

Geile Ideen

Behalten oder entsorgen, das ist hier die Frage. Aussortieren war seit meiner Jugend in den Top drei der Dinge, die ich so lange hinauszögerte wie nur irgendwie möglich; zusammen mit Hausaufgaben und Ejakulation. Auch später konnte ich mich zum Aussortieren lediglich vor Umzügen aufrufen, was das Wühlen durch das Konvolut jahrelang angesammelter Artefakte zu einem Drama Shakespeare'schen Ausmaßes verwandelte. Und nun war es soweit. Endlich kam ich weg aus dieser Stadt, die mich, einer chinesischen Fingerfalle gleich, umso stärker an sich fesselte, je mehr ich ihr zu entkommen suchte.

So sehr ich meiner Heimatstadt und der anhänglichen Vergangenheit auch entfliehen wollte, ein Inquisitor emotionaler Werte war ich wiederum nicht. Jedes Stück wurde eingehend untersucht. Fotos, Briefe, Bücher, Platten, Kassetten. Und natürlich die zerbeulte Metallkiste mit jeder Menge unsortierter Notizen, die beim Öffnen ein tiefes Echo aus der Prä-Smartphone-Tablet-Social-Media-macht-dumm-Zeit durch den Raum warf.

Die meisten dieser Artefakte ließen mich grübeln. Vieles widerte mich an oder ließ mich heulen. Manches Lachen. Ein fleckiges Stück DIN-A4-Papier erkannte ich sofort wieder. Das hatten wir vor 25 Jahren vollgekritzelt, Klick und ich. Klick, den ich seit 24 Jahren nicht mehr gesehen hatte, und wohl nie wieder sehen würde. Er hatte damals einfach zu hart geballert, um den Absprung zu schaffen. Wie die meisten aus unserer Leidens- und Dröhngemeinschaft, die sich Ende der 90er formierte.

Alle hatten wir psychische Probleme, waren physisch oder anderweitig missbraucht worden oder hatten gar keine Zuwendung erfahren. Das Mittel der Wahl zur Problembewältigung war die stoffliche Betäubung, die wir so substanziell wie destruktiv betrieben. Doch neben dem Selfdestructo Bust hatten ein paar von uns auch Momente voller positiver Energie, die in Gestalt von politischer Revolte und kreativen Vulkanausbrüchen versuchten, die Oberhand zu gewinnen. Davon zeugte das fleckige Stück Papier, das ich in Händen hielt.

Klick und ich wollten einen Piratensender aufbauen, um die verlogenen Werbeversprechen im damaligen Hauptmedium namens Fernsehen bloßzustellen und die Menschheit endlich wachzurütteln. Denn diese wurde verarscht. Tag für Tag. Sie lebte in einer Konsumwolke, die das wahre Leben und die wahren Bedürfnisse

vernebelte. Das musste ein Ende haben. Der Plan war, omnipräsente Werbespots zum Originalton nach- und umzuspielen und dann zur Prime Time zu senden. Die meisten Ideen waren Sturm-und-Drang-typisch total versaut, ekelerregend oder hatten einen nationalsozialistischen Touch:

Der Spot für *Meicas Deutschländerwürstchen* beispielsweise war eine Steilvorlage und damit schnell produziert. Den Bildern von im Stehschritt marschierenden Soldaten oder Glatzköpfen mit ausgestrecktem Arm und von Politikern, die genauso rechts waren, sich aber einen bürgerlichen Anstrich gaben, folgte die Stimme aus dem Off: »Meister, warum heißen Deutschländer eigentlich Deutschländer?«

»Na weil da von den beliebtesten Würstchen Deutschlands das Beste zusammenkommt. Probier mal. Die sind knackig wie Wiener, würzig wie Frankfurter und zart wie Bockwürste.«

»Meicas Deutschländer - Vom Würstchen das Beste.«

Einfacher ging's nicht.

Hervorragend geeignet auch *Haarpflegeprodukte*.

