

Striptease. Man konnte sich dort nicht für hundert Kronen von Robotern die Haare kämmen lassen, und es gab keine Verpackungen, keinen Ramsch, keine Klischees und keine billige Unterhaltung. In den Bergen gab es keine Schneeschmelzvorrichtung, die mitten im Winter Schnee schmolz, während eine Countrysängerin *Nun weht der Südwind* sang. Es wuchs kein hormonangereichertes Gras, und es gab keine Jugendlichen mit Weihnachtsmannbärten, die vorgaben, Bauern in Islandpullis zu sein. Der LoveStar-Vergnügungspark brauchte keinen Ramsch, weil er um echten Inhalt herum gebaut war. Auch wenn der Dichter am Ende wirklich unterging und vergessen wurde, ging er nicht in Verpackungen unter, sondern er verblasste einfach im Vergleich mit dem ganzen Inhalt. Die Faszination bestand nicht nur in der Liebe, sondern auch im Tod, denn ohne den Tod wäre die Liebe nichts als Plastik. Ohne den Tod wären Romeo und Julia und Tristan und Isolde lediglich melodramatische Plastikgeschichten.

Oberirdisch war die Landschaft genau wie seit tausend Jahren. Goldregenpfeifer trippelten umher, Füchse bellten, Raben krächzten, und der Schafhirte hütete die Schafe. Von einem Torfhof stieg Rauch auf, und ein bärtiger Bauer gab Vierzeiler zum Besten, wenn ihm danach war. Er war ein echter Bauer und wohnte mit seiner Frau, seinen Kindern und seinem Vieh auf dem Hof. Dort gab es kein Plastik, es gab noch nicht einmal Strom. Die Oberfläche des Öxnadalur war so, wie sie seit Jahrhunderten gewesen war, doch die Oberfläche war nur eine Schale, und manchmal erhaschten die Menschen einen unerwarteten Blick in jene Welt, die sich unter der Schale verbarg. Manchmal öffnete sich ein Felsen, und eine blau gekleidete Frau breitete weiße Decken zum Trocknen aus. Manchmal verschwand der Schafhirte in einem Erdhügel und verbrachte ein Schäferstündchen mit einer Reiseleiterin, manchmal stieg wie von einer brodelnden heißen Quelle Rauch aus der Wiese auf. Wahrscheinlich befand sich darunter eine Küche, und der Koch kochte gerade Hummersuppe. Das Tal war eine Schale, und wie eh und je zerbrachen sich die Leute den Kopf darüber, was sich hinter den Felsspitzen verbarg, die sich wie die Reißzähne eines bösen Wolfs vom Himmel abhoben.

Wenn der Schafhirte seinem Vater nicht gehorcht hätte und das Geröllfeld oberhalb des Hofes hinaufgeklettert, über Löwenzahnhänge und durch blühende Senken gegangen wäre, mit steilen Felshängen, Erdrutschen und Steinschlag gekämpft und sich flach auf den Bergrücken gelegt hätte, um die Welt jenseits der Felsspitzen sehen zu können, dann wäre er nie mehr derselbe gewesen.

Am Grat führte eine siebenhundert Meter hohe Wand aus funkelndem Glas steil nach unten, so als habe jemand den Berg entlang seines Rückens in zwei Hälften geschnitten. Im Tal standen Busschlangen, und Tausende von Menschen strömten wie Ameisen in die riesige Eingangshalle, deren Deckenhöhe 680 Meter betrug und in der alles aus geschliffenem Stein und Glas war. Manchmal bildeten sich unter dem Dachgewölbe Wolken, und Eissturmvögel flogen durch Lüftungsschächte hinein und zogen wie weiße Engel lautlos ihre Kreise. Die Vorkhalle fasste 100000 Menschen. Die Berghänge vom Fluss *¶verá* bis hinauf zu den Felsspitzen *Hraundrangar* bestanden aus

