

Selbstbedienung

Erhard Taverna

Kaum hörbar rumpelt das Kühlaggregat hinter dem schrankhohen Miniladen mit der erleuchteten Fensterfront. Das eilige Nachtvolk studiert das nummerierte Tastenfeld, wirft Münzen ein oder drückt den Pixelcode vom Handy an den Scanner. Zahlen werden eingetippt, eine Spirale dreht sich im Etagenfach und schiebt die Ware nach vorne bis sie kippt. Dann poltern die Red-Bull-Büchsen, es klatschen die Beutel mit Partysticks und Gummibärchen und leise schaben die Schachteln mit maybe-baby oder Ceylor im Entnahmefach.

Weihwasser gegen Münzeinwurf gab es schon in der Antike. Erst viel später haben findige Nachfolger das antike Geschäft mit Kaugummi modernisiert. Inzwischen ist vom Grillfleisch bis zur Unterwäsche fast alles erhältlich. Es gibt Automaten für Grablichter und Fahrradschläuche, Bücher und Spaghetti, Jeans und lebende Käfer, Pommes und Frischeier. Die Käufer stehen nicht alleine auf dem Bahnsteig. Das crossmediale Jugendfernsehen joiZone unterstützt sie rund um die Uhr mit Umfragen, Experten-Chats, Foren und Talksendungen. Der private Sender streut Kochtipps und erteilt Auskünfte über Gesundheitsvorsorge inklusive Kondomgebrauch. Gut vernetzte Sozialmedien beantworten über eine Hotline individuelle Anfragen und helfen mit Videoclips, etwa in Härtefällen, wenn im Anzeigefenster von maybe-baby zwei dunkelfarbige Linien erscheinen.

Der Kunde war einmal König. Sein Nachfolger bedient sich selber. Das Angebot ist auf regionale Bedürfnisse ausgerichtet. Im Selbstservice gibt es Schokolade und Schweinesperma, Maden für Angler und Gedichte, Blumen, Ansichtskarten, Nähzeug, Tierfutter und Regenschirme. Für Fahrkarten, Fotos, Check-In oder Buchungen ist Selbstbedienung so selbstverständlich wie das Tablett in den Warteschlangen der Spitalkantinen. In Zeiten des Lädelerbens und der Online-Einkäufe haben die Snack- und Non-Food-Automaten ihre Stellung behauptet und ausgebaut. Wer weiss schon beim Aufstehen, was er bis zum Abend alles braucht. Wo Passanten sekundenschnell ihren Spontaneinkauf tätigen, schliessen die gut dotierten Blechkisten eine wichtige soziale Lücke. Das Geschäft mit der Selbstbedienung ist pyramidal aufgebaut. Ganz oben glänzen frisch aufgeladen und plombiert die Defibrillatoren,



gefolgt von Feuerlöschern, Autowaschanlagen, Schuhputz-Bürstenwalzen, Tankstellen, Hotel, Geld- und Wäscheautomaten, aufgesetzt dem breiten Sockel alltäglicher Bedarfsartikel.

Wer verpflichtet wird, mit Stromstössen müde Herzen zu beleben, darf auch mit profaneren Selbstmedikationsangeboten rechnen. Für ihn wurde der med-o-mat erfunden, ein Prototyp in Einführung, mit allem, was eine Hausapotheke im Überlebenskampf erfordert. Verbandpflaster, elastische Binden, Schmerzmittel, Hühneraugen-Lebewohl und Einwegspritzen samt Nadeln. Spritzentausch-Automaten mit Pflegesets für Fixer haben den Trend vorge-spürt. Findige Apotheken basteln an einem Rezeptsystem, das, mit Display und Panzerglas geschützt, den Nachtdienst überflüssig macht. Wann schliesslich eine Permanence mit zugeschaltetem Medium, ähnlich dem soiz, zur Verfügung steht, ist eine Generationenfrage. Als verlängerter Arm vieler Dienstleistungszentren sind Automaten bereits Realität. Gut gewartete Aussenstationen sind ein ähnlich wirksames Werbemittel wie die Selecta-Automaten für ihre ausgestellten Markenartikel. Viele bemannte Dienste können über diese Apparate weit billiger und damit preiswerter und niederschwelliger ausgelagert werden. Jahrgänge, auf die im Altenheim Kuschelautomaten und Pflegeroboter warten, tun gut daran, sich an das Do-it-yourself-Prinzip in personal-freien Hotels zu gewöhnen. Was die Bau- und Hobby-läden an Handwerkern längst ersetzt haben, wird sich auch im Gesundheitswesen durchsetzen. Dank Skype und Telemedizin haben sich viele kleinere Eingriffe, wie Blutentnahmen oder Selbstkatheterisierungen, zu Hause etabliert. Die benötigten Werkzeuge werden per Post geliefert oder an der nächste Strassenecke zu Discountpreisen angeboten. Nichts spricht bei mündigen Klienten gegen kleinere chirurgische Eingriffe, die videoüberwacht, dereinst stressfrei in den eigenen Wänden möglich werden. Wenn einmal 3-D-Drucker, wie Kühlschränke, zu jedem Haushalt gehören, eröffnet sich ein weites Feld gezielter Empowerment-Aktionen. Doch selbst dieser Fortschritt bedeutet noch lange nicht das Aus für die Kisten mit der Warenschleife auf dem Bahnhofsteig. Denn bekanntlich verleiht nur Red Bull Flügel, und die werden wir mehr denn je benötigen.

erhard.taverna[at]saez.ch