





MARK WATSON

DIE  
**STADT**  
IM  
**NICHTS**

Roman

Aus dem Englischen  
von Norbert Jakober

Wilhelm Heyne Verlag  
München

Die Originalausgabe

*The Place That Didn't Exist*

erschien 2016 bei Picador, an imprint of Pan Macmillan, London.

*Der Verlag weist ausdrücklich darauf hin, dass im Text enthaltene externe Links vom Verlag nur bis zum Zeitpunkt der Buchveröffentlichung eingesehen werden konnten. Auf spätere Veränderungen hat der Verlag keinerlei Einfluss. Eine Haftung des Verlags ist daher ausgeschlossen.*



Verlagsgruppe Random House FSC® N001967

Vollständige deutsche Erstausgabe 05/2017

Copyright © 2016 by Mark Watson

Copyright © 2017 der deutschsprachigen Ausgabe

by Wilhelm Heyne Verlag, München,

in der Verlagsgruppe Random House GmbH,

Neumarkter Straße 28, 81673 München

Printed in Germany

Redaktion: Loel Zwecker

Umschlaggestaltung: Nele Schütz Design, München,

unter Verwendung eines Motivs von © shutterstock/Macrovector

Satz: Satzwerk Huber, Germering

Druck und Bindung: CPI books GmbH, Leck

ISBN: 978-3-453-27116-6

[www.heyne-encore.de](http://www.heyne-encore.de)

## Prolog

»Kennen Sie das Rätsel vom verschwundenen Dollar?«, fragte der Fixer in die Runde.

Er formte mit seinen langen Fingern eine Pyramide. »Okay. Drei Gäste checken in einem Hotel ein, so wie wir hier. Macht dreißig Dollar, sagt der Typ hinterm Tresen, also zahlt jeder zehn. Später bemerkt der Rezeptionist, dass er zu viel berechnet hat – es hätte nur fünfundzwanzig ausgemacht. Er gibt dem Pagen fünf Dollar, damit der sie den Gästen zurückgibt. Fünf lässt sich schwer durch drei teilen, also behält der Junge zwei Dollar und gibt jedem Gast einen. Das heißt, jeder von ihnen hat jetzt neun Dollar bezahlt. Okay?«

Alle stimmten ihm zu.

»Und der Page hat zwei Dollar behalten. Insgesamt haben sie also drei mal neun Dollar bezahlt, macht siebenund-

zwanzig. Der Junge hat zwei. Wir sind aber von dreißig Dollar ausgegangen. Wo ist der eine Dollar geblieben?»

Sofort stürzten sich alle auf das Problem. Eine Frau verkündete, schon einmal von dem Rätsel gehört zu haben, erinnerte sich aber so vage an die Lösung, dass sie die anderen damit nur noch mehr verwirrte. Einer murrte, er könne Zahlenrätsel nicht ausstehen und es sei schlimm genug, dass einem heute überall Sudokus begegneten. Der Regisseur begann auf einer Serviette eine Lösung zu skizzieren. Ein anderer erzählte eine Geschichte von seinen Mathe-Problemen in der Schule. Bei einer Klassenarbeit sei er dermaßen in Panik geraten, dass er nur noch die Zahl 33 hingeschrieben habe, die ganze Seite voll. Daraufhin berichteten auch andere von ihren schulischen Misserfolgen, und die Frage des verschwundenen Dollars war schnell vergessen.

Was durchaus verständlich war; sie hatten einen langen Reisetag hinter sich, und Dubai – so viel ließ sich schon sagen – war eine Stadt, in der es tausend Dinge zu bestaunen gab. Die Luft verströmte den unvergleichlichen Duft heißer Länder. Kaum hatten sie das Flughafengebäude verlassen, wurden sie von einem würzigen Aroma umfungen, das an Urlaub und Abenteuer erinnerte, obwohl sie eigentlich hier waren, um zu arbeiten. Vor ihnen auf der Terrasse stand ein Stutzflügel, und eine Frau etwa Mitte fünfzig in einem roten Kleid erschien zusammen mit einem aalglatten Pianisten und verkündete, es sei Zeit für einen Drink oder drei – sie ließ die Bemerkung einen Moment lang wirken – und für ein paar schöne alte Klaviers.

