

CLEMENS BRUNO GATZMAGA

Jacob träumt nicht mehr

Roman

Karl **Rauch**

Clemens Bruno Gatzmaga
Jacob träumt nicht mehr

CLEMENS BRUNO GATZMAGA

Jacob
träumt
nicht
mehr

Roman

Karl **Rauch**

Es ist drückend schwül, ein fetter Sumpfgrashüpfer springt mir zum dritten Mal gegen die Brust und auf dem knorrigen Ast über mir sitzt ein Rabe und macht sich über das Wenige lustig, was ich bisher über das Leben zu wissen gemeint habe. Andere machen Weltreisen, um sich selbst zu finden, meditieren oder schreiben einen Roman, krächzt er, du hingegen bist idiotisch genug, dich in einem mickrigen Waldstück zu verlaufen und bis zum Bauchnabel in einem stinkenden Moor einzusinken.

Immerhin freuen sich die Stechmücken über meine Anwesenheit. In Nullkommanichts hat sich knapp über meinem Kopf ein ganzer Schwarm eingefunden. So zielstrebig wie er mich angesteuert hat, könnte man meinen, das wäre alles von langer Hand geplant. Schon sticht es mich am linken Arm, dann am rechten; wie schön, ein Pärchen. Ich schlage um mich und beschmiere mich weiter mit Matsch, egal, die Klamotten sind ohnehin ruiniert. Es folgt ein erneuter, mittlerweile recht verzweifelter Anlauf, mich zu befreien, ich versuche, wie ein Delfin aus dem Wasser zu springen. Fehlt nur leider die Schwanzflosse.

Mir rinnt der Schweiß von der Stirn, bauchnabelabwärts beginne ich dagegen zu frieren. Ich verfluche die Sommerhitze, das Moor und die Mücken. Verfluche jeden Baum, jeden Vogel und jeden Fisch. Verfluche die Banker, die Anzugträger, die Marketingmenschen. Aber vor allem verfluche ich: mich. Hätte ich doch meinen Agenturjob behalten, dann säße ich jetzt in einem klimatisierten Besprechungsraum, würde ein nichtssagendes Gespräch führen und müsste mir darüber hinaus keine Gedanken machen.

In absehbarer Zeit hätte man mich ins Management befördert, mir einen netten Bonus ausgezahlt, und ich hätte mir endlich eine Brille mit transparentem Rahmen zugelegt. Hätte bei Präsentationen am Tischende Platz genommen und einem anderen Jungspund dabei zugeschaut, wie er an meiner Stelle Konzepte und Budgets verteidigt. Hätte noch mehr Follower gesammelt, noch mehr Ansehen genossen. Geheiratet, Kinder gezeugt, eine Eigentumswohnung gekauft. Oder ein Haus gebaut. Oder was man halt so macht als junger, privilegierter weißer Mann.

Außerdem: Habe ich sie nicht auch geliebt, meine Arbeit? Habe ich nicht immer zu den Gewinnern gehört, immer alles richtig gemacht? Und wenn man es ganz objektiv betrachtet: Hab ich es als Endzwanziger karrieretechnisch nicht schon viel weiter gebracht als andere mit Ende dreißig? Hat die Arbeitswoche halt 70 Stunden, ein bisschen

Stress – na und? Trägt das eigene Handeln nicht zum Weltfrieden bei – wen kümmert das? Was wollte ich eigentlich? Gibt doch Schlimmeres. Zum Beispiel sich auf der Suche nach – ja, nach was eigentlich? – im Wald zu verlaufen und im Moor zu versinken.

»Glaub an deine Träume«, sagen sie, da sind sich doch alle einig. Aber was, wenn man an sie glaubt, und am Ende bleibt nichts außer Hirngespinnsten? Bei der Karriereleiter weiß man wenigstens, was oben auf einen wartet. Auf den gesellschaftlichen Status oder den Kontostand, darauf kann man sich verlassen. Aber auf die Träume?

Von wegen Waldgeister, von wegen Megalithen – alles Märchen. An die glauben vielleicht Kinder, Nachwuchsführungskräfte mit high Potential und großer Zukunft sicher nicht. Ich bin in eine Falle getappt. Zur Strafe stecke ich jetzt hier fest und kann nichts anderes tun, als mir den Kopf darüber zu zerbrechen, wie es nur so weit kommen konnte.

Keine sechs Monate sind vergangen, seitdem mein Diensthandy klingelte und der Name unseres Agenturchefs, dem CEO, auf dem Bildschirm erschien. Dennoch kommt es mir vor wie eine Ewigkeit. Damals saß ich gerade an meinem höhenverstellbaren Designer-Schreibtisch, die Noise-Cancelling-Kopfhörer auf den Ohren und arbeitete vor unserem Daily Stand-up-Meeting noch meine To-do-Liste ab, die

ich wie immer am Vorabend per E-Mail an mich selbst geschickt hatte.

