.

Nichts. Demus hatte nichts gemerkt.

”Ja, diese Präsentationen,“ meinte Joe, ”immer ein irres Gefühl, wenn man sie rechtzeitig fertig hat.“

Ein zweifellos blöder Spruch. Demus schaute ihn kurz an.

Er überlegte, welcher Schwachkopf Joe wohl noch eine Präsentation machen

ließe.

Höchste Zeit für den Rückzug.

”Tja, dann hol ich mir jetzt die Diskette,“ erklärte Joe, ”und bis morgen.“

Demus wühlte schon wieder an dem Schrank.

”Bis morgen, Ciao.“

Joe sauste die Treppe hinunter und ließ die BDO fluchtartig hinter sich.

Sein Herz raste noch immer.

Der Parkplatz lag völlig im Dunkeln. Marlene Bergmann saß am Steuer ihres Porsche und rauchte. Endlich tauchten Joes Scheinwerfer in ihrem Rückspiegel auf. Er parkte neben ihr. Du bist wirklich zu alt für den Spider, dachte Marlene. Joe stieg aus, öffnete die Tür des Porsche und setzte sich neben sie.

Es war wie im Film.

”Und? Hast du’s?“

”Erst einmal: Guten Abend,“ sagte Joe gekränkt.

Er atmete tief durch.

”Dass du mich dazu gebracht hast,“ begann er.

Marlene schaute kühl.

”Dass du mich dazu gebracht hast, müsste dir eigentlich ein bisschen mehr wert sein.“

Eine halbe Stunde hatte er an dem Satz gefeilt.

Marlene hielt ihm ein Kuvert hin.

”Willst du zwanzig oder nichts?“ fragte sie bloß.

Er zog das Booklet hervor.

”Das ist weit mehr wert als zwanzig! Das komplette Präsentationsbooklet. Ein Bombending!“

Sie verzog keine Miene. Joe seufzte. Dann gab er ihr das Booklet und erhielt das Kuvert.

”Wenn das rauskommt,“ sagte er, ”bin ich erledigt.“

Erledigt bist du sowieso, dachte Marlene und schlug die Mappe auf.

Joe seufzte noch einmal, schließlich stieg er aus.

Er steckte seinen Kopf ins Wageninnere. Ihm war ein schlimmer Verdacht gekommen.

”Du wirst es doch nicht *kupfern*?“ fragte er ängstlich.

Marlene klappte das Booklet zu.

”Kupfern habe ich nicht nötig.“

Sie ließ ihren Motor aufheulen und fuhr davon.

Was für ein harter Brocken, dachte Joe. Dann machte er sich auf den Heimweg. Die Geschichte lag ihm ganz schön im Magen.

Marlene Bergmann griff nach dem Autotelefon und rief ihren Creativdirector an.

”Trommle die ganze Mannschaft zusammen. Ich erwarte Euch in einer halben Stunde im Büro.“

Bis kurz vor Mitternacht war die Creation von Waterman & Beagle in der Agentur angetanzt. Als um sieben Uhr morgens die Putzfrau in der Türe stand, hatten sie die BDO-Kampagne bis ins kleinste Detail abgekupfert.

Um elf Uhr vormittags schritt Marlene Bergmann mit perfekt abgedeckten Augenringen zur Präsentation.

Sie war wirklich hart im Nehmen.

Die gesamte BDO saß fröhlich feiernd beim Italiener.

Fred Kaiser und Robert Demus prosteten sich zu.

”Was war das für ein Massel,“ sagte Kaiser vergnügt.

Demus nickte.

”Was hat dich darauf gebracht?“

”Ich hatte so ein Gefühl,“ schmunzelte Demus.

Demus gab sich gern als kühler Stratege. Und so hatte er die stürmischen Gratulationen völlig gelassen entgegengenommen. In seinem Innern jedoch triumphierte er. Der Stahletat war seine Eintrittskarte in die Geschäftsleitung. Was für ein Massel, dass er die Sache durchgezogen hatte.

Die Sache war nämlich die.

Einen Tag vor der Präsentation hatte er die fix und fertige Kampagne umgestoßen und einen zweiten Ansatz aus dem Hut gezaubert. War ihm bei seiner Morgenmeditation gedämmert. Bis zwei Stunden vor dem Termin hatten sie an der Ausarbeitung geackert. Und sein sogenanntes Gefühl hatte ihn nicht enttäuscht.

Demus sah Joe Kowalski, der mit der Rezeptionistin Grappa trank.

Er winkte ihn zu sich.

”Bevor ich’s vergesse, Joe. Bring doch morgen deine Abrechnung mit,“ sagte

Demus, "wir kümmern uns jetzt wieder selber um den Kram."

Eingebildeter Affe, dachte Joe. Und bevor er's vergaß, bestellte Herr Kowalski die nächste Runde.

Ging schließlich noch auf Kosten der BDO.

Dr. Horn greift ein

In der Hitparade der meist gefürchteten Kreativkräfte lagen zwei Anwärter ex aequo an der Spitze. Der eine war Joe Kowalski, freischaffender Werbetexter mit meist stagnierender Auftragslage, der andere war Dr. Horn.

Dr. Horn hatte Joe gegenüber jedoch einen wesentlichen Vorteil.

Er war nämlich kein kreativer Lohnsklave im Frohn der Werbewirtschaft, nein: Dr. Horn saß ganz oben, war seit mittlerweile 17 Jahren Geschäftsführer bei International.

Freundliche Zungen bezeichneten Dr. Horn schlicht als verrücktes Huhn, Joe hingegen fand härtere Worte angebracht.

”Dieser Horn ist ein Idiot,“ meinte Joe zu Hauser.

Sie saßen in einer kleinen Bar und besprachen Hausers verzwickte Lage.

Der wiederum hatte die zweifelhafte Ehre, Creativdirector bei International zu sein, was nichts anderes hieß als den Mund zu halten, und hinter verschlossener Tür sein eigenes Süppchen zu kochen.

Mehr als einmal hatte Hauser erleben müssen, dass ein wild gestikulierender Dr. Horn in ein Kundenmeeting geplatzt war, eine fix und fertig verabschiedete Präsentation von Hauser mir nichts dir nichts vom Tisch gefegt hatte, um sie sogleich durch hanebüchene Eingebungen direkt aus dem Chefkopf zu ersetzen.

”Er ist wie eine Naturkatastrophe,“ seufzte Hauser.

Die Kunden von International waren bezüglich Dr. Horns kreativem Eifer gespalten. Die einen flehten die Kontakter telefonisch wie schriftlich an, Dr. Horn um jeden Preis von Konferenzen fernzuhalten. Ein großer Kunde ging sogar soweit, bei der Zentrale der Agentur in London ein Hausverbot für Horn zu erreichen.

Den weniger Klugen gefielen die verschrobenen Ideen des Chefs. Und damit handelten sie sich einige der legendärsten Flops seit Erfindung des *Recalls* ein.

An diesem Nachmittag hatte Dr. Horn wieder einmal erbarmungslos zugeschlagen. Nachdem Hauser und sein Art-Director sechs Wochen an einer *Printkampagne* zum Abverkauf eines Limousinen-Modells gearbeitet hatten, hatte das Schicksal in Gestalt Dr. Horns an die Tür des Besprechungszimmers geklopft.

Eine Viertelstunde später waren Hausers Augen und seine Kampagne tot, dafür hatte er den Auftrag bis zum nächsten Tag nach Vorgaben Dr. Horns einen Fernsehspot für die *Promotion* zu schreiben.

”Kannst du dir vorstellen,“ fragte Hauser, ”in zwei Wochen soll der Film laufen. Ein Fernsehspot für ein Auslaufmodell!“

Joe klopfte ihm bedauernd auf die Schulter.

”Du musst echt was tun gegen den Horn!“

Hauser seufzte.

”Gegen den gibt es nichts zu tun. Der klebt auf seinem Sessel.“

Joe nahm einen Schluck.

”Irgendetwas muss es doch geben.“

”Er hat ein Verhältnis mit einer Angestellten,“ meinte Hauser.

”Haben die doch alle.“

”Er lügt.“ schlug Hauser vor.

”Damit wirst du ihn auch nicht los.“

”Den Texter hat er rausgeschmissen, weil der sich vor allen Leuten Eingriffe in seine Arbeit verbeten hat.“

”Das sind die schlimmsten,“ versicherte Joe grimmig, ”diese Chef-Heinis, die sich als Creative fühlen!“

”Ich glaube, ich sollte besser die Agentur wechseln.“

Hauser schaute trübselig.

”Naja,“ beschloss Joe mit einem Blick auf die Uhr, ”dann wollen wir dem Knaben ins Auge sehen.“

Sie zahlten und gingen ein paar Gassen weiter zur Agentur International. Joe sollte ein paar Wochen für den gekündigten Texter einspringen.