einer mit Heidekraut bewachsenen Schale über dem gewaltigsten Labyrinth, das der Mensch je geschaffen hatte: Saal an Saal, Gewölbe an Gewölbe und Raum an Raum, doch durch die großartige Aussicht auf das unberührte, romantische Öxnadalur fühlte man sich nie eingesperrt. Wer durch die Glaswand ins Hörgárdalur schaute, konnte schwarze Zeppeline vorbeiziehen sehen. Meistens hingen drei oder vier Zeppeline in der Größe von Dampfschiffen über dem Gletscher Myrkárjökull und ließen Container, die sorgfältig mit der Aufschrift »LoveDeath« gekennzeichnet waren (bis auf ein paar Ausnahmen mit »Maersk«-Schriftzug), in die Kühlräume unter dem Gletscher hinab. Aus dem Gletscher rollten Lkws zu den Gipfeln Myrkárfjall und Flöguselshnjúkur, wo sich die LoveDeath-Abschussrampen vom Himmel abhoben. In regelmäßigen Abständen flammten grelle Blitze von den Gipfeln auf, dann schossen Raketen ins All, hell wie Kometen. Unter ihnen türmten sich Wolken auf und spiegelten sich in der Glaswand, auf der ein gigantischer Stern mit goldenen Lettern prangte: LOVESTAR.

Niemand, außer den Bewohnern der unter Naturschutz stehenden Bauernhöfe und LoveStar selbst, durfte das unberührte überirdische Öxnadalur betreten. Bei gutem Wetter konnte man LoveStar manchmal im weißen Anzug, mit Hut und braunem hölzernem Stock durch das Tal spazieren sehen. Meistens war er in Begleitung eines schwarzen Hundes. Es war ein alter Hund, den LoveStar schon fünfmal besessen hatte. Wenn LoveStar durch das Tal ging, taten die geschützten Leute auf den Bauernhöfen so, als bemerkten sie ihn nicht, doch die Kinder, die ihn in die Felsenstadt hineingehen sahen, dachten, er sei Gott.

Zum Zeitpunkt unserer Geschichte saß LoveStar an Bord seines Flugzeugs und war auf dem Weg nach Nordisland ins Öxnadalur. In seiner Hand lag ein Samenkorn. Die planmäßige Ankunftszeit war in vier Stunden und fünfzehn Minuten. Er hatte nur noch drei Stunden und fünfzig Minuten zu leben.

EIN HANDFREIER MODERNER MANN

Indriði Haraldsson war ein handfreier moderner Mann. Handfreie moderne Menschen umgaben sich so wenig wie möglich mit Kabeln und Leitungen, die allerdings nicht mehr Kabel und Leitungen hießen. Kabel wurden Fesseln genannt. Die alten Geräte nannte man Halden, Lasten oder Bürden. Die Leute betrachteten die Halden und Bürden und priesen sich glücklich. »Früher«, sagten manche, »waren wir Kabelsklaven, die an ihre Schreibtischstühle gefesselt waren, fernab von Vogelgezwitscher und Sonnenschein.« Doch das war längst Vergangenheit. Wenn Männer in Anzügen auf der Straße Selbstgespräche führten und Indexzahlen herunterleierten, hielt niemand sie für verrückt, denn wahrscheinlich führten sie gerade ein Verkaufsgespräch mit einem abwesenden Kunden. Ein Mann, der hochkonzentriert am Flussufer saß und Gymnastikübungen machte, konnte ein Ingenieur sein, der gerade eine Brücke konstruierte. Wenn eine Frau beim Sonnenbaden aus heiterem Himmel verkündete, sie wolle eine Fangquote für zwei Tonnen Seelachs kaufen, musste sich niemand automatisch angesprochen fühlen, und wenn ein Jugendlicher im Bus merkwürdig summte und den Kopf hin und her wiegte, litt er nicht zwangsläufig an schwerem Autismus – wahrscheinlich hörte er unsichtbares Radio. Wer heftig atmete und an einem unpassenden Ort oder zu einer unpassenden Zeit eine Erektion bekam, war vermutlich über seinen Sehnerv mit einem Hardcoreprogramm verbunden oder lauschte der Telefonsexline. Es gab kein Limit für die Perversitäten, die einigen Leuten durch die ständig verbundenen Köpfe gingen, aber man konnte ihnen natürlich nicht verbieten, ihre eigenen Köpfe mit Dreck, Gewalt und Obszönitäten vollzustopfen. Dann hätte man ebenso gut das Denken verbieten können.

