

Zeitflucht-Business

Im Untergeschoss des grossen Hotels wird life-style zelebriert. Gebrochenes kühles Weiss herrscht vor, "cool" ist "in", die Stimmen sind gedämpft, die Leute bewegen sich mit Würde und Freundlichkeit, im richtigen Moment werden leichte Speisen gereicht und erfrischende Getränke, auf die sich niemand stürzt, gehobene-Mittelstandschoreographie lässt das Stim-mengesumme und das lächelnde Interesse nie abbrechen, die Journalisten, die zu diesem Meeting eingeladen wurden, vertreten auch gehobene Blätter und wissen sich zu benehmen, keiner erscheint in Turnschuhen oder in eigenwilligem Alternativlook, da herrscht stilschweigendes Einverständnis, Stil ist schliesslich Verpflichtung.

Ein merkwürdiger Stilbruch in diesem ^{überein-}~~stimmenden~~ ~~xxxxxxx~~ Eleganz-understatement ist die Türverkleidung aus glänzender Alufolie und von ungewöhnlichem Ausmass, welche zum innersten Innenraum führt, ein Baldachin aus Alufolie mit bodenlangen rundgerollten Alufransen, halb Cabaret, halb Heiligtum, unter dem jeder durchmuss, es nützt nichts, sich spöttisch zu schütteln, die Choreographie ist perfekt, und alles Profane muss ja abgeschüttelt werden.

Um diesen Innenraum nämlich geht es, alles andere ist Vorbereitung und Einstimmung, hier drin werden die Rezepte und Mittel vorgestellt, um Zukunft in perfekter Harmonie erleben zu können, Harmonie auf Knopfdruck, elektronisch ausgelöst und gesteuert, auf Fernbedienungs-Licht-Signal-Impulse hin, aus schwarz- und chromstahlglänzenden Geräten, ^{deren Design} ~~wirklich~~ selbst wieder elegantestes Understatement vorstellt und die alle diskret das magische Firmenzeichen tragen: Bang & Olufsen.

Den Firmenmanagern und -vertretern fließt der Firmenname immer wieder wie Honig von den Lippen, liebevoll ehrfürchtig und unterkühlt bescheiden, da liegt ein missionarischer Unterton in der steten "We are the best"-Melodie, eine lächelnde Identifikation mit viel mehr als einem ästhetischen und akkustischen Geheimtip elitärer "connoisseurs" seit mehr als sechzig Jahren, mit einer Weltanschauung nämlich, mit einer "Lebensphilosophie". Mag doch die Welt draussen und droben und ringsherum in Stücke gehen, mag sie auf ein noch nie dagewesenes, furchtbares Debakel zurasen, mag sie an der eigenen Misswirtschaft verdorren oder im eigenen Abfall ersticken, was soll's, da bieten life-style-Experten Fluchtwelten an, zwar nur für eine sol-

vente Elite Eingeweihter, oh, gehörte man doch dazu, der Werbefilm beseitigt den letzten Zweifel und die freundlichen Perfektionsvertreter leben es ja vor, das perfekt gestilte Leben, ohne Unordnung, ohne Störung, ohne Lärm und Dreck und Stress, ein Leben als sanft koordinierte männlich-weibliche Harmonie von morgenlichen Jagd- und Aufwachräkelszenen und von mittäglicher Begegnungs- und Speise-Eleganz, Abend und Nacht sind ausgespart, der stauende Zuschauer-Aussenseiter kennt ja nun das Harmonierezept, die sanfte Koordination von einem erfolgreichen Mann und einer hübschen, sorglosen Frau (quengeinde, wilde, hungrige, neugierige, freche Kinder gibt es keine) mit den vielen Räumen, in denen sie sich gestilt eingerichtet haben dank der unauffällig vollkommenen Geräte mit dem magischen Namen in lauter unterkühlter, störungsfreier Schönheit, in die sich sogar Hund und Katze und die bei der morgenlichen Jagd im Flug ^{er}hinuntergeholte und schliesslich gerupfte und knusprig gebratene Ente einfügen, dank unübertrefflichem Know-how und fortschrittlichster digitaler Technologie endlich die zeitlose, zeitfreie Gegenwart, schöne, heile Welt...

28

Maja Wicki

87 J. 1. 14