Da saß er also wieder. Saß knurrend in dem Verschlag, den sie ihm zugewiesen hatten. Er empfand es immer als schmerzlichen Abstieg, wenn er mit der ganzen Schafherde um neun antrotten musste, um bis halb sechs irgendwelchen Müll runterzuklopfen. Da konnte man ja gleich Beamter werden. Auch wenn sein Leben als freier Creativer wenig erfolgreich war, im Vergleich zum Agenturalltag glich es einem prickelnden Abenteuer. Joe Kowalski brauchte das. Die wilde Jagd nach Aufträgen, die Jagd nach Slogans um zehn Scheine auf die Hand, das war es, was Joes altes Texterblut ins Wallen brachte.

Dr. Horns Radiospots, die er jetzt in Händen hielt, waren dazu weniger geeignet.

”Ich bitte dich, mach irgendwas draus,“ bettelte Krauss, der Kontakter, ”der Alte findet sie genial.“

”Seit wann ist Schwachsinn genial?“

Krauss wusste es nicht und trollte sich.

”Du bist live dabei. Du fühlst dich super. Jetzt hast du Hunger. Und du snackst, was alle snacken. . .“

So in etwa lief Dr. Horns Radiospot ab, der sich im übrigen vor der snack-kompetenten Kulisse eines Tennisplatzes abspielte. Dazwischen hatte Dr. Horn die ploppenden Geräusche ungezählter Tennisbälle vorgesehen.

Was gab es da zu retten?

Er schob die Sätze und Wörter auf dem Bildschirm seines Computers hin und her.

”Na, schon eingelebt?“

Joes Herz schlug höher. Andrea stand in der Tür, Andrea, die Schlingpflanze, die Kleopatra der International.

Er war geblendet. Andrea setzte sich auf die Kante von Joes Tisch. Sie plauderten über ein paar Anzeigen, für die sie Joe in den nächsten Tagen briefen wollte. Mit Andrea hätte Joe sich sogar über Marktanalysen unterhalten. Mann, konnte die lächeln!

Fünf Minuten nachdem sie wieder gegangen war, fiel es ihm auf einmal wie Schuppen von den Augen. Dass er so blind hatte sein können!

Klar: Die Kleine war scharf auf ihn.

Und bis Feierabend dachte Joe über ein Maßnahmenpaket in Sachen Kleopatra nach.

Über Nacht beschloss er, sein Engagement bei International völlig pragmatisch zu sehen. Er war schließlich nur vorübergehend hier. Hauser war ihm auch keine Hilfe, der war voll und ganz mit dem Limousinenfilm beschäftigt. Und so beschloss er, einen direkten Vorstoß in die Höhle des Löwen zu unternehmen.

Dr. Horn strahlte ihm entgegen. Er schätzte es, wenn Creative mit ihren Problemen von selbst zu ihm kamen.

”Ah, Kowalski, kommen Sie nur!“

”Ich habe da ihre Radiospots, Dr. Horn,“ begann Joe.

”Ja, und, was sagen Sie?“

”Also, ich weiß bei bestem Willen nicht, was ich damit machen soll,“ meinte Joe.

In Dr. Horns Augen flackerte es.

”So?“

”Ja,“ Joe räusperte sich, ”man kann nichts daran verbessern. Die Radiospots sind perfekt, so wie sie sind.“

Eine kleine Pause entstand. Dr. Horn schaute Joe an, Joe schaute Dr. Horn an.

Dann zog sich ein noch breiteres Strahlen über Horns Gesicht. Er liebte es, wenn seine Creativen einsahen, dass auch ein Geschäftsführer sich

schöpferisch verwirklichen musste.

”Schön. Schön, schön. Dann präsentieren wir das so beim Kunden,“ meinte er schließlich.

Joe nickte. Damit hatte er die Sache wenigstens vom Tisch. Und weiter gab es wohl nichts zu besprechen.

”Dann präsentieren wir das so beim Kunden,“ wiederholte er.

”Gut, gut, gut,“ sagte Dr. Horn.

Ein kompetenter Mann, dieser Kowalski, dachte Horn bei sich. Nicht so eine Mimose wie Hauser.

Dann tauchte sein tatkräftiger Geist wieder zu einem anderen Projekt, das dringend nach Bearbeitung lechzte.

Hinter Joe Kowalski klappte die Tür.

Eine Woche später hatte sich aus Joes einmalig geplanter Taktik eine ganze Serie kreativer Endlösungen durch Dr. Horn ergeben. Der lebte sichtlich auf. Immer ungehemmter sprudelten die krausen Ideen zwischen Tür und Angel aus seinem Kopf und wurden nach Joes Begutachtung bei den Kunden präsentiert.

Als Hauser nach zwei Wochen vom Dreh des Limousinen-Filmes zurückkehrte, waren die meisten Kampagnen der Agentur durch Horns wirre Querschlänge zerstört.

Leichenblass sank Hauser neben Joes Tisch auf den Sessel.

”Wie konnte das bloß geschehen? Warst du nicht hier?“

Joe verzog das Gesicht.

”Du kennst den Schwachkopf doch.“

In Wirklichkeit hatte sich Joes Energie hauptsächlich auf die lächelnde Andrea konzentriert. Sollte dieser Horn ruhig kreativ spielen. Seine Zeit hier war ohnehin bald abgelaufen.

Dr. Horn sah die Sache völlig anders.

”Mir scheint, wir beide arbeiten toll zusammen, Kowalski.“

Der Chef hatte Joe nach Büroschluss zu einem Gläschen eingeladen.

”Ich denke darüber nach,“ fuhr er fort, ”unsere Zusammenarbeit gewissermaßen zu prolongieren.“

Joe hatte keinen Schimmer, worauf der Schwachkopf hinaus wollte.

Aber Horn kam ohnehin gleich darauf zu sprechen.

”Hauser ist nicht der richtige Mann für die International. Der ist zu weich, zu verschlossen. Blockt alle kreativen Inputs ab. Dabei können auch eine Kontakterin oder ein Marketingmann gute Ideen haben,“ sagte er.

”Oder ein Geschäftsführer,“ fügte Joe hinzu. Es rutschte ihm so raus.

Dr. Horns Verblendung war jedoch soweit gediehen, dass er Joes Bemerkung als Kompliment ansah.

Kompetenter Mann, dachte er wieder einmal.

Und dann machte Dr. Horn jenen Vorschlag der Joe kurz in die Zwickmühle bringen sollte.

Was sollte er tun?

Hauser anrufen? Ihn warnen? Horns Angebot einfach annehmen?

80 Riesen war für einen Creativdirector zwar nicht gerade üppig, aber die Arbeit würde ja ohnehin der Horn erledigen. Und einen Firmenwagen hatte

er ihm auch angeboten. Joe war ratlos. Joe Kowalski als Creativdirector bei International. Das war ein Hammer. Hauser gegenüber war die Sache natürlich eine Schweinerei.

Er hatte zwei Wochen Bedenkzeit.

Was sollte er bloß tun?

Glücklicherweise trat nun etwas ein, das Joe von seinen Problemen ablenkte. Nach zahlreichen schwergeschützigen Anflügen hatte Andrea seine Einladung zum Abendessen angenommen. Endlich.

Fröhlich pfeifend klopfte er die Copy-Texte zu Dr. Horns Headline-Vorschlägen in die Tastatur. Hauser wanderte mit schweren Augenringen durch die Agentur. Der arme Hauser. War kaum ansprechbar. Der Limousinenfilm ging heute auf Sendung.

Hauser hatte ihn Joe gezeigt.

”Naja,“ sagte Joe, ”was soll’s.“

Und er klopfte Hauser auf die Schulter, der traurig davontrottete.

Joe sah ihm nach. Dann fiel ihm wieder die Bluse ein, die Andrea heute getragen hatte. Mann, das war eine Bluse gewesen!

Hurtig machte er sich an die Arbeit. Er musste rechtzeitig nach Hause kommen, um sich fein zu machen.

Um acht Uhr fuhr Joe Kowalski, Baujahr ’51, in seinem vanillegelben Girogio-Armani-Anzug, Baujahr ’82, und seinem roten Alfa Spider, Baujahr ’78, vor Andreas schlichtem Reihenhäuschen unbekannten Baujahres vor.

Die wogende Versuchung kam mit strahlendem Lächeln auf ihn zugeschwebt.

Sie fuhren zum Italiener am anderen Ende der Stadt. Er wusste doch, wie eine Fahrt im Spider die Bienen anregte.

Trotzdem war Joe nervös. Er war den Umgang mit Damen nicht mehr so gewöhnt. Schlechter Geschäftsgang hatte auch Auswirkungen auf den Erfolg bei Frauen.

Joe bestellte Aperitifs und Rotwein. Er würde die Festung schon knacken.

Andrea schaute mit großen Augen und hörte ihm lächelnd zu.

Er erzählte von der guten alten Zeit in der Werbung. Holte den Kakao mit dem Hasen aus dem Hut, während Andrea ihre Spaghetti Vongole um die Gabel wickelte.

