

Während des Einkaufs...

von Nico Madysa

Carla, die Kassiererin des Supermarktes, war immer ehrlich und hoch geschätzt bei ihren Kunden. Sie gaben ihr stets genug Geld und sie gab immer genug zurück. Carla bekam ein hohes Gehalt, damit wollten ihre Kunden, die auch ihre Vorgesetzten waren, verhindern, dass sie aus Geldmangel unerlaubterweise in die Kasse griff.

Carla war nicht nur Kassiererin, sie fällte auch Entscheidungen für den Supermarkt. Bald nachdem ihr ihre Vorgesetzten diese Verantwortungen in die Hände gelegt hatte, kamen einige Kunden zu ihr und baten sie, einige Artikel verstärkt ins Angebot aufzunehmen. Carla verneinte zunächst, da sie durch diese Einseitigkeit die Preise auf andere Waren hätte erhöhen müssen. Ebenjene Kunden bezahlten nach dieser Anfrage freiwillig mehr Geld für ihre Lieblingsartikel als sie mussten, immer ein Augenzwinkern für Carla übrig habend. Da dies gewissermaßen Trinkgeld war, musste Carla diese zusätzlichen Spenden nicht ihren Vorgesetzten, die gleichzeitig ihre Kunden waren, vorlegen. Bald darauf meinte sie, dass sie mehr Geld verdiente, wenn sie die Lieblingsartikel des zuvor spezifizierten Kundenkreises verstärkt ins Sortiment aufnahm. Die dadurch erwirtschafteten Gewinne würden den Verlust durch Teuerung der Restartikel, der durch den Verlust einiger Kunden entstünde, ausgleichen.

Da die Spenden jedoch nur und ausschließlich Carla zugute kamen, fehlte es einige Monate später in der Kasse des Supermarktes an Geld. Carla musste die Preise erhöhen, wollte sie doch die Geschäftsbilanz im positiven Bereich halten; denn solange keine Schulden gemacht würden, bliebe auch Carlas Nebenverdienst unbemerkt. Die Kunden und Vorgesetzten murrten über die Teuerung und einige begannen, in anderen Supermärkten einzukaufen, die dieselbe Ware günstiger anboten.

Durch den Kundenverlust sanken die Einnahmen des Supermarktes weiter, wodurch Carla Schulden aufnehmen musste. Sie wollte auch die Preise für die bislang verschonten Lieblingsartikel ihrer favorisierten Kunden erhöhen, doch diese versprachen, stattdessen ihre Spenden zu erhöhen, so ließ Carla von ihrem Vorhaben ab und erhöhte die Preise auf die restlichen Waren nochmals. Die Kunden gingen daraufhin zu noch billigeren Supermärkten und nahmen, um sich ernähren zu können, auch eine geringere Qualität in Kauf. Als diese Qualitätsminderung Kunden schadete, fingen einige an, auch Carlas Supermarkt zu beschuldigen. Carla ließ eine große Werbekampagne mit dem Titel „**Du** bist »Carla's«!“ für ihren Supermarkt durchführen, die sie von ihren Lieblingskunden finanzieren ließ. Damit zog sie speziell junge Kunden wieder zurück.

Eines Tages erhöhte Carla, die mittlerweile eine Hypothek auf ihren Supermarkt nehmen musste um die Schulden zu decken, auch die Preise auf die favorisierten Waren ihrer Lieblingskunden. Nur kurze Zeit später wurde öffentlich behauptet, Carla ließe sich bestechen und es wurden Beweise für Carlas regelmäßig erhaltene Trinkgelder in Umlauf gebracht. Gleichzeitig hörte ihr engster Kundenkreis auf, sie privat zu finanzieren. Gewöhnt an ihren überhöhten Lebensstil griff Carla nun wiederholt in die ihr anvertraute Kasse, doch wurde sie schon beim dritten Mal dabei erwischt. Ihre Kunden wie auch ihre Vorgesetzten reagierten darauf empört und ungehalten.

Die, die zuerst von Carlas Werbekampagne agelockt worden waren – die jungen Leute, die nach der Werbekampagne schon fast eine eigene Subkultur entwickelt hatten – , überfielen eines Tages den Supermarkt, verwüsteten ihn und erklärten, Carla sei gefeuert und sie übernahmen nun ihren Posten. Bald normalisierte sich die Lage wieder, wenn auch die Schulden des Supermarktes weiterhin enorm blieben. Doch eines Tages kam Carlas ehemalig favorisierter Kundenkreis auf die jungen Menschen zu und machten ihnen ein Angebot...