



GEHT SO

BEATRIZ SERRANO

ROMAN

LESEPROBE

eichborn

Eichborn Verlag

Titel der spanischen Originalausgabe:

»El descontento«

Für die Originalausgabe:

© Beatriz Serrano, 2023; Corrección de estilo a cargo de Ana Robla

© Editorial Planeta, S. A., 2023 temas de hoy, un sello editorial de Editorial Planeta, S. A. Avda. Diagonal, 662-664, 08034 Barcelona (España) www.planetadelibros.com

Für die deutschsprachige Ausgabe:

Copyright © 2024 by Bastei Lübbe AG,
Schanzenstraße 6-20, 51063 Köln, Deutschland

Bei Fragen zur Produktsicherheit wenden Sie sich bitte an:
Produktsicherheit@bastei-luebbe.de

Vervielfältigungen dieses Werkes für das
Text- und Data-Mining bleiben vorbehalten.

Umschlaggestaltung: Guter Punkt, München | www.guter-punkt.de
unter Verwendung einer Umschlaggestaltung von Planeta Arte & Diseño
Umschlagmotiv: © Ulas & Merve/STOCKSY

Satz: two-up, Düsseldorf
Gesetzt aus der Bennet Text One

Druck und Verarbeitung: GGP Media GmbH, Pößneck

Printed in Germany
ISBN 978-3-8479-0212-6

5 4 3 2 1

Sie finden uns im Internet unter eichborn.de

Beatriz Serrano

Geht so

Roman

Übersetzung aus dem Spanischen
von Christiane Quandt

*Für Javier Serrano und Lola Molina, meine Eltern.
Und für alle Menschen, die jeden Tag aufwachen und
keine Lust haben, zur Arbeit zu gehen.*

I was looking for a job and then I found a job
and heaven knows I'm miserable now

THE SMITHS

Heaven Knows I'm Miserable Now

Unternimmt man gewisse Anstrengungen, normal
zu erscheinen, spart man sich ziemlich viel Zeit,
während der man so sein kann, wie man sein will.

GEORGI GOSPODINOW

Physik der Schwermut

ERSTER TEIL

DER SCHRITT INS INNERE
IST GEFÄHRLICH

I

Vor ein paar Jahren, es muss ungefähr 2016 gewesen sein, war das gesamte Internet für sehr lange fünfzehn Minuten komplett besessen vom körperlichen und psychischen Zustand der englischen Youtuberin Marina Joyce. Joyce war so eine Art kitschig-kindliche Prinzessin mit blonden Zöpfen und riesigen blauen Augen, die auf ihrem Kanal Kleidung in Pastellfarben anprobierete, Geschenkpakete von verschiedenen Herstellern auspackte oder Süßigkeiten verteilte, die super exotisch wirkten, einfach weil sie aus irgendeinem asiatischen Land kamen. Die Tatsache, dass ihr Kanal zu jener diffusen Ecke des Internets gehörte, in der man nie ganz sicher sein kann, ob man gerade Erotik- oder Familiencontent konsumiert (oder vielleicht beides gleichzeitig), bescherte Marina Joyce eine verblüffend heterogene Followerschaft: von kleinen Mädchen, die genau solche rosa Kleider tragen wollten wie Marina, bis hin zu glatzköpfigen Endfünfzigern, die sich ganz bestimmt zu den Videos, in denen sie genüsslich Eis isst, einen runterholten.

Nach einer Weile bemerkte ihre umfangreiche Anhängerschaft subtile Veränderungen in Marinas Verhalten, insbesondere in einem ihrer Videos: Auf einer Party präsentiert sie lächelnd ihr Outfit des Tages. Aber etwas an der Art, wie sie sich dreht (irgendwie träge und lustlos) oder wie sie die Fragen dazu beantwortet (ungefähr drei Sekunden langsamer als jemand ohne Verständnisprobleme), ließ bei ihren Fans sämtliche Alarmglocken schrillen. Und von da an war die Verschwörungstheorie geboren, Joyce werde in Wirklichkeit von ihrem Freund oder von irgendeiner Sekte (niemand

sagte, von welcher) gefangen gehalten, misshandelt und gegen ihren Willen dazu gezwungen, all diese Videos hochzuladen.

Als Beweise führten die Internetdetektive Videoausschnitte von Marinas Content ins Feld, in denen man, wenn man genau aufpasste, ein kaum wahrnehmbar geflüstertes »help me« hören konnte, das Joyce – so die Theorie – bei der Nachbearbeitung eingefügt hatte, um ihre Fans um Hilfe zu bitten. Es wurden auch immer wieder bestimmte Videos gezeigt, in denen es so aussah, als richtete Joyce ihren Blick hinter den Bildschirm ans andere Ende des Zimmers, wie um die Genehmigung eines Bewachers abzuwarten, bevor sie Fan-Fragen beantwortete. Als handfeste Beweise posteten ihre Fans außerdem Screenshots aus Marinas Videos, auf denen es aussah, als hätte sie Hämatome, Kratzer oder kleine Verletzungen an Armen oder Beinen. Marina Joyce blieb weiterhin freundlich und heiter, obwohl sie in den meisten Videos irgendwie schläfrig, stumpf und wie betäubt wirkte. Einige Screenshots landeten schließlich in Foren oder Twitter-Feeds, die sich nur um diesen aufregenden Fall drehten. Sie zeigten Details, mit denen die Youtuberin mithilfe all des gesponserten Markenschnickschnacks in ihren hübschen weißlackierten Regalen, der ihr als Videohintergrund diente, vermeintlich geheime Signale aussandte, um die Zuschauerschaft auf irgendetwas Schreckliches aufmerksam zu machen. Schließlich beschloss die Gemeinschaft ihrer Follower und all jener, die dem Hashtag #SaveMarinaJoyce folgten – tagelang Trending Topic –, die Londoner Polizei zu informieren, damit diese Marina retten konnte. Als die Beamten allerdings zu Familie Joyce nach Hause kamen und nichts Verdächtiges gefunden werden konnte, ließen sie die junge Youtuberin unverrichteter Dinge zurück.

Das Internet hat Marina Joyce längst vergessen, aber ich

denke jeden Tag an sie – auch heute, in diesem kalten Konferenzraum, den ich für einen Call mit einem Teil des Key-Account-Management reserviert habe, um über die Weihnachtskampagne zu sprechen. Würde die Polizei jetzt von irgendeinem wohlmeinenden Wesen benachrichtigt werden, das mich retten will, würde sie auch bei mir nichts Verdächtiges finden: Ich bin einfach nur eine Frau in einem Büro, genau wie Marina einfach nur eine Frau in einem Zimmer war. Nur meine wahren Fans würden Meeting für Meeting, Tag für Tag, Video für Video seltsame Verhaltensänderungen an mir feststellen. Sie würden sich darüber in Internetforen auslassen und elend lange Threads mit Erklärungsversuchen auf Twitter posten. Es könnte sogar passieren, dass ich für ein paar Stunden Trending Topic würde. Die junge Frau, die einst vor dem Bildschirm Spaß zu haben schien, wirkt heute etwas schläfrig, stumpf und sogar irgendwie betäubt.