Zudem waren sie alle hungrig und wollten etwas essen, bevor die offizielle Begrüßung begann. Immerhin wartete ein verblüffend reichhaltiges Buffet auf sie, das sich über mehrere Tische im Freien erstreckte. Die Düfte der Speisen aus verschiedenen Erdteilen vermischten sich auf appetitanregende Weise. Es dauerte zwanzig Minuten, bis sich alle Angehörigen des Teams einen Überblick über die atemberaubende kulinarische Vielfalt verschafft und ihre Tablett gefüllt hatten. An das Rätsel des verschwundenen Dollars verschwendete niemand mehr einen Gedanken.

Vielleicht kam es dem einen oder anderen später noch in den Sinn, als tröstliches Detail, bei dem man einen Augenblick verweilte, um dem verstörenden Geschehen zu entfliehen, mit dem wir konfrontiert waren. Die von uns, die noch da waren.





# Teil 1



# 1

## **Wir werden das Leben vieler Menschen verändern**

Ihre Reise hatte in London Heathrow an einem Morgen begonnen, der so düster war, als würde gleich die Nacht hereinsbrechen. Und nun, zehn Stunden später, das genaue Gegenteil: Die blauviolette Nacht war taghell erleuchtet. Während der Fahrt durch Dubai bestaunte Tim die von zahllosen Lichtern hervorgehobenen Formen der Gebäude, die noch viel eindrucksvoller wirkten als auf den Bildern im Internet. Eines der Hochhäuser erinnerte an eine Tulpe, von einem Kranz aus stählernen Blütenblättern gekrönt. Andere hatten pfeilförmige Spitzen, die den Himmel wie scharfe Klingen zu durchschneiden schienen. Manche Gebäude veränderten auf halber Höhe ihre Form. Die Skyline schimmerte grün und violett – Farben, die niemand erwartet hätte. Und hier in

ihrer Ferienanlage waren die Bäume mit Lichterketten behängt, als würde hier permanent gefeiert. Die Wege waren von Laternen gesäumt.

Als Tim über die Köpfe der ihm Gegenübersitzenden hinausblickte, sah er in der Ferne das Burj Al Arab, das berühmteste Wahrzeichen Dubais, dessen segelförmige Silhouette von roten und blauen Lichtern hervorgehoben wurde. Wochenlang hatte er in Vorfreude auf diese Reise ein Bild des Gebäudes auf seinem Desktop gehabt. Sein Verstand hatte Mühe zu begreifen, dass er nun das echte Gebäude betrachtete. Eigentlich fühlte sich nichts hier so richtig echt an. Es erschien ihm so unwirklich, dass er morgen in einem Bett aufwachen würde, das an ein Seerosenblatt erinnerte, in einem sonnengewärmten Chalet zwischen Pools und Swim-up-Bars, während seine Kollegen zu Hause zum Bus hetzten und mit gesenkten Köpfen durch den herbstlichen Sprühregen schlurften. Er blickte in die Runde seines neuen Teams und konnte sich das Lächeln kaum verkneifen.