Neben meiner Tastatur stand ein leerer Coffee-to-go-Becher, das Käsebrötchen vom Vortag lag, immer noch in Papier eingewickelt, daneben. Draußen peitschte der Wind den Regen gegen die Fenster, das neue Jahr hatte bisher nur graue Tage gebracht. Trotzdem ließ ich mein Hallo wie vier Wochen Sonnenschein klingen, als ich nach dem zweiten Klingeln ans Handy ging.

Wenn der CEO mich anrief, was selten vorkam, fragte er mich zunächst nach meinem Befinden oder er bot mir an, mich irgendwo zu unterstützen, bevor er zu seinem eigentlichen Anliegen kam – diesmal hielt er sich nicht lange mit Vorgeplänkel auf. »Ich nehme an, du liest das monatliche Management-Reporting im Intranet, dann weißt du ja, dass wir schon lange bei den Financial Services aufrüsten wollen. Da muss mehr Power in die Sales Pipe. Seit Monaten bin ich an unseren Kontakten dran – jetzt gerade die E-Mail von der Bank, Einladung zum Pitch, soll ums Smartbanking gehen. In vier Wochen ist Präsentation.«

Der CEO sprach in diesem ihm eigenen Ton, der wie so oft übergangslos von flauschig sanft zu rasiermesserscharf wechselte. »Ich sehe das bei dir im Team. Digital Transformation, eine App für Millennials, genau eure Target Group. Eine Chance, die ihr neben dem laufenden Projektgeschäft unbedingt nutzen solltet. Könnt ihr nur dran wachsen. Ich

wünsche mir da dein Commitment. Also, wenn du euch das zutraust, schick ich dir das Briefing asap rüber.«

Hätte ich abgelehnt und erklärt, dass wir mit der Digitalisierung der Kundenkarte für eine Supermarktkette genug zu tun haben, hätte er vermutlich gehadert, mir aber auch nichts vorwerfen können. Hätte ich geantwortet, dass ich kurz davor war, mit Stella meinen ersten Urlaub seit gut einem Jahr zu buchen – auch gut. Ich wäre niemals hier im Moor gelandet. »Klar«, sagte ich stattdessen mit falscher Lässigkeit, ohne weiter groß darüber nachzudenken, »schick rüber.«

Es nahmen noch vier weitere Agenturen an der Ausschreibung teil. Bei zweien handelte es sich um namhafte Konkurrenten. Eine der Agenturen hatte Nicki abgeworben, nachdem ihm bei uns der Posten des Teamleiters verwehrt worden war, die andere verwaltete den derzeitigen Marketing-Etat der Bank. Wer die restlichen Mitbewerber waren, fanden wir nicht heraus. Was meistens bedeutete, dass es sich um kleinere Büros handelte, die zwar billigere Angebote schnüren und flexibler agieren konnten, den Entscheidern aber selten die Sicherheit einer Agentur boten, die wie wir rund 200 Mitarbeiter an verschiedenen Standorten beschäftigte.

Die Briefing-Unterlagen enthielten einen zehnzeitigen Katalog mit Anforderungen, die alle Pitch-

beiträge zu erfüllen hatten. Man wollte die jüngere Generation zwischen 16 und 34 Jahren mit einem »innovativen Konzept« für das Smartbanking gewinnen oder halten, gleichzeitig sollten ältere Bestandskunden nicht vergrault werden. »Traditionell und urban« solle sich das digitale Bankkonto zukünftig anfühlen, »Banking für alle« sein und gleichzeitig »den besonderen Anforderungen der Millennials gerecht werden«.

Wie es der CEO bereits angekündigt hatte, passte das genau zu unserem Profil. Erstens, weil wir das jüngste Team innerhalb der Agentur waren, das, zweitens, von einem Millennial, mir, geleitet wurde. Und drittens, weil wir beziehungsweise unsere Praktikanten, regelmäßig Umfragen durchführten, auf deren Basis wir bunte Studien darüber entwarfen, wie man Werbebotschaften verpacken musste, um diese Zielgruppe zu erreichen. Gegen eine E-Mail-Adresse konnte man sich die Studien auf unserer Webseite herunterladen – und das taten die Marketeer dieser Welt dann auch hundertfach. So hatte es sich ergeben, dass wir an einen Kontakt bei der Bank gekommen waren und nun zu dem elitären Kreis gehörten, der am Smartbanking-Pitch teilnehmen durfte.

Zwei Tage nach Eintreffen des Briefings gab es die Möglichkeit, in einem Telefongespräch mit Tom, dem neuen Digitalchef der Bank, Fragen zu klären,

die sich aus den Unterlagen ergaben. Wie üblich nutzten wir das Rebriefing, um mehr über den Auftraggeber zu erfahren und gleichzeitig eine erste Duftmarke zu setzen.

Bei meiner Recherche im Internet fand ich heraus, dass mein Pendant in meinem Alter sein musste und im Ausland bereits bei zwei aufstrebenden Start-ups eigene Teams zur Datenanalyse aufgebaut hatte. Ich war daher hoffnungsvoll, dass die Bank mit ihm an der Spitze der neu aufgestellten Digitalabteilung tatsächlich einen Agenturwechsel anstrebte, und dass wir beide ähnlich tickten. Darüber hinaus ergab meine Recherche, dass Tom New Media Management studiert hatte und seine Urlaubstage – den regelmäßig aktualisierten Social-Media-Profilen nach zu urteilen – hauptsächlich surfend verbrachte.

