

500 Franken für ein paar «Tässli Kaffee»

VON PETER JENNI

«Da wird man ganz durcheinander von den vielen Reisen, gell, Herr Jenni?», fragt die helle, überaus freundliche weibliche Stimme in schwäbischem Dialekt am anderen Ende der Leitung und lacht gekünstelt. Sie spricht im Auftrag der Firma Arena und Partner und möchte mich erwärmen, für einen Reisegutschein im Wert von 500 Franken ein Kaffeekränzchen zu organisieren. Aus diesem Grund hat sie mich angerufen und erklärt gerade, wohin «Herr Jenni» mit dem Gutschein denn überall reisen könnte.

Viel müsste ich dazu nicht tun: An einem Abend meiner Wahl käme «ein freundlicher Mitarbeiter vorbei», erklärt mir die charmant-überzeugend sein wollende Stimme. In mir kommt ein Vorurteil auf. Es gelingt mir aber nicht, mich bei der Stimme nach ihrer Haarfarbe zu erkundigen; sie spricht so schnell, dass ich kaum Fragen plazieren kann, also höre ich weiter zu – und jedesmal, wenn das «gell, Herr Jenni?» durch die Leitung gellt, schwirrt im Hinterkopf das aufgekommene Vorurteil munter von neuem wieder herum.

Es gebe eine kleine Homeparty von zirka einer Stunde und der freundliche Mitarbeiter halte einen interessanten Vortrag über Gesundheit und Gesundheitsvorbeugung. Das erinnert mich doch an etwas: Da war

doch kürzlich das Gratisnachtessen mit Geschenk in einem Restaurant, wobei man mir klar machen wollte, wir seien ein «Volk von verschwitzten Schlechtschläfern» (OT vom 14. April). – Im Telefonat kommt dies freilich erst später zur Sprache: Es geht bei diesen Partys um – was denn sonst? – natürlich den gesunden Schlaf.

Doch diesmal hätte ich nicht einmal meine müden, «von im Schlaf mit Wadenkrämpfen geplagten Knochen» – so wollte man mir damals weissmachen – aus dem Haus schleppen müssen: «Alles, was Sie tun sollten, Herr Jenni, wäre ein Tässli Kaffee anbieten, sich im Bekanntenkreis umhören und sechs Personen zu diesem Abend einladen.» Als Dankeschön für meine Mühe würde ich dann von Arena und Partner diesen Gutschein kriegen. Auch meine Gäste gingen natürlich nicht leer aus. Für ihr Kommen würde unter ihnen nochmals ein Reisezuschuss verlost, im Wert von 200 Franken.

Das heisst: Die Firma Arena und Partner kennt mich zwar nicht, würde aber für sechs «Tässli Kaffee» und sechs meiner Bekannten, die ich einlade, sagenhafte 700 Franken in Form von Reisegutscheinen springen lassen. Doch wofür denn? Es sei einfach eine andere Form von Werbung, und es gehe um den gesunden Schlaf; «orthopädische Matratzen, Oberdecken, Unter-

decken...» Demnach also in etwa dasselbe, was ich mir schon bei jenem Gratisnachtessen anhören musste. Was das alles denn so koste, will «Herr Jenni» wissen.

Um diese (schwierige) Frage zu klären, braucht die Frauenstimme am anderen Ende viel Zeit. «Herr Jenni? Das, äh, da...», beginnt sie unsicher. Da gebe es unterschiedliche Produkte, findet sie dann den Faden wieder, es komme auf die Qualität an. Ich werde konkreter und verlange den Preis für Kaschmirqualität. Doch auch diesen Preis kann mir die Stimme nicht sagen (das Vorurteil wird immer stärker!). «Eine Sekunde, Herr Jenni...», tönt es immer noch höflich. Ich werde weiterverbunden. Dann kommt der «Michael Kroll, schön guten Tag» an den Apparat. Auch diese Stimme klingt so liebenswürdig, als könnte sie kein Wässerchen trüben.

Herr Kroll will den Preis vorerst ebenfalls nicht sagen, da es verschiedene Qualitäten gebe. Auch als ich ihm erkläre, ich möchte das Produkt kaufen, wimmelt er mich ab. Ich müsste alles anfassen können und mich umfassend beraten lassen. Zudem gebe es abends bei den Veranstaltungen einen Veranstaltungsrabatt, «der sich nach dem Kaufvolumen richtet». Wichtig sei, dass ich mich vom Fachberater umfassend beraten lasse.

Sie sind alle so nett ... und dann im-

mer dieses «gell, Herr Jenni?». Nicht einmal verkaufen wollen sie; nur mich unbedingt überreden, eine Homeparty zu organisieren und dafür bekäme der «Herr Jenni» noch satte 500 Franken! Herr Kroll wird konkreter, möchte eine Zusage, die ich ihm nicht gebe; er gibt mir seine Telefonnummer nicht. Er begründet dies damit, dass sie, die Firma Arena und Partner, den ganzen Tag telefonieren würden, so sei immer besetzt. Darum würden sie mich zurückrufen. Das mache ihnen gar nichts aus, betont der überfreundliche Kroll und ergänzt: «Sie sind ja der Kunde, und der ist der König.»

Für die Familie des Königs ist es übrigens nicht das erste Mal, dass die liebenswerten Angestellten der Firma Arena und Partner angerufen haben. Vor gut drei Wochen musste meine Frau daran glauben. Angesichts der Tatsache, dass bei Arena und Partner den ganzen Tag telefoniert wird, muss ich wohl davon ausgehen, dass der König demnächst wieder angerufen wird. – Eben eine andere Art der Werbung, die inhaltsmäsig den Vergleich mit den Waschmittelspots nicht zu scheuen braucht.

Diese andere Art der Werbung geht mir persönlich so ziemlich auf den Keks, denn der «Herr Jenni» sowie Herr und Frau Konsument können ihr kaum ausweichen. Da ich aber das Telefon nicht abstellen kann wie die Flimmerkiste, kaufe ich mir einen Telefonbeantworter, «gell, Herr