

## Überspannt und unterdreht

Mensch, das wird richtig gut. Wenn ich erst mit allen Käufern meines Supermarkts auf Facebook befreundet bin. Und dann jeder liked, was ich like. Das wird ganz herrlich geräumig in den Gängen, denn die brauchen dann ja von allem nur noch maximal zwei Sorten. Weil alle kaufen, was alle kaufen. Da liegt dann nur noch eine Alibi-Alternative neben dem Favoriten, damit es nicht gar so aussieht wie im realsozialistischen Supermarkt vorm Mauerfall. Ich bin sicher: Bald blinkt das Online-Display am Regal, sobald es das Smartphone in meiner Tasche geortet hat: „865 Deiner Freunde gefällt die rechtsdrehende Zahnseide.“ Zack, schon braucht keiner mehr die linksdrehende. Gewachst, geminz, eingesalbeit – alles Seide von gestern. Das wird toll. Ist doch amüsant, dass dreien meiner Freunde das schmutzigste der Schmuddelmagazine gefällt! Horst, Heinz, Helga. Moment: Helga?! Aber vielleicht fantasiiere ich mir da etwas zurecht, mitgerissen vom Social-Media-Rausch der Marketingleute. Da wird ja jetzt viel halluziniert vom vorhersagbaren Kundenverhalten. Ist nicht ganz neu. Vorhersagen kann ich jedenfalls schon mal eines: Wehe, meinen Freunden gefallen meine „Erdnussflips Classic“ nicht! Da wird sich ganz schnell mal „entfreundet“. Da greife ich ganz schnell mal vorbei am Mainstream, hin zu meinen Lieblingskalorien. Dass meinen drei Schmuddel-Freunden der feinherbe Duft meines Deos nicht gefällt, weiß ich ja auch seit Jahren. Deshalb bleibt vielleicht doch erst mal alles beim Alten im Regal. Und wird endlich auch richtig gut. Wenn die Marketingfuzzis auf mich hören, nicht auf meine Freunde. Gefällt mir.

**So ist das (L)eben in der Auslage.**