Einstellung Straßenschlacht in Kreuzberg: »Berlin, 1. Mai, der Iro sitzt – Drei Wetter Taft.«

Schnitt

Einstellung London 1977 Punkkonzert: »Moshpit im Speichelregen, der Iro hält – Drei Wetter Taft.«

Schnitt

Einstellung New Yorker U-Bahn: »Abgefackelt im Untergrund, der Iro bleibt geschützt – Drei Wetter Taft.«

Schnitt

Finale Einstellung verkohlter Körper im Leichenschauhaus: »Selbst Stunden später sitzt die Frisur noch immer perfekt. Der Schutz, der noch länger hält. Das neue Drei Wetter Taft mit Langzeitschutz. Von Harzkopf.«

Oder *Zott Sahnejoghurt*. Melodie und Text waren perfekt: »Vollbepackt mit schönen Sachen, die das Leben schöner machen, hinein ins Weekend Feeling!«

Statt des Löffels mit Joghurt, den der verschmitzt grinsende Mann im Originalspot seiner gestressten workaholic Frau zur Entspannung auf dem Sofa in den Mund steckt, wedelt er seinen Schwengel und spritzt ihr seine Ficksahne übers Gesicht. »Mhm, lass dich mal gehen schalt einfach ab, erleb den sahnigen Geschmack. Mit Zott ins Weekend Feeling!«

Da die meisten Werbespots, auf die wir abzielten, implizit auf Sex aufbauten, endeten unsere Versionen in der Regel mit delikaten Einstellungen von Penetration, Sodomaso-Praktiken oder Riesenorgien in diversen Konstellationen – nicht ohne Eigennutz, konnten wir so unsere eigenen Perversofantasien beim Nachdrehen ausleben.

Wir waren damals fest überzeugt von unserer revolutionären Idee. Und wie es sich gehört, braucht eine revolutionäre Idee einen entsprechenden Namen. Ja, selbst die Revolution kommt nicht ohne Marketing aus. Aber wie nennen? Einen ganzen Abend und viele Dosen Bier benötigten Klick und ich, um einen befriedigenden Eyecatcher zu finden. Wir hantierten mit den üblichen Begrifflichkeiten: Revolutionär, Zellen, Fraktion. Aber das klang alles zu abgeschmackt. Am Ende hätten Studenten bei uns einsteigen wollen, und das galt es auf alle Fälle zu verhindern. Intellektuelle sind für solche Unternehmungen so überflüssig wie das Plastikobst in Möbelgeschäften.

Natürlich mussten wir anonym bleiben, aber alle Versuche wirkten gestelzt. Hätten wir gewusst, dass sich der Name Anonymous etwa ein Jahrzehnt später als Anziehungspunkt unzufriedener Massen durchsetzen würde, hätten wir uns diesen schützen lassen; er stand als einer unter vielen Variationen auf unserem Zettel.

Schließlich landeten wir bei einer Variante von Incognito Records – damals eine meiner Hauptbezugsquellen für Tonträger. Den Rechnungen nach zu urteilen, muss ich dem Inhaber wenigstens eine Eigentumswohnung finanziert haben. Der Name kam gut über die Zunge, aber natürlich konnten wir ihn nicht einfach übernehmen. Der Spuren wegen. Wir zermarterten uns das Hirn. Irgendwann ging Klick aufs Klo, um zu pissen. Ich nahm einen Schluck Bier, aber es wollte mir einfach nichts einfallen.

Aus dem Bad hörte ich Klick mit sich selbst faseln, oder mit den Drachen, die in seiner Bude regelmäßig aus der Tapete kamen. Aber ich verstand kein Wort, denn der Sound des Strullens übertönte alles. Klick schoss seinen Strahl in der Regel mitten ins Wasser, was dem Tosen der Niagarafälle gleichkam. Auf dem Weg zurück ins Zimmer stopfte Klick gerade seinen Pimmel zurück in die Jeans, als er wie vom Blitz getroffen stehen blieb.