Um elf mussten sie vom Gastgarten ins Restaurant wechseln.

Joe schwankte schon ein bisschen.

Sie nahmen an der Bar Platz und Joe bestellte die nächste Runde Grappa.

Diese Andrea schluckte ganz schön was weg.

”Wie lange bist du eigentlich schon bei dem Schwachkopf?” fragte Joe.

Andrea strahlte ihn an.

”Du meinst bei International?”

”Klar, Schwachkopf International,” prustete Joe los.

Andrea lächelte irritiert.

”Drei Jahre.”

”Wahnsinn, drei Jahre mit diesem Horn! Das ist ja Folter!”

”Wie meinst du das,” fragte Andrea und lächelte nicht mehr.

Und Joe erzählte ihr von dem ganzen Schwachsinn, den Horn den lieben langen Tag fabriziert. Und dass es ihm scheißegal sei, wie schlecht der Mist

sei. Und dass Horn ihn, Joe, als Creativdirector wollte, und dass er wahrscheinlich annehmen würde.

”Und dann,“ sagte Joe und zwinkerte Andrea checkermäßig zu,“ dann sorg ich dafür, dass der Horn in Rente geht und mir seinen Sessel freiräumt.“

Sie schaute ihn fragend an.

”Na,“ lachte Joe, ”der hat doch was mit einer aus der Agentur, wenn ich das an die Zentrale durchgebe.“

Jetzt lächelte Andrea wieder.

Joe lehnt sich zufrieden zurück.

Jetzt, das spürte er, hatte sie richtig Respekt vor ihm.

Als er aufwachte, hatte Joe einen Brummschädel. Ihm fiel beim besten Willen nicht ein, wie er nach Hause gekommen war. Er wusste nur, dass er bei Andrea abgeblitzt war. Wenn im bloß einfiele, warum!

Grübelnd traf er bei International ein.

Fünf Minuten später humpelte Dr. Horn elastisch zur Tür herein. Die Bandscheiben. Obwohl Joe versuchte, sich auf den Wortschwall zu konzentrieren, der sich aus Horns Mund entlud, kriegte er nur den letzten Satz mit.

”Verschwinden Sie aus meiner Agentur!“

Und damit schwang Horn sich wieder aus dem Zimmer.

Kleine Rinnsale sickerten orientierungslos durch Joes Kopf.

Da schlich Hauser herein.

”Mensch, Joe, üble Sache.“

Joe bekam es mit der Angst zu tun. Was hatte er bloß angestellt?

”Ich kann es mir nicht erklären,“ sagte er schließlich mit schweißnasser Stirn.

”Du bist gut,“ meinte Hauser voll Mitleid, ”ausgerechnet der Andrea deine Meinung über den Horn auf die Nase zu binden. Seiner Dulcinea!“

”Andrea?“

Hauser nickte.

”Die hatten von Anfang an was miteinander. Es gibt sogar Leute, die sagen, dass sie den Horn mal als Geschäftsführerin beerben will. Und übrigens: katastrophale *Testergebnisse* für den Limousinen-Spot.“

Joe lächelte schwach. Ihm war wirklich nicht gut heute. Hauser begleitete ihn bis zum Agentureingang.

Einen Augenblick sah er über Hausers Schulter Andrea um die Ecke biegen. Sie hatte wieder diese Bluse an und sah durch Herrn Kowalski durch als wäre er nicht vorhanden.

Aber die Bluse stand ihr wirklich außerordentlich gut.

Ganz unten

Frühmorgens um sieben waren drei Herrn bei ihm aufgetaucht, zwei davon fuhren einen Abschleppwagen und der dritte, das war der im Anzug, erklärte feierlich, dass damit sein Alfa Spider Cabriolet, Baujahr '78, zum Schätzwert von blablabla im Auftrag seiner Bank gepfändet sei. Usw. blablabla. Wo bitte die Schlüssel seien. Und wenn er diese nicht freiwillig herausgebe, müsse man den Spider eben mit dem Abschleppwagen transportieren. Verstecken hätte übrigens keinen Zweck, sie hätten den Wagen nämlich schon gesehen.

Aber Joe Kowalski war ohnehin zu müde gewesen für irgendwelche Tricks. Beim schnellen Brüter war die Luft raus. Die letzten Wochen waren ein einziger Alptraum gewesen. Welche Agentur er auch abgeklappert hatte, kein Auftrag zu holen. Dass ihm die Bank demnächst so kommen würde, damit hatte er schon gerechnet. Also hatte er dem verblüfften Herrn die Schlüssel und die Fahrzeugpapiere in die Hand gedrückt und wortlos die Tür geschlossen. Vom Fenster aus hatte er zugesehen wie einer der Männer sich in den Spider setzte und um die Ecke zur Straße bog. Das war's gewesen.

Mit dem Spider war der letzte Beweis seiner großen Vergangenheit als Creativer aus Joes Leben verschwunden. Jetzt hatte er nur noch ein Foto von einer Gala des Kreativclubs. Darauf drückte ihm Weininger den ersten Preis für den Kakao mit dem Hasen in die Hand.

Die kleine goldene Statuette, die er damals bekommen hatte, hatte Marlene

ihm bei der Scheidung weggenommen. Der Kakao mit dem Hasen wäre ohnehin ihre Idee gewesen. Er solle froh sein, dass sie das niemanden verraten hätte.

Natürlich. Sie hatte recht. Es war ihre Idee gewesen. Aber hätte er der Jury des Clubs damals vielleicht erklären sollen, dass ihm dem kreativen Zampano nichts eingefallen sei, dafür hätte seine Frau – von Beruf übrigens gelernte Steuerberaterin – eine wirklich tolle Idee gehabt?

Nein, das wäre nicht gegangen. Und von den Folgegeschäften nach dem Preis hatte sie schließlich mitprofitiert. Im Spider, den er gleich danach gekauft hatte, durfte sie auch noch mitfahren. Und heute hat sie keinen Grund sich zu beklagen. Ihm schleppten sie den Spider ab, während Marlene als Geschäftsführerin von Waterman & Beagle zur Vorseige-Businessfrau der Branche mutiert war.

Joe nahm einen Schluck Espresso und starrte weiter auf den Platz, der in der frühen Mittagssonne vor ihm lag. Zwei Stunden saß er schon so im Gastgarten des Café Pelikan. Der Verkehr brauste vorbei, alle paar Minuten klingelten Straßenbahnzüge. Autos fuhren, Fußgänger gingen, alle mit einem Ziel vor Augen.

Ein 911-Cabrio in Sonderlackierung hielt an der Ampel. Joe hörte den Fahrer lautstark in sein Handy quaken. Der Typ war keine 30.

Ein Windstoß blätterte die Zeitung auf dem Tisch auf. Die Seite mit der Gesellschaftsspalte. Der schöne René strahlte ihm mit seinem berühmten Forcher-Lachen entgegen. Total exciting sei die Party, versicherte der schöne

René dem Gesellschaftsreporter des Blattes, der ihn natürlich als Werbeguru Forcher präsentierte. So wie ungefähr alle drei Tage.

Wütend klappte Joe die Zeitung zu und knallte den Aschenbecher drauf. Wie er diese ganzen Angeber mit ihren gepflegten Visagen hasste. Aber das Schicksal, falls es eines gab, schien sie zu lieben. Bei denen lief alles glatt. So locker wie sie auch noch im Greisenalter die schönsten Mädchen bekamen, so kassierten sie auch die Millionen-Etats. Und die Superschlitten. Und die Zweit- und Drittwohnsitze in den Bergen, in der Toskana und an der See. Die Lofts in New York und die Ateliers in Paris. Inklusive Topmodels zum Anfassen. Inklusive Bilderbuchfamilien zum Herzeigen. Frauen von Format und Kinder mit zweiunddreißig Zähnen. Was auch immer. Sie kriegten es. Das ging so dahin und würde überhaupt nie aufhören.

Bloß nicht bei ihm.

Bei ihm war seit Jahren der Laden dicht. Es war ein Bild des Jammers.

Joe Kowalski, der alte Sprücheklopfer, zerfloss in Selbstmitleid.

”Noch einen Espresso?“ Manfred war ein einfühlsamer Mensch. ”Oder irgendeinen anderen Wunsch?“

Joe schüttelte den Kopf und versuchte zu lächeln.

”Aber wenn du einen Job für mich hast? Bin ganz gut im Gläserspülen.“

Manfred lachte.

”Leider. Wir sind komplett. Aber,” er zögerte, ”wenn’s wirklich so schlimm steht, im Merian suchen sie einen Nachtportier. Kannst dort eine ruhige Kugel schieben.“

Die Pension Merian war ein Stundenhotel und lag nicht weit vom Café Pelikan und Joes Wohnung. Er überlegte. Eigentlich keine schlechte Idee. So hätte er auf jeden Fall die Miete zusammen. Und wenn er sich tagsüber um Jobs kümmerte, könnte er die dort nachts erledigen. In einem Stundenhotel wollten die Leute schließlich nur die Zimmerschlüssel und dann ungestört sein. Vor allem würde ihn niemand aus der Branche dort vermuten. Keiner käme je dahinter. Und das war wichtig. Denn für Versager hatten die nicht viel übrig. Joe nickte Manfred zu und verließ das Café Pelikan. Er hatte etwa drei Minuten zu gehen.

