

## Ein anderes Wort für arbeitslos

Wer andere einen Rat geben will, sollte ja möglichst wissender, erfahrener, umsichtiger sein als der Ratsuchende. So jedenfalls stelle ich mir in meiner ganz altmodischen Art die Sache vor. Würden Eltern (außer in Computerfragen :-)) bei ihren Kindern Rat einholen, Lehrer bei Schülern?

Deshalb werde ich immer ein wenig stutzig, wenn ich lese, dass jemand als 24-jähriger Unternehmensberater über Kompetenz und Erfahrung verfügen will. Wohl gemerkt: 24 Jahre, nicht Berufsjahre. Davon 23 auf der Schule bzw. Uni. Oder jemand, den man seit 30 Jahren als Beschäftigten in einem Betrieb kennt, nunmehr Berater geworden ist. Letzteres kann gutgehen (es ist gar nicht so selten), aber Ersteres doch eher zweifelhaft. In beiden Fällen ist der nette Titel „Berater“ neuerdings nur ein anderer Ausdruck für arbeitslos. Im Sinne von: niemand bezahlt mich mehr monatlich.

Der Trend zu Kinderarbeit nimmt zu. 25-jährige sind Leiter von XYZ, 22-jährige haben „Senior-Manager“ auf der Visitenkarte stehen, 30-jährige werden in Pressemitteilungen als „langjährig erfahren“ bezeichnet und sechs bisherige Stellen genannt. Verweildauer: weniger als eine Budget-Periode.

Ganz ohne Zweifel, ohne jede Frage: es gibt Bereiche, in denen erstens die Jüngeren cleverer und unbefangener sind und damit auf gute, bessere, neue, sinnvolle, geschäftsfähige Ideen kommen als die „alten Böcke“. Es gibt sie durchaus, die 20-jährigen Genies. Aber sie sind nicht unbedingt „an der Tagesordnung“. Andererseits gibt es sehr vieles, bei denen die Jüngeren aus lauter Eifer und vor blindem „ich kann das schon allein“ das Rad zum millionsten Male neu erfinden und vor allem: bei dem sie immer und immer wieder die gleichen alten, dummen Fehler machen, die unnötig gewesen wären, hätten sie den Erfahrenen vertraut. Zwar wird man aus Fehlern klug, aber generell ist es auch doof, immer nur durch „try and error“ zu lernen.

Nicht jeder, der älter ist, ist gleichzeitig als Berater geeignet. Nicht jeder Jüngere inkompetent, nur weil man noch nicht „ewig“ im Job ist. Aber die gesunde Balance ist inzwischen verloren gegangen. Wir früh-pensionieren die erfahrene Fachleute und werfen die noch-nicht-Experten einfach ins kalte Wasser. Beides ist nicht gut.

Dabei bräuchten wir keine Gesetze, es zu ändern. Sondern nur Vernunft und mal fünf Minuten des Nach- und Vordenkens. Ich schlage vor, man holt sich dafür einen Berater!

## Der Feind im Supermarkt

29,99 € – keinen Cent mehr kostete das edle Teil. Ein Radio, das Sender „aus der Luft“ empfängt und gleichzeitig „übers Netz“. Oder Musik von der USB-Schnittstelle wiedergibt. Der Klang: hervorragend. Eine Uhr natürlich eingebaut, mit Wecker, versteht sich.

Ich legte es in den Warenkorb. Und auch, unter anderem, ein Wunderarmband, in dem sich angeblich Energiepartikel sammeln und so dem Träger zu permanenter vitaler Spannkraft verhelfen. Preis: 29,99 €.

Solche Bänder gibt es wirklich. Sie sind an Hokusfokus-Blödsinn nicht zu überbieten. Und die Radiowecker gibt es auch, sie sind HighTech vom Feinsten. Das eine zu unglaublich niedrigem Preis, das andere als Abzocke übelster Art. Der Preis sagt gar nichts mehr. Wie soll ich mich da als Verbraucher noch orientieren?

Wenn ich denn nicht ein von Gutenberg höchstpersönlich geküsster Mensch wäre, wie sollte ich reagieren, wenn ich im HighTech-Wunder-Männer-Spielzeug-Katalog mit irren technischen Gadgets auch jene Software entdecke: „Die PC-Druckerei. Mit 1.000 Schriften. Hunderte von fertigen Druckvorlagen. 10.000 Grafiken und Bilder. Mit Farbmanagement.“ Preis: nein, nein, keine 29,99, lassen Sie mal die 2 weg: 9,99 €.

Ich Idiot mach' drei Jahre Lehre, drei Jahre Studium, drei mal drei Jahre Betriebspraktikum, treibe mich dann 30 Jahre auf Kongressen, Messen, Presseveranstaltungen herum, um einigermaßen zu verstehen, was das mit den Schriften und dem Drucken, der Farbe und der Kunst der grafischen Illustration auf sich hat. Wenn ich, klick, alles für 9,99 ordern kann, morgige Lieferung garantiert, auch unter Windows XYZ zum Laufen zu bringen?!

Hätte ich nicht 45 Berufsjahre auf dem Buckel und würde wissen, wie schwierig es ist, gute Drucksachen zu machen, ich würde glatt für 9,99 ordern und glücklich sein. Obwohl: warum eigentlich nicht?

Mein Armband hat mir zwar nicht zu neuer Fitness verholfen. Aber der Radiowecker, ehrlich, so toll hatte ich noch keinen – ob ich nicht doch ... ??? Wahrscheinlich bin ich nämlich der einzige Feigling, der es nicht tut.

Teure Drucksachen in der Druckerei bestellen, mich abzocken lassen? Nöööö!

**► Glosse****Analoge und digitale Demenz**

Ein kluger Mensch, Buchbinder von Hause aus, zitiert gerne diesen Satz: „Bücher sind die beste Medizin gegen digitale Demenz.“

Und kann sich sicher sein, dass seine Zuhörer einstimmen. Ja, jaaaa, diese bösen Computer mit ihren Abstürzen und Datenverlusten und nie weiß man, wo jetzt die Datei zu finden ist und in Google, man sucht und sucht, findet alles, nur nicht, was man sucht – halt wie in der richtigen Demenz. Ja, jaaaa. Es wird einem so wohlig ums Herz.

Bis neulich. Als ich mein Notizbuch suchte. Ich wusste, es muss da sein. Allerdings nicht, wo „da“ sein sollte oder wäre. Wo, wann, wie hatte ich es zuletzt benutzt? Oder gar vergessen? Verloren? Unbeabsichtigt versteckt, verlegt (obwohl keineswegs Verleger von Hause aus), falsch einsortiert. Weg war und blieb es jedenfalls.

Wobei mir keineswegs ein Licht aufging. Denn bei Licht musste ich – wer lebt und arbeitet noch bei Kerzenschein? – an Strom denken und bei Strom an den Stromausfall neulich. Mitten beim Arbeiten. Zack, Kurzschluss im Haus, Blackout – digitale Demenz. Alle Memory futsch. Die Daten im Datenspeicher und die Ideen im Kopf, die ich gerade aufgeschrieben hatte. So also fühlt sich Demenz an.

Doch digitale Demenz? Weiter zurück erinnert (so dement kann ich also gar nicht sein, noch nicht jedenfalls) fiel mir jener Abend ein, vor Jahren, als meine Frau und ich noch völlig undigital lebten. Wir lasen gerade jeder in einem spannenden Buch, als auch das Licht ausging. Im ganzen Stadtteil. Macht nichts, Lesen braucht ja keinen Strom – oder doch? Selbst die kuscheligste Leselampe in unserem Hause wird mit jener Energie betrieben, die man uns nun vorenthielt. Nach zehn Minuten Kerzengeflacker und Flimmern beschlossen wir beide: Wieso muss man eigentlich immer lesen? Man könnte sich doch auch unterhalten. Oder sonstwas tun.

Jedenfalls ist mir seit diesem Tage klar: Selbst das ehrwürdige Buchbinder-Handwerk ist längst abhängig von dem, was auch Computer treibt: Strom. Denn den Kamin mit schön gebundenen Büchern beim Stromausfall heizen .... nein, da sträubt sich alles gegen. Dann doch lieber mal einen Plattencrash, wenn man alle Daten vorher artig gesichert hat. Ein ganzes Notizbuch dagegen immer zu kopieren, nur weil man es mal aus den Augen verliert und es damit seinen ganzen Sinn – das ist wohl doch ein wenig zu aufwändig und kompliziert.