Wenn jemand neben einem stand und fragte: »Wie viel Uhr ist es?«, woraufhin man prompt antwortete: »Halb zehn«, konnte der Fragende, obwohl sonst niemand zu sehen war, entgegnet: »Danke, aber mit Ihnen habe ich nicht gesprochen.«

Daher lohnte es sich in der Regel nicht, zu antworten, wenn ein Fremder einen ansprach. Man hätte ihn stören können.

Indriði Haraldsson war ein handfreier moderner Mann, und deshalb konnte kein normaler Mensch erkennen, ob er gerade durchdrehte oder nicht. Wenn er auf der Straße mit sich selbst sprach, war vielleicht jemand am anderen Ende der Leitung. Wenn er lachte und lachte, konnte das denselben Grund haben, oder er hörte gerade eine Comedy-Sendung im Radio, oder ein lustiger Sketch lief über seine Linse. Im Grunde ließ sich unmöglich sagen, was in seinem Kopf abging, aber es musste keineswegs etwas Unnormales sein. Wenn er durch die Straße rannte und schrie: »Das Ende der Welt ist nah! Das Ende der Welt ist nah!«, gingen die meisten davon aus, dass er an einem Radioquiz teilnahm und versuchte, einen Hamburger zu gewinnen. Wenn er siebenmal nackt auf der Rolltreppe im Einkaufszentrum hinauf und hinunter fuhr,

dachten die Leute dasselbe, nämlich dass wahrscheinlich alle, die siebenmal nackt Rolltreppe fahren, einen Preis bekamen. Es war schwer zu sagen, welchen Preis er ergattern wollte, zumal er nackt war und man, ausgehend von Frisur, Alter und Statur, nur raten konnte, welcher Zielgruppe er angehörte. Indriði war schlank, hatte blasse Haut und spärliche Körperbehaarung, während sein Kopfhaar blond, wirr und ungekämmt war. Er gehörte also bestimmt nicht zur Zielgruppe des Gute-Laune-Radiosenders, der für Bodybuilding, Sportwagen, Strähnchen und Solarium warb. Er hatte weder ein Tattoo noch eine gepiercte Lippe, Augenbraue, Stirn oder Vorhaut, sodass er nicht zur Zielgruppe des Senders gehörte, der auf alles einen Dreck gab, Rock- und Punk-Coverversionen spielte und für reines Bier, selbstgebrannten Schnaps und filterlose Zigaretten warb. Indriði war nackt und ungekämmt und gehörte bestimmt nicht zu einer der gesetzteren Zielgruppen. Vielleicht war er Performance-Künstler. Künstler performten immer irgendwas. Vielleicht brachte die Rolltreppeneinlage drei Punkte beim Performance-Kurs an der Kunsthochschule. Aber er konnte natürlich auch einer seltenen, exotischen Zielgruppe angehören. Davon gab es viele, obwohl man normalerweise versuchte, die Leute in eine allgemeinere Richtung zu lenken, wo man sie leichter erreichen konnte.

Wenn Indriði plötzlich zehn Sekunden lang jemanden anschrie: »EEEEISKALTES MALZBIER! EEEEEISKALTES MALZBIER!!!!«, ohne dass seine Augen oder sein Körper mit den Worten mitgingen, war das nicht unnormale. Der Grund für dieses Verhalten war klar: Die Werbung, die ihm übermittelt wurde, war direkt mit seinem Sprachzentrum verknüpft. »EEEEISKALTES MALZBIER!!!!« Er musste also ein »Werbekräher« oder »Kräher« sein, wie sie meist genannt wurden. Vermutlich war er so pleite, dass er aus den meisten Zielgruppen herausfiel und es sich nicht lohnte, ihm Werbung zu übermitteln. Aber man konnte durch ihn Werbung an andere übermitteln, indem man Slogans mit seinem Sprachzentrum verknüpfte und seinen Mund als Lautsprecher benutzte. Wer an einem Kräher vorbeikam, musste mit einer Ankündigung rechnen:

»EEEEISKALTES MALZBIER!«

Das hatte eine größere Wirkung als traditionelle Appelle auf Werbetafeln oder im Radio. Deshalb krähte Indriði, wenn er auf dem Weg zum Parkplatz einem Mann begegnete:

»BITTE ANSCHNALLEN! FAHREN SIE VORSICHTIG!«

Der Mann war mit überhöhter Geschwindigkeit ohne Sicherheitsgurt von der Polizei angehalten worden. Als Strafe musste er sich zweitausend erbauliche Ermahnungen von Werbekrähern anhören und für diese bezahlen. Das war vielleicht das Beste an der neuen Technik. Man konnte sie anwenden, um die Gesellschaft zu verbessern.