Bei keiner der drei Annahmen hätten sie sich getäuscht. Es ist Ende August und ich komme nur ins Büro, um zu Hause nicht permanent die Klimaanlage laufen zu haben. Es ist schon wieder Montag. Ich komme bei keinem meiner Weihnachtsprojekte weiter, aber ich weiß, dass ich ausreichend lange reden kann, um die Key-Account-Managerinnen davon zu überzeugen, dass ich an verschiedenen Dingen arbeite. Ich platziere den Laptop, einen Becher Wasser und ein kleines Notizbuch auf einem großen Tisch, der so steht, dass Tageslicht auf mein Gesicht fällt. Wenn ich irgendetwas von den Youtubern gelernt habe, dann, wie man bei Online-Meetings die Kamera richtig ausrichtet. Ich mag diesen Konferenzraum, weil der Hintergrund hier neutral ist. Nach dem Meeting könnte ich ein Reaction-Video aufnehmen, in dem ich auf Katzen reagiere, die beim ersten Mal An-Brokkoli-Schnüffeln würgen müssen, oder auf ein Make-up-Tutorial für einen Look, der sich sowohl für Vorstellungsgespräche

als auch für ein erstes Date eignet. In den Sekunden, bevor ich mich einlogge, erlaube ich mir die Fantasie, wie ich meine Followerschaft begrüßen würde, aber mir fällt nichts ein, was mich nicht als völlig behämmert entlarven würde.

Zur vereinbarten Zeit loggen sich die Frauen vom Key-Account-Management ein und der bescheuerte Tanz der Gemeinplätze, der jedes Meeting in allen Unternehmen der Welt einläutet, beginnt. »Na, wie geht's euch so?« »Seid ihr in Madrid oder von wo aus ...?« »Vom Strand aus arbeiten ist ja fast wie Urlaub.« »Viel um die Ohren, aber danke.« »Mir geht's super.« »Viel zu tun, das ist immer gut.« »Ich bin schon total braun geworden.« »Das muss auf jeden Fall klappen.« »Ich bin 24/7 für euch erreichbar.« »Sind das deine Kinder? Wie süß! Grüß schön.« Ich lächle, nehme teil, erfinde irgendwas. Ich spreche von Urlaubsplänen, die ich nicht habe, mit Menschen, die es nicht gibt. Ein paar Tage in Marbella mit meiner Freundin Pitu. Noch ein Kurztrip nach San Sebastián mit meinem Freund. Obwohl ich nicht weiß, ob es vielleicht noch zu früh ist, um ihn »meinen Freund« zu nennen, sage ich geheimnistuerisch. Ja, lüge ich weiter, er kommt aus dem Baskenland, ich hatte ja schon immer eine Schwäche für diese großgewachsenen Holzfällertypen, ihr wisst schon. Und alle lachen. Einfache Witze, Klischees aus der Vorstellungswelt der einfachen Leute als erfrischender, bedauerlicherweise alkoholfreier Aperitif für die langen Meetings, ohne dass man tiefer ins Thema einsteigen müsste.

Irgendjemand nimmt das Heft in die Hand. »Also, Mädels, dann wollen wir mal.« Das Meeting hat offiziell begonnen. Es geht um Abgabefristen, Umsetzungen von Ideen, dies und jenes aus einem neuen Blickwinkel betrachten, diesen und jenen Wow-Effekt und es fällt sogar das Wort *disruptiv*. Sie reden von den Kundenerwartungen dieses Jahr, die wie immer »irre hoch« sind, aber nie konkret. Und dass dieses Jahr

die Weihnachtskampagne wichtiger ist denn je. In jedem der vier Jahre, die ich bisher in diesem Büro verbracht habe, war die Weihnachtskampagne wichtiger denn je. Ich nicke mit gerunzelter Stirn und sage: »Kannst du das noch mal wiederholen, Mónica?«, während ich einen Penis mit in die Hüften gestemmt Ärmchen in mein Moleskine kritzle. Dann frage ich: »Haben wir ein bisschen mehr *Creative Brief* zu dem Lippenstift?« und lasse sie die nächsten zehn Minuten darüber streiten, wer den Kunden anruft, um die Informationen zu erbitten, die ich in Wirklichkeit überhaupt nicht brauche.

Dieser Schwachsinn geht vierzig Minuten. Büro spielen ist easy, wenn man weiß, wie. Arbeit ist einfach nur eine Rolle, die man spielen muss. Ich beherrsche diese Rolle perfekt: Ich kenne die witzigen Geschichtchen, die immer funktionieren, um das Eis zu brechen. Ich weiß, was ich fragen muss, um aufmerksam und interessiert zu wirken. Und ich weiß, was ich sagen muss, damit die Zeit schneller vergeht, ohne dass irgendjemand bis sechs Uhr abends tatsächlich irgendwas Sinnvolles tut.

Während die drei noch reden, öffne ich Twitter, schaue ohne Ton ein Video von einem Waschbären, der einen extra für ihn gebackenen Geburtstagskuchen frisst. Auf dem Kuchen sind drei Kerzen und der Waschbär hat offenbar Angst vor den Flammen, also bläst ein Mensch die Kerzen für ihn aus und das Tier fängt an, den Kuchen mit seinen Menschenhändchen zu fressen. Ich retweete das Video. Ich google, ob man in einer Wohnung in Madrid einen Waschbären als Haustier halten könnte. Danach google ich, wie lange Waschbären leben, und finde heraus, dass sie in freier Wildbahn nur zwei bis drei Jahre alt werden. Unwillkürlich zucke ich innerlich zusammen.

»Wann, denkst du, kannst du uns etwas zeigen, Marisa?«, fragt eine von den Key-Account-Managerinnen.

Ich schließe den Tab mit dem Waschbären und schaue wieder auf den Laptop. Genau genommen schaue ich mich selbst in der kleinen quadratischen Kachel rechts auf dem Bildschirm an und sehe, dass das Licht hier tatsächlich exzellent für ein Video über meine Beauty Routine geeignet wäre.

»In vier Wochen«, sage ich.

»Vier Wochen? In drei Wochen gehen wir auf Ende September zu und der Kunde will so schnell wie möglich was in der Hand haben, damit Kostenvoranschläge erstellt werden können«, antwortet eine andere.

Ich habe Lust, ihr zu antworten, dass mir das alles am Arsch vorbeigeht, wie es jeder Mensch tun würde, der das Glück hat, vom Vermögen seiner Vorfahren leben zu können. Aber stattdessen blättere ich ostentativ in den leeren Seiten meines Notizbuchs. »Lass mich kurz was nachsehen«, murmle ich und zeichne einen weiteren Minipenis auf irgendeine leere Seite. »Gib mir zwei Wochen«, sage ich schließlich und alle sind zufrieden. Der Trick besteht darin, erst eine viel zu lange und dann die Frist zu nennen, die man tatsächlich und realistisch im Sinn hat, genau wie es Hütchenspieler oder Flohmarktverkäufer tun, damit man glaubt, man hätte ein Schnäppchen gemacht.

Wir verabschieden uns lächelnd und mit vielen »Danke an alle« und ein paar »Wir bleiben dran!«. Ich logge mich bei Zoom aus. Meine Kehle ist so trocken, dass ich kaum meine eigene Spucke runterschlucken kann. Als ich mein Spiegelbild im dunklen Bildschirm sehe, muss ich wieder an Marina Joyce denken. Ich glaube, wenn irgendjemand in dem Meeting die Lautstärke ausreichend hochgeregelt hätte, wäre bestimmt ein leise geflüstertes »help me« zu hören gewesen und die Person hätte die Polizei gerufen.

Ich bin zweiunddreißig Jahre alt und arbeite seit acht Jahren in der Werbebranche, sechs davon in dieser Agentur.