Man sieht und merkt und erlebt: Ob digital-vernetzt oder analog auf feinstem Papier: Gegen das Vergessen hilft nur eins: sich alles immer gut im Kopf merken. Denn wenn man dort beginnt zu vergessen, also dement wird, weiß man auch nicht mehr, wo weshalb man die Erinnerungen braucht – ob auf Papier oder digital.

## Eigentlich

Eigentlich wollte ich heute einen Artikel schreiben, aber da kam der Anruf, ich solle doch mal eben ...

Eigentlich wollte ich heute nichts tun, weil Sonntag ist, aber meine Frau meint, ...

Eigentlich ist heute der Quartalsbericht fertig, aber ich kann mich ja nicht teilen, und im Meeting muss ich nämlich unbedingt den Vortrag ...

Eigentlich bin ich absoluter souveräner Herrscher über meinen Kalender, meine Pläne, meine Ziele, Tun und Handeln. Aber schließlich: Beruf geht vor. Oder war's jetzt die Familie? Oder die Gesundheit? Life-Work-Balance, ach ja, das war's. Aber eigentlich: Geld verdienen geht vor ...

Eigentlich ist Stress etwas Tolles. Er ist die beste Begründung, nicht selbst denken, entscheiden, Prioritäten setzen zu müssen. Unter Druck zu arbeiten, ist doch gar nicht so schlimm. Es liefert einem die besten Entschuldigungen, für Liegeengebliebenes, Unerledigtes. Fremden Anweisungen folgen zu müssen ist wie Befreiung: für nichts trägt man mehr Verantwortung. Immer kann man sich verteidigen, immer mit den gleichen Worten: „Ja, aber ... !!!“

Eigentlich sollte es ja so nicht sein, aber das Leben ist nun mal so. Und was will man schon dagegen machen. – Ja, eben: was WILL man schon dagegen machen? DASS man etwas dagegen unternehmen könnte, ist unbestritten. Aber warum sollte man es wollen? Warum soll man sich quälen, wenn man auch gequält werden kann? Warum muss man Held sein, wenn man in der Masse untertauchen und es sich dort bequem einrichten kann?

Eigentlich müsste man aufräumen, Ordnung schaffen, sich von Überflüssigem trennen, auf das Wesentliche konzentrieren. Aber wäre es nicht auch ein wenig langweilig und frustrierend. Morgens schon zu wissen, was man abends erledigt haben wird. Am Montag festzulegen, was man bis Freitag geschafft hat? Das wäre ja so, wie eine Wundertüte aufzureißen, die man selbst gepackt hat – fad, öde, sinnleer. Es nimmt einem doch den ganzen Nimbus des Heldenhaften. Wenn man erschöpft am Freitag, noch das ganze Wochenende lang, stöhnen und höhnen kann: eigentlich wollte ich ... und dann kann man stolz und selbstbewusst erzählen, wie man gegen das Chaos gekämpft und am Schluss ganz heldenhaft verloren hat.

Eigentlich ein schönes Leben.

## Wenn das Klicken Inhalt wird

Scheinbar zeitgemäß gestaltete Web-Auftritte sind Seiten voller Bilder und Links. Die Texte dienen eher der Navigation und Animation; kaum, dass sie noch das Eigentliche, der Inhalt sind. Verweildauer auf solchen Seiten – bis zum nächsten Weiter-Klick – kaum 5 Sekunden im Durchschnitt. Kann man in diesem kurzen Moment den Inhalt kennengelernt haben?

Das erinnert an die beiläufige Frage „Kennst Du den – oder die?“. Gemeint ist irgend eine Person. Na klar, schon mal begegnet, schon mal gesehen, schon mal von gehört, vielleicht sogar schon mal kurz mit gesprochen. Aber – kennen???

Man war in Rom, in Paris, in Mittenwald und auf Sylt. Kennt man die Städte und Orte? Weiß man, wer Bürgermeister von Mittenwald ist, wo sich in Rom die öffentliche Bücherei befindet, welche Partei auf Sylt für welche lokalen Ziele eintritt? ... Eben: Kennen?

Kann man in 5 Sekunden den Inhalt einer oft recht komplexen, kunterbunt gestalteten Bildschirm-Seite eines Online-Portals „kennen“-lernen? Ja und nein. Ja, man nimmt Häppchen wahr, Reizworte, die einem individuell auffallen oder Info-Elemente, die optisch unübersehbar sind. So wie das Kennen von Orten: Rom, der Vatikan, das Kolosseum und .... äh, oder war das tolle Restaurant jetzt doch in Verona?! Sylt, der Strand, das schlechte Wetter, die Promibude da, und ..., ja richtig, der Strand, das schlechte We..., ach so, ja.

Nein, „kennen“ ist wohl etwas anderes, als nur ein paar assoziative Stichworte parat zu haben. Wissen demzufolge auch. Fritz Mayer, „der mit dem langen roten Bart“, Herta Lehmann, „die Spaßbremse aus der Buchhaltung“, ... – unsere Welt ist atomisiert in plakativ-assoziative Zufalls-Fakten, die uns immer weiter von Wissen und Kennen, Weisheiten und Kenntnissen entfernen. Statt sich zum Ganzen zu fügen, zerfällt unsere Erfahrung und Erinnerung in bröselhafte Info-Krümel, die nie mehr zu einem sinnvollen Mosaik zusammengesetzt werden (können). Wenn der Kopf schwirrt vor lauter zusammengewürfelten Schlagworten, dann verwechseln wir dies regelmäßig mit Wissen, Kennen, informiert sein.

Kennen Sie das?

## Helft Euren Helfern

Komme ich zum Arzt, befällt mich das Mitleid. Da sitzt mein Doc vor mir, gehetzt, nervös, fahrig, erkennbar überlastet – all diese Gesundheitsreformen der Medizinversorgung machen ihn krank. Bevor er sich großartig mit mir beschäftigt, überweist er mich zu Spezialisten. Nach ein paar Wochen Wartezeit dann der große Moment: 22 Sekunden direkter Augenkontakt, was man heute „individuelle Beratung“ nennt und so abrechnet. Ehrlich, wahrhaftig und bezeugbar: Mit dem Dalai Lama hatte ich länger persönlichen Kontakt. Der strahlte Ruhe und Gelassenheit aus. Was man von den Spezialisten, an die ich verwiesen wurde, nun wahrlich nicht sagen kann.

Kaufe ich etwas, befällt mich Mitleid. Da steht vor mir der Verkäufer, gehetzt, nervös, fahrig, erkennbar überlastet – all diese Sales-/Promotion-/Budget-Vereinbarungen seines Unternehmens machen ihn krank. Bevor er sich großartig mit mir beschäftigt, überweist er mich an seine Spezialisten. Nach Zeiten des Wartens dann der große Moment: nach 22 Telefonaten erklärt mir der Spezialist, just für diese Frage und Angelegenheit sei ein anderer Spezialist zuständig.

Ehrlich, wahrhaftig und bezeugbar: Mit dem Internet habe ich mehr Freude. Es strahlt Ruhe und Gelassenheit aus. Was man von den „face-to-face“-Verkaufszombies nun wahrlich nicht sagen kann. Dagegen die Internetseite: bleibt so lange freundlich stehen, bis ich weiterklicke. Zeigt mir in aller Gemütlichkeit Filme oder Bilder. Rechnet mir Preise aus. Verweist mich an Hot- und Helplines (ok, weil da Menschen sitzen, klappt's eben nicht, siehe oben) oder erklärt mir geduldig ellenlanges Kleingedrucktes. Ich selbst bin und bleibe „Herr des Verfahrens“. Keiner mault, wenn ich nicht bestelle. Keiner redet Stuss, wenn ich bestelle. Keiner jammert mir über seine elende Situation etwas vor. Statt dessen: Sekunden später die Bestellbestätigung, nicht selten Stunden später schon die Versandbenachrichtigung.

Wenn mir unwohl ist oder ich etwas kaufen möchte: im Internet wird mir geholfen. Der menschliche Kontakt mit Servicekräften: macht sie ganz krank. Deshalb lasse ich Sie in Ruhe. Nur so, arbeitslos, können sie genesen.

## Prozentual

Sie starten ins Berufsleben, irgendwann. In diesem ersten Jahr bringen Sie 100 % Leistung. Sie werden 30 Jahre lang arbeiten und haben Glück, Chefs und Vorgesetzte zu haben, die Ihnen pro Jahr nur die schlappe, lächerlich geringe Leistungssteigerung von sozialverträglichen milden 3 % abverlangen. Drei Prozent, das sind, bezogen auf einen 8-Stunden-Tag, gerade mal eine Viertelstunde. Die werden Sie doch nun noch reinholen können, ganz bestimmt – und sei es, dass Sie diese eben länger arbeiten.