Die Pension Merian war in einem vierstöckigen Altbau untergebracht. Die Fassade war sauber verputzt, auf allen Fensterbänken zur Straße standen Blumentöpfe. Die meisten Vorhänge dahinter waren allerdings auch jetzt am Tage geschlossen. Joe überquerte die Straße und ging auf das Haus zu. Der Eingang sah wie ein normaler Hauseingang aus. Ein einziges schmales Messingschild neben der Klingel gab einen Hinweis auf das Etablissement. Pension Merian. 0 – 24 Uhr.

Joe läutete und trat ein als der Summer ertönte.

Als die Tür hinter ihm ins Schloss fiel, wurde es finster um ihn. Nur langsam gewöhnten sich die Augen an das düstere Treppenhaus. Soviel er sehen konnte, bot die Pension Merian von innen ein etwas schäbigeres Bild.

In einem Türstock, rechts am Fuß der Treppe, baumelte ein nikotinverfärbter Papierlampenschirm. Er entdeckte eine Art Pult im Türrahmen, an der Mauer daneben war ein riesiges Schlüsselbrett auszumachen. Im Raum dahinter

sah Joe Wandregale, die mit Kaffeepackungen, Schachteln, Gläsern und Sektkübeln bepackt waren. Am Boden türmten sich Weinkartons und Bierkisten. Offensichtlich eine Kombination Portierloge und Bar.

Aus dieser Tür trat nun eine stämmige Frau undefinierbaren Alters, indem sie das Pult mit lautem Knall nach rechts wegklappte.

Frau Hilde, die Besitzerin.

Joe probierte ein freundliches Lächeln.

”Ich komme wegen der Stelle als Nachtportier.“

Hilde Zopf gab Joe wortlos die Hand. Ihre Miene blieb unverändert streng.

”Kannst du bis drei zählen? Kannst du einen anständigen Kaffee kochen? Kannst du die Klappe halten?”

Das waren freilich eine Menge Anforderungen.

Doch Joe nickte eifrig.

Frau Hilde warf einen prüfenden Blick auf ihn.

”Besonders kräftig siehst du ja nicht aus. Aber ich brauch dringend wen. Dein Dienst ist von zehn Uhr abends bis sechs Uhr morgens, Samstag, Sonntag frei, du kriegst zehntausend schwarz auf die Hand, Abendbrot und Frühstück frei. Also, was ist?”

Joe war so überrascht von diesem flotten Engagement, dass er beinahe vergaß zu antworten.

”Ja, ja,“ stotterte er.

”Gut, dann komm morgen zum Dienst. Herbert wird dir alles zeigen.“

Damit war für sie der Fall erledigt und sie stampfte wieder in ihre Höhle

zurück.

Das Pult krachte scheppernd nach unten.

Drei Wochen später war Nachtportier Kowalski auch in diesem Metier ein alter Hase. Das sagte zumindest Herbert. Und der musste es wissen.

Schließlich war Herbert die letzten 32 Jahre Joes Vorgänger gewesen.

Außerdem war er Hilde Zopfs ergebener Ehemann und frischgebackener Rentner.

Wenn Joe um zehn den Dienst antrat, kam Herbert gern auf ein Schwätzchen herunter, holte mit viel pstpst Magenbitter-Fläschchen aus dem Proviantraum und sie genehmigten sich ein paar. So weit Joes Pflichten dies zuließen. Denn von ruhige Kugel schieben konnte in seinem neuen Job nicht die Rede sein.

Mit der Kundschaft der Pension Merian hätte so mancher Privatdetektiv, der in Scheidungsverfahren ermittelte, seine Freude gehabt.

Doch Verschwiegenheit, Diskretion wie Hilde Zopf es Joe mehrmals einschärfte, war oberste Pflicht des Nachtportiers. Dann kamen gleich die Sonderwünsche. Die meisten Pärchen nutzten nämlich ihr wöchentliches Techtelmechtel nicht nur zur amourösen Begegnung. Sie dehnten ihre Leidenschaft auch auf kulinarische Genüsse aus. Die Damen knabberten an Salzstangen und fütterten ihre Galane mit Hildes Lachsbrötchen. Die Herren ließen sich dafür nicht lumpen und so manche Champagnerflasche springen. Und es gehörte zu Joes Aufgaben dergleichen dezent und prompt aufs Zimmer zu servieren.

Diese Seite seines neuen Berufs verlangte Joe ein Höchstmaß an Selbstbeherrschung ab. In die Beine ging die Kellnerei auch. Denn über einen Personen- oder Speisenaufzug verfügte das Etablissement Merian keineswegs. Dass Joe bei dieser nächtlichen Auslastung seine Aquisition im Agenturbereich völlig vernachlässigte, war verständlich. Wenn er morgens blinzeln und humpeln aus der Pension Merian trat, dachte er nur noch an Schlaf. Und obwohl Herbert sich rührend um seinen neuen Freund bemühte, wurde Joe immer deprimierter.

”Wirst schon wieder in die Reklame einsteigen“, meinte Herbert heute zur Begrüßung.

Joe ließ sich in einen Sessel fallen.

”Das heißt nicht Reklame, sondern Werbung, Herbert.“

Der schüttelte unwillig den Kopf.

”Reklame, Werbung, wo ist der Unterschied?“

Joe hatte nicht die geringste Lust, es ihm zu erklären.

Missmutig schenkte er sich Kaffee ein.

”Na, dann geh ich mal lieber nach oben. Hast wohl schlechte Laune. Auf Zimmer 12 sind übrigens zwei besonders lästige Vögel. Haben schon drei Flaschen Schampus intus.“

Joe seufzte. Das fing ja wieder gut an.

Mit einem Achselzucken schlurfte Herbert davon.

Der Nachtportier machte sich an sein Abendbrot. Kam aber nicht weit.

Das Telefon.

”Ja?“ rief Joe kauend in den Hörer.

”Hier Zimmer 12. Wir hätten gern noch ein paar belegte Brötchen, noch eine Flasche Champagner, aber diesmal bitte richtig temperiert, und ein Päckchen – welche Zigaretten, Mäuschen? – ah, ja ein Päckchen Luckies!“

Ein unangenehmes Organ.

”Luckies ham’wir nich‘,“ brummte Joe und starrte auf Herberts Pin-up Kalender aus dem Jahr ‘72.

”Keine Luckies? Na dann,“ Joe hörte wie der Affe mit Mäuschen tuschelte,

”na, dann eben Marlboro. Aber ein bisschen schnell, wenn ich bitten darf!“

”Ja, ja. Bin schon dabei.“

Joe knallte den Hörer auf die Gabel. Bin wirklich der letzte Dreck, dachte er. Diese Typen machen hier auf Gent, weil sie ihre Mäuschens, Mausis, Spatzis und Schatzis einmal die Woche heimlich aufs Lotterbett werfen.

Er suchte den Champagner raus, riss die Folie vom Brötchenteller und schnupperte am Lachs. Naja. Egal. Brötchen schmieren hatte Joe Kowalski nicht im Angebot. Noch nicht, dachte er grimmig, als er sich die Marlboro-Packung zwischen die Zähne klemmte.

Wenigstens war Zimmer 12 gleich über die erste Treppe rauf.

Er stopfte Champagner und Gläser in den Kübel zum Eis und balancierte rechts den Brötchenteller.

Oben hämmerte er missmutig an die Tür.

”Ja?“ piepste es dahinter.

In dem Fall war Mäuschen wohl angebracht.

Er stellte den Brötchenteller auf der Heizung ab und fummelte das Marlboro-

Päckchen aus dem Mund.

”Zimmerservice!”

”Ja, kommen Sie bitte!”

Er ging rein ohne aufzuschauen. Das war die Diskretion. Erst verschlug es ihm den Atem. Eine Luft zum Schneiden, Rauchwolken wie im Skatclub.

Hinter dem ganzen Genebel und den Parfümschwaden kuschelten Mäuschen und Co. unter der Decke.

Er stellte das Zeug auf die Kommode und holte seinen Block aus der Brusttasche.

”Wenn Sie mir das bitte quittieren?”

Erst jetzt sah er auf.

Erst jetzt sahen Mäuschen und Co. auf.

Alle drei erstarrten. Dann nahm der Gentleman wie in Trance Block und Kugelschreiber, kritzelte seine Unterschrift drauf und Joe stürzte aus dem Zimmer.

Es war entsetzlich.

Nein, es war das Ende. Wieder in seiner Loge kippte er zuerst zwei Magenbitter. Dann dachte er über die Sache nach. Die ganze Branche würde sich das Maul zerreißen. Nie wieder würde er einen Auftrag kriegen.

