

Quengelware für Klein und Groß

Die so genannte Quengelware zählt zu den feinen Perlen psychologischer Führung von SB-Märkten. Wenn Mutter (oder Vater) und Kind in der Warteschlange stehen, müssen sie sich gedulden, eine wenig kindgemäße Tugend. Als Lösung bietet der Supermarkt in der Kassenzone Ständer an, die mit (gelegentlich missverstandenen) Mitnahmeartikeln gefüllt sind: Zigaretten (oben und unter Verschluss), Bonbons, Kaugummi und Mars-Riegel (unten und offen). Unten greifen die quengelnden Kids gern zu. Daher Quengelware. Auch mein Großenbaumer Getränkemarkt hat zu meiner Überraschung in der Wartezone vor der Kasse Quengelware ins Regal gestellt, recht geistreiche sogar: lauter Mini-Fläschchen mit hochprozentigem Inhalt. Nur sind sie nicht für die ungeduldigen Kleinen, sondern für die Großen mit ziemlich spezifischer Ungeduld gedacht. Auffällig schon die Markennamen der Mini-Spirituosen: „Kümmerling“, „Kleiner Feigling“, „Jägermeister“, „Artilleriefuehr“. Welches Kind im Manne wird hier wohl angesprochen, wenn nicht angefeuert? Es sind sogar Markennamen dabei, die ich nie in den Mund nehmen würde. Da begnüge ich mich doch lieber mit einem Kasten Mineralwasser – ohne Procente, ohne Psychologie und ohne Quengelei, aber mit feinperlender Kohlendensäure.