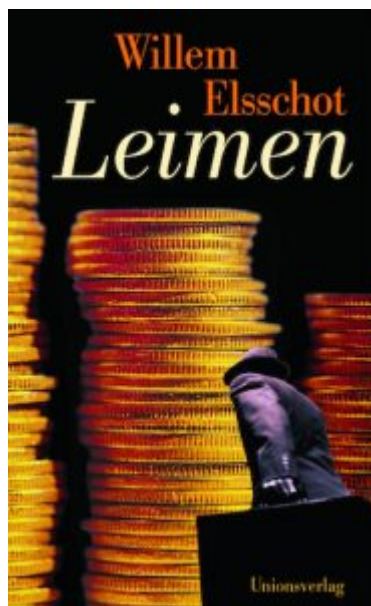


# Die gute alte Zeit der Heimtücke – Willem Elsschots Roman „Leimen“ über die Frühzeit der Reklame

geschrieben von Bernd Berke | 26. Februar 2005

Von Bernd Berke

Wenn ein Buch „Leimen“ heißt, geht's nicht zwangsläufig um Boris Beckers Heimatort. Im Falle des belgischen Autors Willem Elsschot bedeutet der übersetzte Titel traditionell „hereinlegen“ oder „hinters Licht führen“.



Wer wird denn da geleimt? Leichtgläubige Inhaber von Kleinbetrieben sollen sich mit Firmenporträts rühmen lassen – in einer ominösen „Allgemeinen Weltzeitschrift für Finanzen, Handel, Gewerbe, Kunst und Wissenschaft“. Natürlich nicht kostenlos.

**Man muss nur die Eitelkeit kitzeln**

Sie sollen für viel Bargeld die Auflage des Blattes kaufen – möglichst 100.000 Exemplare oder mehr. Man muss dazu nur ihre

Eitelkeit kitzeln. Die besagte Zeitschrift erscheint allerdings gar nicht regelmäßig, sondern wird nur nach solch windigen Verträgen in passender Stückzahl gedruckt und liegt dann stapelweise bleischwer bei den verschuldeten Firmen herum.

Ein zwielichtiger Herr namens Boormans hat das ganze Verfahren ausgeklügelt, mitsamt einer Phantom-Redaktion. Eines Tages sucht er sich in der Kneipe einen Helfer namens Frans Laarmans, den er in die schmierigen Praktiken einweist. Just aus dieser Unterrichtung und einer ausgiebigen Probe aufs Exempel (bei einer Schmiedewerkstatt) besteht der Roman, wobei Laarmans meist als rückblickender Ich-Erzähler fungiert. Dieser vormals stramm sozialistische Proletarier ist längst zum ausgefuchsten Geschäftsmann mutiert. Solche Wendehälse soll's ja geben.

### **Die Geschichte schnurrt ab wie ein Uhrwerk**

Interessanter Hintergrund: Das Original des Romans stammt von 1924, aus jener Zeit also, in der auch Elsschots kürzlich wiederentdeckter Überraschungserfolg „Käse“ herauskam (besagter Laarmans trieb dort Handel mit Edamcr, Gouda & Co.).

Autor Elsschot leitete damals in Antwerpen eine Werbeagentur. Das führt auf die Spur: Man lernt in „Leimen“ etwas über die Frühgeschichte der Reklame, die seither die Versprechungen des schönen Scheins zusehends perfektioniert hat.

In diesem Roman wirkt die Überredung zur unsinnigen Geldausgabe noch recht umständlich und plump, sie setzt aber gerade deshalb leise Komik nach Art eines schief hängenden Genrebildes frei: die gute alte Zeit der Heimtücke und Übertölpelung.

Ausgefeilte Charaktere darf man von der betont nüchtern und geradlinig erzählten Geschichte nicht erwarten. Sie schnurrt wie ein mechanisches Uhrwerk ab. Die typisierten Figuren begegnen einander vorwiegend als soziale Masken auf dem

allmählich anonymer werdenden Markt.

**Willem Elsschot: „Leimen“. Roman. Unionsverlag, Zürich. 203  
Seiten. 18,50 Euro.**