

► Medien- und Kommunikations-Architektur

Quelle-Katalog. Oder: warum ich keinen Urlaub mache

Der Unterschied von Angebot und Nachfrage

Das Gerangel um staatliche Finanzhilfen für die Bezahlung des Drucks des (im Internet des Unternehmens längst angekündigten) Winterkatalog 2009/10 hat die Diskussion in der Öffentlichkeit über Sinn oder Unsinn von Katalogen generell wieder aufleben lassen. Tenor: Es gäbe doch das Internet, und da sei alles schneller, besser, präziser zu finden. Und kostengünstiger sei solch ein Verkaufsinstrumentarium für die Anbieter auch noch. Warum also Kataloge, warum noch drucken?

Warum? Wegen mir !!! – Realer Vorfall: Nun ist ja Sommerzeit, aus irgendwelchen Gründen war es mir nicht möglich, einen bürgerlichen Pauschal-Urlaub vorzubuchen. Aber da nun die Arbeit ein wenig Frei-Zeit zuließ, ein kleines Sümmchen zur Seite gelegt war, warum sollte man da nicht ... last minute und so.

Gesagt, geklickt. Geklickt, genarrt. Genarrt, frustriert. Zu Hause geblieben und dort ein schönes Leben auf Terrassen gemacht. Urlaubsanbieter dieser Welt, Ihr habt Euch selbst in den Hintern gekniffen. Der Schuss namens „Datenbank“ ging voll nach hinten los.

Wieso, warum? Wegen der Unbrauchbarkeit von Datenbanken, gemessen an Katalogen. Und es begab sich aber so ... :

Irgend so'n Beside-Ad

Ich surfe irgendwo rum. Spiegel, Bild, Conrad, Ebay, was weiß ich. Und wie immer, rechts am Rande, flicker-flackert irgendein Bikini-verhülltes Knochengestell herum und säuselt „Urlaub, Urlaub“. Na ja, warum denn nicht. Geklickt und schwupps!, kommt eine vollmundige Entry-Page und schreit mich an: „Über eine Million Pauschal-Reisen zu Super-Sonder-Schnäppchen-Preisen“. Na, da wird ja wohl eine für mich dabei sein.

Ich solle doch nur, so der zwar schwer zu findende, aber aufgrund wirr gestalteter Eingabefelder sich ergebende Hinweis, schnell mal eingeben, wo ich starten und hinfliegen wollte.

Ich wohne in Solingen. Um mich herum sind gut, schnell erreichbar mindestens diese Flughäfen: Düsseldorf, Köln-Bonn, Frankfurt, Weeze, Mönchengladbach, Dortmund, Münster, Paderborn. Ja, wie jetzt, von wo ... ???

„Irgendwo ans Mittelmeer“ wollte ich. Aus der Schule weiß ich, das ist: Marokko, Tunesien, (Libyen, aber dahin geht man nicht freiwillig), Ägypten, Israel, Libanon, Türkei, Griechenland, diverse Ex-Jugoslawien-Staaten, Italien, Frankreich, Spanien – ja, wie jetzt, „Urlaubsziel eingeben“?

Und dann der Termin. Ich könne wählen zwischen festem Tag, der ganzen Woche, einem Zeitraum, nach günstigsten Angeboten, besten Bewertungen, Luxus- oder Familien, Bade- oder Nichtraucher-, Privat- oder Erlebnis-Hotels. Für Familien mit Kindern, Alleinreisende, ältere Paare, Homosexuelle, Motorrad-Fans, Tauch-Anfänger oder Kulturbegeisterte mit Faible für gehobene Küche ... ich möge doch eine Auswahl treffen. Nun gut, homosexuell bin ich nicht und Motorrad fahre ich auch nicht. Aber ansonsten ... mmmhhh.