Ich habe als Junior angefangen, danach wurde ich Texterin und jetzt habe ich eine Stelle im mittleren Management mit einem eigenen Team und einem absurden englischen Titel, der nur dazu dient, mich auf LinkedIn wichtig erscheinen zu lassen und auf Tinder irgendwelche Höflichkeitsfragen zu beantworten. Tatsächlich kann ich nichts so richtig gut und ich weiß nicht, wie ich hierhergeraten bin. Ich hege den Verdacht, dass ich das Spiel einfach so lange perfektioniert habe, bis die anderen mir nach und nach abgekauften, dass ich Superprofi in meinem Job bin.

Meine Arbeit besteht darin, freundlich zu sein und heiße Luft zu verkaufen. Ich lese das Creative Brief eines Produkts, das genauso beschissen ist wie alle anderen: ein roter Lippenstift, ein fruchtig-blumiges Parfum, ein Staubsauger mit Mini-Aufsatz, der auch in die kleinsten Ecken kommt, weil er dreieckig ist. Dann denke ich an die Kleinigkeiten, die das normale Fußvolk beschäftigt, jeden eigentlich, egal wie sehr wir glauben, die schlauesten Schafe der Herde zu sein: sich hässlich fühlen, am Ende des Tages nicht gut riechen, eine dreckige Wohnung haben. Der Markt erschafft Bedürfnisse und meine Aufgabe ist, diese in die Sprache der Sterblichen zu übersetzen. Ich verkaufe keinen roten Lippenstift, sondern das Versprechen, Eindruck zu machen, schön zu sein, in Erinnerung zu bleiben, eine rote Spur auf dem Kragen eines gutaussehenden Mannes zu hinterlassen. Ich verkaufe kein Parfum, sondern das Versprechen, durch einen Duft im Gedächtnis zu bleiben, zu beeindrucken, kein langweiliges graues Mäuschen mehr zu sein, das täglich auf dem Weg zur Arbeit und wieder nach Hause zwei Stunden Lebenszeit vergeudet. Ich verkaufe die Hoffnung, dass heute, ausgerechnet heute, dank dieses fruchtig-lieblichen Parfums etwas Außergewöhnliches in deinem Leben passiert. Ich verkaufe nicht den tausendsten Staubsauger, den kein Mensch braucht,

sondern das Versprechen einer schönen und sauberen Wohnung, in der man am liebsten diese eine Ecke fotografieren möchte, die man pinterestmäßig dekoriert hat, um das Bild auf Instagram zu posten und unzählige Likes abzusahnen. Und dann platziere ich eine kreative Idee, die ist wie alle kreativen Ideen davor und danach, genauso wie alles, was schon da war, und alles, was noch kommen wird. *The Lipstick Effect*. Der Duft der Erinnerung. Das Zuhause deines Lebens. Die Idee wird gekauft, wir werden bezahlt, beglückwünscht und alles geht wieder von vorne los.

Seit acht Jahren tue ich dasselbe und weiß, dass es zu nichts nütze ist. Ich weiß, dass die Welt ein besserer Ort wäre, wenn es Jobs wie meinen nicht gäbe. Ich weiß, dass ich die Unsicherheiten der Menschen ausnutze und ihren Drang, in einer Gesellschaft voranzukommen, in der man sich eigentlich nicht verbessern kann. All das weiß ich, weil sogar ich nach einem Achtstundentag und zig sinnlosen Fahrstuhlgesprächen, die mir eine schier unermessliche Zahl niederschwelliger Selbstverletzungsfantasien in den Kopf zaubern (mir selbst in die Hand tackern, um einem Meeting entfliehen zu können, in dem mir die wahre Bedeutung des Wortes *endlos* klar wird, oder mich in das heiße Wasser unseres Büro-Wasserkochers stürzen, um für fünf bis zehn Tage die Füße hochlegen zu können). Manchmal glaube ich, dass die Lösung all meiner Probleme mir in Form eines geblühten, in Bangladesch gefertigten Kleides von Zara auf den Leib geschneidert wurde. Dieses Kleid (das mich den ganzen Tag über sämtliche von mir angeklickte Webseiten verfolgt hat und das nächste Saison mit absoluter Sicherheit Tausende Frauen tragen werden) wird mich in eine neue Frau verwandeln, in eine fröhliche und sorglose Frühlingsversion meiner selbst. Ich weiß, dass man beim Kauf eines neuen Produkts eigentlich für das Versprechen eines besseren Lebens bezahlt. Ich weiß, dass

auch ich die Mittelmäßigkeit und das Geld meiner Kunden ausnutze, deren kreative Höchstleistung darin besteht, eine Excel-Tabelle um eine Spalte zu erweitern.

Meine Arbeit bemisst sich in etwas so wenig Berechenbarem wie »Impact«. Der jeweilige »Impact« kann dazu führen, dass ein bestimmter Inhalt, eine Anzeige oder ein Werbespot viral geht, dass die ganze Welt von nichts anderem redet. Oder er kann sich in Form eines der hoch angesehenen Werbefreie manifestieren, für die sich nur die Branche selbst und die Kunden interessieren, die für genau diesen Spot mit dem Model, das eigentlich nur einen Hamburger und eine Umarmung möchte, ein Schweinegeld gelassen haben. Fakt ist, wenn eine Marke an allen Haltestellen der Stadt präsent ist, besteht die Möglichkeit, dass die Leute an den Ständen im El Corte Inglés mehr von diesem neuen Parfum kaufen. Aber am Ende glaube ich nicht, dass »Der Duft der Erinnerung« die Kaufentscheidung für ein Produkt in größerem Maß beeinflusst als »Ein Duft, der im Gedächtnis bleibt«. Ich kann das gut, meinen Kunden Ideen verkaufen. Ich lasse sie glauben, dass sie einzigartig sind und ihr Produkt großartig und dass diese Kampagne die Zeitrechnung in ein Vorher und ein Nachher einteilen wird. Ich schleime mich bei ihnen ein, lache über ihre Witze, flirte mit ihnen. Die Kunden arbeiten für Marken, die kein Risiko eingehen wollen, weil sie keinen Grund dazu haben. Wenn sie in irgendeinem Punkt Position beziehen, dann weil die ganze Welt sich genauso positioniert hat und sie das Gefühl haben, es sei ein sicherer Standpunkt. Feminismus, Nachhaltigkeit, Inklusion, Diversität. Alles Blödsinn. Auf einmal kommt ein Hersteller von Anti-Zellulite- und Anti-Ageing-Cremes auf die Idee, sich von dem toxischen Schönheitskult seiner Produkte distanzieren und Frauen empowern zu wollen. Und auf einmal zielt die Kampagne nicht mehr darauf ab, dass Frauen zu alt oder

zu dick sind und deswegen diese oder jene Creme *brauchen*; jetzt heißt es: Völlig egal, wie ihr Frauen aussieht, jede von euch hat diese Creme *verdient*.

Ich stelle die Klimaanlage im Konferenzraum auf Maximum und schreibe eine E-Mail an meine Studis vom Masterstudiengang für Medienproduktion und Marketing an einer Privatuuni, an der ich dank meines auf LinkedIn eingetragenen englischen Titels im kommenden Semester eine Lehrveranstaltung gebe.

Liebe Studierende,

da unsere Lehrveranstaltung Anfang September beginnt, würde ich vorab gerne ein paar organisatorische Eckdaten festklopfen. Zunächst möchte ich eine Art Test-Übung mit Ihnen durchführen. Diese dient dazu, den Kenntnisstand des Kurses zu ermitteln und in die Methodik der Teamarbeit einzuführen.

