

# Lektüre für Nichtleser

von Michael Bukowski



**W**ILLKOMMEN  
»Sie haben kaum Zeit, große Romane zu lesen. Ich habe keine Zeit, welche zu schreiben. Daher hier die Lektüre für Nichtleser – für zwischendurch, unterwegs und nebenbei.«

(Michael Bukowski)

**A**NWENDUNGSGEBIETE  
zum Lesen in Meetings, in Bahnen, Bussen, Flugzeugen, auf dem Klo, im Bett, in der Warteschlange, bei langweiligem Sex, auf der Tanzfläche, anstelle von Smalltalks ... Lesen Sie hier Auszüge aus Band 4, 5 und 8 der Lektüre für Nichtleser mit Geschichten aus der Werbeagentur Auweier Unhold & Partner.

## DIE HAUPTDARSTELLER

**Grabowski** Der Mann, der länger am Tresen sitzt, als dieser lang ist; leidet unter der manischen Zwangsvorstellung, daß er für diese Publikation hier verantwortlich wäre.

**Long Dong Copy** Werbetexter, um dessen Slogan-Länge sich Gerüchte ranken.

**Charming Heinz:** Fachwirt für schlechte Laune, Mitglied im Verband der deutschen Fachwirte für schlechte Laune e.V. und seit Band 5 Grimm-Preisträger.

**Pistolen-Pete:** der Typ mit den zwei Handys am Gürtel.

**Eisi Verspeisi:** Chefpraktikant mit erheblichem Appetit auf Speiseeis.

## DIE AGENTUR

Auweier Unhold & Partner Werbeagentur

**A**RBEITEN WIE IN DER WERBUNG Grabowski, Long Dong Copy und Pistolen-Pete witterten eine Chance und packten zu. Das Ristorante Mutti di Frare lud sieben Werbeagenturen zur Wettbewerbspräsentation um die Gestaltung der Visitenkarten des Restaurant-Inhabers Luigi Bolognese. Grabowski war zufällig beim Abendessen mit dem Chef ins Gespräch gekommen, hatte dabei vom Wettbewerb erfahren und sich mit der zu diesem Zeitpunkt noch gar nicht existierenden Agentur *Auweier, Unhold & Partner* ins Spiel gebracht. Am nächsten Tag berichtete er seinen Freunden von der Gelegenheit. Long Dong Copy und Pistolen-Pete waren auf Anhieb begeistert, die Agentur war gegründet und man stellte sich hoffnungsvoll auf eine gnadenlose Pappenschlacht mit der Konkurrenz ein. Ein Hauch von Aufbruch lag in der Luft.

Schlechte Nachrichten bei *Auweier, Unhold & Partner*. Die drei frisch gebackenen Agenturgründer haben nach mehreren Monaten und zahlreichen Nachpräsentationen erst in der letzten Runde gegen eine renommierte Hamburger Agentur verloren. Der verhoffte Großauftrag der Visitenkartengestaltung ist geplatzt. Trotzdem ist die Stimmung ungebrochen gut. Luigi Bolognese hat bei einem Bier zum Feierabend durchblicken lassen, daß es noch eine Chance gäbe für *Auweier, Unhold & Partner*. Zwar seien die Hamburger jetzt die Lead-Agentur für die Gestaltung der Visitenkarten-Vorderseiten, aber wenn Grabowski und sein Team die Website vom Ristorante, neue Speisekarten und eine Werbekampagne für eine Fitneßstudiokette des Vettors von Luigi unentgeltlich entwickeln, umsetzen und selbst bezahlen würden, könnte Luigi Bolognese vielleicht den einen oder anderen Projekt-Etat an *Auweier, Unhold & Partner* weiterleiten. Versprechen kann er natürlich nichts, aber ... Die junge Agentur wittert eine zweite Chance.

**A**UWEIA, ARBEIT! Eines Mittags betritt Grabowski die Räume der Agentur *Auweier, Unhold & Partner*.

**GRABOWSKI:** Moin Männer, was liegt an? Ihr seht ja so zerknittert aus.

**PISTOLEN-PETE:** Tach Chef. Leider liegt hier eine Menge Arbeit auf dem Tisch, die getan werden muß.

**GRABOWSKI:** Arbeit? Hm. Das ist doch ein Fall für unseren neuen Praktikanten. Wie heißt der noch, der mit dem komischen Spitznamen?