Christian Roper räusperte sich, um zur Begrüßungsansprache anzusetzen. Obwohl kaum hörbar, war das genauso wirkungsvoll, als hätte er mit der Gabel gegen sein Glas getippt. Die Stimmen am Tisch verstummten. »Okay«, begann er, »vielleicht ein paar kleine Formalitäten vorweg. Zuerst: herzlich willkommen. Jo und ich – und alle anderen von WorldWide – freuen uns riesig, Sie hier begrüßen zu können. Wir haben die Chance, eine tolle Kampagne zu starten. Was heißt toll – eine geniale Kampagne. Absolut genial.«

Roper sprach mit dem eindringlichen Ton eines Politikers und suchte auf die gleiche Weise den Augenkontakt mit seinen Zuhörern, doch Tim fand, dass er dabei um einiges überzeugender wirkte als die meisten Politiker. Er verstand es immer noch, eine Verbindung zu seinem Publikum herzustellen – eine Gabe, die ihn in den Neunzigerjahren zu einer bekannten Fernsehpersönlichkeit gemacht hatte. Als er später anfang, sich für humanitäre Anliegen zu engagieren, beklagten sich Tims Eltern, sobald sein Gesicht im Fernsehen erschien, er sei »in letzter Zeit ziemlich ernst geworden«. Roper war nicht so groß, wie Tim ihn sich vorgestellt hatte, doch er war eine dieser Persönlichkeiten, die mit der Größe ihres Publikums an Statur gewannen.

»Wie Sie alle wissen, erwarten wir morgen einen Star der Extraklasse: den großartigen Jason Streng. Wir haben ein starkes Konzept.« Roper deutete auf Tim, von dem das Konzept stammte; der nahm das Lob mit einem Schauer der Genugtuung auf. »Es geht um unglaublich viel. Nie hat die Welt diese Initiative mehr gebraucht als heute. Jeden Tag hungern Menschen, sterben Kinder. Meine Damen und Herren, wir werden das Leben vieler Menschen verändern.«

Die Pause, die er folgen ließ, war genau richtig bemessen, um seine Worte bedeutungsvoll, aber nicht zu bombastisch klingen zu lassen. »Ich habe mir gedacht, dass sich alle erst einmal vorstellen. Mit ihrem Namen, ihrer Rolle in unserem Projekt und vielleicht einem interessanten Detail über sich. Der Reihe nach? Ich fange an: Ich bin Christian Roper, Gründer und CEO von WorldWise.«

»Mit-Gründer«, murmelte Jo, doch Christian sprach unbeirrt weiter. »Und mein persönliches Detail: Ich will nächstes Jahr einen Marathon laufen, habe aber ein klein wenig Angst, ich könnte zu alt dafür sein. Bitte nicht alle auf einmal, falls Sie mich überzeugen wollen, dass meine Angst unbegründet ist!« Er lachte, und seine Zuhörer lachten mit ihm, manche ein wenig bemüht.

»Jo, Kommunikationsdirektorin von WorldWise«, stellte sich Christians Frau vor, die Tim ebenfalls von der Website kannte. Wie Christian wirkte sie genauso beeindruckend wie auf den Online-Bildern, die die Ropers bei verschiedenen humanitären Projekten in Entwicklungsländern zeigten. Sie hatte die hohen Wangenknochen eines Models und auffallend dunkle Augen, die – so kam es Tim vor – direkt auf seinem Gesicht ruhten. »Leidgeprüfte Ehefrau. Und mein Detail ist, dass ich zwei amerikanische Präsidenten persönlich kennengelernt habe. Das heißt, falls Obama gewinnt. Wovon ich überzeugt bin.«

Tim dachte mit einer gewissen nervösen Unruhe an das »interessante Detail«, das er über sich preisgeben sollte. Er hatte diese Situation schon einmal erlebt, als er sich etwas unbedacht zur Theatergruppe an der Universität angemeldet hatte. Eine Kommilitonin hatte die Vorstellungsrunde genutzt, um über alte Ängste und ihre Neigung, sich selbst zu verletzen, zu sprechen, eine andere hatte ihre Minute dafür verwendet, der Kommilitonin Mut zu machen. Als Tim der versammelten Runde dann erzählt hatte, dass er Kapitän des Schachteams seiner Schule gewesen sei, hatte es sich ziemlich belanglos angehört.

