

COL-D-LINE

Weissere Zähne! Noch weisser. Superweiss! So kommt mir der Werbetsunami für die COL-D-LINE vor. Ständige Wiederholung in allen Medien. Besonders in den Social-Media. Kurzvideos in Instagram. Postings auf Facebook. Tweets auf Twitter, alle handeln von COL-D-LINE, preisen diese über siebenundfünfzig Kleefelder, in deren Sechzehntes ein unbekanntes, noch nicht entdecktes wundervolles Gemälde des Malers Paul Klee im Werte von einigen Tsunamikunstmillionen steckt.

Die Werbekampagne muss Millionen kosten. Und dann dieser Grammatikfehler! Bescheuert bei diesen Marketingausgaben. Einfach ein O zu vergessen. Auszulassen. Jedem einigermaßen klaren Geist ist das klar. Die Werbung soll doch COOL erscheinen!

Col-D-Line ist bestimmt nicht cool? Kann von keiner Generation als cool bezeichnet werden. Nicht einmal des verschollenen Kleegemäldes wegen! Oder stecken andere Gründe, gar Geheimdienstliche dahinter. Eine Botschaft, um eine geheime versteckte Armee in unserem so friedlichen Land zu mobilisieren? Eine Aufforderung, die Macht zu ergreifen. Zu Usurpieren.

Ich beginne mich zu ängstigen. Fühle mich verpflichtet, hinter dieses Werbephänomen zu kommen, wenn es eines ist, woran ich, je länger ich es überlege, zweifle. Muss recherchieren. Alles in die Wege leiten. Hinter dieses Geheimnis zu kommen. Herauszufinden, weshalb ein so wichtiger Buchstaben wie dieses grossartige O einfach in der Versenkung verschwunden ist. Sabotage? Absicht? Ein Buchstabenleck, das zur Versenkung alles Coolen führt, oder unserer so stolzen Nation?

Setze alles in Bewegung. Zuerst Google befragen. Dann die Bibliotheken unserer so renommierten Hochschulen. Komme keinen Schritt nicht einmal einen Demi-Pas weiter. Obwohl ich als kein schlechter Tänzer gelte, was mir meine Freundinnen stets sich an mich schmiegend bestätigen. Weiss mir nicht zu helfen. Will unsere Heimat retten. Bin so vermute ich, der Einzige, dem dieses unbeschriebene Geheimnis aufgefallen, diesem bisher spurlos auf der Spur ist. Muss meine Synapsen neu mischen. Habe erst kürzlich gelesen, dass bei schwierigen Aufgaben genügend Schlummer entscheidend sei. Denn dann arbeiten ohne unser Wissen die Gliazellen, reinigen die abgestorbenen Synapsen. Ganz so wie die Putzfische Kiemen und selbst den Rachen grosser

Fischgattungen reinigen, dies jedoch nicht im Schlaf. Da haben wir Menschen es besser. Also nichts wie los ins Bett gesprungen, nachdem die Rollläden rasselnd geschlossen sind. Jetzt sich einer Hirnwäsche durch die Gliazellen unterziehen! Ganz ohne Angst, dadurch den Inhalt aller meiner Neuronen zu löschen.

Nach erquickendem Schlaf, ja, tatsächlich liegt die Lösung wie auf dem Serviertablett vor mir! Die Werbung, die uns um die Ohren und Augen klatscht, will uns zur COLDLINE führen, zum Gegenteil der HOTLINES, die uns mit ihren Endlos-Sprach-Schlaufen zur Weissglut bringen, klar kundtun, dass wir keine Antwort erwarten und nie erhalten sollen...!

Und als Bonus ein weiterer DREISATZROMAN aus meiner Feder:

GLUT

Wie Blut
Kursiert
Oft Wut
Ganz ohne Ruhm
In unserem Kopf
Der dann kocht
Und klirrend
Ventiliert.

Da wir stumm
Mit Bienen Fleiss
Dem Konsum stets
Mit Zutun der Werbung
Halbblind treustens dienen.

Ohne wenn
Und auch aber
Uns an dem ewig
Weich gekochtem soften
Werbespruchgelaber laben.