

## Sind Sie auch Spanner, Voyeur, Gaffer?

Lüsternden alten Herren wird's ja nachgesagt, oder pubertären Knaben. Von Damen hat man's weniger gehört. Dabei beobachte ich: gerade die sind's am meisten. Heimlich zugucken, sich versteckt halten – und ihre Lust dabei haben. Sich frei entscheiden, von wem und was sie sich „anmachen“ lassen.

Ich rede, wie könnte es anders sein, von Werbung. Individualisierter, personalisierter Werbung. Von dem, was im Marketing gerne mit 1:1 benannt wird. Von „hey, wir haben Dich fest im Griff“-Reklame-Attacken auf meine Anonymität. Die Anonymität des heimlichen Beobachters.

Nicht, dass ich mich für etwas schämen würde, was ich tue (tue = kaufen), aber mal so gefragt: wen geht das eigentlich etwas an? Das Modegeschäft in der Kleinstadt, wo Madame regelmäßig ihre Ausgeh-Fummel für teuer Geld erwirbt: ach wie schön, wenn ihr da schon an der Türe ein freundliches „Hallo Frau XYZ“ der Verkäuferinnen entgegenschallt. Doch wenn Gnädigste ihre Ausziehsachen kaufen möchte, Dessous, wäre es ihr da recht, man riefe laut durch den Laden „Frau XYZ, wieder einen lila Pushup-BH? – Oder Strapse mit Strass?“. Nein, da verdrückt man sich doch gerne in Läden anderer Städte – oder Kataloge der Massenversender. Anonym einkaufen kann nämlich Spaß machen – lustvoll im allumfassende Wort-sinn. Von spaßig bis Begehren befriedigend.

Nur wissen Versandhaus, Mailing-Versender, Internet-Kaufportal gar nicht, in welchen Bereichen ich gerne meine emotionalen Kuschelecken hätte. Ob ich mit jeder aggressiven „nun kauf doch endlich mal wieder, Du Knauerich“-Email an die Käufe der letzten 6 Monate erinnert werden möchte. Ob mir recht ist, wenn mir eine PURL, Persönliche Internet-Adresse ohne mein Zutun bereitgestellt wird. Ob ich wirklich, um Kaffee oder Butterkekse per Katalog zu kaufen, auf dem Titel mit Namen angedet werden muss. Ob es nicht auch mal schön ist, statt meines User-Kennung samt Paßwort einfach nur klick-klick zu bestellen – und keiner hält's mir später unter die Nase, vor Augen.

Immer mehr Leute sind auf Anonymität bedacht in einer Welt, die den Gläsernen Menschen längst erschaffen hat. Wenn Schwerverbrecher-Ausbrecher auf der Flucht neuerdings ihren Standort per Handy verraten und wiedereingefangen werden, befürchte ich, dass auch mich mitten auf der Straße eine Gang kidnappt und ins Kaufhaus zerrt – genau vor die Vitrine, aus der ich letztes schon gekauft habe. Werbung ja. Aber bitte nur solche, bei der ich unerkant zugucken darf. Und nicht solche, die sich mir als Daten-Schamverletzer zeigt.