Die Übung besteht darin, das Konzept einer Weihnachtskampagne für ein großes Kosmetikunternehmen auszuarbeiten. Machen Sie sich sowohl Gedanken über die Strategie (Startzeitpunkt der Kampagne, Fristen, Bearbeitungszeiten, Zeitplan der Platzierung etc.) als auch über die vier verschiedenen Produkte: Parfum, Lippenstift, Skincare-Produkt für Frauen über 40 und eine Lidschattenpalette. Die Frist für diese Übung beträgt drei Tage.

Vielen Dank.

Ich gehe zum Wasserspender im Konferenzraum und fülle einen der Minibecher mit kaltem Wasser, trinke und schaue dabei auf die Gran Vía. Ich stelle mir die Gruppe Studierende vor, wie sie meine E-Mail lesen und sich freuen, weil sie denken, dass diese »Übung« eine Chance darstellt, sich von den anderen abzuheben. Sie haben gerade erst ihren Bachelor abgeschlossen und stecken voller Enthusiasmus und Lebensfreude. Ihre Eltern haben genug Geld, um ihnen den Master zu finanzieren, der ihnen wiederum ein unbezahltes

Praktikum in einer großen Agentur ermöglichen wird, wo sie dann mit etwas Glück bleiben. Die Eltern halten ihre Kinder aus, damit sie Zugang zu den Jobs bekommen, die anderen nicht offenstehen. In weniger als einer Woche werden sie mir Ideen zuschicken, von denen ich die besten heraussieben und meinem Team zur Ausarbeitung und Umsetzung als Präsentation übergeben werde. In den Jahren, die ich hier arbeite, habe ich die Kunst perfektioniert, so wenig wie möglich selbst zu erledigen. Im Büro herrschen dieselben Regeln wie auf der Jagd: Je schneller du dich bewegst, desto weniger wahrscheinlich wirst du abgeknallt.

Ich fülle ein zweites Becherchen mit Wasser, bevor ich den stillen Konferenzraum verlasse. Mein Büro quillt schon über von diesen Plastikbechern, die ich permanent nachfülle, um meinen Durst zu stillen. Oft nehme ich die Tüte voller Becher aus dem Papierkorb unter meinem Schreibtisch abends selbst mit, damit niemand aus dem Büro glaubt, mir wären Delfine nicht ausreichend wichtig. Es sind so viele Becher, dass ich mir daraus eine Burg oder eines dieser abstrakten Kunstwerke bauen könnte, die große Brillen tragende Menschen in neutralfarbenen Rollkragenspullovern dazu bringen, bedeutungsschwanger zu nicken, und Menschen in Klamotten von großen Modeketten dazu, lauthals zu behaupten, dieses Kunstwerk könne auch von ihrem vierjährigen Kind stammen. Ich erinnere mich vage, dass die Agentur uns vor nicht allzu langer Zeit, vielleicht letzte Weihnachten, eine wiederverwendbare Trinkflasche geschenkt hat, und zwar, weil das Unternehmen »Nachhaltigkeit großschreibt«. Und wir sitzen bei siebzehn Grad in unseren Büros, während das Thermometer draußen auf der Straße achtunddreißig anzeigt.

Das Büro ist im August halb leer. Es sind so viele entweder im Urlaub oder im Homeoffice, dass ich manchmal das

Gefühl habe, der einzige Mensch in Madrid zu sein. Dieses Gefühl finde ich eigentlich angenehm. Ich finde den August in der Stadt insgesamt angenehm – weil niemand hier ist.

Bevor ich mein Büro betrete, mache ich bei Natalias Arbeitsplatz halt. Natalia: blond, perfekter Long Bob, gepunktetes Kleid von Zara, Notizblock mit dem Biohazard-Zeichen drauf, Stifte und Marker in allen Farben des Spektrums. Effizient, ordentlich und immer verfügbar. So beruhigt sie ihre absolut berechnete Angst, als Creative nicht brillant genug zu sein. Zu hundert Prozent dem System verschrieben. Natalia will mich beeindrucken und mir gefallen, ihre Äuglein schauen voller Licht und Hoffnung zu mir auf, wenn ich vor ihr stehe. Sie wartet auf ihre große Chance und ich bin immer bereit, ihr eine zu bieten. Natalia schickt mir um acht Uhr abends E-Mails, die ich niemals beantworte. Sie ist immer schon da, wenn ich ins Büro komme, und bleibt »nur noch kurz«, wenn ich gehe.

»Hast du fünf Minuten?«, frage ich in dem Wissen, dass sie ja sagen wird. Natalia würde mir sofort den Rest ihrer Tage auf Erden widmen, wenn ich nur mit den Fingern schnipse.

»Natürlich.«

»Ich brauche ein paar Sachen für die Weihnachtskampagne. Ein paar Markt-Insights: Welches Konsumverhalten wird dieses Jahr zu Weihnachten erwartet? Wer hat die größte Kaufkraft und welche Produkte erzeugen das meiste Interesse?« Ich langweile mich selbst mit dem, was ich da fa-sele.

Natalia notiert sich alles in ihrem Block. Sie möchte ihren Job extra gut machen und das rührt mich. Ich weiß, sie wird ein tadelloses Ergebnis abliefern. Ich weiß, sie wird ihren Freundinnen erzählen, wie viel sie von mir lernt und wie sehr sie ihre Arbeit liebt. Ich weiß, sie gehört zu denjenigen, die sich niemals fragen, ob acht, neun, zehn oder siebenundvier-

zig Arbeitsstunden am Tag Zeit- und Energieverschwendung sind. Ich weiß, sie genießt ihre Zeit im Büro, die Unternehmenskultur, die After-Work-Runden donnerstags und das Bierchen am Freitag. Ich weiß, sie nimmt Sprüche wie »Finde einen Job, den du liebst, und du wirst nie wieder arbeiten« für bare Münze. Ich weiß, sie wird Sonsoles aus der Personalabteilung zu ihrer besten Freundin küren. Ich weiß, sie wird heiraten, Kinder bekommen und eine Wohnung im Umland kaufen, vielleicht in einer der neu erschlossenen Wohnsiedlungen mit Swimmingpool in der Nähe des Flughafens. Ich weiß, sie wird sich am Wochenende mit Freunden verabreden, die auch Kinder haben und in Siedlungen mit Pool leben, und sie wird sich als etwas Besonderes fühlen, weil sie in der Kreativbranche arbeitet. Ich weiß, sie wird mit diesem Leben extrem glücklich sein, und das erzeugt bei mir Gefühle: Bedauern, einen Stich Neid und den beinahe unkontrollierbaren Drang, ihr eine runterzuhauen.

»In Ordnung.«

»Bitte fang auch schon an mit der Präsentation. Wann kommen denn alle aus dem Urlaub zurück?«

»Luis und Claudio sind nächste Woche wieder da. Marta kommt in vierzehn Tagen wieder.«

»Prima. Schaffst du das alles?«

»Ich denke schon.«

»Danke, Natalia. So kann ich mich auf andere Sachen konzentrieren«, murmle ich vage und wende mich meinem Büro zu.

