

## Gewinnoptimierung nach Strich und Faden

„Gimme more“. Haben (manchen von uns) schon die Teens in den 70er-Jahren in die Ohren geträllert. Ein Motto, das sich die Industrieländer heute fetter denn je selbst auf die kleinsten Wimpeln jeglicher Pimperlveranstaltungen heften können: Heuer wieder mehr Besucher im Freibad, noch mehr Besucher auf der diesjährigen Messe und noch größere Ausstellungsflächen, noch mehr Weihnachtsmärkte in der Stadt. Lernen Sie alle Wellnesshotels in einer Woche kennen! Sammeln Sie Stammlokale. Schon wieder mehr heiße Eislutscher verkauft. Und wieder mehr Wirtshäuser die an der langen Nacht des fröhlichen Erbrechens mitgewürgt haben. Noch längere Nächte. Und nächstes Jahr verlegen wir alle Veranstaltungen der langen Nächte knapp vor die Wintersonnwende an den 20. Dezember, sodass die Nächte besonders lang sind und wir noch mehr Besucher haben. Jawohl.

Ja, aber bitte, aus welchen Büschen sollen wir so viele Menschen denn überhaupt zusammentrommeln? Und aus welcher Geldbörse kann man die Cent denn heraus kratzen, die für die Gewinnoptimierung beigesteuert werden müssten? Wer soll das alles kaufen und saufen? Und wann bitte ist der Plafond eigentlich erreicht? Wann lässt sich denn endlich *kein* neuer Besucherrekord mehr verzeichnen? Keine noch höheren Umsätze? Und wenn dieser Fall eintritt, was dann? Was passiert denn dann? Baut das Gänsehäufel einen zweiten Stock für längere Wasserrutschen? Überdachen wir die Skigebiete? Und bieten die historischen Museen dann Zeitreisen an? Fällen wir die Bäume im Wiener Prater um eine noch größere Messefläche zu gewinnen? Ersetzen wir alle Wiener Mistkübel durch Punschstände? Führen wir die gesamte Wirtschaft samt Sozialstaat aufs Glatteis? Diejenigen, die nicht mitbieten können (oder wollen), haben wir ohnehin schon lange in den Allerwertesten getreten. Am besten so kräftig, dass sie gleich außer Landes fliegen. Verlierer? Können wir hier nicht brauchen. Wir wollen wachsen. Uns steigern. Aber wohin versteigern wir uns schlussendlich? Wohin konkurrieren wir einander? Ins Unermessliche? Ins Unfassbare? Ins Schwindelerregende? Mehr. Weiter. Höher! Besser! Noch besser!! Bestens! Schlagen wir im gnadenlosen Verlangen die Bestgesteigerten zu sein solange auf die Häupter jener ein, die uns zu nahe kommen, bis wir völlig den Kopf verlieren? Und das Gleichgewicht? Autsch! Treffer...! Wieder nicht Acht gegeben. Wieder keine Achtung mehr. Keine Würde. Völlig wurscht. Hauptsache der Gewinn wird gesteigert. Und zwar gründlich. Nach Strich und Faden. Gesteigert, was das Zeug hält. Gimme more. Sangen schon die Teens. Sie kennen die Teens nicht? Längst schon passé, sagen Sie? Von der Bildfläche verschwunden? Teufel auch. Jaja. Da sehen Sie, was aus Unersättlichen wird....