Nie wieder, hämmerte es in seinem Kopf.

Jetzt war er wirklich erledigt.

Doch als er fünf Minuten hinter seinem Pult ins Leere gestarrt hatte, wurde er auf einmal ruhig. Moment. Natürlich war es peinlich, wenn er sich so

sein Geld verdienen musste. Aber. Noch viel peinlicher war es, wenn Dr. Glatz, Geschäftsführer von Yates Worldwide, hier mit seiner frisch gebackenen Creativ-Directorin Maja Schlick die Betten zerwühlte. Zumal beide verheiratet waren.

Jemand schniefte. Das war Glatz. Stand mit glühenden Augen vor Joes Pult. "Kowalski," flüsterte er, "Kowalski, Sie haben niemanden gesehen. Hören Sie? Niemanden."

Joe schaute teilnahmslos.

"Naja. Ich meine, vielleicht," fing er schließlich an, "habe ich wirklich niemanden gesehen."

Glatz kapierte sofort.

"Schämen Sie sich nicht, Kowalski?"

Joe schüttelte langsam den Kopf.

"Sie wollen mich erpressen," presste Glatz zwischen seinen dünnen Lippen hervor.

Und nach einer Pause.

"Was wollen Sie, Kowalski, wieviel?"

Joe machte eine abwehrende Geste.

"Aber, aber, Dr. Glatz, nicht doch."

Der Zwerg war kurz vorm Platzen. Joe winkte ihn mit seinem Zeigefinger näher an sich heran. Glatz beugte sich vor und hielt ihm ein Ohr hin.

Herr Kowalski flüsterte sanft hinein und lehnt sich dann zufrieden zurück.

Glatz fuhr erbost hoch und sah ihn dann zornig an.

Jetzt kam die hochrote Schlick die Treppe herunter und baute sich neben Glatz auf.

”Deine Bluse ist falsch geknöpft, Maja,“ bemerkte Joe sachlich.

”Unverschämt,“ fauchte sie.

”Halt den Mund,“ schnauzte Glatz die Schlick an.

Der blieb derselben offen stehen.

Schweigend betrachtete Joe die zwei Spitzenkräfte der Werbebranche.

Still war’s jetzt geworden am Empfang der Pension Merian.

Schließlich gab Glatz auf. Er packte das Mäuschen an der Bluse und zog sie in Richtung Eingang. An der Tür drehte er sich um und sagte: ”Rufen Sie mich am Montag an.“

Am nächsten Ersten hatte Yates-Worldwide einen neuen Creativ-Director mit erstaunlich hohem Gehalt und erstaunlich kleinem Kundenstock.

Er kam in einem alten Spider-Cabrio.

Hello Chairman, good-bye Joe

Der Tagesablauf des frischgebackenen Creativdirectors von Yates Worldwide sah folgendermaßen aus. Gemütlich ausschlafen bis etwa zehn, danach ausgedehntes Frühstück im Café Pelikan, Eintrudeln in der Agentur gegen halb zwölf. Durchblättern der Post, in der sich hauptsächlich Einladungen zu Parties von Filmproduzenten, Tonstudios und Modelagenturen befanden. Dann Mittagspause beim Italiener bis circa drei. Mittagsschläfchen, paar Blicke auf die Arbeit der Texter werfen, eine Headline dort korrigieren, da am Plakatlayout herummäkeln und endlich gegen 17 Uhr: Feierabend.

Ja, das Leben war schön als Creativdirector bei Yates Worldwide.

Vor allem, da die Arbeit von anderen erledigt wurde, das Gehalt aber auf Joe Kowalskis Bankkonto ging.

Der Zwerg, Dr. Glatz, schäumte jedesmal vor Wut, wenn er Joes angesichtig wurde.

Und die Kollegenschaft in der Agentur rätselte bereits drei Monate, was ihn dazu bewogen haben mochte, diesen Kowalski zu engagieren, dieses unfähige Fossil aus der Steinzeit der Werbung.

Nur Dr. Glatz und Maja Schlick, die für Joe ihren erst errungenen Posten als Creativdirectorin wieder hatte räumen müssen, die rätselten nicht.

Die wussten nämlich. Und sie schmiedeten Pläne, böse Pläne, Intrigen, wie sie sonst nur in amerikanischen Fernsehserien gesponnen wurden.

”Du hast mir den Posten als Creativdirectorin versprochen,“ fauchte sie den

Zwerg gerade wieder mal an.

Der konterte nicht freundlicher.

”Und wer, bitte schön, wer wollte unbedingt in die Pension Merian,“ und er ahmte eine lieblichere Version ihrer Stimme nach, ”das ist ganz intim, Georgie, ganz diskret, Georgie!“

Die Schlick hob jammernd die Arme.

”Wer konnte den ahnen, dass der Kowalski dort Nachtportier ist!“

Da hatte sie recht. Das hatte wirklich keiner ahnen können.

Dr. Glatz sah sie an. Wilde Frauen gefielen ihm besonders gut.

”Naja, Mäuschen,“ er trat hinter sie, legte seine Arme um ihre Taille und raunte in ihr Öhrchen, ”wir müssen ihn einfach wieder loswerden, den Kowalski.“

”Und wie willst du das anstellen?“

Sie drehte sich zu ihm.

”Wie willst du das anstellen?“ wiederholte sie.

Glatz strich sich übers gräuliche Bärtchen.

”Wir müssten es so drehen, dass er von ganz oben rausgeschmissen wird. So, dass ich praktisch machtlos wäre. Ihn auf keinen Fall wieder einstellen könnte.“

”Na gut. Aber wie könnte das gehen?“

Der Zwerg wusste es noch nicht. Da er aber was Böartigkeit betraf durchaus Phantasien entwickeln konnte, beschloss die gute Maja ihm Vertrauen zu schenken.

Eine Minute später blinkte auf der Außenlampe des Chefzimmers ”Bitte

nicht stören“ auf.

”Was ist denn hier los,“ murmelte Joe kauend am Empfang.

Im Treppenhaus war er auf eine ganze Putzkolonne gestoßen, die emsig an den Geländern wienerte. In seinem Zimmer schäumte ein Herr im roten Drillich den Teppichboden ein. Im Vorzimmer wusch ein Herr in Grün die Blätter des riesigen Philodendrons, während er sanft und freundlich mit der Pflanze sprach.

Die Rezeptionistin schlug die Hände überm Kopf zusammen.

”Ja, weißt du das nicht? Der Bob kommt!“

Und sie lief nach draußen, um den fröhlichen Damen im Treppenhaus weitere Instruktionen zu geben.

Joe zuckte die Schultern und schlenderte in die Grafik.

Da war aber nur Peter, der gerade einen Riesenstapel Zeitschriften ins Archiv einordnete.

”Wird heute nicht gearbeitet?“ fragte Joe.

Peter drehte sich nicht einmal um, sondern stopfte hektisch die Zeitschriften in ihre Fächer.

”Der Bob kommt doch!“

Es war entschieden merkwürdig.

In der Teeküche traf er auf Inge, die bei einem Vertreter von Delikatessen Rupp ein riesiges Buffet orderte.

”Aber nur die feinsten Sachen, hören Sie!?“

Joe beschloss, nicht mehr zu fragen.

”Ja, ja,“ sagte er zu Inge, ”wenn schon mal der Bob kommt.“

Dann trollte er sich wieder, und weil er gerade im Gehen war, ging er gleich ganz. War ihm entschieden zu stressig heute. An Arbeit war bei dem Betrieb sowieso nicht zu denken.

Am nächsten Tage erkannte er die Agentur kaum wieder. Alles blitzte, alles glänzte. Als er in sein Zimmer kam, dachte er kurz, er hätte einen neuen Computer bekommen. Dabei war seiner nur gereinigt worden. Merkwürdig war allerdings, dass kein Mensch zu sehen war.

Hatte er einen Betriebsausflug verschwitzt? Irgendeine Feier?

Da ihn aber sein Frühstück im Café Pelikan etwas ermüdet hatte, beschloss er, sich ein Weilchen auf seinem Arbeitsplatz auszuruhen.

Er legte die Füße auf den Tisch und las eine Notiz von Glatz durch, die er auf seinem Tisch vorfand. Sie steckte in einem riesigen Karton mit Weinbrand-Flaschen. Auf dem Zettel stand:

Herr Kowalski,

bitte kümmern Sie sich persönlich um die Weinbrand-Kampagne.

Einer unserer wichtigsten Kunden. Da ist ihr Know-how gefragt.

Besonders wichtig für das Kundenmeeting, dass sie das Zeug wirklich testen, die verschiedenen Sorten ausprobieren etc.

Außerdem müssen Sie die Fragebögen ausfüllen. Wenn möglich bitte heute!

Glatz.

