



Vermisst

Nicht selten trotte ich ohne große Aufmerksamkeit durch den Konsumalltag des Jahres, bekomme zuweilen eine E-Mail zum Geburtstag und ansonsten schaffen es nur Nachrichten von Freunden und Bekannten, zu mir durchzudringen. Offer-ten jeglicher Couleur werden vom sorgfältig konfigurierten SPAM-Filter aussortiert. Hin und wieder schlüpfen Pishing-Mails durch die Maschen, aber ein Blick auf die Rechtschreibung entlarvt auch diese Attacken als plumpen Versuch, an mein Portemonnaie zu gelangen.

Natürlich weiß ich, dass irgendwo ein Programmchen mitliest und meine sensationelle Konversation abfischt, um damit die Datenbanken zu füllen, aber ich fühle mich recht wohl und möchte auf die digitale Post nicht verzichten. Die Spielregeln sind mir bekannt und als Computerfreund der ersten Stunden bin ich mit Datenhygiene gut vertraut.

Trotz aller Sorgfalt im Umgang mit den Möglichkeiten des Internets gelte ich nicht als ausgewiesener Feind von Newsletter-Werbung. Schließlich können diese relevante Informationen für mich enthalten. Sie weisen auf Schnäppchen hin, liefern Produktmeldungen und manchmal sind sie einfach nur gut gemacht. Ein paar neugierige Klicks sind dann immer drin und so dürfen sich auch die Statistiker erfreuen.

Immerhin haben sie mich erfolgreich auf die Online-Fährte gesetzt. Wenn die Werbung ansprechend ist, lege ich auch schon einmal ein Produkt in den Warenkorb und verlasse anschließend stümperhaft den Shop, indem ich den Browser ohne Log-out schließe. Natürlich habe ich am nächsten Tag eine unerhört freundliche E-Mail im Postfach - persönlich signiert und mit Profilbild der Servicebearbeiterin. Jene ist im Sinne der Qualitätssicherung um mein Seelenheil besorgt, denn das herrenlose Bestellfragment könnte ja auf eine Unzulänglichkeit im Shopsystem hindeuten. Die Ware bleibt natürlich weiterhin reserviert und ich bin lediglich einen Mausclick vom Abschluss der Bestellung entfernt. Ich muss gestehen, dass mir diese Art der Fürsorge nicht unangenehm ist. Zeigt sie doch, dass das Marketing des Betreibers alles über mich weiß und auch speichert.

Insgesamt werden gute Newsletter immer persönlicher und inzwischen sprechen sie uns zunehmend auf der Ebene der Zwischenmenschlichkeit an. Selten bin ich so vermisst worden wie zur Weihnachtszeit. Schuhshops machen Gutscheingeschenke, Provider möchten mich mit Datenvolumen auf Weihnachten einstimmen, mein Laufshop sorgt sich um möglichen Fußpilz und offeriert vorsorglich medizinisches Hightech-Schuhwerk.

Der E-Book-Reader schmolzt und benötigt dringend neuen Lesestoff, während der Bioladen auf die Anstrengung der weihnachtlichen Verdauung verweist. Jeder, wirklich jeder Anbieter hat einen Adventskalender mit persönlich zugeschnittenen Monsterdeals im Angebot. Ich kann mir sogar Hilfe beim Geschenkeratgeber holen oder zur Not einen Last-Minute-Gutscheincode erwerben. Mit der passenden App funktioniert das auch noch während der Bescherung.

Das ist fast wie früher an der Wursttheke, wenn man lange nicht dort war und beim nächsten Besuch gefragt wurde, ob mit der Familie alles in Ordnung sei. Nicht selten gab es dann ein Würstchen auf die Faust. Heute vermissen mich E-Commerce-Systeme. Gute Shops kümmern sich eben.

Ich weiß es besser, aber ein bisschen gerührt bin ich doch.

Oliver Block