**LONG DONG COPY:** Eisi Verspeisi.

**GRABOWSKI:** Ja genau, der Typ, der mindestens zwei bis sieben Eis am Tag verdrückt.

**PISTOLEN-PETE:** Was für ein bekloppter Spitzname: »Eisi Verspeisi«!

**LONG DONG COPY:** Aber echt.

**GRABOWSKI:** Eisi, komm mal rüber hier.

**EISI VERSPEISI:** Tach Chef, was gibt's?

**GRABOWSKI:** Schau mal, hier auf dem Tisch liegt ein Haufen Arbeit. Mach die mal weg.

**EISI VERSPEISI:** Geht klar Chef.

**GRABOWSKI:** So Männer, und wir gehen jetzt ins Café, aus konzeptionellen Gründen.

**EISI VERSPEISI:** Na dann viel Erfolg.

Schon am nächsten Wochenende lernt Chef-Praktikant Eisi Verspeisi die Redewendung »Lehrjahre sind keine Herrenjahre« persönlich kennen. Es klingelt an der Wohnungstür von Grabowskis Eltern.

**EISI VERSPEISI:** Guten Tag, ich bin der Praktikant von *Auweier, Unhold & Partner*. Mein Chef hat gesagt, ich soll hier über's Wochenende Ihre Wohnung renovieren.

**GRABOWSKI:** Ach, das ist ja nett. Kommen Sie rein, junger Mann.

**EISI VERSPEISI:** Jawohl.

**GRABOWSKI:** Sagen Sie, bekommen Sie das denn überhaupt bezahlt?

**EISI VERSPEISI:** Die Farbe und die Pinsel schon.

**GRABOWSKI:** Na dann legen Sie mal gleich los!

## **O**RGANISATION À LA AUWEIER ...

**PISTOLEN-PETE:** Eisi, hast Du dem Chef unsere neue Zeiterfassung erklärt?

**EISI VERSPEISI:** Ja, aber er fragt, ob er die Zeit, die er zum Erfassen der Zeiterfassung braucht, auch in der Zeiterfassung erfassen soll.

**PISTOLEN-PETE:** Nein, das müssen wir in einer Extra-Zeiterfassung erfassen.

**EISI VERSPEISI:** Ok.

**PISTOLEN-PETE:** Aber verbring nicht zuviel Zeit damit.

**L**OGO-ALARM Wenn die Lektüre für Nichtleser irgendetwas ganz dringend braucht, dann ganz sicher kein Logo. Entsprechend gedämpft war die Stimmung im Team, als Grabowski die Weisung ausgab, gefälligst umgehend ein Logo zu entwickeln. Er meinte eben, daß ein Logo ein wichtiger Schritt auf dem Weg zur gesteigerten Bestsellertauglichkeit des Projekts wäre, und ließ sich in seinem Elan nicht bremsen.

Nicht einmal dadurch, daß Charming Heinz ihn an einen lange zurückliegenden, aber immer noch nicht verwundenen Logo-Vorfall erinnerte. Vor Jahrzehnten nämlich hatte Grabowski als Logo für irgendeine Unternehmung den Umriß einer angebissenen Birne konzipiert. Diese, wie er meinte, brillante Idee hatte er damals bei mehreren Firmen präsentiert, unter anderem bei einer jungen, amerikanischen Computer-Firma. Die waren von seinem Entwurf sehr begeistert. Leider hörte er nichts mehr von der Computer-Firma, sondern mußte zu seinem Entsetzen wenig später feststellen, daß die Firma seine Idee in adaptierter Form – nämlich als angebissenen Apfel – heimtückisch abgekupfert, ja gestohlen hatte. Bei der Erinnerung an diesen Vorfall durchzuckte Grabowski auch nach Jahrzehnten noch ein stechender Schmerz, als würde eine alte Kriegsverletzung wieder aufbrechen. Trotzdem bestand er auf einem Logo für die Lektüre für Nichtleser und Long Dong Copy, der gerade heftig protestieren wollte, da er ja schließlich Texter war und sich mit Pixeln nicht so auskannte, machte sich Gedanken darüber, wie man eigentlich ein Logo textet. Leider hatte er schon eine Idee, gegen die er sich nicht mehr rechtzeitig wehren konnte: Ohne wertvolle Zeit zu verlieren, präsentierte er sie den Kollegen (siehe Abb.) – und mit Erfolg.

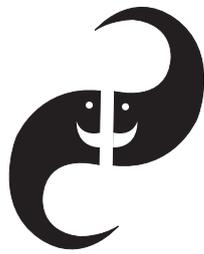


Abbildung: Auf Weisung von Grabowski konzipierter Logo-Entwurf aus der Feder von Long Dong Copy.

Da Charming Heinz die Gestaltung auf Anhieb »super, weil voll tünftig auf ne Art« fand, war Grabowski spontan begeistert und die Sache war beschlossen. Auch in der »Yin-Yang«-Assoziation sah Grabowski keinen Hinderungsgrund, denn wenn ein amerikanischer Computer-Konzern aus meiner Birne einen Apfel macht, dann kann ich mich ja wohl auch in Asien bedienen, meinte er. Voll logisch, seine Argumentation, möchte man meinen.