Na sowas. Der alte Glatz lernte ja doch dazu. Einer unserer wichtigsten

Kunden. Da ist ihr Know-how gefragt. Da wollte er mal nicht so sein. Joe sah sich die Fragebögen an, holte sich ein paar Gläser aus der Küche und machte sich an die Arbeit. Im Karton waren fünf Flaschen vom Kunden und acht Konkurrenzprodukte.

Joe schraubte die erste Flasche auf und notierte den Namen fein säuberlich auf dem ersten Fragebogen. Der Glatz sollte seine Freude haben an seinem Kreativdirector.

Etwas kitzelte ihn an der Nase. Joe grunzte. Das Kitzeln kam aber gleich wieder. Joe schlug mit der Hand danach. Fühlte sich irgendwie komisch an, wie ein Bein, wie eine Hose. Hosenbein? Er blinzelte. In seinem Kopf blubberte es. Hinten machte es dingdong. Seine Zunge war dick und pelzig als hätte er eine Ratte verschluckt. Das Hosenbein begann zu wackeln. Plötzlich kriegte er eine geknallt.

Joe fuhr fluchend hoch und schlug mit dem Kopf gegen die Kante seines Schreibtischs. Auweia. Er lag also auf dem Boden.

”Was los?“ beschwerte er sich zornig und hielt sich die Birne.

Jetzt erst sah er den Mann. Den, der ihm eine gelangt hatte.

Es war keiner aus der Agentur. Wäre auch noch schöner gewesen. Dieser Mann war eindeutig nicht aus der Werbung. Sein Anzug musste aus der Kleidersammlung sein. Oder aus alten Ost-Beständen. Wahrscheinlich einer von der Putzkolonne.

”Willst wohl den Arsch voll,“ knurrte Joe ihn an und richtete sich vorsichtig auf.

Er schwankte.

Der Mann sah ihn ernst an durch seine dicken Brillengläser und schnarrte etwas in einer fremden Sprache.

Aber Joe verstand noch nicht einmal seine eigene. In seinen Ohren dröhnte es wie in einem Tunnel. Behutsam ließ er sich an seinem Schreibtisch nieder. Tocktock machten die Ohren. Eins war sicher. Den Weinbrand-Test hatte er voll absolviert. Glatz würde jedenfalls zufrieden sein.

Schon wieder dieses schnarrende Organ von dem Typ.

Der Mann hatte scheinbar echte Probleme, denn er sah Joe böse an und deutete auf die Tür.

Joe hatte jetzt die Nase voll.

”Nein, nein, nix, hier wird nichts mehr geputzt.“

Wenn bloß seine Zunge nicht so dick und pelzig wäre. Ein Bier. Ja ein Schluck Bier und er würde dem die Meinung blasen.

Joe steuerte an dem Typen vorbei Richtung Teeküche. Jetzt lief ihm der auch noch hinterher. Er angelte sich eine Dose Bier aus dem Kühlschrank, bedeutete dem Mann, der jetzt ohne Pause wild auf ihn einquasselte, zu schweigen und trank die Dose in zwei Zügen aus. Das schien den Herrn nun vollends aus der Fassung zu bringen. Der schrie ja förmlich das ganze Haus zusammen.

”Pssst,“ machte Joe und hielt sich den Finger vor die Lippe, ”pssst!“

Und mit scheuchenden Armbewegungen: ”Ksch, ksch!“

Aber da standen auf einmal Glatz und die ganze Mannschaft in der Vorzimmertür und starrten ihn mit entsetzten Augen an.

Glatz war sofort bei ihm.

”Kowalski, sind sie wahnsinnig,” raunte er dramatisch.

Keine Ahnung. Joe wusste es nicht.

Dieser Kerl schrie jedenfalls weiter wie verrückt, deutete auf Joe und redete wie wild auf Glatz ein.

Mittlerweile stellte sich bei Kowalski eine grauenhafte Welle von Übelkeit ein. Als der Fremde plötzlich auf ihn zusprang, ihn am Kragen packte und in Richtung Ausgang stieß, konnte Kowalski sich nicht mehr zurückhalten. Beim besten Willen nicht.

”Herr Kowalski,” säuselte Glatz zufrieden in den Hörer, ”ich kann in dem Fall leider gar nichts mehr tun. Mir sind die Hände gebunden. Bob Watson war sehr erzürnt.“

”Hm,” sagte Joe am anderen Ende der Leitung, ”da kann man wohl wirklich nichts mehr machen,” und legte auf.

Maja Schlick kicherte.

”Genial, Georgie, wie du das mit dem Weinbrand gemacht hast, richtig genial.“

Glatz zog sie an sich.

”Tja Mäuschen, jeder, der sich ein bisschen mit Yates Worldwide beschäftigt weiß, dass Bob Watson missionarischer Antialkoholiker ist. Ich musste unseren *Chairman* nur noch in Kowalskis Zimmer lotsen statt in den Konferenzraum. Aber dass der Kowalski ihm auch noch seinen Designer-Anzug anreiert, das hätte nicht einmal ich planen können.“

”Und ich bin wieder Creativdirectorin?“

Maja kitzelte ihn am Bärtchen.

”Aber natürlich, Mäuschen, und zwar meine ganz persönliche.“

In der Pension Merian wurden Dr. Glatz und Maja Schlick allerdings nicht mehr gesehen. Man konnte ja nie wissen, wer da demnächst als Nachtportier auftauchen würde.

Die hohe Kunst der Werbung

Obwohl Robert Demus in seiner kargen Freizeit den Zen-Buddhismus studierte, konnte ihn das Schlachtfeld der Creativszene noch immer in Rage bringen. Heute war wieder so ein Tag. Am Vormittag hatte Fred Kaiser angekündigt als Creativdirector zur Konkurrenz zu wechseln. Und er würde den Zucker-Etat mitnehmen.

Demus kochte vor Wut. Den Zucker-Etat mitnehmen. Diese Ratte.

Und so kam es, dass ein freischaffender Werbetexter namens Joe Kowalski zumindest für die nächsten vier Wochen einen Auftraggeber sein Eigen nennen durfte.

”Kaiser geht sofort,“ sagte Demus am Telefon, ”hat noch elf Wochen Resturlaub stehen.“

”Ich kann morgen anfangen,“ meinte Joe munter, ”habe gerade einen großen Auftrag abgeschlossen.“

Letzteres war eine glatte Lüge, denn in den letzten Jahren gerieten große Aufträge immer seltener in Joes Hände. Und wenn, dann trieb sie nicht sein Ruf als kreativer Zampano, sondern der reine Zufall dorthin.

Seit mehr als zwei Jahrzehnten war er nun schon in der Werbung, einer Branche, die sich sehr zu ihrem Nachteil verändert hatte.

”Creative schauen heute aus wie Bankbeamte,“ pflegte Joe zu sagen.

Joe selbst schaute nicht wie ein Creativer aus, als er am nächsten Tage pünktlich um 9 am Empfang der BDO stand. Das fand zumindest Gabi, die

Rezeptionistin. Dieser Don-Johnson-Aufzug, dachte Gabi. Lächerlich.

Aber sie waren alte Bekannte, und in der Werbung war Freundlichkeit Ehrensache.

”Auch wieder mal hier,“ sagte Gabi.

”Ich soll den Kaiser vertreten.“

Sie schüttelte angewidert den Kopf.

”Den Kaiser,“ meinte sie mit grimmiger Miene, ”diese Ratte!“

Joe sagte nichts. Ihm war die Ehre der BDO schnuppe.

Hauptsache, er konnte die nächsten vier Wochen seine Rechnungen bezahlen.

Er holte sich Kaffee und bezog Kaisers verwaistes Büro.

Gabi kam ihm nachgelaufen.

”Ach, übrigens. Nächste Woche ist Annahmeschluss für die Kreativpreise. Falls ihr was einreichen wollt, sag mir Bescheid.“ Joe nickte.

Einmal im Jahr zeichnete der Kreativclub die besten Arbeiten der Werber mit Preisen aus. Die Kollegen waren ganz wild dahinter her.

Vor vielen, vielen Jahren, in der Anfangszeit des Clubs hatte auch Joe einen Preis gewonnen. Der Kakao mit dem Hasen hatte ihm Gold eingebracht. Die Zeit danach war die finanzstärkste seiner Karriere gewesen. Es war das Jahr in dem er sich den Spider und eine Ehefrau zugelegt hatte. Doch inzwischen stand im Typenschein seines Autos der Name seiner Bank und seine Ehefrau stand unter ferner liefen.

Es gab wirklich wichtigere Dinge, als im Kreativclub zu glänzen.

Joe machte es sich gemütlich und trank seinen Kaffee, als Demus mit einem

Mädchen in der Tür stand.

”Das ist Jutta, deine Juniortexterin.“

Joe und Jutta gaben sich die Hand.

Der Job begann ihm zu gefallen. Ein fleißiger Junior war eine angenehme Sache. Man hatte immer wen, der einem zuhören musste.

Nachdem Demus zu einem Termin gegangen war, hielt ihm Jutta einen Zettel vor die Nase.