Nach den von unserem CEO formulierten internen Standards, die jede Führungskraft unserer Agentur zu beachten hatte, bereitete ich für das Gespräch einen Fragenkatalog vor. Dieser zielte nicht nur auf ein besseres Verständnis der Briefing-Dokumente ab, sondern vor allem auf Einblicke in die persönliche Motivation der Entscheider aufseiten des Auftraggebers.

Die Chancen, einen Pitch zu gewinnen, so hieß es in der Vorlage, erhöhe derjenige signifikant, der die »eigentliche« Motivation hinter den fachlichen Anforderungen offenlege. Man müsse im ersten Kontakt eine Atmosphäre der Wertschätzung und

des Vertrauens schaffen, damit sich die Persönlichkeitsstruktur des Gegenübers herauskristallisiere. Ziel des Gesprächs sei der »Aufbau von Intimität«.

Tom erleichterte mir den Einstieg in unser Telefonat, indem er mich sofort duzte und gleich zu Beginn auf die Werbekampagne zu sprechen kam, für die wir wenige Wochen zuvor mit einem Kreativpreis geehrt worden waren: Für eine kleinere Brauerei hatten wir einen selbstbestellenden Bierdeckel entworfen und dafür ein Kampagnenvideo gedreht, das auf YouTube Hunderttausende Klicks erzielte.

Während Tom das innovative Konzept lobte, erinnerte ich mich an die Heimfahrt nach der Preisverleihung, auf der ich von zu vielen Gin Tonics aus dem Taxi auf den Bürgersteig gekotzt hatte, den ich täglich zur Agentur nahm. Der dunkle Fleck, der bis heute an dieser Stelle zu sehen war, verfolgte mich auch, als ich anfang zu erklären, warum wir auf diese Auszeichnung besonders stolz waren.

»Wie geht's dir denn so im Großkonzern?«, wagte ich mich vor, nachdem wir miteinander warm geworden waren, »wo du doch die Flexibilität eines Start-ups gewohnt bist.« »Na ja, das traut man einer Bank vielleicht nicht zu«, antwortete er, »aber in meiner Abteilung agieren wir quasi genauso agil wie ein Start-up. Jeder kann Ideen einbringen, jeder wird gehört.«

»Ich beispielsweise arbeite nach einem flexiblen Arbeitszeitmodell mit ständigem Homeoffice-Anteil. Klar, Chief Digital Officer, so steht's auf meiner Visitenkarte, aber sind wir mal ehrlich, Job Description hin oder her, was bedeuten solche Hierarchien heute noch? Ich verstehe mich mehr als Change-Manager, weniger als Chef.« Der Wechsel vom Start-up sei ihm deshalb sehr leichtgefallen, zumal die Position bestens entlohnt werde. Er lachte. »Und das hauseigene Fitnessstudio gibt's obendrauf, for free.«

»Die Bank«, fuhr er immer freimütiger fort, während mein Projektmanager neben mir saß und sich fleißig Notizen machte, »plant in den kommenden Jahren, weitere Filialen zu schließen und das Online-Geschäft auszubauen. In den Medien wird zwar gemutmaßt, dass wir in der Vergangenheit zu viel Overhead aufgebaut hätten und uns nun »gesund-schrumpfen wollen« (er zitierte das mit einiger Verachtung), aber das hat mit der Realität überhaupt nichts zu tun. In Wirklichkeit kommen halt immer weniger Kunden in die Filialen. Klar, warum auch? Alles digitalisiert, alles convenient, wozu den Extraweg machen. Ich mein, wann warst du das letzte Mal bei deiner Bank?«

Mit dem neuen Smartbanking gelte es, einen vollwertigen Beratungskanal zu etablieren, eine Alternative zum persönlichen Gespräch in der Filiale vor Ort. Wem das gelinge, dem winke ein stolzes Budget, über das, so habe man ihm zugesichert,

hauptsächlich er entscheide. »Bei der Präsentation werden allerdings auch Vertreter anderer Abteilungen anwesend sein. Das nur als Vorwarnung, interne Richtlinien, Compliance, du kennst das, die Kollegen haben nicht zuletzt bei der Formulierung des Briefings ein Wörtchen mitgesprochen.« – »Klar«, nutzte ich die Gelegenheit, »ist für uns nichts Neues, wir arbeiten ja auch für andere börsennotierte Unternehmen.«

»Aber sag mal, Tom«, fragte ich abschließend, nachdem ich seine Kernaussagen noch einmal reformuliert hatte, damit er sich verstanden fühlte, »mal ganz frei raus: Ihr habt uns jetzt nicht nur eingeladen, um die Bewerberliste aufzufüllen, damit man euch keinen unlauteren Wettbewerb vorwerfen kann?«

Tom zögerte keine Sekunde. »Ach was, Jacob, das mögen unsere Mitbewerber so machen, aber bei uns gibt's das nicht. Alle treten mit den gleichen Chancen an. Das habe ich mit dem Vorstand gleich nach der Anstellung besprochen, da lass ich mir auf gar keinen Fall reinreden. Macht sonst überhaupt keinen Sinn für uns. Ohne die passende Agency können wir doch nichts auf die Beine stellen, Co-Creation, Design Thinking, da erwarte ich mir Ping Pong.«

»Tom ist keiner, der seine Arbeit nach Vorschrift erledigt, der strebt nach Selbstverwirklichung.« Ich

stand vor meinem Team an einem Flipchart und stellte die Motivationsanalyse vor, aus der wir die Ideen für unser Vorgehen ableiten würden.

