

# Mail an Mama: Ich heirate meine Krankenkasse.

*Laura lässt sich mit Ihrem Verlobten fotografieren und schreibt dazu im Photoshop mit 100 Rosen «100 Rosen». Dieses Bild schickt sie per Mail an Mama, dazu die Information, dass sie jetzt heirate und die Krankenkasse dafür 100 Punkte bekomme. Was uns das sagen soll? Keine Ahnung. Aber zum Glück steht dieses Inserat ja um 90° gedreht im «Magazin» – als stille Aufforderung an die Leser, bitte den Unsinn nicht zu lesen, der da abgesondert wird. Aus Diskretionsgründen vielleicht...*



Natürlich kann ich es mir nicht verkneifen, hier trotzdem den ganzen Text wiederzugeben:

*Liebe Mama – Nachricht von Laura*

*An: Rita König*

*Betreff: 100 Rosen*

*Liebe Mama*

*Er hat mich gefragt!!! Endlich! Und es war superromantisch, mit Rosenstraus und Diamantring (du wirst Augen machen!). Natürlich hab ich ja!!! gesagt – schliesslich bin ich mir hundert Prozent sicher ... Wir wünschen uns eine kleine, feine Hochzeitsfeier und lange Flitterwochen ganz weit weg. Keine Angst – mit meiner Krankenkasse GALENOS bin ich weltweit abgesichert – sogar privat. Und das schon für unter 100 Franken ...*

*Liebe Grüsse, Deine Laura*

*PS: 100 Punkte für GALENOS, kann ich da nur sagen.*

Da wird sich die Mama König aber freuen! Eine Tochter, die im romantischsten Augenblick ihres Lebens als erstes daran denkt, ihrer konsequent in Grossbuchstaben geschriebenen Krankenkasse Punkte zu verteilen! Die sogar einen lippenstiftbeküssten Post-it-Zettel ins Verlobungsfoto hineinschmuggelt mit der Information, dass ihre Versicherung jetzt 100 Jahre alt ist und deshalb irgendetwas jetzt erst richtig losgeht! Und vor allem: der beim Gedanken an Flitterwochen vor allem die weltweite Privatdeckung für unter 100 Franken in den Sinn kommt!

In unseren neutralen Betrachterköpfen macht dabei fast zwangsläufig ein ziemlich besorgter Verdacht breit: Diese Laura hat ganz gehörig einen an der Waffel. Wir begreifen, dass sich die Königin-Mutter da Sorgen machen muss. Und dass der Hinweis schon berechtigt ist, dass ihrer Tochter auf der Hochzeitsreise sämtliche Klapsmühlen-Einzelzimmer dieser Welt offenstehen.

Jaja, Werbung nach dem Prinzip «Slice of Life» hat ihre Tücken. Denn meist kommt dabei bestenfalls ein «Slice of Agentur-Brainstorming» heraus. Garniert mit allem, was der Kunde unbedingt auch noch sagen will. Und das macht das «Life» dann so herzerreissend unglaublich, dass man der Kreativabteilung angesichts des Resultats gerne empfehlen würde, nachzuzählen, ob noch alle Tassen im Kaffeeküchenschrank stehen.

Im «Blauen Himmel» bestelle ich mir vor lauter Rosenblüten-Overkill im Kopf einen Hagebuttentee.

Giorgio fragt mich mitleidig: «Bische krank?» Ich zeige ihm das Inserat. «Komm, ische ganz einfach. Mache klick auf croce rosso in angolo, und weg isch. Soll ich dir rauslassen eine Stanga?»

Gerne, Giogio. Die hab ich mir verdient.