

Bestellen Sie jetzt!

Früher haben einem die Versandhäuser ein- oder zweimal im Jahr, je nach Art der Ware, einen Katalog geschickt. Gegebenenfalls einmal einen Prospekt mit einem neuen oder besonderen Produkt. Das fand – und finde – ich gut. Ich erhalte nahezu nur Kataloge von Firmen, deren Sortiment mich interessiert und lasse mich gern darüber informieren.

Dann aber haben sie die Quengelkataloge erfunden, mit denen man unterjährig gefühlte 10-20 mal wieder auf Teile des einem bereits bekannten Sortiments aufmerksam gemacht wird. Eine Firma druckt sogar noch drauf, man solle den neuen Quengelkatalog ja nicht wegwerfen, damit kein Papier verschwendet werde. Ah, ja...

Der Zustrom von "Bestellen Sie jetzt exklusiv und nur bis zum [Datum] versandkostenfrei!" ist so durchgängig, dass man sich beinahe fragen muss, wer überhaupt noch Versandkosten bezahlt. Dazu kommen noch die diversen Räumungs- und Restpostenprospekte auf knisterdünnem Papier.

Vor ein paar Tage nun machte ich Bekanntschaft mit einer neuen Erfindung dieser Reihe und dachte spontan: "Eben reicht's. Endgültig."

Da ruft mich der Kundenservice eines Unternehmens an. Ob ich ihren neuen Weihnachtssaisonangebotssonderquengelkatalog (nebenbei: es ist *Sep-tem-ber*) schon in meiner Post entdeckt hätte? Ja? Fein. Ob sie mich nun noch einmal exklusiv darauf hinweisen dürfte, dass, wenn ich bis zum 15.9. (= "heute") bestelle, ich alles versandkostenfrei zugestellt *uuund* obendrein noch 15% Rabatt bekäme?" Und dann war die Dame ganz ungläubig, als ich freundlich darauf bestand, dass sie mich aus ihrer Kundenkartei löschen. Jetzt. Unwiderruflich.

Sicher rufen die anderen auch bald an. Nicht auszudenken, was das dann an Papierverschwendung spart.

Petra Sonne-Neubacher