



Die Geier warten schon

Das alles muss um 2011 angefangen haben. Ich bestellte bei Amazon eine CD für mein Patenkind und einen Krimi für meine Mutter. Fortan basierten die Musik- und Literaturvorschläge des Online-Händlers fast ausschließlich auf der BRAVO-Hit-Compilation und Patricia Highsmith, bis mir ein Kollege verriet, wie ich die Einträge entfernen kann.

Ab 2014 griff das immer weiter um sich: Einmal einen Flug nach Barcelona und ein Hotel dort herausgesucht, schon erhielt ich wochenlang Flug- und Hotelangebote für Barcelona, egal welche Seite ich aufrief. Besonders clever empfand ich Werbeeinblendungen für gerade getätigte Anschaffungen. Nein danke, ich brauche keinen Zweitgeschirrspüler.

Irgendwann ab 2018 wurde die Werbung dann intelligenter: Als ich einen neuen Staubsauger gekauft hatte, erhielt ich nach vier Wochen Werbung für die passenden Staubsaugerbeutel. Auf den IKEA-Besuch folgte Werbung für Akkuschauber. Und als einmal für den gebuchten Urlaubsort Regen vorhergesagt war, kam zwei Tage vor der Abreise ganz penetrant Werbung für Regenschirme und Friesennerze: "In ... regnet es! Lieferung binnen 24 Stunden, wenn Sie JETZT bestellen!".

Seit 2021 mache ich mir doch ein wenig Sorgen um meine Privatsphäre. Als ich einmal im Blickfeld einer Überwachungskamera einen Hustenanfall bekam, überschüttete mich mein Web-Browser zwei Wochen lang mit Werbung für Schleimlöser, Nasensprays und nanobeschichtete Taschentücher.

Dass ich eine Vorsorgeuntersuchung beim Arzt verpasst hatte, merkte ich daran, dass ich keine Angebote für Lebensversicherungen mehr bekam, sondern die Buchempfehlung "Testamente aufsetzen, aber richtig". Wenn ich meinem Hausarzt glauben darf, bin ich durch meinen gerade noch rechtzeitigen Besuch bei ihm der Werbung für Bestatter knapp entronnen.

2023 ignorierte ich, dass mir penetrant Werbung für Neuwagen angezeigt wurde. Kurz darauf fiel nachts bei strömendem Regen kurz vor dem Kamener Kreuz der Akku aus. Als in der nächsten Werbewelle ständig Hausrats- und Gebäudeversicherungen erschienen, bekam ich Muffe und stockte die Versicherungssumme auf. Allerdings ist bis heute nichts passiert. Vielleicht, weil die Versicherung nun so teuer war, dass das Geld nicht mehr für das Tablet reichte, das meine Bude in Brand gesetzt hätte.

Inzwischen brauchen Sie auch keinen Schwangerschaftstest mehr. Sobald in Ihrem Haushalt Werbung für Kinderwagen und Säuglingskleidung eintrifft, dürfen Sie sich getrost auf ein freudiges Ereignis einstellen. Die US-Supermarktkette Target findet werdende Mütter durch Analyse des Kaufverhaltens, und das schon seit 2012.

Urs Mansmann

Urs Mansmann