Nach zehn Arbeitsjahren ist die Arbeitslast um ein Drittel des Ausgangswertes gewachsen. Aber weiterhin geht man nett mit Ihnen um, kein Mensch verlangt Unmögliches von Ihnen, nur eben – ja, man muss halt effizienter werden, um mitzuhalten – diese total arbeitnehmerfreundlichen lockeren 3 % jedes Jahr mehr. Nach 20 Jahren sind sie bei 180 % angekommen, haben ihr Arbeitspensum also fast verdoppelt. Nach dreißig Jahren sind sie beim Zweieinhalbfachen, rund 250 % angelangt.

Nun ist Ihr Körper aber leider einem gewissen Verschleiss unterworfen (ob Sie das Gehirn zum Körper zählen wollen, ist Ihnen überlassen). Nehmen wir an, die Vitalität sinkt jedes Jahr auch um die total unmerklichen 3 %. Dann leisten Sie zum Schluss noch 40 % von dem, was Sie in jungen Jahren zustande gebracht haben.

250 % Leistungsanforderung bei 40 % Leistungsvermögen/-bereitschaft. Im ersten Jahr waren Sie sozusagen 100 % fit, jetzt sind Sie es, am Ende der Karriere, statistisch gerade mal zu 16 %, einem Sechstel. Alles nur theoretische Überlegungen und Berechnungen ???

Ach ja, alles nur Theorie? Dann erklären Sie mir doch mal die Burnouts. Die Kreislauf-Toten. Die Alkoholiker. Die Raser auf den Autobahnen, die Biker am Kurvenlimit. Die Kotzbrocken in den Unternehmen. Die Hysteriker und Ausgeflippten unter den Kollegen. Die Ehescheidungen und „finde keine Partner“-Schicksale. Die Suizide, die als Tabuthema gelten, weil sie als bewusst gesuchtes maximales Risiko in Sport und Fun getarnt werden. Die Neurotiker aller Couleur vom introvertierten Eigenbrötler bis zur schrillen Partynudel.

Erklären Sie es mir doch mal mit Ihren Zahlen. Weil: ich habe da nämlich noch eine auf Lager. In Wirklichkeit sind Zuwachs und Niedergang eher jährlich bei 5 % angesiedelt ...

## Wertpapiere

Papier ist wertvoll. Was man vor allem daran merkt, dass der Mensch im allgemeinen eins nicht wegwerfen kann: einen unbeschriebenen, unbedruckten Fetzen Papier. Der wird gehortet, „kann man ja noch gebrauchen“.

Ich kenne Menschen, die sind sympathisch großzügig. Oder Raucher. Wenn man zur Soirée geladen ist, kredenzt man besten französischen Rotwein, hinterher einen Digestif, zu dem man nur noch „aber Hallöchen“ sagen kann. Dass es Steak gibt, vom Charolais-Rind, muss wohl kaum erwähnt werden. Oder, die Ärmsten, sie qualmen ein Päckchen Zigaretten am Tag. Was derzeit so gegen 5 Euro kostet.

Ein Blatt Papier A4-groß, unbeschrieben, unbedruckt, aus dem Supermarkt-Regal, aber total legale Qualitäts-Ware, kostet 0,6 Cent. Das sind 833 Blatt Papier für eine Schachtel Zigaretten. Selbst bei deutlich ausgeprägter Vergesslichkeit kann man sich jährlich nicht so viele Notizzettel machen, wie ein einziges Wochenende Rauchen kostet.

Gäste zu bewirten – ich spreche nicht von Edel-Restaurants, die man im Sternchen- und Hauben-Gourmetführer findet, sondern von heimischer Bewirtung – geht nach oben erwähntem Standard auch nicht unter 15 Euro Einkaufswert pro Nase ab. Ergibt 2.500 Blatt Papier. Das sind 11 Kilogramm 70-gr/qm-Papier. Die gleichen Leute, die mich bewirten, teilen das A4-Blatt in vier, sechs Stücke, nur weil sie jammern, man könne doch kein Papier verschwenden. Vom Filet dagegen bleibt oft noch ein gutes Stück übrig. Weil sie sich bevorratet haben, als käme die sprichwörtliche Kompanie Soldaten zum Essen vorbei.

Papier fasziniert wohl die Menschen und ich bin sicher, kein Psychologe kann schlüssig begründen, warum die Logik, der Verstand und die Vernunft aller Menschen immer beim Papierverbrauch vollkommen ausrasten – was Victor von Bülow alias Loriot mit der Eingangsszene seines Filmklassikers „Papa ante portas“ ein für alle Mal extrem exakt dargestellt hat.

Bitte, wenn Sie dieses Elaborat, welches Sie nun vor Ihrer Nase haben, zur Rückseite wenden, dann haben Sie damit 0,3 Cent Schreib-Notiz-Bekritzeln-Wert in ihrer Hand. Daher mein Rat: drucken Sie diese Seite 1.000 mal aus, vom Wert der Rückseiten können Sie dann einmal tanken gehen.

*Glosse***Woher stammt unsere Sprache?**

Neulich stritten sich wieder Forscher, woher denn nun die Sprache stamme, die wir sprechen. Darf ich fragen, wer „wir“ ist? Und darf ich auch fragen, welche eventuell gemeinsame Sprache gemeint sein soll, um die es im Forscherstreit geht? Doch nicht etwa – hier in Deutschland – eine so plumpe Sache und Antwort wie „Deutsch“. Oder „bundesrepublikanisches Deutsch“.

Denn, mit Verlaub, ich verwahre mich dagegen, mit der Sprache mancher Deutschen verwechselt zu werden. Und glauben Sie ja nicht, ich meine jetzt ethnologische Unterschiede, gemeinhin „Völker“ oder religiöse wie politische Heimatländer und Abstammungen gemeint. Nein, ich meine die Unterschiede im Bekenntnis zur intellektuellen Separatistengruppe. Klingt martialisch, ist aber philosophisch.

Hier die Goethe-Fans. Dort die Kreuzberg-Stotterer. Hier die Mundart-Sprecher, dort die Denglischen. Die Jungen, die Alten. Und – auch wenn's politisch unkorrekt ist – die Intellektuellen und die, die lieber Fäuste fliegen lassen. Von wegen: gemeinsame Sprache. Wohl selten waren Nachbar sprachlich rigoroser getrennt als heute. Wohl nie zuvor haben sich Generationen so wenig verstanden, verbal wie auch geistig. Wohl einzigartig ist, wie sehr die Sprache sich auflöst in unüberschaubare „Dialekte“, die nichts mehr mit Landschaft, aber viel mit geistigem Zuhause zu tun haben. „Unsere“ Sprache – nee, is' nich'!

recht Schrei bhung iß sovießo Glüggsache, feler Kann Mann maghen wi man Will. eyh kuggs du wi Kieno? Wallah schwöhr, hasse hirn, Stupi? Der Ursprung dieser Sprache? Ach, ganz einfach: Wir alle. Indem wir sprachlich gleichgültig geworden sind, wurde alles gleichermaßen gültig: Das Kraut und die Rüben.

## Keine Zeit zum Richtigmachen

Die Zahlen sind eindeutig: gut und gerne drei Viertel unserer Arbeitszeit wenden wir auf, um Fehler, die wir gemacht haben oder sozusagen „von selbst entstanden sind“, wieder zu korrigieren. Dies gilt für alle, die irgendwie in Büros und Verwaltungen etwas mit Organisieren, mit „Managen“ zu tun haben.

Hätte eine Technologie eine so miese Effizienz, sie würde ausgelacht oder verboten. Nur wir Menschen, wir „Manager“ dürfen bis müssen bis wollen so miserabel sein. Weil wir die beste aller Entschuldigungen haben: „Sorry, war in Eile“. Und in Eile sind wir, weil wir keine Zeit haben, konzentriert zu arbeiten, weil wir ja Fehler ausmerzen müssen ...

Ein Teufelskreis. Aber einer, an den wir uns gewöhnt haben. Und der entstand, weil Goethe recht hatte: Heute schreibe ich einen langen statt kurzen Brief, da ich in Eile bin. Substanz und das Eigentliche, Wesentliche, brauchen immer Zeit, um es zu entdecken und zu formulieren. Viel einfacher ist, eine Sache lang und ausführlich und kompliziert und uneindeutig zu machen – dann hat man sie vom Tisch, und jeder andere ein weiteres Problem am Hals.