»Das Briefing, bei dessen Formulierung ihn – davon ist auszugehen – ein internes Gremium eingebremst hat, müssen wir eher in Richtung Innovation und weniger in Richtung Tradition interpretieren. Es braucht keinen alten Wein in neuen Schläuchen, es braucht etwas gänzlich Neues, eine Identifikationsfläche, einen Avatar, in dem sich er und die neue Generation der Smartbanker wiederfinden.«

Die Kollegen konnten es kaum erwarten, sich an die Arbeit zu machen. Dass ich trotz hoher Auslastung den Pitch angenommen hatte, störte offensichtlich niemanden. Nur Ajda, unsere agenturweit jüngste und vermutlich talentierteste Designerin, hielt sich in dem Kick-off, das bis in die Nacht andauerte, auffällig zurück.

»Für einen Kommerzbunker zu arbeiten, gehört jetzt nicht gerade zu meinen Traumvorstellungen«, ließ sie mich wissen, kurz bevor wir das Büro verließen, »Kapitalismus ist halt nicht so mein Ding.« Ich antwortete ihr gemäß unseren agenturinternen Regeln, indem ich mich für ihr aufrichtiges Feedback bedankte. Dennoch, so sehr mich Ajda manchmal auch an meine ersten Schritte in der Branche erinnerte, es verlangte mir große Anstrengung ab, ruhig zu bleiben. Ist ja kein Wunschkonzert bei uns, dachte ich, genug Baustellen, um die ich mich kümmern muss.

Am nächsten Morgen rief ich sie vom Flughafen aus an.

»Danke noch mal für dein Feedback gestern. Ich hatte jetzt Zeit, eine Nacht darüber zu schlafen. Wenn es dir lieber ist, kann ich dich vom Pitch abziehen. Es gibt in den anderen Projekten ohnehin genug zu tun – und genug freie Designer, die wir für den Kreativprozess dazukaufen können, gibt's natürlich auch.« Das stimmte zwar nur zum Teil, zumal ich deutlich dazu angehalten worden war, die Kosten für externe Mitarbeiter auf ein Minimum zu begrenzen. Doch es reichte, um Ajda vom Mitmachen zu überzeugen.

Als ich auflegte, hatte der Check-in für meinen Kurzstreckenflug längst begonnen. Ich betreute mit meinem Team insgesamt acht Kunden. Neben der Supermarktkette, dieses Projekt nahm gerade den Großteil unserer Ressourcen in Anspruch, gehörten unter anderem ein Möbelhaus, ein Sporthändler und eine Versicherung dazu. Bei Letzterer war ich an diesem Tag eingeladen, den Quartalsreport vorzustellen, grafisch aufbereitete Zahlen zu Views, Engagements und Leads der Webseite. Ein Routinetermin, dem auf Kundenseite allerdings der Marketingleiter beiwohnte, weshalb man auch meine Anwesenheit erwartete. Die ganze Sache war nach 45 Minuten durch, wir gingen gemeinsam Sushi essen, und dann machte ich mich auf den Weg zurück zum Flughafen.

Dazwischen rief mich mein Projektmanager an. »Der Wagner will jetzt doch wieder Grün statt Blau

für die Klickbuttons, aber nicht unser Grün, sondern ›ein bisschen was Peppigeres‹. Das wär dann die vierte Feedbackschleife, wir haben nur eine ein-kalkuliert. Hab ich dem auch so gesagt, da ist er voll durch die Decke. ›Interessiert mich einen Scheiß‹, schreit er mich an, er sei der Auftraggeber und wenn er wolle, blase er die ganze Sache wieder ab. Danach einfach aufgelegt, wegen zwei verdammten Klickbuttons.«

Ich versprach, mich darum zu kümmern, legte auf und rief gleich Herrn Wagner an, der erst einlenkte, als ich ihm nicht nur eine weitere unbezahlte Feedbackschleife zugestand, sondern auch noch anbot, ihm den nächsten Entwurf persönlich vorzustellen.

Als mich das Taxi gegen 18 Uhr schließlich wieder am Büro absetzte, hatte ich immer noch nicht alle Mails beantwortet, und das Excel-File mit den umsatzrelevanten Leistungsdaten unseres Teams, das ich jeden Monat für die Buchhaltung zusammenstellen musste, bereitete mir Kopfschmerzen. Dafür klebten bereits die ersten Ansätze zum Smartbanking-Pitch an der Ideenwand.

