

Alles muss raus

Einst war der Slogan des Einzelhandels „Alles muss raus“ ein gern angenommenes Startsignal zur Schnäppchenjagd. Nicht nur für komplette Räumungs- und Ausverkäufe, auch für die rasche Trennung von Waren aus der einen oder anderen Abteilung wurde dieser Verkaufsslogan eingesetzt. Er wurde so geläufig, dass der Kabarettist Urban Priol in den Jahren 2004 bis 2007 unter diesem Titel sogar eine köstliche und erfolgreiche TV-Serie auf den Bildschirm bringen konnte. Auch kommentierte mancher seine Trennung von liebgewonnenen Gegenständen scherzhaft mit „Alles muss raus“. Doch wenn dieser Tage die Duisburger Galeria Kaufhof in einer viertelseitigen Anzeige mit „Alles muss raus“ für ungewöhnlich hohe Preisreduzierungen (und 20% zusätzlichen Rabatt auf alle Rotpreise in acht Abteilungen) wirbt, könnte ich heulen. Ausgerechnet in Duisburg, der Stadt, in der Helmut Horten das erste neue Warenhaus nach dem Zweiten Weltkrieg errichtete, muss einer der Nachfolgebetriebe schließen! War und ist das Konzept des „Alles unter einem Dach“ mit üppigem Sortiment und persönlicher Beratung nicht eigentlich ideal für ein Großstadt-Zentrum? Und nun das traurige Aus, weil wir alle Fachmarkt- und Online-Shopper geworden sind und weder Grundstücksspekulanten noch Stadtmanager dem Untergang etwas entgegenzusetzen wussten. Wie die Altstadtbewohner könnte man sich für ganz anderes, echt Störendes, ein „Alles muss raus“ wünschen.