Was sagst du in einer solchen Situation, wenn dein bisheriges Leben ohne herausragendes Ereignis verlaufen ist? Tim begann Leute zu beneiden, die mit einer sechsten Zehe geboren oder aus dem Koma ins Leben zurückgekehrt waren. In Gedanken erwog er verschiedene Möglichkeiten. Ich habe einen Bruder, der im Londoner Finanzviertel arbeitet, und ... na ja, wir sehen ihn kaum noch. Mein Vater ist Kurator eines Miniaturdorfes. Ich habe früher Orientierungslauf betrieben und das Land bei U-16-Meisterschaften vertreten. Nichts davon erschien ihm bemerkenswert genug. Zu seiner Erleichterung ging es mit der Vorstellungsrunde in der anderen Richtung weiter – so konnte er sich erst einmal die Beiträge der anderen anhören.

Als Nächster folgte der Chef-Kameramann, ein stämmiger, freundlich aussehender Mann, der die Haare zu einer Rockabilly-Tolle frisiert hatte. Trotz der Kälte in London war er in Kaki-Shorts am Flughafen erschienen; heute trug er ein T-Shirt mit dem Schriftzug einer Science-Fiction-Serie, von der Tim vage gehört hatte.

»Miles Aldridge, Kameramann. Mein persönliches Detail ist, dass ich *Das Imperium schlägt zurück* von vorne bis hinten zitieren kann. Wort für Wort.«

»Ruth Lingard, ich bin die ... ähm Produktionsassistentin.« Sie war eine Frau um die vierzig und hatte im Flughafenbus neben Tim gegessen. Dabei waren ihm vor allem ihre Gewohnheit, sich mitten im Satz zu unterbrechen, und ihre rote Haarfülle aufgefallen. »Ich habe einmal einen Einbrecher bei meiner Oma überwältigt und festgehalten, bis die Polizei kam.«

»Mein richtiger Name ist Ali«, verkündete der Fixer. »Mein Job ist nicht so klar definiert wie Ihrer; kurz gesagt, ich tue alles, was für das Projekt notwendig ist. Ich bin einmal auf einem Zebra geritten, obwohl das als unmöglich gilt. Ich hab auch mal Zebrafleisch gegessen. Nicht vom selben Tier.« Der Fixer grinste und rückte seinen Panamahut zurecht. Seit er sie vom Flughafen abgeholt hatte, lächelte er bei jeder sich bietenden Gelegenheit, als wäre die ganze Werbekampagne ein einziger Schabernack, von dessen Gelingen er überzeugt war.

»Raf Kavanagh, Produktionsleiter. Ich habe mit einer berühmten Schauspielerin geschlafen, bevor sie berühmt wurde. Ich will hier keine Namen nennen. Nur so viel: Sie heißt Kate und ihr Nachname reimt sich auf Dinslet.«

Die meisten lachten. Raf war nicht wie die anderen Businessclass geflogen, sondern hatte beim Check-in dank seiner Vielfliegerpunkte ein Erste-Klasse-Ticket ergattert. Er trug seine Haare mit viel Gel gestylt, und sein Hemd war mit Sicherheit teuer gewesen. Während der Fahrt zum Hotel auf der dicht befahrenen Sheikh Zayed Road hatte sein Handy geläutet, mit einem Song als Klingelton, der erst diese Woche herausgekommen war. »Ich bin in Dubai«, hatte er geblökt, während die anderen Passagiere so taten, als hörten sie nicht zu. »Ich weiß: *Dubai*, Alter!«

Tim fühlte sich zunehmend unwohl in seiner Haut, als die Reihe an Bradley, dem kleinen Mann zu seiner Rechten, war. Er hatte auch im Flugzeug neben Tim gegessen, eine Dose Cola Zero nach der anderen geleert und ein Buch über



Stummfilme gelesen, ohne die Baseballkappe auch nur ein Mal von seinem kahlen Schädel zu nehmen. Tim hatte keine Lust gehabt, ein Gespräch anzufangen, und Bradley war es offenbar genauso gegangen, sodass sie während des gesamten siebenstündigen Fluges kein einziges Wort gewechselt hatten – eine stille Übereinkunft, mit der beide zufrieden waren.