Mein Arbeitsplatz befindet sich in einem Glaskasten, der das gesamte Großraumbüro überblickt. Er ist genauso gestaltet wie alle Arbeitsplätze der Creatives in der ganzen Werbebranche: Holztisch mit der neonfarbenen Miniatur einer klassischen Statue, einem skandinavischen Designerstuhl, zwei Zimmerpflanzen in der Ecke (eine Paradiesblume

und eine Monstera) und einem Spind im Fünfzigerjahre-Look. Mittlerweile ist es in Mode, dass auch die Vorgesetzten kein eigenes Büro mehr haben: Sie sollen mit dem Pöbel zusammen im Großraumbüro hocken, damit es so aussieht, als wären alle gleich, obwohl einige nur Mindestlohn bekommen und andere mit 50 000, 80 000 oder 100 000 Euro im Jahr nach Hause gehen. Offene Räume, riesige Flächen ohne jede Privatsphäre sind aktuell en vogue. Ich habe mich der räumlichen Restrukturierung meiner Abteilung rundheraus verweigert. Bei der Umfrage, die uns per E-Mail erreicht hat, habe ich offen dagegen gestimmt und angeführt, dass sich ein geschlossener Raum auf kreative Prozesse positiv auswirkt, »wie schon Virginia Woolf in *A room of one's own* ausführte«, um auf diese Weise unterschwellig den Gedanken einzuführen, dass die Grundidee des Großraumbüros für alle zutiefst antifeministisch ist. In Wahrheit bietet mir die räumliche Aufteilung in Einzelbüros mehr Privatsphäre, um YouTube-Videos zu schauen.

Ich liebe YouTube. Ich liebe jedes Fitzelchen dieser Plattform. Manchmal fange ich an mit Videos von Hunden, die vermeintlich mit ihrem Bellen und Jaulen Wörter oder sogar ganze Sätze aussprechen, und ende bei einem Video darüber, wie George Soros die gesamte nationale und internationale Medienlandschaft aufgekauft hat. Ich liebe Videos zu Verschwörungstheorien und Streit unter Youtubern, die Kulturkämpfe der Plattform. Ich liebe philosophische oder soziologische Welterklärungsvideos genauso wie BookTube. Ich liebe die zwanzigminütigen Compilations aus Einzelclips von hinfallenden Kindern oder grottenschlechten Vorstellungen bei Castingshows oder von Frauen, die Schritt für Schritt einem Make-up-Tutorial folgen und auf einmal, ohne zu wissen, wie das passieren konnte, keine Augenbrauen mehr haben. Ich liebe die Videos von Youtubern, die mir er-

klären, warum Britney Spears aus den Fängen ihres Vaters befreit werden musste. Oder die witzig mit Techno unterlegten Montagen der letzten großen Dummheit, die irgendein Politiker von sich gegeben hat. Ich liebe Tutorials. Ich kann Stunden mit einem Video verbringen, das mir beibringt, wie man irgendeinen fantastischen Make-up-Look hinkommt, den ich niemals tragen werde. Oder mit Rezepten, die ich niemals zubereiten werde, oder mit Aufräummethoden für kleine Räume in einem Haus, das ich niemals besitzen werde, oder mit Stärkungsübungen für den Beckenboden, die man ganz nebenbei auf der Arbeit oder sonst wo machen kann, die ich niemals nebenbei auf der Arbeit machen werde. Ich suche in den tiefsten Tiefen von YouTube nach Videos von Leuten, die ihr Gesicht in verschiedene Brotsorten drücken, oder von Leuten, die nach Japan reisen, um lebende Minintintenfische zu essen und sich daran zu verschlucken, oder von Leuten, die glauben, auf Fuerteventura Hitler gesehen zu haben. Aber meine absoluten Lieblingsvideos sind ohne jeden Zweifel die, wo man sieht, wie bestimmte Dinge hergestellt werden. Diese Clips schaffen es, dass ich mich selbst komplett vergesse. Ich meine keine praktischen Dinge wie Stühle oder Tische, sondern zum Beispiel die Herstellung von Karamell oder wie in der Fabrik Tiefkühlpommes entstehen, wie Schrauben gefertigt oder große Marmorblöcke zerteilt werden, damit am Ende ein nutzbares Stück dabei herauskommt. YouTube ist mein Fenster zu einer Welt, in der ich mich gerne permanent aufhalten würde.

Ich melde mich an und YouTube schlägt mir eine Reihe Videos vor, die mich interessieren könnten. Sie interessieren mich alle. Gerade als ich auf eins der Videos klicken will, das mich vollends in das Kaninchenloch der modernen Version von *Alice im Wunderland* ziehen wird, klingelt mein Telefon und ich nehme ab, ohne den Blick vom Bildschirm abzuwen-

den. Eine der jungen Key-Account-Managerinnen hat vergessen zu erwähnen, dass der Kunde auch ein paar Ideen für eine Wimpernzange möchte, auch wenn die Zange nicht das wichtigste Produkt der Kampagne ist. »Denk FESTTAGE«, sagt sie. Ich antworte, dass ich das alles berücksichtigen werde, aber ich bräuchte noch mehr Informationen zu dem Produkt – als hätte ich mein Leben im Keller verbracht, in der Kanalisation der Stadt, und keinen Plan, was ich mir unter einer Wimpernzange vorzustellen habe. Ich lege auf.

Ich starte das Video eines schiefgegangenen Heiratsantrags, das so beginnt: Ein junger US-Amerikaner will um die Hand seiner Freundin anhalten, und es soll etwas ganz Besonderes sein. Er erzählt, seine Freundin liebe Musicals und deswegen wolle er an irgendeinem Nachmittag einen Flashmob in einer Mall organisieren. An dem besagten Tag schlenkert das Paar durch das Einkaufszentrum und sucht vielleicht etwas so Profanes wie einen Raumduft oder Socken, und plötzlich strömen die Kunden und einige Mitarbeitende verschiedener Geschäfte im Aufenthaltsbereich der Mall um einen pseudoitalienischen Pseudorenaissance-Springbrunnen herum zusammen, um gemeinsam mit dem jungen Mann ihre Choreografie aufzuführen. Das Lied, zu dem sie tanzen, ist dieser Horror namens *Happy* von Pharrell Williams. Die junge Frau versteht nicht, was los ist, und ist völlig überrumpelt, als er vor ihr auf ein Knie geht und den Ring aus der Tasche holt. Vor dem Brunnen und vor Hunderten Menschen sagt sie nein. Das Video endet damit, dass er der Kamera weinend erklärt, er habe sich nicht vorstellen können, dass seine Freundin ihm vor all den Leuten einen Korb geben würde, er wolle das Video aber dennoch hochladen, für den Fall, dass es »irgendjemand anderem helfen« könne. Ich klicke auf die Kommentarspalte und schreibe im Schutz der Anonymität eines meiner drei Accounts, die ich nutze,

wenn ich zwar Kommentare, aber keine trackbaren Spuren im digitalen Universum hinterlassen möchte: »Hallo? Ist da die Robbenhilfe? Wir haben einen Heuler!« Ich beobachte ein paar Minuten lang, wie die Anzahl der Likes stetig nach oben geht und wie Tränen lachende Emojis unter meinem Kommentar erscheinen. Schnell habe ich zwölf Likes. Ich spüre einen kurzen Kick, so ähnlich, wie sich in meiner Vorstellung Spielsüchtige beim Zocken oder Cracksüchtige nach einem ordentlichen Hit fühlen.

