



Sammeln Sie Punkte?

"Sammeln Sie Punkte?" Wie oft habe ich diese Frage schon gehört, an der Tankstelle, im Supermarkt oder neuerdings sogar beim Bäcker um die Ecke. Unwillkürlich zucke ich dabei zusammen, denn sofort stellt sich ein Schuldgefühl ein: Was soll die Frau an der Kasse von mir denken, wenn ich freiwillig auf die vielen schönen und nützlichen Dinge verzichte, die ich auf dem Weg zur Kasse unmöglich übersehen konnte: Bälle jeder Art, quäkende Kuscheltiere, Kaffeeservices, Straßenkarten des Orients, Schlager-CDs, Eier-Uhren und selbst ein Camping-Klo habe ich schon als Sammelprämien erspäht - allerdings nur bei Zuzahlung eines Betrags, der verdächtig nahe an den zu vermutenden Beschaffungskosten des Händlers lag.

"Haben Sie eine Kundenkarte?" Auch so eine schöne Frage, besonders, wenn hinter einem in der Kassenschlange gewiefte Rabattjäger lauern. Für mich klingt diese Frage immer wie "Was, Sie haben keine? Sind Sie denn blöd, auf zwei Prozent Rabatt zu verzichten?" Nein, ich will keine Karte und ich will auch keine Werbefluten an meine damit preisgegebene Adresse, ich will lieber gleich um zwei Prozent niedrigere Preise. Und weil an der Kasse wahrlich nicht der Platz wäre, das zu erklären, trete ich die Flucht an, während hinter mir verächtlich grinsende Sparfüchse ihre Kundenkarten schwenken. Ich beneide diese Menschen, wie sie es schaffen, all die vielen bunten Karten und Coupons auseinander zu halten, die gewöhnlich nach zwei Tagen im Portemonnaie fest aneinander kleben.

Längst ist der Rabattwahn im Internet angekommen. Bestimmt wird es auch in diesem Sommer

wieder temperaturabhängige Preise geben: so viel Prozent Rabatt, wie das Thermometer auf der Händler-Website über 20 Grad anzeigt. Unglaublich, was sich da vor den PCs abspielen muss: die Welt um sich vergessend das Thermometer ständig kontrollieren. Auf dem Bildschirm reiben, in der Hoffnung, es könnte der Anzeige einheizen. Erst nach Tagen endlich zuschlagen, um wenig später festzustellen, es war doch der falsche Zeitpunkt. Beliebt auch, weil in Großraumbüros die spontane Kommunikation fördernd: "Kaufe drei, bezahle zwei!" Die mathematischen Fähigkeiten entwickeln sich sprunghaft, wenn es jeweils einen Prozentpunkt mehr Rabatt pro Bestellung gibt, natürlich nur bis zur zehnten steigend, innerhalb von zwei Wochen und nur bei jeweils mindestens 200 Euro Bestellvolumen. Ein komplexes Problem, vielleicht hilft jemand aus dem Controlling?

Klar ist mir bewusst: Den bombastisch plakatierten Firlefanz bezahle ich mit, auch wenn ich mich ihm verweigere. Angesichts der geschickt gestalteten Umständlichkeiten für den Käufer will das Schnäppchen-Bit bei mir dennoch nicht kippen. Anders wäre es vielleicht bei einer Aktion wie dieser: 20 Prozent nachträglicher Preisnachlass im Gewährleistungsfall, natürlich ohne Einschränkungen der sonst üblichen Garantieleistungen, unbürokratisch und - vor allem - wetterunabhängig.

Laurenz Weiner

Laurenz Weiner