**ZUR WERBLICHE KOMMUNIKATION** Kürzlich saßen Grabowski und Long Dong Copy beim Follow-up-Meeting in ihrer Werberstammkneipe »Zur werbliche Kommunikation«. Das verlief mäßig kreativ.

**LONG DONG COPY:** Herr Ober, da ist ein Pixel in meiner Buchstabensuppe. Das ist ein Skandal!

**GRABOWSKI:** Hör auf zu headlinen, wir haben zu tun.

**LONG DONG COPY:** Ehrlich, guck selbst: P, I, X, hier schwimmt das E und hier ein L. Ich hasse Pixel!

**GRABOWSKI:** Du bist mir echt ein Typo.

**LONG DONG COPY:** Und die Schriftgröße erst mal, das ist ja nicht mal eine 12.

**GRABOWSKI:** Aufhören.

**LONG DONG COPY:** Herr Ober!

**KELLNER:** Kriegen Sie's hier gewuppt oder was?

**LONG DONG COPY:** Vorsehen, Freundchen, die Tonality macht immer noch die Musik.

**KELLNER:** Quatschen Sie mich gefälligst nicht in dieser ordinären Helvetica an, Sie ...

**GRABOWSKI:** Ich glaub, ich bin im falschen Meeting.

**LONG DONG COPY:** Sie ham ja wohl ne Farbabweichung im Gebälk, ich bin hier immer noch Kunde.

**KELLNER:** Ach, ein Kunde! Na da müssen wir das Süppchen wohl noch mal nachpräsentieren. Gegen ein gesalzenes Präsentationshonorar, versteht sich.

**GRABOWSKI:** Ist mir schlecht.

**GUERRILLA-MARKETING** Grabowski ist auf dem Weg zur Montagskonferenz der Agentur und trifft auf Eisi Verspeisi.

**GRABOWSKI:** Guten Morgen, Eisi, kommst Du zur Montagskonferenz?

**EISI VERSPEISI:** Guten Morgen, Chef. Fällt Dir denn gar nichts auf?

**GRABOWSKI:** Hm. Neue Frisur?

**EISI VERSPEISI:** Nein, nicht ganz. Ich sitze mit Handschellen in einem Polizeiwagen.

**GRABOWSKI:** Ah, aus konzeptionellen Gründen? Schön. Aber ich fänd's gut, wenn Du zur Montagskonferenz kommst. Wir wollten doch unsere Guerilla-Aktion planen.

**EISI VERSPEISI:** Schätze, ich bin schon ein bißchen über die Planungsphase hinaus. Aber ich will versuchen, es zu schaffen.

**GRABOWSKI:** Ok, bis denne.

Wenig später in der Agentur.

**GRABOWSKI:** Moin, Männer, habe gerade auf der Straße um die Ecke unseren Praktikanten getroffen.

Er weiß noch nicht, ob er es zu unserer Montagskonferenz schafft.

**LONG DONG COPY:** Ähm, ist Dir nichts aufgefallen an ihm?

**GRABOWSKI:** Nicht die Frisur, oder?

**LONG DONG COPY:** Nein, die Polizei hat ihn festgenommen.

**GRABOWSKI:** Stimmt, er hat so etwas angedeutet. Also, dann fangen wir mal mit unserer Montagskonferenz an.

**LONG DONG COPY:** Willst Du nicht wissen, warum Eisi von der Polizei festgenommen wurde?

**GRABOWSKI:** Ach ja. Warum denn?

**PISTOLEN-PETE:** Wegen unserer Anführungszeichen-Guerilla-Aktion, die wir neulich abends beim Bier ausbaldowert hatten.

**GRABOWSKI:** Was!? Habt Ihr das etwas durchgezogen? Das war doch ein Witz, den wir als PR-Story inszenieren wollten.

**LONG DONG COPY:** Echt? Wir fanden das so lustig, daß wir dachten, das wäre unser Ernst.

**GRABOWSKI:** Und, wie ist's gelaufen?

**PISTOLEN-PETE:** Anfangs ganz gut. Wir sind heute Morgen um fünf Uhr früh losgezogen, nachdem wir uns vorher mit An- und Abführungszeichen in verschiedenen Farben, Schriftgrößen und Schriftarten auf Klebefolie ausgerüstet hatten.

**LONG DONG COPY:** Ja, dann haben wir einfach losgelegt. Als erstes bei einer Filiale der Dresdner Bank, bei der wir die Anführungszeichen in das »Berater« des Slogans »die Beraterbank« gesetzt haben.