Das Brainstorming zog sich erneut bis nach Mitternacht, letztlich bestand aber Einigkeit, dass es keiner der Ansätze wirklich verdiente, weiterverfolgt zu werden. »Egal«, versuchte ich die Kollegen (und vor allem mich) zu beruhigen, »morgen geht's weiter – dann mit einem frischen Blick.«

In den folgenden Tagen verließ ich unser Großraumbüro erst, wenn alle anderen gegangen waren.

Als ich nach Hause kam, schlief Stella schon tief und fest. Ich putzte mir nur noch die Zähne, kroch ins Bett und drehte mich auf die Seite. Einschlafen konnte ich trotzdem nicht, zu schwer lag mir der Pitch im Magen.

Würde es uns gelingen, Tom und seine Abteilung zu überzeugen, verfügten wir über ein hohes sechsstelliges Budget, und wenn nicht, blieb für die wochenlange Arbeit nur ein Abschlagshonorar von dreitausend Euro. Mögliche Fehler plagten mich, Fettnäpfchen, in die ich treten könnte.

Meine größte Sorge bestand nicht etwa darin, den Pitch zu verlieren, denn das passierte häufiger, die Quote unserer Agentur lag bei etwa 30 Prozent. Meine größte Sorge bestand darin, den Pitch *wegen mir* zu verlieren.

Um dennoch irgendwie runterzukommen, malte ich mir aus, wie mein Telefon klingelte, wie sich Tom meldete und wie er mir zum gewonnenen Pitch gratulierte. Wie ich in das Büro unseres CEOs spazierte, um ihm die Erfolgsmeldung zu überbringen. Wie er mich innig umarmte. Und wie ich dem Team zur hervorragenden Arbeit gratulierte, während ich meinen eigenen Anteil bescheiden kleinredete. Von diesen Gedanken beruhigt, schlief ich endlich ein.

Nur träumen konnte ich plötzlich nicht mehr, in keiner dieser Nächte.

Eine Woche vor der Pitch-Präsentation wurde ich zu meiner großen Überraschung krank. Es ging mir dreckig, aber selbst als das Fieberthermometer 39 Grad anzeigte, wollte ich es nicht wahrhaben. Dazu muss ich erwähnen, dass ich in meinen vier Agenturjahren gerade mal auf drei Fehltage gekommen war und das auch nur, weil ich in allen drei Fällen am Vorabend einen Gin Tonic zu viel getrunken hatte. Nach meiner Überzeugung konnte ich gar nicht krank werden.

Dementsprechend verzichtete ich lange darauf, zum Arzt zu gehen, bis Stella mich schließlich überredete. Ich saß auf einer weißen Liege in einer Praxis mit beige-gelben Wänden, machte »aaaah«, der Herr mit weißem Kittel, silbernem Haar und erschreckend perfekter Zahnreihe machte »oh«, dann stellte er mich von der Arbeit frei, verschrieb mir Antibiotika, trug mir mit mahndem Blick auf, in einer Woche wieder bei ihm zum Check zu erscheinen, und legte mir dringend ans Herz, mich bis dahin gut auszukurieren – was ich nur mit einem müden Lächeln quittierte.

Ich nahm zwar die Tabletten, schleppte mich aber natürlich weiterhin in die Agentur, ohne auch

nur im Geringsten auf meine Gesundheit Rücksicht zu nehmen. Es gab schließlich einen Pitch zu gewinnen.

Das Herzstück unseres Konzepts bestand aus einem animierten Charakter, einer androgynen Robotergestalt, die wir »Kay« taufte und die gleichzeitig Namensgeber des neuen Bankings werden sollte. Kay, im Grunde ein datenbasierter, intelligenter persönlicher Assistent, sollte zukünftig als digitales Pendant des Bankberaters fungieren. Nutzer konnten E-Mails schreiben, anrufen oder die Sprachsteuerung ihres mobilen Endgerätes nutzen, um das neue Smartbanking zu bedienen.

Die Idee war im Gespräch zwischen Ajda und mir entstanden. Vor der Kaffeemaschine in der Agenturküche hatte sie fast beiläufig die Frage aufgeworfen, warum wir statt einer gewöhnlichen App oder Webseite nicht wirklich einen Avatar entwickelten. Ihre erste Handskizze von Kay rief bei den Kollegen Begeisterungstürme hervor.

Um mich abzusichern, holte ich Kreativchefs und Führungskräfte der anderen Teams hinzu, stellte ihnen den Ansatz vor und sah mich auch durch ihre Rückmeldungen in der Idee bestätigt. Gleichzeitig bremste ich die Euphorie im Team und mahnte, bei aller Fokussierung auf Millennials nicht die älteren Zielgruppen aus dem Auge

zu verlieren. So nahm unsere Präsentation immer mehr Gestalt an, bis ich sie drei Tage vor dem Pitch endlich für ausgereift genug hielt, um sie unserem CEO zu präsentieren – oder genauer: per E-Mail zu schicken, denn er war mal wieder unterwegs.