Wer ist das schuld? Na, wer wohl? Natürlich ein jeder. Und wie kann man es ändern? Na, wie wohl? Da gibt es den berühmten, antik-sagenhaften Schwerthieb durch den Gordischen Knoten. Dieses „ein für alle mal“-konsequente Handeln, das dem sprichwörtlichen „Umlegen des Schalters“ gleich kommt. Doch um so konsequent zu sein, braucht man ein ganz klein wenig Geduld, also Zeit ... und Mut! Mut, zu dem man tief Luft holen muss. Was eben jene Zeit braucht, die man nicht mehr hat, siehe oben.

Sicher sind Sie froh, dass auch jetzt diese Gardinenpredigt ein Ende hat. Fehlern Sie gut! Und eilen Sie weiter durch Ihr geliebtes Elend.

## Keine Ruhe vor den Störungen

Neulich erreichte mich eine Email, die war eigentlich gar nicht für mich bestimmt, sondern eher „nur mal so geschrieben“. Da beschwerte sich jemand über einen Fehler, mit dem ich auch bei wildester Phantasie nicht in Zusammenhang gebracht werden könnte. Zumal die Beschwerde von der Sache her so absurd war, dass sie von massivem Blöd-Sinn nicht zu unterscheiden war. Aufgrund meiner Replik, die zugegebenermaßen massiv zynisch-ironisch war, erhielt ich wiederum Antwort. Und da fiel es mir wie Schuppen von den Augen.

Pikiert, auf die Schuppe genommen worden zu sein, konterte die mir im übrigen völlig unbekannte Email-Autorin störrisch: „... wenn ich damit die Ruhe eines schlummernden Witzboldes gestört haben sollte ...“ – Ja, genau, das trifft es auf den Punkt. Nicht den schlummernden Witzbold, ich bin ja ein aktiver. Aber EMAILS ALS RUHESTÖRUNG. Exakt das ist es. Das beschreibt besser als vieles das tägliche Dilemma. Die Störung der gedanklichen Ruhe, Konzentration, Kreativität durch diese ewigen Emails, die

- nur geschrieben werden, weil mal irgendjemand gerade eine schreiben will, egal warum-wem-wie-worüber,
- durch die Themen, Vorgänge und Banalitäten zu Hektik und Aufwand werden,
- so wunderbar unverbindlich sind, aber man jederzeit die Möglichkeit zur Beschwerde hat, wenn sie nicht beantwortet werden.

Zumal die Absenderin bekannte: „... Wie auch immer ich auf Ihre Email-Adresse gekommen zu sein scheine weiß ich nicht mehr ...“. Toll: Emails einfach mal so schreiben, egal an wen. Vielleicht, weil man per Zufall eine Adresse zur Hand hat.

Durch was, mit Verlaub gefragt, unterscheidet sich solch prolliges Benehmen vom besoffenen Gegröle der Frustrinker zu mitternächtliche Stunde in den Gassen der Stadt? Durch das illegale Aufbohren von dann raketelauten Moped-Auspuffs pubertärer Jugendlicher? Durch schreiendes Telefonieren im IC-Großraumwagen? Durch Krach, Musik genannt, in jedem Kaufhaus, jeder Kneipe, selbst im Arzt-Wartezimmer? Alles Ruhestörungen! Aggressiv, ohne Sinn und Verstand, „einfach so“. Ist heute so. Macht man so. Warum? Weiß keiner!

Und jetzt auch per Emails. Dass die Dame, so ergaben Recherchen, im Marketing tätig ist, erwähne ich jetzt nicht.

## Ein anderes Wort für arbeitslos

Wer andere einen Rat geben will, sollte ja möglichst wissender, erfahrener, umsichtiger sein als der Ratsuchende. So jedenfalls stelle ich mir in meiner ganz altmodischen Art die Sache vor. Würden Eltern (außer in Computerfragen :-)) bei ihren Kindern Rat einholen, Lehrer bei Schülern?

Deshalb werde ich immer ein wenig stutzig, wenn ich lese, dass jemand als 24-jähriger Unternehmensberater über Kompetenz und Erfahrung verfügen will. Wohlgemerkt: 24 Lenze, nicht Berufsjahre. Davon 23 auf der Schule bzw. Uni. Oder jemand, den man seit 30 Jahren als Beschäftigten in einem Betrieb kennt, nunmehr Berater geworden ist. Letzteres kann gutgehen (es ist gar nicht so selten), aber Ersteres doch eher zweifelhaft. In beiden Fällen ist der nette Titel „Berater“ neuerdings nur ein anderer Ausdruck für arbeitslos. Im Sinne von: niemand bezahlt mich mehr monatlich.

Der Trend zu Kinderarbeit nimmt zu. 25-jährige sind Leiter von XYZ, 22-jährige haben „Senior-Manager“ auf der Visitenkarte stehen, 30-jährige werden in Pressemitteilungen als „langjährig erfahren“ bezeichnet und sechs bisherige Stellen genannt. Verweildauer: weniger als eine Budget-Periode.

Ganz ohne Zweifel, ohne jede Frage: es gibt Bereiche, in denen erstens die Jüngeren cleverer und unbefangener sind und damit auf gute, bessere, neue, sinnvolle, geschäftsfähige Ideen kommen als die „alten Böcke“. Es gibt sie durchaus, die 20-jährigen Genies. Aber sie sind nicht unbedingt „an der Tagesordnung“. Andererseits gibt es sehr vieles, bei denen die Jüngeren aus lauter Eifer und vor blindem „ich kann das schon allein“ das Rad zum millionsten Male neu erfinden und vor allem: bei dem sie immer und immer wieder die gleichen alten, dummen Fehler machen, die unnötig gewesen wären, hätten sie den Erfahrenen vertraut. Zwar wird man aus Fehlern klug, aber generell ist es auch doof, immer nur durch „try and error“ zu lernen.

Nicht jeder, der älter ist, ist gleichzeitig als Berater geeignet. Nicht jeder Jüngere inkompetent, nur weil man noch nicht „ewig“ im Job ist. Aber die gesunde Balance ist inzwischen verloren gegangen. Wir früh-pensionieren die erfahrene Fachleute und werfen die noch-nicht-Experten einfach ins kalte Wasser. Beides ist nicht gut.

Dabei bräuchten wir keine Gesetze, es zu ändern. Sondern nur Vernunft und mal fünf Minuten des Nach- und Vordenkens. Ich schlage vor, man holt sich dafür einen Berater!

## Der Feind im Supermarkt

29,99 € – keinen Cent mehr kostete das edle Teil. Ein Radio, das Sender „aus der Luft“ empfängt und gleichzeitig „übers Netz“. Oder Musik von der USB-Schnittstelle wiedergibt. Der Klang: hervorragend. Eine Uhr natürlich eingebaut, mit Wecker, versteht sich.

Ich legte es in den Warenkorb. Und auch, unter anderem, ein Wunderarmband, in dem sich angeblich Energiepartikel sammeln und so dem Träger zu permanenter vitaler Spannkraft verhelfen. Preis: 29,99 €.

Solche Bänder gibt es wirklich. Sie sind an Hokusfokus-Blödsinn nicht zu überbieten. Und die Radiowecker gibt es auch, sie sind HighTech vom Feinsten. Das eine zu unglaublich niedrigem Preis, das andere als Abzocke übelster Art. Der Preis sagt gar nichts mehr. Wie soll ich mich da als Verbraucher noch orientieren?

Wenn ich denn nicht ein von Gutenberg höchstpersönlich geküsster Mensch wäre, wie sollte ich reagieren, wenn ich im HighTech-Wunder-Männer-Spielzeug-Katalog mit irren technischen Gadgets auch jene Software entdecke: „Die PC-Druckerei. Mit 1.000 Schriften. Hunderte von fertigen Druckvorlagen. 10.000 Grafiken und Bilder. Mit Farbmanagement.“ Preis: nein, nein, keine 29,99, lassen Sie mal die 2 weg: 9,99 €.

Ich Idiot mach' drei Jahre Lehre, drei Jahre Studium, drei mal drei Jahre Betriebspraktikum, treibe mich dann 30 Jahre auf Kongressen, Messen, Presseveranstaltungen herum, um einigermaßen zu verstehen, was das mit den Schriften und dem Drucken, der Farbe und der Kunst der grafischen Illustration auf sich hat. Wenn ich, klick, alles für 9,99 ordern kann, morgige Lieferung garantiert, auch unter Windows XYZ zum Laufen zu bringen?!