Mit einem Siegerinnenlächeln wende ich den Blick vom Bildschirm ab. Das Lächeln verschwindet, als ich mein Gesicht im Glas meines Büros gespiegelt sehe. Ich überlege, ob ich den Rest des Vormittags mit Videos anderer Leute und Troll-Kommentaren auf YouTube verbringen oder doch etwas mit meinem Leben anfangen will. Der Blick in meinen Terminkalender zeigt, ich habe den ganzen Tag keine weiteren Meetings. Gesegnet sei der August. Der Tag ist viel zu schön, um ihn komplett auf YouTube zu vergeuden. Ich sage Natalia, dass ich mich mit Kunden treffe, wenn sie mich braucht, soll sie mailen und nur im absoluten Notfall anrufen. Ich weiß, sie wird mich den Rest des Tages definitiv nicht anrufen, weil sie panische Angst davor hat, mir mit einer Kleinigkeit auf die Nerven zu fallen. Sie hat deswegen panische Angst davor, mir mit irgendeiner Kleinigkeit auf die Nerven zu fallen, weil ich mich jedes Mal anstrengte, ihr allerhöchstens kurz und schroff zu antworten, wenn sie mir außerhalb der Arbeitszeit schreibt. So habe ich sie nach und nach dressiert wie meinen ganz persönlichen pawlowschen Hund, der mir nur dann auf die Schuhe sabbern darf, wenn wir uns in diesem Glaskäfig aufhalten, den wir Büro nennen.

Ich gehe raus auf die Straße und nehme ein Taxi zum Prado.

II

Neben dem 24-Stunden-Carrefour an der Glorieta de Quedo ist das Museo del Prado mein zweiter Lieblingssort in Madrid. Beide bestehen aus großzügigen sauberen, ordentlichen und klimatisierten Räumen. Beide haben auf verschiedene Weise alles, was man vom Leben verlangen kann: Der eine nährt meinen Körper, der andere meine Seele.

Als ich achtzehn Jahre alt war und mit meinem Kunstgeschichtsstudium begann, habe ich davon geträumt, im Prado zu arbeiten, weil einem in meiner Vorstellung nichts Schlechtes passieren kann, wenn man nur von schönen Dingen umgeben ist. 2012, ich hatte gerade meinen Abschluss in der Tasche, bekam ich von einem völlig durchgeknallten Creative, den ich in einem Club kennengelernt hatte, das Angebot, in seiner Agentur anzufangen. Mit solchen verrückten Einfällen kamen damals die Creatives, nachdem sie sich schon zum Frühstück tassenweise Koks reingepfiffen hatten. Man holte sich, wenn Geld da war, Hochschulabsolventen im Marketingbereich als Praktikanten und ergänzte diese durch ein paar Leute mit fachfremden Profilen und ohne Erfahrung in der Branche, um »frischen Wind«, »neue Ideen« und »andere Blickwinkel« reinzubringen. In meiner Praktikantenkohorte befanden sich zwei, die frisch vom Marketingstudium kamen, ein schweigsamer Musiker, der nach einer Woche wieder aufhörte, und ich.

Meine Arbeit war ziemlich easy. Ich nahm an Meetings teil, machte mir Notizen und tippte sie später ins Reine, äußerte meine Gedanken, wenn ich um meine Meinung gebeten wurde, erstellte hübsche PowerPoint-Präsentationen

und blieb immer da, um zu helfen, wenn wichtige Abgaben anstanden, auch wenn meine Hilfe nur darin bestand, zum Abendessen Pizza zu bestellen. Wahrscheinlich war ich irgendwie überzeugt, das Ganze wäre vorübergehend, das eigentliche Leben etwas anderes und ich würde irgendwann von dort entkommen. Oder dass ich mit der Arbeit nur mein Geld verdienen und mich abends meiner eigentlichen, undefinierten künstlerischen Bestimmung widmen würde, worin auch immer diese bestehen mochte. Nachdem 2008 die Wirtschaftskrise unser aller Leben erschüttert und viele von uns ziemlich aus der Bahn geworfen hatte, fanden meine Mitstudierenden nun allmählich Jobs, bauten sich ihr Leben auf und erzählten von ihren neuen Jobs und davon, wie sie sich ihr Leben aufbauten. Wahrscheinlich habe ich mich einfach mitziehen lassen. 2013 bekam ich meinen ersten Vertrag als echtes menschliches Wesen und angesichts meines Gehalts und der schlechten Jobaussichten mit meinem Kunstgeschichtsstudium beschloss ich, noch ein bisschen weiterzumachen. Seit der Krise und den vielen »du hast so ein Glück, dass du noch Arbeit hast« hielten wir alle, die wir überhaupt einen Job hatten, aus Angst daran fest, anstatt unsere wahren Träume zu verfolgen; in meinem Fall erschien mir die Werbebranche sicherer und stabiler als die hypothetische und sich immer weiter von mir entfernende Welt der Kunst. Ich schätze, ich habe versagt. Eigentlich habe ich mich, vor der Wahl, glücklicher zu sein oder mehr Dinge zu kaufen, schlicht und einfach dafür entschieden, mehr Dinge zu kaufen.

Ich lege meine Dauerkarte vor und betrete den Prado. Als Erstes gehe ich pinkeln und krame auf dem Klo in meiner Tasche nach etwas, das meinen Besuch angenehmer gestalten könnte. Ich hole meinen Blister Tavor heraus und lege mir eine Tablette unter die Zunge. Ich verlasse die Kabine und trinke ein paar Schlucke direkt aus dem Wasserhahn. Wenig

später fühle ich mich, als hätten sich meine Knochen in die eines Vogels verwandelt, plötzlich sind sie hohl und wiegen nichts mehr. Ich spüre das, was meine Pilates-Trainerinnen immer wollen: Ich bin an einem unsichtbaren Faden aufgehängt, der mich nach oben zieht und mich über alles und alle erhebt, über Dinge und Menschen, über alles Wichtige und alles Unwichtige. Ich fühle mich ein bisschen schwindelig beerauscht, wie von zwei Gläsern Wein, aber nicht wie von einer ganzen Flasche. Das Gefühl ist inzwischen so vertraut, dass ein Teil von mir es immer mehr als Zuhause angenommen hat. Ich verlasse die Toilette und schreite bedächtig und mit geradem Rücken ein gutes Stück oberhalb der anderen Besucher einher. Es ist, als würden meine Füße über einen dieser Rollstege am Flughafen gleiten. Es gibt keine besseren Orte als den Prado und den 24-Stunden-Carrefour an der Glorieta de Quevedo. Ich tue so, als würde ich überlegen, was ich mir heute ansehen möchte, aber mir ist sofort klar, mein Körper braucht jetzt Hieronymus Bosch. Hieronymus Bosch versteht mich, er trug dieselben Dämonen in sich wie ich, nur dass er ein genialer Maler war und sie mithilfe seiner Hände und Pinsel austreiben konnte. Ich brauche dafür Tavor und YouTube-Videos.

Vor ein paar Jahren entschloss ich mich zu einer Psychotherapie. Das war, als das mit den Angstzuständen anfang – jedes Mal, wenn der Wecker klingelte. Dieses frühmorgendliche Piepen machte mir ein unerträgliches Engegefühl in der Brust. Es fühlte sich nicht jeden Morgen gleich an: Manchmal war bloß eine kleine Kichererbse irgendwo auf Höhe meines Brustbeins steckengeblieben, und manchmal zerquetschte mir eine unsichtbare Hand das Herz. Dieses Gefühl war morgens so oft da, dass ich lernte, damit zu leben. Es war so präsent, dass ich ihm einen Namen gab. Ich nannte es Berto, als Hommage an meinen ersten Freund aus Schulzeiten, er war

blond, mager und ich ging damals mit ihm, weil er ein bisschen aussah wie Aaron Carter.