»Ich kann euch nur gratulieren«, ließ er uns in der Videokonferenz wissen, »good Job. Im deutschsprachigen Raum habe ich so etwas noch nie gesehen. Ein paar Kleinigkeiten noch, Anpassungen in der Outline, das schicke ich dir durch, Jacob, aber ansonsten ist mir nicht viel aufgefallen. Nur eine Idee: Habt ihr darüber nachgedacht, zusätzlich zur Power Point direkt einen Prototypen von Kay zu programmieren?« Natürlich hatten wir bereits darüber nachgedacht, den Gedanken allerdings wegen des Zeitdrucks wieder verworfen. Nun blieb uns nichts anderes übrig, als die Anregung mit den Kollegen aus der technischen Entwicklung doch noch bis zur Deadline umzusetzen.

Ich gab Feedback und delegierte Aufgaben, managte das laufende Projektgeschäft, löschte Feuer, schraubte weiter an den Leistungsdaten, kontrollierte die Zeiterfassung, schickte Reportings an den CEO, um ihn im Loop zu halten, und versuchte nebenbei unsere Sales-Aktivitäten über LinkedIn nicht ganz zu vernachlässigen.

Pro Tag trank ich vier bis fünf doppelte Espresso, hustete mir auf der Toilette die Lunge aus dem Leib, und wenn mal gar nichts mehr ging, nahm ich zusätzlich zu den Antibiotika noch Schmerzmittel,

oder tat so, als hätte ich einen Termin, und fuhr ins Homeoffice. Keine Ahnung, wie ich das alles damals durchhielt – wobei: ganz hielt ich es ja ohnehin nicht durch.

Als mein Wecker am Morgen des Pitches um halb fünf klingelte, lag ich bereits wach. Die Angst zu verschlafen und meinen Flieger zu verpassen, hatte mich die ganze Nacht lang nicht losgelassen. Ich meinte, meine Müdigkeit förmlich schmecken zu können und mich quälte, wie schon in den Tagen zuvor, ein Pochen, als haute ein kleiner Hammer von innen an meine Schläfen – aber ich funktionierte. Und wenn sich etwas vor dem Pitch doch nicht mehr erledigen ließ, fing es mein Kalender oder eben meine To-do-Liste auf.

Nachdem ich den Wecker abgestellt hatte, wischte ich durch meine Social-Media-Profile. Auf dem Instagram-Foto, das ich am Vorabend veröffentlicht hatte, sah man einen Pizzakarton auf meinem Schreibtisch und im Hintergrund unser leeres Großraumbüro samt Designer-Möbeln, der Fotofilter erhöhte den Kontrast und tauchte den Raum in ein orange-gelbes Licht. »Last man standing« stand darunter, versehen mit Ortsangabe und den Hashtags #workplace #officedesign #agencylife #creativeagency.

Dass die letzten Tage alle gleich abgelaufen waren, musste ja keiner wissen. Dass ich nichts runter-

bekommen und den Karton samt Pizza nach einem Stück weggeschmissen hatte auch nicht.

Meinen Followern war dieser Blick hinter die Kulissen ohnehin schon authentisch genug. »Tier«, kommentierte einer meiner Arbeitskollegen, »schlafen wird eh überbewertet« ein anderer. Mit Muskelarm- und Zwinker-Emojis bestätigte ich sie, um meine Interaktionsrate hochzuhalten. Auf die Selfies, mit denen ich meine Kanäle normalerweise weitaus erfolgreicher fütterte, musste ich ja schon verzichten.

Den Undercut, der meine kurzen braunen Locken akzentuierte, und meinen einigermaßen dichten Bart, unter dem ich meine studentischen Züge zu verstecken versuchte, hatte ich zwar in einer Mittagspause schnell in Form bringen lassen. Aber von den entzündeten Lidrändern konnten selbst meine grünen Augen nicht ablenken. Und die roten Äderchen, die das Weiße wie kleine Blitze durchzogen, machten es auch nicht besser.

»Lieber Tom, sehr geehrte Damen und Herren«, legte ich mir vor dem Badezimmerspiegel die Sätze zurecht, mit denen ich uns später professionell und doch mit einem gewissen Charme verkaufen wollte, »vielen Dank für die Einladung zu Ihrer Ausschreibung, wir freuen uns sehr. Mein Name ist Jacob Speerforck, ich leite bei *Nitrogold* das Team Digital Transformation, und wir stellen ihnen heute Kay vor, die erste Künstliche Intelligenz, die Ihnen beim Erledigen Ihrer Bankgeschäfte hilft.«

Tief aus dem Bauch heraus musste das kommen, denn ich wollte ja ernst genommen werden, nicht nur von Tom, sondern vor allem von den Silberfüchsen im Gremium, den Steuermännern des Konzerndampfers. Deswegen hatte ich mir auch vorgenommen, gleich zu Beginn von einer Künstlichen Intelligenz zu sprechen, obwohl es sich bei Kay eigentlich um eine Software handelte, die ausschließlich nach den von uns programmierten Regeln handelte. Eine Künstliche Intelligenz wolle heute ja jeder haben, sagte ich mir, das klang nach Innovation, nach Zukunft, nach Utopie.

