



I'll see the Bathroom rising.

Motto 2007: Badezimmer



Erlaubt ist alles: von der Fussnagelschere bis zum Ohrwattestäbchen. Vom Bidet über den WC-Spülkasten bis zum Toilettenpapierhalter. Egal ob Tampix, Tampox oder Tampax. Zumal wir ja täglich – wir meinen im Durchschnitt – sage und schreibe 1.35 Stunden im Bad verbringen. Vor zig Spiegeln, auf dem Warmduscher-Klo, auf der Waage, die so wie so immer spuckt, im Pyjama, im Bademantel oder splitter naked. Ein Motto aus dem brutalen Alltag also: BADEZIMMER, BATHROOM, SALLE DE BAINS, QUARTO DE BANO. Ein Örtchen allerhöchster Intimität oder des perfekten Exhibitionismus – für die einen ein Raum der mindestens zweimal täglichen, lähmenden Frustration, für die andern die Kathedrale höchster Selbstzufriedenheit und eitler Selbstbefriedigung.

Vom transparenten Duschvorhang über die Kuckident Haftcreme-Tube bis zur elfenbeinernen Haarspange wird sich das ausserordentlich sexy anlassen. In Signal-Rot-Weiss, Clerasil-Blau, Elmex-Grün oder Quitschentchen-Gelb. Aufgepasst: Badekappen auf und tief Luft holen. Denn, das wird sich ganz schön auswachsen auch musikalisch. Badewannen-Tango, wenn ich das schon höre. Also immer wenn der Föhn schrillt, die Kleine unter der Dusche plärrt, die Sonycare surrt, der Rasierschaum an allen möglichen Körperstellen klebt: aufgehört. Überall, wo es Body-Oil geschmiert nach Nagellackentferner stinkt. Überall, wo illegal mit Viagra und Kleenex gehandelt wird – genau – wir sind es: die Chanel No. 5-Junkies, verderbte Pitralon-Schnüffler mit ihrer Nacht- und anti-ageing-Creme, die Tag und Nacht und garantiert raffiniert die Welt betören. Grenouille lässt grüssen aus dem unerschöpflichen Arsenal und Fundus einer neuzeitlichen Alchemie. Diese Nivea geölte, Schwarzkopf schamponierte Gruppe von mehrheitlich jugendlich frischen Badewannen-Beachboys und einer Dreiwetter-Taft gesteilten Always-Ultra-Sirene wird euch wieder einmal ganz schön eindampfen, mit den virtuosesten Klängen einnebeln. I'm singing in the shower, Dolce&Cabbana und Pearl Weiss sei Dank und dank unserem head & shoulders erprobten Guschi kommt auch die Musik wieder einmal wie von Gleitcreme geschmiert daher, dass es nur so flutscht. Das müsste euch doch euren jährlichen Beitrag von schlüpfrigen 30 Franken locker wert sein. Sonst werden wir euch eiskalt, glasklar und absolut rein mit Fenjal duschen oder einfach noch einen Campari Soda nehmen. Schaut mal rein ins «Badezimmer»!

Auf einen duften Fasching.

Euer Bademantel
alias
Anton