Nach und nach sog dieses schwarze Loch in mir mein gesamtes Dasein immer weiter zu sich, sodass meine Tage immer düsterer wurden. Bald wurde Berto fast jedes Mal von Heulanfällen begleitet. Es war kein normales Weinen, sondern ein aufgeregtes und hysterisches Heulen, wie das verzweifelte Heulen eines Kindes, das im Supermarkt seine Mama verloren hat, oder das Heulen einer Witwe, der zufällig die Monatskarte ihres gerade erst verstorbenen Mannes in die Hände fällt. Berto und das Weinen wurden Teil meines Tagesablaufs, sie kamen so oft vorbei, dass ich die Tränen manchmal, um Zeit zu sparen, unter der Dusche laufen ließ, weil ich es mir nicht erlauben konnte, schon wieder zu spät zu kommen. Der Wecker war nicht der einzige Gegenstand, der die Schleusen meines Heulens öffnen konnte. Manchmal schlug mein innerer Alarm im Büro an, wenn das Piepsen der Mikrowelle oder die Alarmanlage eines Motorrollers draußen auf der Straße mich unvorbereitet traf. An mehr als einem Wochenende stand ich beim Klingeln des Weckers auf, den ich mir nur gestellt hatte, damit meine Siesta nicht außer Kontrolle geriet, und zog mich fürs Büro an, bis ich plötzlich merkte, dass ja Samstag oder Sonntag war und ich mich gar nicht stressen brauchte. In solchen Momenten durchfuhr mich eine übermäßige Freude, eine Freude, die viel zu groß war für meinen Brustkorb, groß wie die Freude eines Kleinkindes, wenn es endlich mitten im Supermarkt seine Mama wiederfindet, oder die einer Witwe, wenn sie Yoga für sich entdeckt.

Eines Morgens, als ich mir vor der Arbeit in der Cafeteria einen furchtbaren, aber starken Kaffee holte, bekam ich plötzlich so heftiges Herzrasen, dass mir ein bisschen schwindelig wurde und ich unverzüglich irgendwas zum Anlehnen

brauchte. Reflexartig klammerte ich mich an die neben mir stehende Rita, damit ich mich nicht mitten in der Cafeteria auf die Schnauze legte. Rita arbeitete seit anderthalb Jahren als Grafikdesignerin in meiner Abteilung und hegte eine Faszination für russische Literatur. Das fand ich an einem Tag heraus, als wir einander plötzlich, ich weiß nicht mehr, warum, am großen Gemeinschaftstisch in der Kantine gegenüber saßen, jede mit ihrem Buch und ihrer Tupperdose. Ich las *Zwei Fremde im Zug* und sie *Der Spieler*. Ich aß Nudelsalat mit Thunfisch und Ei und sie aß Nudelsalat mit Thunfisch und Ei. Um uns herum saßen die anderen, die ihre Mittagspause nutzten, um weiter über die Arbeit zu reden.

Ich kannte Rita nicht besonders gut und ihre Erscheinung war tendenziell unauffällig, zumal sie so still war, dass man lange brauchte, bis man es überhaupt bemerkte, wenn sie neben einem stand, wie an jenem Morgen in der Cafeteria. Unsere wenigen Begegnungen bis dahin hatte ich in diesem oppressiven Umfeld voller dringender Termine und Fristen als angenehm verbucht. Unsere wichtigste Begegnung war die in der Mitarbeiterkantine, als wir beide ein Buch mitgebracht hatten, um uns davor zu bewahren, dass sich jemand zu uns setzte, der einfach nicht aufhören wollte, über Werbekampagnen und PowerPoint-Präsentationen zu labern. Und das, so glaubten wir, machte uns einzigartig und anders als alle anderen, was wir natürlich niemals offen zugegeben hätten.

Bis heute weiß ich nicht, warum ich auf ihre Frage, ob alles in Ordnung sei, mit »Geht so« statt »Alles gut« antwortete, aber ich bin froh, es getan zu haben. Vielleicht habe ich es getan, weil Rita öfter, wenn irgendjemand wieder mal in einem Meeting Unsinn von sich gab, einen Seufzer losließ, der einer viktorianischen Frau würdig gewesen wäre – gerade so, als dürften die anderen ruhig merken, dass sie nicht

aus Spaß hier war, sondern weil sie musste. Oder vielleicht, weil wir beide nach der Präsentation der Erfolge und Misserfolge der Agentur im Vorjahr feststellten, dass wir die Ausdrucksweise der kaufmännischen Geschäftsleiterin Maika absolut nicht ertragen konnten, weil sie uns behandelte wie Pagen eines Fünfsternehotels in einem unterentwickelten Land. Seit dem Treffen in der Kantine grüßten Rita und ich uns jeden Morgen mit etwas, das sich anfühlte wie ein ehrliches Lächeln und nicht wie das übliche Pflichtprogramm. Außerdem warfen wir in Meetings hin und wieder bissige oder sarkastische Kommentare ein, die natürlich nur für die jeweils andere bestimmt waren, wie ein Liebespaar, das seine Beziehung aus Vorsicht noch nicht öffentlich machen kann. Das war eines der wenigen Male, dass ich einer Arbeitskollegin die Wahrheit sagte, und ich erzählte ihr ganz offen von sämtlichen Anfällen dieser Art, die ich seit einigen Monaten erlebte, während der Kaffee in unseren Pappbechern in der riesigen Cafeteria allmählich kalt wurde.

»Marisa, dass das eine Angststörung ist, weißt du, oder?«

Ich schüttelte den Kopf. Nein, das wusste ich nicht. Ich dachte, eine Angststörung, das wären Panikattacken mit sehr konkreten Symptomen (Schwitzen, Herzrasen und das Gefühl zu ersticken) und nicht so etwas Überspezifisches wie Weinkrämpfe zu bekommen, wenn morgens der Wecker klingelt, und diesem Gefühl dann den Namen des Jungen geben, der dich in der Schule »Schwanzfopperin« genannt hat.

»Du musst zum Arzt, das kann richtig übel enden. Lass dir über die Versicherung von der Agentur einen Termin geben und geh da mal hin.«

Aus irgendeinem Grund habe ich damals auf Rita gehört. Ich bekam einen Termin bei einem Allgemeinmediziner und während der ältere Herr meinen Blutdruck maß, fragte er mich, ob ich als Kind sexuell missbraucht worden sei. Ich er-

zählte ihm von dem Stress, den es mir bereitete, zur Arbeit zu müssen, und er verschrieb mir zum ersten Mal Angstlöser und empfahl eine Psychotherapie.

Aber weder der Arzt noch meine spätere Therapeutin verstanden je, dass mein Stress nicht durch die Arbeit an sich ausgelöst wurde, sondern, wie ich es ihm auch gesagt hatte, durch die Tatsache, überhaupt zur Arbeit gehen zu müssen. Acht Stunden täglich von Montag bis Freitag mit entfremdenden und unbefriedigenden Aufgaben verbringen zu müssen, und das umgeben von Leuten, mit denen ich unsinnige und langweilige Gespräche voller Gemeinplätze über Hypotheken, Garagenplätze, von ihren Kindern falsch ausgesprochenen Wörtern oder die neueste Netflix-Serie führen musste. All diese Zeit verschenkte ich an andere, statt zu Hause zu lesen oder zu zeichnen oder einfach nur halbnackt an die Decke zu starren und die Risse im Putz zu betrachten. Ich konnte es nicht ertragen, diese Pflicht-Pantomime im Büro tagtäglich und für immer leben zu müssen, um Dinge wie Miete und Essen und ein Buch oder ein Wochenende am Strand bezahlen zu können. Ich brach jeden Morgen zusammen, wenn der Wecker klingelte, weil das Leben, so wie ich es lebte, einer schlecht geschriebenen Tragödie gleichkam: langweilig, steril, ohne jeden Witz und, was am schlimmsten war, ohne Handlung. Und ich bekam andauernd Lust, irgendwelche Leute auf dem Weg zur Arbeit an den Schultern zu packen und sie zu fragen, ob es ihnen genauso ging wie mir. Was war ihr Geheimnis? Wie schafften sie es, Haltung zu wahren? Warum fingen sie nicht jedes Mal zu weinen an, wenn der Wecker klingelte? Und eigentlich wusste ich schon, bevor ich zum Arzt und zur Therapeutin ging, was mein Problem war, und ich wusste auch, dass es für mich keinen Ausweg gab. Es sei denn, ich würde im Lotto gewinnen oder mir eine Hand abschneiden, damit ich nicht mehr arbeiten musste und eine

