



Aus: „Der apokalyptische Nadelkauf“

Trotzdem will er einen letzten Kaufversuch unternehmen. Es muss doch irgendwo in dieser Stadt kleinöhrige Nähadeln geben. Entschlossen steuert er auf ein gerade eröffnetes neues Haus zu. Es sei die allermodernste Konsumbedürfnisanstalt der Stadt. Alles sei vom Kaufprinzip her bereits voll auf das dritte Jahrtausend eingerichtet und organisiert. Verkaufspsychologen, Chipkarten, Laufzettel und computergesteuerte Fließbänder machten jeden Einkauf zu einem Erlebnis. Die Presse hatte sich in ihren Lobpreisungen förmlich überschlagen.

Ihn wundert, dass das neue Unternehmen ganz auf Außenwerbung verzichtet. Dafür verspürt er ein dumpfes Grollen unter seinen Füßen, als er das Haus betritt. Und es betreten gleich ihm viele das Haus.

In ihm gibt es keine Glasregale und auch keine durchsichtigen Stockwerke. Vielmehr gibt es überhaupt nichts. Keinerlei Waren sind zu sehen. Dafür drückt ihm ein menschlich anzusehender Roboter einen Zettel in die Hand. Einen Laufzettel, wie er feststellt.

Sekunden später steht eine der Verkaufspsychologinnen neben ihm. Ihr Charme ist entwaffnend und ihre Erscheinung unbeschreiblich. Sie hakt sich sofort bei ihm unter und erklärt ihm, dass er recht blass sei.

Er versucht das mit seinem eben gehabt Erlebnis zu erklären, doch sie hält ihm den Finger vor den Mund. Ursachen seien unwichtig, erklärt sie ihm. Allein ihre Beseitigung sei von Bedeutung.

Damit führt sie ihn in ein Solarium. Dort werden ihm von zwei grazilen, gerade dem Kindesalter entwachsenen jungen Mädchen in Windeseile die Sachen vom Körper gestreift, auf ein Fließband geworfen und, trotz seines Protestes, in rasender Geschwindigkeit entführt. Dann geleiten ihn die beiden Rehägigen zu einer Lagerstätte, auf die sie ihn hinbetten. Sekunden später umfängt ihn eine erwärmende, belebende Lichtfülle. Er spürt, wie ihn ein neues Selbstgefühl wie ein Rausch durchströmt. Das sei ihr Optimismusbad, erklärt ihm die plötzlich wieder an seiner Seite aufgetauchte Psychologin. Dabei weist sie ihn auf eine völlig neue Bekleidung hin, die statt seiner alten für ihn bereitliegt.

Er versucht etwas zu sagen, aber die Rehägigen sind schon dabei, ihn anzukleiden. Und alles passt wie angegossen. Auch seine Papiere und seine Geldbörse findet er in den Taschen wieder. Das sei ihre computerpsychologische Bekleidungserneuerungsmethode, die voll auf die Kundenbedürfnisbefriedigung eingestellt ist. Sie analysiere sekundenschnell seine psychische Verfassung, seinen Geschmack und den seiner Stellung entsprechenden Bekleidungscharakter. Er habe den Grad drei, erklärte sie ihm weiter, ohne ihn dabei wissen zu lassen, ob diese Skala nach oben hin offen sei wie bei der Richterskala der Erdbebenmessungen.

Offensichtlich gehört das auch zur Verkaufspsychologie, dem Kunden das Selbstwertgefühl zu steigern. Drei, das liegt in der Mitte, oder könnte das Ende sein, aber auch eine sehr geringe Bewertung.

Die Psychologin führt ihn weiter, nicht ohne vorher seinen Laufzettel in den Schlitz eines Verkaufscomputers geschoben zu haben. Eine ganze Zahlenkette druckt er aus, dem Laien absolut undurchschaubar. Dann fragt sie ihn nach seinem Begehren.

Und er nennt seinen Einkaufswunsch: kleinöhrige Nähadeln.

Wieder trifft ihn ein vernichtender Blick, vergleichbar dem des Grauhaarigen im vorigen Etablissement. Nur charmanter verbrämt. Er sei Grossist, konstatiert sie. Und ehe er antworten kann, wird von ihr nach dem Begleiter 47 gerufen.

Blitzschnell ist der zur Stelle und übernimmt die weitere Betreuung.

Obwohl er ungern von der charmanten Psychologin Abschied nimmt, vertraut er sich nun dessen Führung an. Durch ihn, so hofft er, wird endlich sein Kaufwunsch nach kleinöhrigen Nähadeln erfüllt werden.

Der Mann im mittleren Alter geleitet ihn in die Abteilung Metallwaren.

Ob das die richtige Spezifizierung für seinen Wunsch sei, erkundigt er sich vorsichtig.

Nadeln sind aus Metall! Und schon schießt auf Knopfdruck des Begleiters auf dem Fließband eine Kiste beträchtlichen Ausmaßes heran.

„Bitte!“ Der Begleiter deutet auf das Monstrum.

„Was ist das?“, erkundigt er sich.

„Ihr Sortiment: Zehntausend Stopfnadeln, zehntausend großöhrige Nähadeln, zehntausend Stricknadeln, zehntausend Maschinennadeln, zehntausend Maschinennadeln für Leder ...“ Der Begleiter will gerade erneut die Zahl Zehntausend nennen, da fällt er ihm ins Wort: „Und kleinöhrige Nähadeln?“

„Sind nicht mehr im Sortiment. Die Kleinstiche werden für alle Firmen der EU in Thailand ausgeführt.“

Achtung! Vor jeder Verwendung der hier aufgeführten Texte ist mit dem Autor die Frage des Copyrights zu klären.