Auf jeden Fall aber, so meine Hoffnung, klang es besser als Software oder Chatbot, und vor allem weniger sperrig als »datenbasierter, intelligenter persönlicher Assistent«.

»Meins.« Stella umklammerte das Kissen. Ein Spiel, das wir schon Jahre spielten. Sie lag halb auf dem Bauch, eine Gesichtshälfte in der Matratze vergraben, die andere versteckt unter verstrubbelten Haaren. Ein Auge sah hervor – und mich herausfordernd an.

Ich legte mein Sakko, das ich nur schnell aus dem Schrank hatte holen wollen, auf unserer Kommode ab und trat näher. »Gibs her.« Einen Zipfel bekam ich zu fassen, zog daran, doch da mir für eine ordentliche Rauferei die Energie fehlte, gab ich schnell auf und überließ ihr den Sieg.

»Alles okay?« Sie gähnte eher, als zu fragen. Das führte dazu, dass ich ebenfalls gähnen und mir die Augen reiben musste, bis ich mich daran erinnerte, dass ich das auf gar keinen Fall tun durfte.

»Muss.« Ich setzte mich zu ihr auf die Bettkante. Mein Blick fiel auf den Bücherstapel auf dem Nachttisch – jede Woche ein Buch, so wie früher, so mein Neujahrsvorsatz, mal wieder gescheitert am Zeitmanagement. Der Japan-Reiseführer, zuvor ganz oben auf dem Stapel, war auf den Boden gefallen. Dort lag er nun wie ein Vorwurf.

»Du machst das schon.« Sie streichelte mir über den Rand meines linken Ohrs. In ihren Wimpern verfangen sich Haare, sie bewegten sich mit, wenn sie blinzelte. Ihre Nachtcreme roch leicht nach Zitrone.

Ich lächelte, dankbar für die Spur Harmonie am Morgen. Seit meiner Entscheidung, unseren Urlaub zugunsten des Pitches zu verschieben, ging Stella auf Distanz zu mir. Meine Entscheidung enttäuschte sie umso mehr, weil die Schule sie an feste Urlaubszeiten band. Anstatt weiter auf mich zu warten und sich im schlimmsten Fall ein weiteres Mal verträsten zu lassen, hatte sie für den Sommer kurzerhand einen vierwöchigen Thailandurlaub gebucht. »Wenn du nicht mitkommst, flieg ich halt alleine.«

Vor allem, dass ich trotz Antibiotika weiter zur Arbeit ging, ärgerte sie. »Weiß doch jeder, dass das aufs Herz geht. Kannst ja mal bei meinem Vater in der Praxis anrufen«, schimpfte sie, »der kann dir

ein Lied davon singen.« »Das bezweifle ich auch gar nicht«, antwortete ich, »aber was soll ich denn bitteschön machen, ohne mich geht in der Agentur doch alles den Bach runter.«

So kam es, dass Stella ihre Ferien zu Hause verbrachte. Sie korrigierte Arbeiten, bereitete sich auf ihre Klassen vor, ging Squash spielen oder laufen. Und setzte den lang gehegten Plan um, die Möbel im Wohnzimmer umzustellen und ein neues Wandregal anzubringen.

An unserem Kühlschrank hatten sich in der Zwischenzeit so viele bunte Hochzeitseinladungen und niedlich gestaltete Babykarten angesammelt, dass unsere Magnete kaum ausreichten. Wir gingen eben mit großen Schritten auf die Dreißig zu, wie Stellas Mutter nicht müde wurde zu betonen.

Ich gab ihr einen Kuss auf die Stirn. »Wenn das heute geschafft ist, nehme ich mir Zeit, versprochen. Nur der Pitch noch, den Freitag hinter mich bringen und dann ist eh schon Wochenende. Vielleicht können wir ja ein paar freie Tage dranhängen und irgendwo hinfahren. Raus aus der Stadt, in die Therme oder so. Werde am Abend mal schauen, wie die Auslastung im Team aussieht, dürfte eigentlich kein Problem sein.«

Als ich an diesem Morgen die Wohnungstür hinter mir zuzog und in den Aufzug stieg, fühlte ich mich trotz Husten, bleierner Müdigkeit und entzündeter

Lidränder bereit, Großes zu leisten. Den Einstieg in die Präsentation beherrschte ich aus dem Effeff, die Beine meiner blauen Anzughose warfen perfekte Falten, die Auflage meiner Sneaker war streng limitiert und der Aluminiumkoffer – in dem außer meinem Laptop gähnende Leere herrschte, weil ich plante, schon am Nachmittag wieder zurückzufliegen – verlieh meinem Auftreten, zumindest in meinen Augen, den Anstrich eines Weltmanns.

Hätte der Fahrer wie üblich vor der Haustür auf mich gewartet, wäre ich in das Flughafentaxi gestiegen, ohne mich auch nur eine Sekunde mit mir selbst zu beschäftigen. Stattdessen lag die Straße düster und wie ausgestorben da, und es regnete dicke Tropfen, wie sie eigentlich nur im Sommer vorkommen. Es prasselte auf den Beton, auf die Dächer der geparkten Autos und auf eine Cola-Dose, die unter einem Mülleimer lag. Tropfen, die in Pfützen fielen und wieder emporsprangen, Punkte, die in auseinanderlaufenden Kreisen verschwanden.