»Bradley Ford Richards, Regisseur. Ich arbeite seit über fünfzehn Jahren in der Werbung. Ich hatte Aufträge von Budweiser, CNN, Sony und ...«

»Wir wollen nur ein Detail hören, keinen CV«, fiel ihm Raf Kavanagh ins Wort.

»Wie bitte?« Der Amerikaner blinzelte überrascht.

»Lebenslauf«, erklärte Ruth. »Er meint, wir brauchen keinen Lebenslauf.«

»Ach so.« Bradley fuhr sich mit der Zunge langsam über die Lippen. »Okay.«

Er machte keine Anstalten, ein persönliches Detail hinzuzufügen. Die angespannte Pause kam Tim durchaus gelegen – so waren alle erleichtert, als er das Wort ergriff. »Ich heiße Tim Callaghan«, begann er und hörte sich selbst beim Reden zu; leider war die Hintergrundmusik verstummt – die Sängerin hatte soeben eine Pause angekündigt, nachdem sie mit etwas Mühe »The Girl from Ipanema« abgespult hatte.

»Ich arbeite für Vortex – die Werbeagentur. Ja, und mein persönliches Detail ist, dass ich schlafwandle, und auch, dass ich oft starkes Nasenbluten habe. Unabhängig voneinander.«

Trotz der launigen Schlussbemerkung zeigten die Zuhörer keine nennenswerte Reaktion, und er fragte sich, ob der

Orientierungslauf nicht doch mehr Eindruck gemacht hätte. Jedenfalls war das erledigt, und Tim griff nach der Weinflasche, die vor ihm stand. Er goss sich ein Glas ein und spürte, wie ihm eine Last von den Schultern genommen war. Für einen Moment berührte sein rechter Fuß unter dem Tisch Jos linken. Er blickte zum Himmel, der verschwenderisch mit Sternen besprenkelt war, und glaubte, das sanfte Rauschen des Meeres am Privatstrand gleich unterhalb der Terrasse zu hören. Ich hab schon ein unglaubliches Glück, dachte er zum zweiten Mal in einer halben Stunde.

Aber vielleicht hatte es gar nicht so viel mit Glück zu tun. Tims Chef Stan hatte immer gesagt, dass es in ihrem Job darum gehe, Geschichten zu erzählen – und wenn sie gut genug seien, konnten sie wahr werden. Für Leute, die grundsätzlich nicht viel von Werbung hielten, mochte das hochtrabend oder dumm klingen. Tims Bruder Rod hatte die Werbebranche mit den Worten »Geld für nichts« beschrieben, obwohl er selbst einmal im Wertpapierhandel mit drei Mausklicks 50.000 Pfund verdient hatte. Doch auch wenn es einem Außenstehenden vielleicht unverdient erscheinen mochte, hatte Tim ein Recht auf seinen Stolz oder wenigstens auf dieses schöne Gefühl, etwas geschafft zu haben. Seine Idee hatte maßgeblich dazu beigetragen, dass dieses Team aus erfahrenen Leuten nun hier zusammensaß. Er hatte eine Geschichte erzählt, und sie war Wirklichkeit geworden und hatte ihn hierher nach Dubai geführt. Er musste sich zusammennehmen, um seine Teamkollegen nicht anzustrahlen wie ein Vollidiot.

Wenn Tim Monate und Jahre später auf diese Momente zurückschaute, dann so, wie man sich an ein Familientreffen kurz vor einem dramatischen Ereignis erinnert: mit ungläubigem Kopfschütteln darüber, wie wenig er und alle anderen damals wussten, und vielleicht mit einer gewissen Sehnsucht nach dieser Ahnungslosigkeit.