Hätte ich nicht 45 Berufsjahre auf dem Buckel und würde wissen, wie schwierig es ist, gute Drucksachen zu machen, ich würde glatt für 9,99 ordern und glücklich sein. Obwohl: warum eigentlich nicht?

Mein Armband hat mir zwar nicht zu neuer Fitness verholfen. Aber der Radiowecker, ehrlich, so toll hatte ich noch keinen – ob ich nicht doch ... ??? Wahrscheinlich bin ich nämlich der einzige Feigling, der es nicht tut.

Teure Drucksachen in der Druckerei bestellen, mich abzocken lassen? Nöööö!

► **Glosse****Analoge und digitale Demenz**

Ein kluger Mensch, Buchbinder von Hause aus, zitiert gerne diesen Satz: „Bücher sind die beste Medizin gegen digitale Demenz.“

Und kann sich sicher sein, dass seine Zuhörer einstimmen. Ja, jaaaa, diese bösen Computer mit ihren Abstürzen und Datenverlusten und nie weiß man, wo jetzt die Datei zu finden ist und in Google, man sucht und sucht, findet alles, nur nicht, was man sucht – halt wie in der richtigen Demenz. Ja, jaaaa. Es wird einem so wohlig ums Herz.

Bis neulich. Als ich mein Notizbuch suchte. Ich wusste, es muss da sein. Allerdings nicht, wo „da“ sein sollte oder wäre. Wo, wann, wie hatte ich es zuletzt benutzt? Oder gar vergessen? Verloren? Unbeabsichtigt versteckt, verlegt (obwohl keineswegs Verleger von Hause aus), falsch einsortiert. Weg war und blieb es jedenfalls.

Wobei mir keineswegs ein Licht aufging. Denn bei Licht musste ich – wer lebt und arbeitet noch bei Kerzenschein? – an Strom denken und bei Strom an den Stromausfall neulich. Mitten beim Arbeiten. Zack, Kurzschluss im Haus, Blackout – digitale Demenz. Alle Memory futsch. Die Daten im Datenspeicher und die Ideen im Kopf, die ich gerade aufgeschrieben hatte. So also fühlt sich Demenz an.

Doch digitale Demenz? Weiter zurück erinnert (so dement kann ich also gar nicht sein, noch nicht jedenfalls) fiel mir jener Abend ein, vor Jahren, als meine Frau und ich noch völlig undigital lebten. Wir lasen gerade jeder in einem spannenden Buch, als auch das Licht ausging. Im ganzen Stadtteil. Macht nichts, Lesen braucht ja keinen Strom – oder doch? Selbst die kuscheligste Leselampe in unserem Hause wird mit jener Energie betrieben, die man uns nun vorenthielt. Nach zehn Minuten Kerzengeflacker und Flimmern beschlossen wir beide: Wieso muss man eigentlich immer lesen? Man könnte sich doch auch unterhalten. Oder sonstwas tun.

Jedenfalls ist mir seit diesem Tage klar: Selbst das ehrwürdige Buchbinder-Handwerk ist längst abhängig von dem, was auch Computer treibt: Strom. Denn den Kamin mit schön gebundenen Büchern beim Stromausfall heizen .... nein, da sträubt sich alles gegen. Dann doch lieber mal einen Plattencrash, wenn man alle Daten vorher artig gesichert hat. Ein ganzes Notizbuch dagegen immer zu kopieren, nur weil man es mal aus den Augen verliert und es damit seinen ganzen Sinn – das ist wohl doch ein wenig zu aufwändig und kompliziert.

Man sieht und merkt und erlebt: Ob digital-vernetzt oder analog auf feinstem Papier: Gegen das Vergessen hilft nur eins: sich alles immer gut im Kopf merken. Denn wenn man dort beginnt zu vergessen, also dement wird, weiß man auch nicht mehr, wo weshalb man die Erinnerungen braucht – ob auf Papier oder digital.

## Eigentlich

Eigentlich wollte ich heute einen Artikel schreiben, aber da kam der Anruf, ich solle doch mal eben ...

Eigentlich wollte ich heute nichts tun, weil Sonntag ist, aber meine Frau meint, ...

Eigentlich ist heute der Quartalsbericht fertig, aber ich kann mich ja nicht teilen, und im Meeting muss ich nämlich unbedingt den Vortrag ...

Eigentlich bin ich absoluter souveräner Herrscher über meinen Kalender, meine Pläne, meine Ziele, Tun und Handeln. Aber schließlich: Beruf geht vor. Oder war's jetzt die Familie? Oder die Gesundheit? Life-Work-Balance, ach ja, das war's. Aber eigentlich: Geld verdienen geht vor ...

Eigentlich ist Stress etwas Tolles. Er ist die beste Begründung, nicht selbst denken, entscheiden, Prioritäten setzen zu müssen. Unter Druck zu arbeiten, ist doch gar nicht so schlimm. Es liefert einem die besten Entschuldigungen, für Liegeengebliebenes, Unerledigtes. Fremden Anweisungen folgen zu müssen ist wie Befreiung: für nichts trägt man mehr Verantwortung. Immer kann man sich verteidigen, immer mit den gleichen Worten: „Ja, aber ... !!!“

Eigentlich sollte es ja so nicht sein, aber das Leben ist nun mal so. Und was will man schon dagegen machen. – Ja, eben: was WILL man schon dagegen machen? DASS man etwas dagegen unternehmen könnte, ist unbestritten. Aber warum sollte man es wollen? Warum soll man sich quälen, wenn man auch gequält werden kann? Warum muss man Held sein, wenn man in der Masse untertauchen und es sich dort bequem einrichten kann?

Eigentlich müsste man aufräumen, Ordnung schaffen, sich von Überflüssigem trennen, auf das Wesentliche konzentrieren. Aber wäre es nicht auch ein wenig langweilig und frustrierend. Morgens schon zu wissen, was man abends erledigt haben wird. Am Montag festzulegen, was man bis Freitag geschafft hat? Das wäre ja so, wie eine Wundertüte aufzureißen, die man selbst gepackt hat – fad, öde, sinnleer. Es nimmt einem doch den ganzen Nimbus des Heldenhaften. Wenn man erschöpft am Freitag, noch das ganze Wochenende lang, stöhnen und höhnen kann: eigentlich wollte ich ... und dann kann man stolz und selbstbewusst erzählen, wie man gegen das Chaos gekämpft und am Schluss ganz heldenhaft verloren hat.

Eigentlich ein schönes Leben.

## Wenn das Klicken Inhalt wird

Scheinbar zeitgemäß gestaltete Web-Auftritte sind Seiten voller Bilder und Links. Die Texte dienen eher der Navigation und Animation; kaum, dass sie noch das Eigentliche, der Inhalt sind. Verweildauer auf solchen Seiten – bis zum nächsten Weiter-Klick – kaum 5 Sekunden im Durchschnitt. Kann man in diesem kurzen Moment den Inhalt kennengelernt haben?

Das erinnert an die beiläufige Frage „Kennst Du den – oder die?“. Gemeint ist irgend eine Person. Na klar, schon mal begegnet, schon mal gesehen, schon mal von gehört, vielleicht sogar schon mal kurz mit gesprochen. Aber – kennen???

Man war in Rom, in Paris, in Mittenwald und auf Sylt. Kennt man die Städte und Orte? Weiß man, wer Bürgermeister von Mittenwald ist, wo sich in Rom die öffentliche Bücherei befindet, welche Partei auf Sylt für welche lokalen Ziele eintritt? ... Eben: Kennen?

Kann man in 5 Sekunden den Inhalt einer oft recht komplexen, kunterbunt gestalteten Bildschirm-Seite eines Online-Portals „kennen“-lernen? Ja und nein. Ja, man nimmt Häppchen wahr, Reizworte, die einem individuell auffallen oder Info-Elemente, die optisch unübersehbar sind. So wie das Kennen von Orten: Rom, der Vatikan, das Kolosseum und .... äh, oder war das tolle Restaurant jetzt doch in Verona?! Sylt, der Strand, das schlechte Wetter, die Promibude da, und ..., ja richtig, der Strand, das schlechte We..., ach so, ja.

