



Scott Westerfeld Cool Hunter

Aus dem Amerikanischen von Katarina Ganslandt & Anja Galic

cbt 2010 • 320 Seiten • 7,95 • ab 14

Der 17-jährige Hunter Braque ist freiberuflicher Trendscout und immer auf der Suche nach neuesten Innovationen. Dabei lernt er eines Tages die gleichaltrige Jennifer, Jen genannt, kennen. Zusammen mit ihr gerät er in ein Abenteuer, als seine Auftraggeberin plötzlich spurlos verschwindet. Da die Polizei beiden nicht glaubt, machen sie sich selbst auf die Suche und kommen einem grandiosen Komplott auf die Schliche, das sich gegen etablierte Marken richtet.

“Cool Hunter” ist ein wirklich spannender Krimi, der Jugendliche zugleich in die Welt der Trendscouts und des Marketings entführt. Die Spannung resultiert unter anderem daraus, dass der Autor nicht nur gekonnt klassische Elemente des Krimis zu einer neuen, rasanten und handlungsreichen Geschichte macht, sondern auch mit ihnen spielt. So werden bewusst Szenen aus Agentenfilmen aufgenommen, die dann auch mit entsprechenden Hinweisen genannt oder kommentiert werden, beispielsweise, wenn der ansonsten sehr nachlässig gekleidete Hunter Braque plötzlich hoch gestylt in einem 2 000 Dollar teuren Anzug auf einer Party erscheint (S. 134 ff.). Trotz des humorvoll-ironischen Untertones (der nicht nur an diesen Stellen anzutreffen ist) sind diese Szenen gut im Handlungsverlauf platziert und lassen den Leser mit dem Helden bis zum überraschenden Schluss mitfiebern.

Spannung erzeugt der Autor auch dadurch, dass er die Handlung in die Modewelt verlegt und dort ein Komplott gegen die Modeindustrie ins Werk setzen lässt. Dies bildet eine ungewöhnliche Mischung, die neugierig auf die Hintergründe und Verwicklungen macht und so völlig anders ist als andere Krimis.

Der Krimi geht aber weit über das Niveau eines üblichen Krimis hinaus. Da ist zum einen der bereits erwähnte Unterton, mit dem gängige Marken umschrieben werden, indem statt des Namens einer Sportmarke von einer griechischen Siegesgöttin mit vier Buchstaben oder statt des Namens eines Computerherstellers von einer Frucht gesprochen wird. Zum anderen aber finden sich immer wieder gute Gedanken zu Trendscouting, Trendsetting oder zur Einschätzung und Manipulation der Käufer. Auf diese Weise erfährt der Leser ganz nebenbei, wie ihn die Industrie einschätzt. Vielleicht führt das bei einigen Lesern auch zur kritischen Betrachtung und einer Verhaltensänderung als Käufer.

Auffällig ist auch ein gewisses Bildungsniveau des Autors, der mit seinem meist geschichtlichen Hintergrundwissen die Handlung unterbricht und erhellt. Nicht nur, dass sehr viel auf anschauliche und zudem gut verständliche Weise vermittelt wird (z.B. über das Pur-

pur-Marketing der Antike), sondern der Autor arbeitet mit altgriechischen Begriffen, die allerdings auch vom Protagonisten erklärt werden (*hoi aristoi, hoi polloi* u.a.). Auf diese wird der Leser gleichsam in die Handlung mit einbezogen, weil er seltenes Wissen mit Hunter Braque gleichsam teilt. Von daher muss man sich auch fragen, ob das vom Verlag angegebene Alter (ab 12 J.) nicht zu niedrig angesetzt ist, da dieser Altersgruppe erfahrungsgemäß das Verständnis für solche Feinheiten abgeht.

Abschließend kann man festhalten, dass man nicht nur einen spannenden, sondern auch informativen Krimi in Händen hält, den man kaum beiseite legen möchte. Da fallen falsche Worttrennung (S. 48: Fotole- uchte) oder Texteinrückung (S. 26: ... den Trailer) nicht ins Gewicht. Amüsant und passend ist die kleine Übersicht am Ende des Buches, wann wer was das erste Mal gemacht hat und somit als Innovator gilt.

Elmar Broecker