»LIEBE DEINEN NÄCHSTEN!«, kreischte ein finster aussehender Typ jede halbe Stunde. Ein geläuterter Mörder, vermutete Indriði ganz richtig und machte einen Bogen um ihn. Gefangene konnten vorzeitig freikommen, wenn sie für Wohltätigkeitsvereine oder Religionsgemeinschaften krähten.

Nicht alle Kräher waren pleite. Viele wollten einen Rabatt oder eine Vergünstigung ergattern, und einige arbeiteten nur in den ersten drei Monaten des Jahres als Kräher, während sie das neueste Update für ihr handfreies Betriebssystem abbezahlten. Wer sein Betriebssystem nicht updatete, bekam Probleme in Business und Kommunikation. Handfreie Haushaltsgeräte und automatische Türöffner erkannten nur die aktuellen Systeme, und dasselbe galt für neue Automodelle. Wenn jemand mit einem alten Betriebssystem die Straße überquerte, bremsten sie nicht mehr automatisch ab, und es blieb einem nichts anderes übrig, als die Beine in die Hand zu nehmen.

Wenn Indriði einer Gruppe Jugendlicher begegnete, rief er vielleicht:

»GEILE SCHUHE! GANZ SCHÖN COOL VON DIR, SO GEILE SCHUHE ZU KAUFEN!«

Es war eine völlig neue Strategie, die Leute erst etwas kaufen zu lassen und sie dann dafür zu loben. Dadurch stärkte man das Verhaltensmuster und brachte die Produkte früher in Mode.

Manchmal wirkten die Ankündigungen absurd, bestanden womöglich nur aus einem Wort, einem Motto oder einem Slogan, der in keiner Verbindung zu einem Produkt stand. Dann waren sie wahrscheinlich Teil einer längerfristigen Kampagne, einer sogenannten Denksportwerbung, über die sich die Leute lange und ausgiebig den Kopf zerbrachen. Auf der Haupteinkaufsstraße Laugavegur begegnete man beispielsweise einer alten Frau, die aus heiterem Himmel sagte:

»GESCHMEIDIGKEIT!«

Ein Stück weiter traf man einen Jugendlichen, der sagte:

»DYNAMIK!«

Und selbst wenn man auf dem Absatz kehrtmachte und in die Hverfisgata einbog, hörte man aus einem Kellerfenster ein Flüstern:

»ZUVERLÄSSIGKEIT!«

Am Ende raste jemand auf einem Fahrrad durch den Klapparstígur und rief:

»FOOOOORD! FORD!«

Solche Kampagnen erreichten immer ihr Ziel, man konnte ihnen nicht entkommen. Alles wurde haargenau bis auf 0,5 Zentimeter ausgerechnet, und die Ankündigung passte perfekt zur Zielgruppe des Empfängers, der bis in seine banalsten Marotten hinein kategorisiert war. Das Krähersystem war effizient, einfach und bequem. Jeder normale Mensch konnte für wenig Geld einen Kräher bestellen, wenn er sich an etwas erinnern lassen wollte.

»Um drei Uhr haben Sie ein Meeting mit dem Minister, und denken Sie an Ihren Hochzeitstag!«

Wer vor kurzem in die Stadt gezogen war, bestellte oft einen oder zwei Kräher, um sich auf der Straße grüßen oder in ein Gespräch verwickeln zu lassen.

»Guten Tag, Guðmundur, schönes Wetter heute!«

Dann wirkte die Großstadt nicht mehr ganz so kalt und abweisend. Entwurzelte Bauern, die gerne von einem Hahnenschrei geweckt wurden, konnten ihre Nachbarn um sechs Uhr morgens krähen lassen, falls sie in der glücklichen Lage waren, in der Nähe eines Krähers zu wohnen.