Nein, „kennen“ ist wohl etwas anderes, als nur ein paar assoziative Stichworte parat zu haben. Wissen demzufolge auch. Fritz Mayer, „der mit dem langen roten Bart“, Herta Lehmann, „die Spaßbremse aus der Buchhaltung“, ... – unsere Welt ist atomisiert in plakativ-assoziative Zufalls-Fakten, die uns immer weiter von Wissen und Kennen, Weisheiten und Kenntnissen entfernen. Statt sich zum Ganzen zu fügen, zerfällt unsere Erfahrung und Erinnerung in bröselhafte Info-Krümel, die nie mehr zu einem sinnvollen Mosaik zusammengesetzt werden (können). Wenn der Kopf schwirrt vor lauter zusammengewürfelten Schlagworten, dann verwechseln wir dies regelmäßig mit Wissen, Kennen, informiert sein.

Kennen Sie das?

## Helft Euren Helfern

Komme ich zum Arzt, befällt mich das Mitleid. Da sitzt mein Doc vor mir, gehetzt, nervös, fahrig, erkennbar überlastet – all diese Gesundheitsreformen der Medizinversorgung machen ihn krank. Bevor er sich großartig mit mir beschäftigt, überweist er mich zu Spezialisten. Nach ein paar Wochen Wartezeit dann der große Moment: 22 Sekunden direkter Augenkontakt, was man heute „individuelle Beratung“ nennt und so abrechnet. Ehrlich, wahrhaftig und bezeugbar: Mit dem Dalai Lama hatte ich länger persönlichen Kontakt. Der strahlte Ruhe und Gelassenheit aus. Was man von den Spezialisten, an die ich verwiesen wurde, nun wahrlich nicht sagen kann.

Kaufe ich etwas, befällt mich Mitleid. Da steht vor mir der Verkäufer, gehetzt, nervös, fahrig, erkennbar überlastet – all diese Sales-/Promotion-/Budget-Vereinbarungen seines Unternehmens machen ihn krank. Bevor er sich großartig mit mir beschäftigt, überweist er mich an seine Spezialisten. Nach Zeiten des Wartens dann der große Moment: nach 22 Telefonaten erklärt mir der Spezialist, just für diese Frage und Angelegenheit sei ein anderer Spezialist zuständig.

Ehrlich, wahrhaftig und bezeugbar: Mit dem Internet habe ich mehr Freude. Es strahlt Ruhe und Gelassenheit aus. Was man von den „face-to-face“-Verkaufszombies nun wahrlich nicht sagen kann. Dagegen die Internetseite: bleibt so lange freundlich stehen, bis ich weiterklicke. Zeigt mir in aller Gemütlichkeit Filme oder Bilder. Rechnet mir Preise aus. Verweist mich an Hot- und Helplines (ok, weil da Menschen sitzen, klappt's eben nicht, siehe oben) oder erklärt mir geduldig ellenlanges Kleingedrucktes. Ich selbst bin und bleibe „Herr des Verfahrens“. Keiner mault, wenn ich nicht bestelle. Keiner redet Stuss, wenn ich bestelle. Keiner jammert mir über seine elende Situation etwas vor. Statt dessen: Sekunden später die Bestellbestätigung, nicht selten Stunden später schon die Versandbenachrichtigung.

Wenn mir unwohl ist oder ich etwas kaufen möchte: im Internet wird mir geholfen. Der menschliche Kontakt mit Servicekräften: macht sie ganz krank. Deshalb lasse ich Sie in Ruhe. Nur so, arbeitslos, können sie genesen.

## Prozentual

Sie starten ins Berufsleben, irgendwann. In diesem ersten Jahr bringen Sie 100 % Leistung. Sie werden 30 Jahre lang arbeiten und haben Glück, Chefs und Vorgesetzte zu haben, die Ihnen pro Jahr nur die schlappe, lächerlich geringe Leistungssteigerung von sozialverträglichen milden 3 % abverlangen. Drei Prozent, das sind, bezogen auf einen 8-Stunden-Tag, gerade mal eine Viertelstunde. Die werden Sie doch nun noch reinholen können, ganz bestimmt – und sei es, dass Sie diese eben länger arbeiten.

Nach zehn Arbeitsjahren ist die Arbeitslast um ein Drittel des Ausgangswertes gewachsen. Aber weiterhin geht man nett mit Ihnen um, kein Mensch verlangt Unmögliches von Ihnen, nur eben – ja, man muss halt effizienter werden, um mitzuhalten – diese total arbeitnehmerfreundlichen lockeren 3 % jedes Jahr mehr. Nach 20 Jahren sind sie bei 180 % angekommen, haben ihr Arbeitspensum also fast verdoppelt. Nach dreißig Jahren sind sie beim Zweieinhalbfachen, rund 250 % angelangt.

Nun ist Ihr Körper aber leider einem gewissen Verschleiss unterworfen (ob Sie das Gehirn zum Körper zählen wollen, ist Ihnen überlassen). Nehmen wir an, die Vitalität sinkt jedes Jahr auch um die total unmerklichen 3 %. Dann leisten Sie zum Schluss noch 40 % von dem, was Sie in jungen Jahren zustande gebracht haben.

250 % Leistungsanforderung bei 40 % Leistungsvermögen/-bereitschaft. Im ersten Jahr waren Sie sozusagen 100 % fit, jetzt sind Sie es, am Ende der Karriere, statistisch gerade mal zu 16 %, einem Sechstel. Alles nur theoretische Überlegungen und Berechnungen ???

Ach ja, alles nur Theorie? Dann erklären Sie mir doch mal die Burnouts. Die Kreislauf-Toten. Die Alkoholiker. Die Raser auf den Autobahnen, die Biker am Kurvenlimit. Die Kotzbrocken in den Unternehmen. Die Hysteriker und Ausgeflippten unter den Kollegen. Die Ehescheidungen und „finde keine Partner“-Schicksale. Die Suizide, die als Tabuthema gelten, weil sie als bewusst gesuchtes maximales Risiko in Sport und Fun getarnt werden. Die Neurotiker aller Couleur vom introvertierten Eigenbrötler bis zur schrillen Partynudel.

Erklären Sie es mir doch mal mit Ihren Zahlen. Weil: ich habe da nämlich noch eine auf Lager. In Wirklichkeit sind Zuwachs und Niedergang eher jährlich bei 5 % angesiedelt ...

## Wertpapiere

Papier ist wertvoll. Was man vor allem daran merkt, dass der Mensch im allgemeinen eins nicht wegwerfen kann: einen unbeschriebenen, unbedruckten Fetzen Papier. Der wird gehortet, „kann man ja noch gebrauchen“.

Ich kenne Menschen, die sind sympathisch großzügig. Oder Raucher. Wenn man zur Soirée geladen ist, kredenzt man besten französischen Rotwein, hinterher einen Digestif, zu dem man nur noch „aber Hallöchen“ sagen kann. Dass es Steak gibt, vom Charolais-Rind, muss wohl kaum erwähnt werden. Oder, die Ärmsten, sie qualmen ein Päckchen Zigaretten am Tag. Was derzeit so gegen 5 Euro kostet.

Ein Blatt Papier A4-groß, unbeschrieben, unbedruckt, aus dem Supermarkt-Regal, aber total legale Qualitäts-Ware, kostet 0,6 Cent. Das sind 833 Blatt Papier für eine Schachtel Zigaretten. Selbst bei deutlich ausgeprägter Vergesslichkeit kann man sich jährlich nicht so viele Notizzettel machen, wie ein einziges Wochenende Rauchen kostet.

Gäste zu bewirten – ich spreche nicht von Edel-Restaurants, die man im Sternchen- und Hauben-Gourmetführer findet, sondern von heimischer Bewirtung – geht nach oben erwähntem Standard auch nicht unter 15 Euro Einkaufswert pro Nase ab. Ergibt 2.500 Blatt Papier. Das sind 11 Kilogramm 70-gr/qm-Papier. Die gleichen Leute, die mich bewirten, teilen das A4-Blatt in vier, sechs Stücke, nur weil sie jammern, man könne doch kein Papier verschwenden. Vom Filet dagegen bleibt oft noch ein gutes Stück übrig. Weil sie sich bevorratet haben, als käme die sprichwörtliche Kompanie Soldaten zum Essen vorbei.

Papier fasziniert wohl die Menschen und ich bin sicher, kein Psychologe kann schlüssig begründen, warum die Logik, der Verstand und die Vernunft aller Menschen immer beim Papierverbrauch vollkommen ausrasten – was Victor von Bülow alias Loriot mit der Eingangsszene seines Filmklassikers „Papa ante portas“ ein für alle Mal extrem exakt dargestellt hat.

