

Aus Amazonien

Von Wiglaf Droste

Alle Menschen sind klug, manche vorher, andere hinterher. Die Spätklugen erkennt man unter anderem daran, daß sie keine Gelegenheit auslassen, werbeträchtig Trittbrett zu fahren und dann zu behaupten, sie seien Avantgarde.

Nachdem ein ARD-Bericht über Amazon am 13. Februar 2013 die höchst ergähnenswerte Tatsache beschrieben hatte, daß es sich bei dieser Firma nicht um ein caritatives Unternehmen handelt, ergriff der Mainzer Kleinverleger André Thiele die Gelegenheit, mit einem Boykott Gratiswerbung für seinen Bauchladen zu machen und sich damit ordentlich dicke zu tun. Wörtlich las sich das in seiner Aufkündigung der Geschäftsbeziehungen zu Amazon so: »Mein Verlag ist kein Verlag für ›Nein-Sager‹. Billige Werbeeffekte, Boykotte, triumphierende Wichtigtuerei, all das liegt mir fern.« Heuchelei, wenn man sich erst richtig auf sie versteht, hat schon auch saukomische Züge. Das Feuilleton der FAZ trug den Sarkasmus buttermesserdick auf, spottete: »Die Welle gegen Amazon rollt«. Und zitierte den Mainzer Umsattler, der in seinem Brief an Amazon beteuerte, er habe sich »immer wieder selbst mit verschiedenen Argumenten überzeugt, daß es doch wichtig sei, mit einem zukunftssträchtigen Unternehmen wie dem Ihren zusammenzuarbeiten. Aber der Punkt ist – und das ist es, was der ARD-Bericht zutage gebracht hat –, daß Sie keine Zukunft haben.

Ein Geschäftsmodell im Vertrieb, das weder den Lieferanten noch den eigenen Mitarbeitern die Luft zum Atmen läßt, hat keine Zukunft.«

Es gibt nichts Pathetischeres als einen Opportunisten, der sich und andere von der Idee zu überzeugen versucht, er hätte eine Haltung. »Billige Werbeeffekte und triumphierende Wichtigtuerei« liegen einem solchen Herrn aber ja sowas von verstehtnisganzvonselber fern.

<https://www.jungewelt.de/artikel/197140.aus-amazonien.html>