Das Pochen an meinen Schläfen ließ nach. Tief atmete ich ein und wieder aus. In den Geruch von Stadt und Regen mischte sich ein Hauch feuchter Tannen, das erinnerte mich an irgendwas. Ich forschte in meinem Gedächtnis, um ein Bild heraufzubeschwören, was dazu passte. Dabei veränderte sich die Straße vor meinen Augen von einem Moment auf den anderen. Zwar stand ich immer noch vor unserem Hauseingang, wartete auf mein

Taxi und doch hatte sich eine Kleinigkeit verschoben. Es handelte sich immer noch um die gleichen Häuser, die gleichen parkenden Autos und den gleichen Regen, aber eben nicht ganz, nicht mehr zu einhundert Prozent.

Vor meinen Füßen fanden zwei Regenbäche zueinander, schlängelten sich den leicht neigenden Bürgersteig entlang und flossen in einen Gully zwei Häuser weiter. Von dort leuchtete ein goldgrün schimmerndes Licht herauf, als strahle die aufgehende Sonne nach oben. Der Gully war nicht verschraubt.

Ich hockte mich hin, griff in die Öffnungen und schaffte es, indem ich mich vom Asphalt nach hinten abstieß, ihn tatsächlich ein Stück weit aus seiner Betonfassung zu heben. Mit letzter Kraft schleifte ich ihn Stück für Stück über den Boden, die letzten Zentimeter nahm ich die Füße zu Hilfe, schob ihn zur Seite, dann lag der Schacht frei.

Ich drehte mich um, fand mit dem rechten Fuß Halt auf den Metallsprossen und glitt langsam hinunter. Irgendwo oben rief noch jemand nach mir, aber ich hatte bereits meinen Abstieg begonnen, mit jeder weiteren Stufe entfernte ich mich unter die Erde, wo mich eine Wärme einhüllte, als spazierte ich durch ein Weizenfeld im Sommer. Sanft würde es mich auffangen, dachte ich, auch wenn ich los- und mich hinunterfallen ließe. Viel fehlte nicht und ich hätte es getan. Dann spürte ich wieder festen Boden unter den Füßen.

Ich stand in einem langen Tunnel. Links, in einiger Entfernung, warf das Licht schräge Schatten auf den Boden, rechts endete der Weg in einer massiven, von zwei Halbkreisen verschlossenen Wand. Ein dunkelbraunes Rinnsal drang durch die Ritze und lief den Boden entlang, es roch modrig. Ich balancierte daneben, folgte dem Licht.

Bald zweigte eine weitere Röhre ab, so schmal, dass ich nur auf allen vieren hindurch hätte kriechen können. Ein Summen kam von dort, eine Melodie, die glücklich und traurig zugleich klang. Die Sicht verlor sich im Schlund. Ich ging weiter und passierte einen weiteren Schacht, der zur Oberfläche führte. Dort, wo die Regenbäche die Wand entlangliefen, wuchsen Moose, aus dem Loch einer herausgebrochenen Metallstufe sah ein Löwenzahn hervor. Alle Geräusche verstummten. Ich sah auf den Boden, sah das Rinnsal plätschern, hörte es aber nicht mehr.

»Hallo, hier!« Vor Schreck machte ich einen Schritt zurück. Die Stimme kam ganz aus der Nähe. Ich musste die Hand vor meine Augen halten, damit das Licht mich nicht blendete. Da zeichnete sich die Silhouette eines Mannes ab, der vor einem Auto stand und mir energisch mit beiden Armen zuwinkte.

Ich blieb einen Moment lang stehen, um den Fremden zu beobachten, als gehörten weder er noch ich in diese Welt. Bis ein eisiger Wind um meinen Hals zog und ich zu ahnen begann, dass es sich um den Fahrer meines Flughafentaxis handelte.



© Clemens Schmiedbauer

CLEMENS BRUNO GATZMAGA ist in Düsseldorf geboren und lebt seit 2010 in Wien. Er arbeitete als Digitalexperte, Texter und Journalist und ist Mitgründer eines Ausstellungsbüros. *Jacob träumt nicht mehr* ist sein erster Roman.

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation
in der Deutschen Nationalbibliografie;
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet
über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© 2021 by Clemens Bruno Gatzmaga
© 2021 Karl Rauch Verlag GmbH & Co. KG, Düsseldorf
Lektorat Angelika Klammer
Umschlagabbildung »Stadionbad«, 2020 © Ana Popescu
Covergestaltung und Satz von Sebastian Maiwind, Berlin
Gedruckt auf chlor- und säurefreiem Papier und
gebunden bei Finidr in Český Těšín.
Alle Rechte vorbehalten. Printed in Czech Republic.
ISBN 978-3-7920-0265-0

www.karl-rauch-verlag.de