Bitte, wenn Sie dieses Elaborat, welches Sie nun vor Ihrer Nase haben, zur Rückseite wenden, dann haben Sie damit 0,3 Cent Schreib-Notiz-Bekritzeln-Wert in ihrer Hand. Daher mein Rat: drucken Sie diese Seite 1.000 mal aus, vom Wert der Rückseiten können Sie dann einmal tanken gehen.

*Glosse***Woher stammt unsere Sprache?**

Neulich stritten sich wieder Forscher, woher denn nun die Sprache stamme, die wir sprechen. Darf ich fragen, wer „wir“ ist? Und darf ich auch fragen, welche eventuell gemeinsame Sprache gemeint sein soll, um die es im Forscherstreit geht? Doch nicht etwa – hier in Deutschland – eine so plumpe Sache und Antwort wie „Deutsch“. Oder „bundesrepublikanisches Deutsch“.

Denn, mit Verlaub, ich verwahre mich dagegen, mit der Sprache mancher Deutschen verwechselt zu werden. Und glauben Sie ja nicht, ich meine jetzt ethnologische Unterschiede, gemeinhin „Völker“ oder religiöse wie politische Heimatländer und Abstammungen gemeint. Nein, ich meine die Unterschiede im Bekenntnis zur intellektuellen Separatistengruppe. Klingt martialisch, ist aber philosophisch.

Hier die Goethe-Fans. Dort die Kreuzberg-Stotterer. Hier die Mundart-Sprecher, dort die Denglischen. Die Jungen, die Alten. Und – auch wenn's politisch unkorrekt ist – die Intellektuellen und die, die lieber Fäuste fliegen lassen. Von wegen: gemeinsame Sprache. Wohl selten waren Nachbar sprachlich rigoroser getrennt als heute. Wohl nie zuvor haben sich Generationen so wenig verstanden, verbal wie auch geistig. Wohl einzigartig ist, wie sehr die Sprache sich auflöst in unüberschaubare „Dialekte“, die nichts mehr mit Landschaft, aber viel mit geistigem Zuhause zu tun haben. „Unsere“ Sprache – nee, is' nich'!

recht Schrei bhung iß sovießo Glüggsache, feler Kann Mann maghen wi man Will. eyh kuggs du wi Kieno? Wallah schwöhr, hasse hirn, Stupi? Der Ursprung dieser Sprache? Ach, ganz einfach: Wir alle. Indem wir sprachlich gleichgültig geworden sind, wurde alles gleichermaßen gültig: Das Kraut und die Rüben.

## Verflixte 13,2

Wieder einmal war „mehr“ angesagt. Schlappe 15 % mehr Umsatz, gaben sich die Damen und Herren Wolkenschweber der Geschäftsleitung beim Kick-off zuversichtlich. Das müsse zu schaffen sein, war die Parole. Es gälte eben, sich ins Zeug zu legen und motiviert zu sein.

Klar, wenn man mit hängender Zunge hechelnd gerade an der Kombination von Nervenzusammenbruch und Herzinfarkt vorbeigeschrammt ist, sind Motivation und Leistungsschub sozusagen ganz natürliche Reaktionen. Also zeigten die Mädels und Jungs im Vertrieb mal ein paar Monate lang, was Sache ist.

Dumm nur, dass die Produktion mit der Lieferung im Rückstand war. Dass der Euro stieg und fiel und stieg und fiel. Dass ein neues Gesetz in Vorbereitung war, so dass die Kunden erst mal abwarteten. Dass Kollege Müller in der Rechtskurve zu lenken vergaß und man ihn zu Grabe tragen musste, das Verkaufsgebiet neu zugeschnitten wurde (so nennt man es neuerdings, wenn man Personal einspart). Und so weiter. Dann kam der Dezember und die bange Frage: „15 % mehr?“. Es wurden 13,2 Prozent.

Nun hätte man Vernunft walten lassen und Freude zeigen können. Statt dessen wurde der Controller aufgeboten und eine Sitzung einberufen. Messerscharf rechnete der Controller vor: 12 % unter Soll. „Oder von unten gerechnet: es hätten 13,6 Prozent mehr sein müssen, um auf 15 Prozent Mehr zu kommen.“ Alle saßen da, hechelnd, mit Krämpfen in der Brust. Und manche beneideten Ex-Kollegen Müller.

Die Geschäftsleitung gab sich milde: „Meine Damen und Herren. Wir würdigen Ihren Einsatz. Bitte haben Sie Verständnis dafür, dass dieses Jahr zwar die Incentive-Reisen entfallen müssen, auch wegen der Skandale ... na, Sie wissen schon. Nächstes Jahr daher nur 1,8 Prozent mehr“. Jubel kam auf. Und dann dieser Satz: „Dann sind wir auf fünfzehn. Und da es so schön geklappt hat, dachten wir, es wird Ihnen nicht schwer fallen, mit besonderer Anstrengung, motiviert bis in die Zehenspitzen, zwanzig Prozent auf diesen Sockelbetrag ...“

Der Rest ging im Tumult unter, den auch später die Mordkommission nicht mehr ganz genau rekonstruieren konnte.

## Keine Ruhe vor den Störungen

Neulich erreichte mich eine Email, die war eigentlich gar nicht für mich bestimmt, sondern eher „nur mal so geschrieben“. Da beschwerte sich jemand über einen Fehler, mit dem ich auch bei wildester Phantasie nicht in Zusammenhang gebracht werden könnte. Zumal die Beschwerde von der Sache her so absurd war, dass sie von massivem Blöd-Sinn nicht zu unterscheiden war. Aufgrund meiner Replik, die zugegebenermaßen massiv zynisch-ironisch war, erhielt ich wiederum Antwort. Und da fiel es mir wie Schuppen von den Augen.

Pikiert, auf die Schuppe genommen worden zu sein, konterte die mir im übrigen völlig unbekannte Email-Autorin störrisch: „... wenn ich damit die Ruhe eines schlummernden Witzboldes gestört haben sollte ...“ – Ja, genau, das trifft es auf den Punkt. Nicht den schlummernden Witzbold, ich bin ja ein aktiver. Aber EMAILS ALS RUHESTÖRUNG. Exakt das ist es. Das beschreibt besser als vieles das tägliche Dilemma. Die Störung der gedanklichen Ruhe, Konzentration, Kreativität durch diese ewigen Emails, die

- nur geschrieben werden, weil mal irgendjemand gerade eine schreiben will, egal warum-wem-wie-worüber,
- durch die Themen, Vorgänge und Banalitäten zu Hektik und Aufwand werden,
- so wunderbar unverbindlich sind, aber man jederzeit die Möglichkeit zur Beschwerde hat, wenn sie nicht beantwortet werden.

Zumal die Absenderin bekannte: „... Wie auch immer ich auf Ihre Email-Adresse gekommen zu sein scheine weiß ich nicht mehr ...“. Toll: Emails einfach mal so schreiben, egal an wen. Vielleicht, weil man per Zufall eine Adresse zur Hand hat.

Durch was, mit Verlaub gefragt, unterscheidet sich solch prolliges Benehmen vom besoffenen Gegröle der Frustrinker zu mitternächtliche Stunde in den Gassen der Stadt? Durch das illegale Aufbohren von dann raketelauten Moped-Auspuffs pubertärer Jugendlicher? Durch schreiendes Telefonieren im IC-Großraumwagen? Durch Krach, Musik genannt, in jedem Kaufhaus, jeder Kneipe, selbst im Arzt-Wartezimmer? Alles Ruhestörungen! Aggressiv, ohne Sinn und Verstand, „einfach so“. Ist heute so. Macht man so. Warum? Weiß keiner!

Und jetzt auch per Emails. Dass die Dame, so ergaben Recherchen, im Marketing tätig ist, erwähne ich jetzt nicht.

## Ein anderes Wort für arbeitslos

Wer andere einen Rat geben will, sollte ja möglichst wissender, erfahrener, umsichtiger sein als der Ratsuchende. So jedenfalls stelle ich mir in meiner ganz altmodischen Art die Sache vor. Würden Eltern (außer in Computerfragen :-)) bei ihren Kindern Rat einholen, Lehrer bei Schülern?

Deshalb werde ich immer ein wenig stutzig, wenn ich lese, dass jemand als 24-jähriger Unternehmensberater über Kompetenz und Erfahrung verfügen will. Wohlgemerkt: 24 Lenze, nicht Berufsjahre. Davon 23 auf der Schule bzw. Uni. Oder jemand, den man seit 30 Jahren als Beschäftigten in einem Betrieb kennt, nunmehr Berater geworden ist. Letzteres kann gutgehen (es ist gar nicht so selten), aber Ersteres doch eher zweifelhaft. In beiden Fällen ist der nette Titel „Berater“ neuerdings nur ein anderer Ausdruck für arbeitslos. Im Sinne von: niemand bezahlt mich mehr monatlich.

