



Augenhöhe

Ich stehe im Mittelpunkt. Da stehe ich schon ziemlich lange. Denn da haben alle Händler vor Jahren ihre Kunden hingestellt: „ins Zentrum“. Damit die Mitarbeiter wissen, wo genau sie einen großen Bogen machen müssen, behaupten böse Zungen. Jetzt bin ich auch noch allerorten „auf Augenhöhe“. So werde ich beraten, behandelt, bedient. „Auf Augenhöhe“. Das versprechen mir jedenfalls alle. Banken neuerdings besonders gern. Aber auch an der Wursttheke, in der Wasabiknabbereienabteilung und im Wohlfühlteekartonwirrwarr, überall ich, ich, ich im Zentrum und im Blick. Sagen sie. Und dann? Und dann gehen meine Herzenswünsche irgendwo zwischen Blickkontakt an der Theke und dem Zentrallager in der Peripherie verschütt. Liegt das an mir? Vielleicht, weil ich gar nicht hart genug drauf bestehe, König zu sein? Und auch nicht so richtig der Dialogtyp bin? Sondern irgendwie beschämt und verhuscht an den überreifen Gratisananas-Fitzelchen auf Zahnstochern vorbei haste? Reicht es nicht, dass ich einfach stumm über Barcodes, Kartenzahlungen und Treuepunkte jede Menge Einblicke in meine Kundenseele gebe? Supermärkte sind doch angeblich durchoptimiert bis zur kleinsten Schnapsflasche vor der Kasse. Habe schon mindestens 100 Mal auf n-tv und Kabel 1 gesehen, wie sie Kunden wie mich quasi an der tiefenpsychologischen Leine ausgebufft durch die Gänge lotsen. Also muss ich wohl etwas falsch machen, wenn mein Griff ins Leere geht. Ins leere Regal. Ist aber nicht so schlimm, wenn man erst mal im Mittelpunkt steht. Und bei ehrlich bedauernden Blicken auf Augenhöhe.

So ist das (L)eben in der Auslage.