Nach etlichen Klicks und Auswahlen, begleitet von Bauchgrummeln, werden dann 518 Hotels vorgeschlagen. Ja, schön, das heißt: 518 mal anklicken: Bilder, Bewertungen, Lage, Ausstattung, Zimmerkategorien und Preise. Macht 2.590 Klicks. Nach dem siebten inspizierten Hotel beschließe ich, das sei jetzt geeignet, basta. Netterweise hat mir der Programmierer vorbereitet, ich müsse nur noch „Pauschalreise finden“ anklicken. Was ich auch tue. Und warte. Und warte. – Und warte.

Dann eine dünne, übersehbare Zeile: „Für Ihre Auswahl wurde kein passendes Angebot gefunden.“. Ja, und jetzt? Hätte ich Weeze statt Düsseldorf, Tauch-Anfänger statt älteres Paar, Spanien statt Marokko, August statt Juli eingeben müssen? – Die ganze Prozedur also noch mal durch, bis eine Reise vorgeschlagen wird, von der ich sage: die doch nicht !!! ???

Keiner sagt jetzt: ist mir noch nie passiert!

Gell, genau! Es ist Ihnen (und mir) schon dutzende, hunderte Male so gegangen. Diese Schei...-Datenbanken, die erst abfragen, was man ja noch gar nicht weiß, sondern vorgeschlagen bekommen möchte. Germanwings belästigt mich mit Werbe-Emails, jetzt seien wieder 100.000 Flüge zu 19 Euro zu haben. Klicke ich dann drauf, werden mir garantiert nur Flüge ab 169 Euro angeboten. Dahin, wo ICH will, dann, wann ICH Zeit habe. Den Rest der Plätze können die sich ohnehin irgendwo hin schmieren, mich interessieren sie nicht. Noch nicht mal für 1 Euro all inclusive. Wenn das, was mir gefällt und passt, für lässig wenig Geld nicht dabei ist.

Nein, das Internet versagt beim „mach mich mal an“-Verkaufen noch viel zu oft ziemlich kläglich. Das heisst, nicht das Internet, sondern sowohl etliche Marketing-Fuzzies und vor allem Programmierer (vielleicht auch, weil Marketing-Ahnungslose deren Fähigkeiten schlichtweg kastrieren). Nicht immer ist das so. Amazon ist mein größter Einkaufsfavorit geworden, weil die tun, was Puristen als das Grundübel aller Daten ansehen und ich selbst liebe, schätze, mir wünsche: sie verwenden meine Einkaufsgewohnheiten, um mir passende Angebote zu machen. Gemäß dem Motto: „Zu ihrem Kauf von neulich passt auch ...“ oder „Menschen, die sich dies angesehen haben [[wie ich es mir soeben betrachte]] kauften auch ...“.

Das ist nichts anderes als der gute, alte Quelle-Neckermann-Otto-Schwab-Heine-Baur-Klingel-Katalog, oder der von TUI, Neckermann, Öger, Alltours, Studiosus, Meiers für Pauschal- und Individualreisen. Diese Kataloge hatten einen unschätzbaren Vorteil:

- ▶ **In Katalogen wird man von Angeboten überrascht.** Man kann buchstäblich etwas entdecken.
- ▶ **Bei den meisten Internet-Portalen für Travel und Shopping muss man oft schon wissen, was man eigentlich sucht.** Das killt Lust und Laune am verführt werden. Am umschmeichelt sein. An der generösen Art, großzügig zu sein. Als König Kunde.

Kaufen hat etwas sinnlich-erotisches. Besonders Spaß macht (beides), wenn man sich auf etwas einlässt, von dem man nicht weiß, wie es weiter und ausgeht. „Der Weg ist das Ziel“, gilt in ganz besonderem Maße. Der Flirt ist wichtiger als, na, Sie wissen schon. Spätestens nach der Kasse ebbt jeder Kauf-Orgasmus ab. Und in Reise-Datenbanken herumzustochern, um nichts zu finden, ist wie in Sex-Chats zu posten, ohne je eine intelligente Antwort zu bekommen. Frustrierend bis zum Überdross.

Frau Merkel und Herr Steinbrück, bitte bitte, spenden Sie Quelle das Geld.
ICH WILL MEINEN KATALOG !!! ICH WILL MICH AMÜSIEREN.