”Unsere Jobs diese Woche,“ sagte sie.

Joe überflog die Liste.

”Bei mir,“ begann er dann ernst, ”kriegt ein Junior was zu tun. Ich hoffe, das ist in deinem Sinn.“

Jutta wusste nicht, worauf er hinaus wollte.

”Bis Mittwoch,“ erklärte Joe, ”bis Mittwoch machst du diese Jobs mal alle fertig. So gut du eben kannst. Dann besprechen wir das Zeug. Auf die Art lernst du am meisten. Weißt du Jutta, ich habe nämlich wahnsinnig viel Erfahrung.“

Jutta glaubte ihm.

Demus hatte ihr geraten, diesen Kowalski nicht ernst zu nehmen. Der sei nur vorübergehend hier. Der Joe, so hatte er gesagt, der ist aus der Steinzeit der Werbung. Der kriegt hier nur sein Gnadenbrot.

Nachdem Jutta mit ihrem Pensum abgezogen war, legte Joe die Füße hoch. In dieser Position blieb er die nächsten drei Tage. Mit Ausnahme ausgedehnter Mittagspausen beim Italiener gab es für ihn nicht mehr viel zu erledigen.

Jutta verschonte ihn freundlicherweise mit dummen Fragen und stand wie vereinbart erst wieder am Mittwochnachmittag vor der Tür.

Joe rieb sich die Augen.

”Ich wäre jetzt soweit,“ sagte sie.

”Aha, na dann gib mal her. Ich lese das jetzt und wir reden morgen früh drüber.“

Es war Jutta recht.

Der Hörfunkspot für den Fruchtsaft war gut, wirklich gut. Und soweit Joe sehen konnte, war der Rest auch in Ordnung. Es kostete ihn einige Zeit und Mühe, die Sache aus der Welt zu schaffen. Ganze zwei Stunden war er ausschließlich damit beschäftigt, einzelne Wörter in Juttas Texten durch seine eigenen zu ersetzen. Dann mussten noch all ihre Headlines weg. Headlines waren was für die alten Hasen.

Das creative Jungvolk war ohnehin zu selbstbewusst. Schrieben gleich alles auf, was aus ihnen raussprudelte, und drängten andere mit ihrem Übereifer ins Abseits.

Am nächsten Morgen hörte sich Jutta weitschweifige Erklärungen an, warum sie in Zukunft statt ”Unternehmen“ lieber ”Konzern“ schreiben sollte. Zum Beispiel. Unter anderem.

Jutta fand, dass ”Konzern“ unsympathischer klang.

”Es kommt auf den Kontext an,“ meinte Joe und legte seine Stirn in Falten. Schließlich kam er zum Hörfunkspot, der schon in zwei Tagen aufgenommen werden sollte.

”Beim Funk,“ begann er, ”da bin ich sehr unzufrieden. Das ist mir zu lieblos hingeschmiert.“

Jetzt schaute sie beleidigt.

”Den schreibe ich lieber selber,“ sagte Joe schnell.

Jutta sagte nichts mehr und ging.

Um Mitternacht war Joe noch immer nichts eingefallen. Von allen Kollegen verlassen lief er einsam in seinem Büro auf und ab. Der alte Witz und Schwung wollten sich partout nicht einstellen. Schließlich nahm er Juttas Text wieder zur Hand und betrachtete ihn grübelnd. Wie hatte Jutta, dieser Grünschnabel, diesen Radiospot schreiben können? Da endlich kam ihm die rettende Idee.

Er setzte sich an den Computer, schaute kurz in die Luft und haute in die Tasten. Eine Viertelstunde später war Feierabend.

Am Anfang stand jetzt: Man hört Kinder Sandburgen bauen.

”Das,“ sagte Joe, ”das ist ein guter Spot. Atmosphärisch aufgeladen vom Anfang bis zum Ende!“

Er hatte Juttas Text für die Sprecher einfach mit einer Unmenge völlig unnötiger Regieanweisungen aufgeforstet. Nur wenn man sehr konzentriert hinschaute, konnte man dazwischen ihren Text wiederfinden.

Einen Tag später war der Spot auf Anhieb verkauft.

Der alte Kontakter Herzmansky war begeistert.

”Superspot, den du da geschrieben hast, Joe!“

Die Sprecher und der Tontechniker im Studio fanden das auch.

”Aber,“ lachte der, ”was soll ich mit diesem ganzen Sandburgen-Quatsch machen?

Joe bedauerte.

”Das,“ seufzte er, ”war mein Junior. Die Kleine muss noch viel lernen.“

Dann nahmen sie auf und es wurde perfekt. Zufrieden kehrte er in die Agentur zurück.

Dort lief Gabi mit Zetteln winkend durch die Gänge.

”Einreichungen für den Club,“ rief sie, dass es nur so schallte, ”letzte Gelegenheit.“

Joe versorgte Jutta mit dem Stapel neuer Jobs, der sich auf seinem Schreibtisch türmte, und begab sich in den Konferenzraum, wo die allerneueste *Cannes-Rolle* vorgeführt wurde.

”Wo ist Jutta?“ fragte Demus.

”Ach,“ sagte Joe, ”noch nicht fertig. Unter uns gesagt, die Kleine ist ein bisschen langsam.“

Bevor Demus darauf eingehen konnte, wurde das Licht abgedreht und die Cannes-Rolle zog sie alle in ihren Bann.

Juttas Laune war im Keller. Drei Wochen schrieb sie sich jetzt schon die Finger wund für diesen Kowalski. Und drei Wochen kam er mit seinen dämlichen Verbesserungen an und schmierte in ihren Texten rum. Drehte alles um, tauschte Wörter aus, nichts konnte sie ihm recht machen.

Gott sei Dank, nur noch eine Woche, dachte sie. Aber heute musste sie mit Joe noch über die Babymode sprechen. Sie klopfte an seine Tür.

”Den Minnie-Film müssen wir dringend machen.“

Joe räkelte sich.

”Nur hereinspaziert,“ sagte er.

Ein bisschen Brainstorming wäre jetzt ganz unterhaltsam.

Sie setzte sich und wartete ab.

Joe legte die Arme in den Nacken und wippte mit seinem Stuhl. Dabei schaute er aus dem Fenster.

”Ich seh da was mit Videospielen und wilden Skatern. Freche Kids mit Baseballkappen. . .“

”Aber im Briefing steht. . .“, fing Jutta an.

”Briefings lese ich prinzipiell nicht,“ sagte Joe mit ernster Miene, ”hemmt meine Kreativität.“

Jutta schwieg.

Joe schaukelte wieder ein bisschen, schaute noch ein bisschen angestrenzter aus dem Fenster, und schließlich endlich kam natürlich die Vision. Es war wieder einmal aufregend. Vor Joes geistigem Auge lief – wie von Geisterhand gekurbelt – ein fix und fertiger Film ab!

”Ich sehe zwei Kids in einem Videospiel verschwinden. Weißt du, totale Videospielästhetik. Die Kids kämpfen gegen scheußliche Monster.“

Und Jutta hörte sich staunend den Einbruch einer surrealen, irrationalen Welt an, wie Joe ihr abschließend erklärte.

”Das ist,“ sagte er mit der Stimme des Gurus, ”die hohe Kunst der Werbung, Gegenwelten zu etablieren. Musst du alles noch lernen Jutta.“

Die wiederum fand, dass sie für heute genug gelernt hatte. Abgesehen davon,

dass sie voll am Briefing vorbei ging, war die Idee des Films ganz nett. Vielleicht hatte er ja doch was am Kasten gehabt. Irgendwann im letzten Jahrhundert.

Sie beschloss freundlich zu sein.

”Kann ich mir gut vorstellen. Wenn nur das Briefing. . .“

”Vergiss das Briefing. Briefings lesen nur Marketingheinis,“ rief Joe.

Er war begeistert von seinem Film. Am besten wäre es, jetzt gleich Horst Klein anzurufen, um ein Storyboard zeichnen zu lassen.

Und so geschah es.

Am nächsten Tag gegen Mittag was das Storyboard fertig. Joe strich zufrieden um den Tisch. Sein Film, sein Baby, sein Bombending!

Robert Demus war auch der Ansicht.

”Jetzt hast du es übertrieben, Joe,“ sagte er mit Blick auf die Bilder.

”Was meinst Du?“

Auf Robert Demus Stirn trat eine Ader hervor.

”Du hast offensichtlich das Briefing nicht gelesen, in dem von Babymode die Rede ist,“ begann er gefährlich leise.

”Briefing lesen hemmt meine Kreativität,“ gab Joe zu bedenken.

”An deiner Kreativität gibt’s nichts zu hemmen,“ brüllte Demus los, ”weil du nämlich – und das ist der Gipfel der Frechheit – diesen Film eins zu eins aus der Cannes-Rolle geklaut hast!“

Joe stutzte.

War es möglich?

”Ich hab da vielleicht eine Idee aufgegriffen,“ lenkte er schließlich ein.