Erwerbsunfähigkeitsrente vom Staat bekäme. Da es also keine Möglichkeit gab, dem System zu entinnen, konnte ich nur darauf hinarbeiten, dass mein Weg durch das System nicht von täglichem Weinen in der Dusche begleitet wurde, und ich brach meine Therapie ab. Die Rezepte für Angstlöser und Beruhigungsmittel hole ich mir weiterhin regelmäßig in derselben allgemeinmedizinischen Praxis; dort muss ich nicht zu viele Fragen beantworten, weil ich dem Arzt irgendwann gesagt habe, dass ich tatsächlich als Kind sexuell missbraucht worden war.

Jetzt ist Hieronymus Bosch für mein Leben das, was einer Therapie am nächsten kommt. Die Räume, in denen sein Werk ausgestellt ist, sind eine Schau reiner Theatralik: Man steigt hinab in die Katakomben des Museums, tritt ein in ihre Schattenwelt, durchquert kaum beleuchtete Säle, bis sich Boschs Werk in all seiner Glorie offenbart. Das Kronjuwel ist sein berühmtes Triptychon *Der Garten der Lüste*. Es besteht aus drei Bildern, alle über zwei Meter hoch, die dazu einladen, sich immer wieder in jedem einzelnen der unzähligen Details zu verlieren, bis man etwas entdeckt, das man noch nie zuvor bemerkt hat. Viele fasziniert das Privatleben des Künstlers aus 's-Hertogenbosch, über den nicht viel bekannt ist. Jedes Mal, wenn ich mich dem Triptychon nähere, denke ich an die beeindruckende und fürchterliche Gedankenwelt, die dieser niederländische Maler, der vielleicht kaum je aus seiner Geburtsstadt herauskam, gehabt haben muss. Wieder einmal stehe ich mit offenem Mund vor dem Werk und spüre, wie die kühle Luft aus der Klimaanlage mir Gänsehaut macht.

Das Triptychon *Der Garten der Lüste* besteht aus drei vollständigen Universen in einem einzigen Kunstwerk. Das erste Bild zeigt den Garten Eden am letzten Tag der Schöpfung mit Adam und Eva, wie sie von einem gütigen Gott gesegnet wer-

den, der ihnen alles geschenkt hat: Obstbäume, üppig strömende Flüsse, Seen und Quellen, Tiere aller Art, von Giraffen bis Elefanten, Vögeln und Bären und sogar ein Einhorn. Und doch lauern in den Wasserbecken und auf den Felsen teuflische Dämonen darauf, die beiden Bewohner in Versuchung zu führen. Es ist wie die elektrisch aufgeladene Stille in der Luft vor einem heftigen Gewitter: Der Garten wirkt wie ein paradiesischer Ort, aber er beherbergt auch etliche beunruhigende Elemente, die etwas Schlimmes ankündigen.

Das zweite Universum gibt dem Werk seinen Namen und zieht sofort die Aufmerksamkeit der Betrachtenden auf sich. *Der Garten der Lüste* zeigt die Menschheit, die bereits der Sünde verfallen und im Untergang begriffen ist. Nach meiner Theorie hat der tiefgläubige und den Lehren seiner Kirche getreu folgende Hieronymus Bosch mit diesem Werk der Menschheit frontal ins Gesicht masturbiert. *Der Garten der Lüste* ist das Pornhub von 1500. Das Bild enthält all das, was alle machen, fühlen und anschauen, aber niemand ausspricht: überall nackte Männer und Frauen verschiedener Ethnien, vereint durch ihre Geschlechtsorgane. Es gibt Sex in den verschiedensten Ausprägungen: heterosexuell, homosexuell, anal, oral, vaginal, Masturbation und Sex zwischen Schwarzen und weißen Menschen. Menschen, Tiere, Pflanzen – alle vögeln. Alles, was man sieht und was auf den ersten Blick nicht aussieht wie Sex, ist Sex: die Kirschen, Erdbeeren, Äpfel, Trauben, die Rotkehlchen und die Raben, die Muscheln und Schnecken, die Leoparden und die Hirsche. *Der Garten der Lüste* ist mitreißend und wollüstig, farbenfroh, leidenschaftlich und unendlich. Er ist die Party, auf der die Musik nie aufhört zu spielen, das Restaurant, wo immer noch ein Gang aufgetischt wird, der Film, bei dem nach dem Nachspann noch eine Szene kommt.

Deswegen möchte ich noch nicht zum dritten Bild des

Triptychons weiter. Es ist zu früh, um in die Hölle hinabzusteigen. Ich trete ein paar Schritte zurück, um das Bild in seiner vollen Größe zu bewundern. Ich denke daran, wie sinnlos das menschliche Leben ist, an die Vergänglichkeit jeder Lust, an die wenigen Augenblicke der vollen Wonne und des vollen Genusses, die wir in unserem Alltag erleben, bevor sie von der Nachhut aus ordinären Sorgen angefallen werden: die Wartung der Gastherme, die unbeantwortete E-Mail im Posteingang, das Meeting nächste Woche. Ich denke an die Schuld, die immer lauert, den Wecker, der uns erinnert, dass es Zeit ist für etwas anderes, an plötzliche Abschiede, an das Gehetze zum Bus, an Verdauungsbeschwerden. Und plötzlich schießt ein Gedanke wie der Blitz in mein Gehirn und knüpft neue, luzide und seltsame Verbindungen: Hieronymus Boschs *Garten der Lüste* ist keine Verurteilung der Menschheit, genauso wenig ist das Bild eine Warnung davor, was passiert, wenn man in Sünde lebt, vielmehr zeigt Bosch alles Wünschbare, alles Mögliche, alles Wunderbare, was das Leben und die Welt zu bieten haben. Er zeigt einen vielfältigen und freundlichen Ort, wo Schuld und Schmerz keinen Platz finden und wo Menschen und Tiere in der Natur zusammenleben und sich mit Körper, Geist und Seele dem vollen Ausleben aller Lüste widmen.

Ich schlucke meinen Speichel herunter. Es will mir nicht gelingen, meinen Blick auf die *Hölle* zu lenken, weil ich schon zu viel Zeit in der Hölle verbringe. Heute fühle ich mich vollends mit dem Garten verbunden. Ich fühle mich wie der einzige Mensch im gesamten Museum, der verstanden hat, was Hieronymus Bosch sagen wollte. Ich lege mir die Hand auf den Brustkorb. Mein Blutdruck ist im Keller und bevor ich ohnmächtig werde, verabschiede ich mich still und dankbar von Hieronymus Bosch und nehme ein Taxi nach Hause.

EICHBORN BEI INSTAGRAM:

Vernetzen wir uns?



eichborn