»Ich hab's!« brach es aus ihm heraus, die Hand immer noch tief im Schritt vergraben.
»InCOCKnitro!« schrie er mir entgegen und schüttelte sein Gehänge.

Ich nickte anerkennend.

»Not bad, not bad«, aber irgendwas fehlte noch. Das kleine Etwas. Das *Sahnehäubchen*.

Die Lösung kam durch Klicks Vorliebe für harte Stoffe. Er war einer der Ersten aus meinem Bekanntenkreis, der Energy-Drinks konsumierte. Dementsprechend gesellten sich die Dosen allerlei Sorten zu den diversen Behältern von Alkohol in seiner Bude. Und als mein Blick über diese Landschaft wanderte, blieb ich am schrillen Aufdruck einer halbzerdrückten Dose hängen. Vom Markennamen war nur noch der Zusatz *Nitro* zu entziffern. Das war, was wir brauchten.

»INCOCKNITRO«, verkündete ich derart feierlich, als stünde ich auf der Predigerkanzel.

»Geil«, kommentierte Klick headbangend, zog seine Hand aus der Hose und hielt sie mir zum Einschlagen hin.

Bei Klick konnte man sich nie sicher sein, ob er solche Dinger aus Gedankenlosigkeit oder voller Absicht heraus machte. Ich zeigte ihm den Finger, woraufhin er mir mit der Pimmelhand die Backe tätschelte. Ich schubste ihn von mir weg und ließ eine Bierdusche folgen, während der er versuchte, mich so oft wie möglich mit seiner Hand im Gesicht zu berühren. Fünf Minuten später und völlig außer Atem stand der Name unserer subversiven Gruppe in schraffierten Lettern am Grund des durchnässten Blattes. Er eignete sich sogar für eine prägnante Abkürzung: ICN. Buttons, Aufnäher, Fahnen – InCockNitro überall. Es würde kein Entkommen mehr geben.

Trotz Erotik- oder Nazieinschlag – im Handwerk waren wir der Sache nach Kommunisten. Die Marx und Engels der Werbung: indem wir sie bis zum Ende durchdachten, schafften wir sie vollständig ab. Es waren Wahrheiten, die niemand hören wollte.

Doch wie der Kommunismus, so war auch unser Plan zur Theorie verdammt. Er war in der Praxis einfach nicht umsetzbar. Wir hatten weder das Equipment noch das technische Verständnis. Wahrscheinlich warf uns auch die CIA Knüppel zwischen die Beine, die von der finanzstarken Industrie Zuwendungen erhielt, um den Absatzmarkt ihrer Produkte zu sichern, die nur in einer ungerechten Klassengesellschaft verkauft werden konnten – einer so geheimen wie großangelegten Verschwörung, die die Iran-Contra-Affäre wie einen schlechten Witz erscheinen ließ, hatten wir nichts entgegenzusetzen.

Vielleicht war es auch einfach nur eine weitere von tausenden geiler Ideen, die wir nie realisierten, uns dafür irgendwelche Ausreden zurechtlegten und stattdessen hinter spirituellen Getränken und chemischen Stoffen versteckten.

Die wenigen aber intensiven Jahre unserer Gemeinschaft waren existenziell. Wie die Stücke von Shakespeare spielten wir in einer Welt, in der es auf die Sein-Frage nur eine Antwort gab. Dabei hatte ich mit Shakespeare nie etwas anfangen können. Außer mit Macbeth, der voll durchzog, und dafür den vollen Preis zahlte – wie die meisten aus unserer Dröhngemeinschaft.

Ob Klick noch atmete, würde ich wohl nie erfahren. Aber ich hatte so ein Gefühl und packte das schmierige DIN-A4-Blatt wieder in die Kiste zurück. Vielleicht würde in einem halben Jahrtausend daraus ein Drama werden und uns dadurch in Erinnerung halten.

Körper mögen zerfallen. Geile Ideen sind unsterblich.