# 2

## Kredit

Begonnen hatte alles im Jahr zuvor, 2007, als Tims Chef Stan ihm gesagt hatte, dass *Visit Dubai* zu Gesprächen nach London kommen werde – mit einem beeindruckenden Budget und einem klaren Ziel: möglichst viele Touristen nach Dubai zu locken. Eigentlich sollten die Ziele immer so deutlich formuliert sein, doch die Kunden gaben nicht gern zu, dass sie eine Werbeagentur anheuerten, um den Umsatz anzukurbeln. Viel lieber palaverten sie von »Leistungen«, vom »Etablieren der Marke« und von »Geschichten«, die rund um das Produkt zu erzählen seien. Das klang gut und war weniger peinlich, als offen auszusprechen, worum es bei einer Werbekampagne wirklich ging: dass die Kasse klingelte.

Die Vertreter aus Dubai hingegen hatten keine derartigen Hemmungen. In Diagrammen veranschaulichten sie, wie

viele Touristen im vergangenen Jahr das Land besucht hatten (eine erstaunliche Anzahl) und wie viele es nach ihren Vorstellungen in fünf Jahren sein sollten (noch um einiges mehr). Ihre zentrale Botschaft – was Stan die »Take-Home-Message« nannte – lautete: Dubai ist leicht erreichbar, familienfreundlich und vor allem sonnig und warm. Wärmer als die Kanaren und sogar als Barbados, quasi mit Sonnengarantie. Ein Urlaubsort, an dem der Gast vor Enttäuschungen sicher ist. Der Auftraggeber fügte hinzu, dass man sich eine »humorvolle Umsetzung« wünsche. Tims Agentur Vortex bekam eine Woche Zeit, um sich mit der Aufgabe zu beschäftigen, und sollte die Ideen dann bei einem Mittagessen im Ivy Club präsentieren.

Obwohl seine Position in der Agentur immer noch die eines »Junior Creative« war, erhielt Tim immer öfter solche Aufträge. Erst kürzlich hatte er eine Kampagne für *Yorkshire Tourism* ausgearbeitet. In dem Dreißig-Sekunden-Werbespot sah man ein gelangweiltes Paar wortlos in einem kahlen weißen Wohnzimmer sitzen. Er erhielt eine SMS und beantwortete sie; sie tat das Gleiche. Ansonsten Schweigen. Das Bild wechselte zu einer prächtigen Ansicht der Yorkshire Dales, dazu die Worte: EINFACH MAL RAUS. Der Kunde war begeistert, Tim erhielt eine Nominierung für die *Tourism and Travel Viral Campaign Awards*, und niemand merkte, dass die Aufnahme im Spot in Wahrheit vom Peak District stammte.

Mit diesem Erfolg im Rücken wurde Tim auch damit beauftragt, ein Konzept für den Dubai-Auftrag zu entwickeln. Natürlich hatte er einiges über die Stadt in den Arabischen



Mark Watson

**Die Stadt im Nichts**

Roman

Paperback, Klappenbroschur, 288 Seiten, 13,5 x 20,6 cm

ISBN: 978-3-453-27116-6

Heyne Encore

Erscheinungstermin: Mai 2017

Ein etwas undurchsichtiger Auftrag führt den Werbetexter Tim Callaghan nach Dubai. Bevor er weiß, wie ihm geschieht, steht er zwischen Wolkenkratzern, die inmitten der Wüste erbaut wurden, und fährt bei 45 Grad in vollklimatisierten SUVs über achtspurige Highways. Doch kaum hat er sich an seine neue Umgebung gewöhnt, wird ein Mitarbeiter seines Teams tot aufgefunden. Das Merkwürdige daran ist, dass es niemanden so recht zu stören scheint ...



[Der Titel im Katalog](#)