

Verführen Sie doch auch mal !

Billig-Airlines verdienen inzwischen mehr Geld als die konventionell-seriösen. Alles nur durch Kosten sparen? Nein, auch durch eine Masche, auf die sich „das Volk“ gerne und bereitwillig einlässt. Auf's verscheißert werden. Man ist zufrieden und zahlt. Immer im Bewusstsein, ein Schnäppchen erjagt zu haben. Da die Methode Erfolg hat – warum sind Druckdienstleister eigentlich noch nicht darauf gekommen, es genau so zu machen? Besser gesagt, viel zu wenige Dienstleister.

Klar, jeder kennt den Trick. Geworben wird für und mit einer lächerlichen Summe. Am Ende sind die Kosten erheblich höher als suggeriert: Zwar hätte ich tatsächlich einen Flug für 0,22 Cent hin und zurück buchen können, aber nicht dafür fliegen. Weil ich da, der böse, böse Staat, den Behörden erst einmal im Verhältnis unverhältnismäßig viel hätte lohnen müssen. Klar ist auch noch 68 Euro für Köln-Prag und zurück ein Spottpreis. Aber doch immerhin das 308-fache des eigentlichen Flugpreises.

Und nun legen Sie sich mal zurück und träumen: Sobald ein Kunde Ihr Angebot annimmt, sind Sie in der Lage, das dreißig- oder gar dreihundertfache dieses Preises zu kassieren. Und vor allem, Sie könnten Leistungen verschenken – weil sie von anderen Kunden bezahlt werden (wie sonst sollten die Airlines Geld verdienen?). Der Trick ist ja relativ einfach, funktioniert im Puff genau so wie in der Kirche oder im Karneval: wenn Menschen einmal in Raff- oder Spendierlaune sind, dann wollen sie immer mehr. Haben sie erst einmal ein Sonderangebot gefangen, durchrieselt sie die Hormone und gute Laune kommt auf. In guter Laune ist man großzügig. Wem Sünden vergeben oder ein Warengeschenk gemacht wird, der ist großzügig und kauft oder gibt, was in diesem Falle dasselbe ist. Und wenn Ihnen das alles zu kompliziert erscheint: Schon seit Jahrzehnten heisst die immer funktionierende Methode übrigens „Sonderangebote“: Man schließt, ohne weitere Prüfung, von einem Schnäppchen auf die Günstigkeit der anderen Verführungen. Wer beim ohnehin Alles-ist-hier-billig-Versender Pearl bestellt (der Ehre halber: Manchmal bekommt man da, was man woanders vergebens sucht), erhält auch einen solchen Gutschein. Und in der Tat, er funktioniert. Nur gegen die Zahlung von Versandkosten kann man sich gratis allerlei Gedrucktes bestellen. Mit bestimmten Konditionen, aber einem geschenkten Gaul schaut man bekanntlich nicht in das Maul. Dass man auf dem Weg zur kostenlosen Bestellaufgabe allerlei Klippen umschiffen muss (Newsletter bestellen oder vermeiden) und bei jedem Klick verführt wird, für nur wenig Geld doch ein paar zusätzliche Dinge zu kaufen, ist ja wohl klar – und vor allem LEGITIM ! (Wie sonst sollte Vista-print den Service finanzieren?)

Starke Nerven braucht, wer nicht doch zum Schluss mehr gekauft hat, als er vorhatte. Wie im richtigen Supermarkt. Wir alle kennen das ja. Oder beim Auto. Irgendwie wird es immer teurer, als man es sich vorher ausgerechnet hatte. Aber Spaß macht es wenigstens, man klickt final auf „Bestellung endgültig absenden“ in der frohen Gewissheit, mehr zu bekommen, als man bezahlt hat. Das macht froh, dankbar, verführungsbereit.

Druckereien, die nicht so handeln, indem sie etwas verschenken, verschenken ihr eigenes Geld – verpassen lukrative Umsätze. Jede weitere Diskussion darüber – überflüssig ! Wenn Sie sich für zu seriös dafür halten, na, dann bleiben Sie eben klein und verhältnismäßig einkommensreduziert.