



8. Zeitsprung

Da es dem Erzähler leider entgangen ist, wie lange die drei nach diesem Ereignis unterwegs waren, muss an dieser Stelle leider ein Zeitsprung erfolgen und Ereignisse innerhalb dieses Zeitlochs werden für immer verborgen bleiben.

Der Autor entschuldigt sich hierfür – betont allerdings, dass daraus keine Ansprüche auf teilweise Rückzahlung des Kaufpreises erwachsen.

Das neue Kapitel begann folgendermaßen:

Lichtung,

große Lichtung

sehr große Lichtung mit Straße

sehr große Lichtung und Straße mit Schild

sehr große Lichtung und Straße und Schild mit Elch drauf.

„Was’n Quatsch“, dachte Hotte, mitten im Wald eine solche Lichtung mit Straße und einem Schild: „Achtung Elchwechsel“.

Noch hatte der Gedanke die letzte Biegung von Hottes Hirn vor dem Austritt ins Freie nicht erreicht, kamen um die Biegung der Straße zwei Fahrzeuge gerast.

Aber so was von schnell, dass nicht nur Hotte, sondern auch Lotta staunte.

Für Wolle war jede Bewegung schnell – hatte für ihn also keine besondere Bedeutung.

Nicht, dass es in Nöland keine Autos gegeben hätte, aber so schnelle gabs nicht.

Das einzige was in ihrer Nähe herumfuhr war Ole mit seinem hoffnungslos überalterten Traktor, der nicht mehr als auf drei Zylindern lief, und da bekommt das Begriff „laufen“ im Zusammenhang mit Motor seine wahre Bedeutung.

Ehe das Staunen nachlassen konnte, rauschte die beiden Wagen wieder vorbei.

Hotte zückte die alte Landkarte, zum ersten Mal übrigens, denn bisher hatte Lotta den Weg vorgegeben. Er sah ein militärisches Sperrgebiet eingezeichnet. Das war nicht schwer zu erkennen, den es stand mit rot und dick auf der Karte.

Da aber nix mehr abgesperrt war und Hotte durchaus wusste, dass die Karte alt war, kam ihm der Gedanke, es könne sich nun um eine besondere Straße für schnelle Autos handeln. Denn der Krieg war lange vorbei.

Es war eine Teststrecke und zwar eines nicht näher genannten deutschen Automobil-Konzerns. Und auf der fuhren grad (und natürlich auch kurvig) ein schwedischer Testfahrer und ein aufstrebender deutscher „Global-Strategic-Marketing-Vize-Manager“ namens Wacker.

Aus der Sicht der Fahrer stellte sich die Situation wie folgt dar:

Mitten im nirgendwo, an einem bewusst aufgestellten Warnschild (für oder gegen Elche), standen ein Mann, ein Hund und ein Zebra.

„Zebra“ deshalb, weil bei hohen Geschwindigkeiten, laut einem gewissen Herrn Einstein, sich die Wahrnehmung im Raum irgendwie verändert oder gar verzerrt, sodass aus einem besonderen „Zebraferd“ für den vorbei rasenden Betrachter (sofern man bei dem Geräse überhaupt von Betrachten reden konnte) schon ein gewöhnliches Zebra werden konnte. Aber das Ganze war ja schon ungewöhnlich genug – und warf Fragen auf!!!!

Zum Beispiel solche, wie:

Bleiben die da stehen?

Laufen die etwa über die Straße, wenn wir gerade heran gerauscht kommen?

Oder wollen die diese Straße in Unkenntnis der wahren Bestimmung des Asphalt, etwa als weitere Wanderroute benutzen?

So sah es jedenfalls irgendwie aus.

Als die drei nach der nächsten Runde immer noch standen, bewegten diese Fragen nur noch den Testfahrer. Den „Global-Strategic-Marketing-Vize-Manager“ namens Wacker bewegte etwas anderes – eine ganz besondere Idee. Eine von, wie er meinte, vielen seiner grandiosen Ideen der letzten Zeit, die nur sein Chef nicht ganz teilte...

Aber diesmal war die Idee groß – sehr groß!

Durch das Funkmikrofon im Helm befahl er dem Kollegen langsam zu fahren und bei den Dreien anzuhalten, er hätte da eine Idee – und die sah wie folgt aus:

Die einen hatten ihren ELCHTEST – und wir haben unseren ZEBRATEST.

Das wird der Knaller – das Viech muss zu Werbezwecken nach Deutschland ins „Global-Strategic-Marketing-Head -Quartier“.

Der „Global-Strategic-Marketing-Vize-Manager“ namens Wacker hielt an, stieg aus, kam breitbeinig auf Hotte, Lotta und Wolle zu und begrüßte alle drei herzlich, als kenne man sich schon ewig und sei froh sich endlich wiederzusehen und dann noch hier oben in dieser Einöde!

Das Dumme war nur Hotte und Lotta und Wolle verstanden kein Englisch und schon gar kein „global-strategic-marketing Englisch“.

Aber Hotte verstand was von Tieren – und somit auch was von Menschen und der Typ war ihm definitiv unsympathisch...

Erst als Björn, der Testfahrer, der keinesfalls nebenberuflich in einem blaugelben Möbelkatalog arbeitete, ihm die ganze Geschichte grob umrissen ins Schwedische übersetzt hatte und Hotte fragte, wie weit im Süden von Deutschland das Marketinghäuschen denn stünde – und Björn ihm versicherte, dass das schon ganz schön weit im Süden lag – war die Sache geritzt.

Wacker war zwar dadurch nicht wirklich sympathischer geworden – aber überaus nützlich, wie sich herausstellen sollte.

Denn eigentlich war es das erklärte Ziel Hottes in die Pyrenäen zu kommen. Davon hatte er gehört und das es dort noch echte Wildpferde geben soll, Potoks, also gerade die richtigen für ein Zebrapferd wie Lotta. Und warm sollte es dort sein, jedenfalls wärmer als in Schweden. Das war auch nicht schlecht.

Die Sache kam also ins Rollen, um im Autojargon zu bleiben – geriet zwar kurzzeitig ins Stocken, als Hotte damit herausrückte, dass er keinerlei Papiere bei sich hatte – aber das ist für ein global weltweit agierendes deutsches Automobilunternehmen und seinem GSMVM kein wirkliches Problem.

So was löst man mit dem üblichen „workflow“, wobei fließen in diesem Falle eher was mit Alkohol und Geld zu tun hatte...

Ein aufstrebender Vizemanager wie Wacker lässt sich von solchen Kleinigkeiten nicht aufhalten. Probleme sind dazu da gelös(ch)t zu werden. Ein Wortspiel, wie der Autor zugibt, aus der „haute cuisine“ entlehnt. (Kommt von Ablöschen von Speisen mittels Alkohol – in diesem Fall wurde auf den Begriff „Speise“ verzichtet)

Es gab überhaupt keine Probleme,
nur Lösungen – hieß ja nicht umsonst „strategic marketing“...



Wird fortgesetzt – demnächst an dieser Stelle!
Wer keine Folge verpassen möchte – einfach regelmäßig
an dieser Stelle reinschauen!
Oder uns auf facebook folgen:
www.facebook.com/comicschilder.de