Aber es war zu spät.

”Ich dachte, du bist noch die ganze Woche hier,“ staunte Gabi am Empfang.

”Hier braucht man keine Creativen,“ meinte Joe kryptisch, ”sondern Leute, die Briefings lesen.“

Drei Monate später beleuchtete ein flammender Scheinwerfer den glücklichen Gewinner auf der Bühne des Kreativclubs. Applaus brandete auf. Ein Moderator und eine Superbiene strahlten um die Wette. Der Moderator packte die Hand des Siegers, schüttelte sie und scherzte in sein Mikrophon. Die Superbiene küsste ihn links und rechts und übergab ihm eine goldene Statuette. Dann hielten sie ihm das Mikro unter die Nase. Die Menge wartete.

Der Preisträger blinzelte ins grelle Licht.

Schließlich hob er seine Statuette, winkte ins Publikum und sagte: ”Die alten Hasen sind wieder da.“

Dann drückte die Superbiene auf einen Knopf und der Siegerspot hallte durch den Raum, dass es die reine Freude war.

Kategorie: Hörfunk.

Produkt: Fruchtsaft.

Creativdirector, Text, Produktion und Regie: Joe Kowalski.

Kowalskis ABC der Werbung

Abgesoftet

weichgezeichnet, verschwommen.

Ansatz

Die Art und Weise, an ein Problem heranzugehen. Idealerweise mit dem Köpfchen. "Ungewöhnlicher Ansatz" nennen Kontakter oder Kunden gerne das, was sie nicht kopieren.

Artdirector(in) = AD

Dirigiert die Gestaltung in der Grafikabteilung. Kennt die tollsten Fotografen, die heißesten Computeranimateure, die neuesten Schriften usw. Angeblich. ADs blättern gerne in Kunstbüchern und japanischen Zeitschriften, bevor sie wieder traurig an ihren Schweinebauchanzeigen rumfummeln.

Bierkompetenz

Über Bier Bescheid wissen, Bierprofi sein.

Merke: Alle Bayern haben von Natur aus Bierkompetenz. Andere nur, wenn sie Dirndl oder Lederhose tragen.

Booklet

Gebundenes Skript, Mappe.

Brainstormen

Ganz locker und laut im Grüppchen nachdenken. Üble Sache.

Briefing

Kundenunterlagen, mit denen Kontakter die Creativen quälen. Verraten das Ziel der Werbung. Meist: mehr verkaufen. Auch das Gespräch, bei dem die Kontakter mit den Kundenwünschen rausrücken, wird B. genannt.

Cannes-Rolle

Preisgekrönte Werbespots aus aller Welt. Grundnahrung für ideenlose Dumpfbacken.

Chairman

Der Mann, der auf dem Sessel ganz oben sitzt, also der Vorsitzende eines Unternehmens. Fliegt pausenlos um den Erdball und sucht Filialen heim. Gerne auch inkognito, um die ungeschminkte Wahrheit kennenzulernen.

Creativdirector(in) = CD

Oberboss über Texter und Grafiker. Oft Künstler- oder Priestertyp. Aber auch Schweinepriester. Erarbeitet mit dem Art-Director die Umsetzung seines Konzeptes. Gilt auch als Schöpfer von Kampagnen, wenn die Grundidee von der Telefonistin ist. Ja, das gibt's. Kriegt den ganzen Ruhm ab und selten eins auf die Mütze.

Creativer

schrecklicher Mensch.

Creativmeetings

schreckliche Meetings.

Close-up

Nahaufnahme im Film oder in der Fotografie.

Creativclub

Werbeverein zur Förderung und Prämierung kreativer Werbung.

Dreh

Bin am Dreh. Gemeint ist der Dreh eines Films. Beliebte Ausrede von Creativdirectoren, die unnötig beim Drehen eines Spots rumhängen, wo sie ohnehin nur stören.

E-mail

elektronische Post. Kann man über Computer und Kabel in andere Computer schicken.

Etat

Topf voll Geld. Werbe-Etat: Geld für Werbung.

Handelsanzeigen

Anzeigen, die nur in Fachzeitschriften für Einkäufer des Handels erscheinen. Preisen meist enorme Umsatzzuwächse durch neue oder verbesserte Produkte an.

Input

Der Senf, den alle dazu geben müssen. Meist unerbetene Vorschläge oder Denkanstöße. Am schlimmsten, wenn sie als kreativer Input daherkommen.

Juniortexter, -in

Eine(r) ist immer im Arsch.

Kelly-Family

Langhaarige Großfamilie in Hippiekleidung, die sich mit Schnulzenballaden in die Herzen von Millionen gesungen hat.

Kontakter(in)

Tatkräftiges Volk. Tragen Kundenwünsche in die Agentur und Vorschläge der Creativen zum Kunden. Beraten, erstellen Kostenvoranschläge, pressen Produktionsfirmen etc. Leider oft feige, vor allem wenn sie in Sachen Creation unsicher – sprich unwissend – sind. Texter räumen besser alle Kugelschreiber weg, wenn Kontakter kommen. Sonst droht mit Sicherheit Textanfall (siehe "Zettels Traum"). Bloß nie Pappenträger nennen und wenn's doch rausrutscht schnell das Weite suchen.

Kampagne

Summe aller werblichen Aktivitäten unter einer gemeinsamen thematischen oder/und konzeptionellen Klammer: z.B. Fernsehspots + Radiospots + Anzeigen + Promotions: War das nicht schön gesagt?

Kupfern

kopieren. Die, die immer kupfern, sagen gerne laut: "Wir kupfern doch alle dann und wann." Gegen diese freche Verallgemeinerung protestieren.

Layout

erster Entwurf, Vorschlag. Z.B. Layout-Spot, Anzeigen-Layout, Plakat-Layout.

Mailing

Brief, Aussendung, Postwurf.

Mac

Apple MacIntosh Computer.

Manager-Guru

Charismatische Figur, von der sich Manager neue Horizonte fürs Managen erhoffen.

Markenmanager

Verantwortlich für das Wohlergehen einer Marke, z.B. einer Waschmittelmarke.

Nachwuchs

Hungrig & ehrgeizig. Arbeitet in den schlimmsten Fällen auch gratis.

Off-Sprecher(in)

Spricht den Text zum Film, ist aber nicht zu sehen, spricht also nie im "On".

Ogilvy, David

Alter Werbehäuptling und Gründer der gleichnamigen Agenturkette. Mag keine Alkoholiker. Plaudert gerne Geheimnisse aus: Ergebnis Bücher.

Pappen

schwarze Kartons, auf die Anzeigen oder Plakatvorschläge geklebt werden. Werden meist getragen vom

Pappenträger

Oder Pappenträgerin. Siehe *Kontakter*.

Präsenter

auch: Presenter. Jemand, der oder die ein Produkt präsentiert. Kann prominent (Steffi Graf für Barilla-Nudeln) oder anfangs unbekannt (z.B. Klementine für Ariel) sein.

Printkampagne

Anzeigenkampagne.

PowerMac

RiesenMac mit hoher Leistung. Stehen meist in der Grafikabteilung.

Print-Jury

Expertengröppchen, das Printwerbung beurteilt und mit begehrten Preisen auszeichnet.

Promotion

Aktionistische Werbeaktion, um Stimmung für etwas zu machen also mehr von etwas zu verkaufen. Z.B. ein großes Gewinnspiel.

Recall

Drückt den Erfolg oder Misserfolg von Werbung aus. Z.B. die Antwortkarten, die nach einem Mailing zurückkommen.

Reprokamera

wurde bis in die achziger Jahre zur Produktion von Filmen oder Copy-Proofs (Druckunterlagen) benutzt. Mit dem Aufkommen der Computer verschwunden.

Scribbeln

schnell eine Skizze hinwerfen.

Seniortexter(in)

Texter(in) mit wahnsinnig viel Erfahrung.

Slogan

Werbespruch, der die Produktbotschaft ausdrückt.

Storyboard

In wenigen prägnanten Bildern gezeichneter Werbespot. Soll bei Präsentation die Filmidee vermitteln.

Tradition

Überlieferte Werte. Treten in der Werbung gern in Gestalt von Bergbauern oder englischer Butler auf.

Testergebnisse

Werden meist von Markt- oder Meinungsforschern erhoben. Wie Werbung gewirkt hat, ist dann in nackten Zahlen nachzulesen. Es können Anzeigen oder TV-Spots, aber auch neue Produkte getestet werden. Die Ergebnisse sollte man richtig interpretieren können und die Erhebungsmethode ruhig hinterfragen.

Vokalpenetranz

Keine Ahnung. Oder gibt's das etwa wirklich?

Werbeguru

Visionärer Vordenker in der Werbung. Wird meist von Reportern ernannt.
Einmal Guru, immer Guru. Nicht schlecht fürs Geschäft.

A·T·I·C·E

ATICE LLC, Albany NY

ISBN 978-1-951894-19-1