**PISTOLEN-PETE:** Dann haben wir noch bei einer T-Com-Filiale alles »Services« in Anführungszeichen gesetzt.

**LONG DONG COPY:** Und dann waren wir irgendwie so in Fahrt, daß wir auf einem Polizeiwagen das »Dein Freund und Helfer« markiert haben. Dumm war nur, daß in dem geparkten Wagen Polizisten saßen, worauf wir gar nicht geachtet hatten.

**GRABOWSKI:** Wirklich dumm von Euch, die Polizei war doch gar nicht als Zielgruppe unserer Aktion vorgesehen.

**PISTOLEN-PETE:** Ja, stimmt schon, hatten wir vergessen.

**LONG DONG COPY:** Na ja, und dann stürmten die Polizisten heraus und schnappten sich Eisi. Wir beiden konnten türmen.

**GRABOWSKI:** Dann hoffen wir mal, daß Eisi dicht hält.

Eine halbe Stunde später: Es klingelt an der Tür bei Auweiler, Unhold & Partner. Zwei Polizisten liefern den Chefpraktikanten Eisi Verspeisi ab und stellen auch die übrigen Agenturmitglieder zur Rede. Die Polizisten lassen

es diesmal noch auf einer Ermahnung beruhen. Nicht aber, ohne beim Verlassen der Agentur draußen an der Hausfassade das Schild der Agentur mit den konfiszierten Aktionsmaterialien etwas zu verändern. Statt Werbeagentur steht dort »Werbeagentur«. Und das tut es heute noch, weil keinem der Mitarbeiter bis jetzt die Anführungszeichen aufgefallen sind.

### **Über die Lektüre für Nichtleser**

Seit 2005 erscheint halbjährlich ein gedruckter Band der Lektüre für Nichtleser mit 128 Seiten im praktischen DIN A6-Format. Die Hefte sind seitdem keinesfalls im Buchhandel, sondern nur im Internet und bei wenigen ausgewählten Locations in Berlin erhältlich: zum Beispiel beim Bio-Fleischer, in der Gaststätte St. Oberholz und anderen Cafés oder auch mal in Schuhläden. Trotz massiver und flächendeckender Unterlassung jeglicher Marketing- oder Presse-Aktionen finden die Bücher ein stetig wachsendes Publikum. Seit dem Jahr 2009 erscheint die Lektüre für Nichtleser in der St. Oberholz Verlagsanstalt ([sanktoberholz.de](http://sanktoberholz.de)) und ab sofort ist Nichtleser 1 für iPhone / iPod Touch im App Store erhältlich (zunächst mit den Kaufversionen, ein kostenloser Pilot folgt noch).

### **Der Autor**

Michael Bukowski kommt aus und lebt in Berlin. Seine Reputation, sein Musikgeschmack und sein Schnauzbar sind in jeder Hinsicht als vorbildlich zu bezeichnen. Davon abgesehen arbeitet er als freier Texter in den Bereichen Werbung, Wirtschaft und Politik; fällt ansonsten aber nicht weiter störend auf.



### **In Buchform bisher erschienen**

- Band 1: »Brain up, Deutschland!«, Oktober 2005
- Band 2: »Frau Glaube versetzt Herrn Berge«, Januar 2006
- Band 3: Ohne Titel, Juni 2006
- Band 4: »Andere haben's auch nicht leicht«, Dezember 2006
- Band 5: »Rolle vorwärts Sport«, Juni 2007
- Band 6: »Irgendwie schon auf ne Art«, Dezember 2007
- Band 7: »Allein unter Umständen«, Juli 2008
- Band 8: »So wird's ein Bestseller«, folgt im Juni 2009

### **Erhältlich bei**

Die Lektüre für Nichtleser ist bundesweit nicht erhältlich außer im Internet bei [lektuere-fuer-nichtleser.de](http://lektuere-fuer-nichtleser.de) und im gut sortierten Berliner Fachhandel bei:

**ausberlin**, am Alexanderplatz, 10178 Berlin-Mitte  
Karl-Liebknecht-Straße 17

**Gaststätte Sankt Oberholz**, 10119 Berlin-Mitte  
Rosenthaler Platz, [sanktoberholz.de](http://sanktoberholz.de)

**Luxus International**, Berlin-Prenzlauerberg  
Kastanienallee 101

**Oxford & Co**, 10823 Berlin-Schöneberg  
Akazienstraße 18

**Supalife Kiosk**, 10437 Berlin-Prenzlauerberg  
Raumerstraße 40, [supalife.de](http://supalife.de)

TEXT: MICHAEL BUKOWSKI

GESTALTUNG: ALEXANDER FACKLER, [WWW.ALEXANDERFACKLER.DE](http://WWW.ALEXANDERFACKLER.DE)