Der Trend zu Kinderarbeit nimmt zu. 25-jährige sind Leiter von XYZ, 22-jährige haben „Senior-Manager“ auf der Visitenkarte stehen, 30-jährige werden in Pressemitteilungen als „langjährig erfahren“ bezeichnet und sechs bisherige Stellen genannt. Verweildauer: weniger als eine Budget-Periode.

Ganz ohne Zweifel, ohne jede Frage: es gibt Bereiche, in denen erstens die Jüngeren cleverer und unbefangener sind und damit auf gute, bessere, neue, sinnvolle, geschäftsfähige Ideen kommen als die „alten Böcke“. Es gibt sie durchaus, die 20-jährigen Genies. Aber sie sind nicht unbedingt „an der Tagesordnung“. Andererseits gibt es sehr vieles, bei denen die Jüngeren aus lauter Eifer und vor blindem „ich kann das schon allein“ das Rad zum millionsten Male neu erfinden und vor allem: bei dem sie immer und immer wieder die gleichen alten, dummen Fehler machen, die unnötig gewesen wären, hätten sie den Erfahrenen vertraut. Zwar wird man aus Fehlern klug, aber generell ist es auch doof, immer nur durch „try and error“ zu lernen.

Nicht jeder, der älter ist, ist gleichzeitig als Berater geeignet. Nicht jeder Jüngere inkompetent, nur weil man noch nicht „ewig“ im Job ist. Aber die gesunde Balance ist inzwischen verloren gegangen. Wir früh-pensionieren die erfahrene Fachleute und werfen die noch-nicht-Experten einfach ins kalte Wasser. Beides ist nicht gut.

Dabei bräuchten wir keine Gesetze, es zu ändern. Sondern nur Vernunft und mal fünf Minuten des Nach- und Vordenkens. Ich schlage vor, man holt sich dafür einen Berater!

## Der Feind im Supermarkt

29,99 € – keinen Cent mehr kostete das edle Teil. Ein Radio, das Sender „aus der Luft“ empfängt und gleichzeitig „übers Netz“. Oder Musik von der USB-Schnittstelle wiedergibt. Der Klang: hervorragend. Eine Uhr natürlich eingebaut, mit Wecker, versteht sich.

Ich legte es in den Warenkorb. Und auch, unter anderem, ein Wunderarmband, in dem sich angeblich Energiepartikel sammeln und so dem Träger zu permanenter vitaler Spannkraft verhelfen. Preis: 29,99 €.

Solche Bänder gibt es wirklich. Sie sind an Hokusfokus-Blödsinn nicht zu überbieten. Und die Radiowecker gibt es auch, sie sind HighTech vom Feinsten. Das eine zu unglaublich niedrigem Preis, das andere als Abzocke übelster Art. Der Preis sagt gar nichts mehr. Wie soll ich mich da als Verbraucher noch orientieren?

Wenn ich denn nicht ein von Gutenberg höchstpersönlich geküsster Mensch wäre, wie sollte ich reagieren, wenn ich im HighTech-Wunder-Männer-Spielzeug-Katalog mit irren technischen Gadgets auch jene Software entdecke: „Die PC-Druckerei. Mit 1.000 Schriften. Hunderte von fertigen Druckvorlagen. 10.000 Grafiken und Bilder. Mit Farbmanagement.“ Preis: nein, nein, keine 29,99, lassen Sie mal die 2 weg: 9,99 €.

Ich Idiot mach' drei Jahre Lehre, drei Jahre Studium, drei mal drei Jahre Betriebspraktikum, treibe mich dann 30 Jahre auf Kongressen, Messen, Presseveranstaltungen herum, um einigermaßen zu verstehen, was das mit den Schriften und dem Drucken, der Farbe und der Kunst der grafischen Illustration auf sich hat. Wenn ich, klick, alles für 9,99 ordern kann, morgige Lieferung garantiert, auch unter Windows XYZ zum Laufen zu bringen?!

Hätte ich nicht 45 Berufsjahre auf dem Buckel und würde wissen, wie schwierig es ist, gute Drucksachen zu machen, ich würde glatt für 9,99 ordern und glücklich sein. Obwohl: warum eigentlich nicht?

Mein Armband hat mir zwar nicht zu neuer Fitness verholfen. Aber der Radiowecker, ehrlich, so toll hatte ich noch keinen – ob ich nicht doch ... ??? Wahrscheinlich bin ich nämlich der einzige Feigling, der es nicht tut.

Teure Drucksachen in der Druckerei bestellen, mich abzocken lassen? Nöööö!

## Wie ich mit einem Euro Deutschland aushebelte

Ich habe kein Geld. Aber viele Wünsche. Schon wollte ich resignieren. Da gab mir der Finanzminister einen Rat. Also tat ich das, was auch er bei EU-Verhandlungen und Schutzschirmen zu tun pflegt:

- ▶ Ich ging zum Bahnhof und fragte jeden: haste mal einen Euro? Viele gaben nicht, aber einige. Zum Schluss hatte ich 10 Euro zusammen.
- ▶ Nun ging ich zum Hehler an der Ecke und kaufte ihm für das Geld eine geklaute Kamera.
- ▶ Mit der ging ich ins Pfandhaus. Da hatte ich 100 Euro.
- ▶ Nun kaufte ich mir einen Fernseher, mit 100 Euro Anzahlung monatlicher Ratenzahlung. Aber so weit denke ich nicht.
- ▶ Den Fernseher versetzte ich im Pfandhaus. Jetzt hatte ich 1000 Euro.
- ▶ Damit kaufte ich mir ein gebrauchtes Auto mit monatlichem Leasing. Aber so weit denke ich nicht.
- ▶ Das Auto verkaufte ich beim nächsten Autohändler. Da hatte ich 10.000 Euro.
- ▶ Damit ging ich zur Bank. Gab das Geld als Pfand. Sie gaben mir dafür 30.000 Kredit.
- ▶ Damit ging ich zur nächsten Bank und kaufte Aktien.
- ▶ Damit ging ich zur nächsten Bank und kaufte ein großes Geschäftshaus, die Aktien gab ich als Bürgschaft.
- ▶ Durch das Geschäftshaus konnte ich ein Förderdarlehen bekommen, welches es mir ermöglichte, die Häuserreihe zu kaufen. Mit dem Versprechen, sie zu renovieren. Aber so weit denke ich nicht.
- ▶ Als Sanierer von Stadtteilen steht mir eine Anschubfinanzierung des Staates zu. Mit diesem Geld übernahm ich den Fußballclub der Stadt.
- ▶ Nach dem zweiten Auswärtssieg des Clubs bot man mir an, Präsident des Verbandes zu werden.
- ▶ Einer meiner ersten Amtshandlungen war, den Bauminister des Staates zum Ehrengast zu machen und der größten Bank des Landes eine VIP-Lounge zu schenken. Danach wählte man mich in den Landesvorstand einer Partei.
- ▶ Zwischenzeitlich wurden mir weitere 1.500 Sanierungsprojekte für marode Innenstädte angeboten. Ich nahm sie alle an.
- ▶ Im Bauministerium war nun der Posten eines Staatssekretäres frei. Ich konnte jetzt in Verhandlungen mit Banken und über Subventionen den Minister vertreten.
- ▶ Einer meiner Gesellschaften schenkte dem Oppositionsführer ein Auto für Wahlkampfreisen. Leider war es defekt, er fuhr sich zu Tode.
- ▶ Einer meiner Gesellschaften sorgte dafür, dass mein Minister im Puff fotografiert wurde. Es musste schnell eine qualifizierte Persönlichkeit gefunden werden.
- ▶ Im Kabinett sorgte ich dafür, dass die Regierungs-Chefin ein Burnout bekam.
- ▶ Aus Dankbarkeit machte ich den Finanzminister zum Bundespräsidenten.

So weit meine Erlebnisse.

gez. W e n k e ,  
Kanzler

► Glosse

## Sehnsucht nach Speck

Manchmal träumt man ja. Von guten, alten Zeiten beispielsweise. Von den skurilen Schrullen der Bleisetzer beispielsweise. Da kann man sagen, was man will: das (Arbeits-) Leben war schön. Und voller Speck.

Speck gibt es heute keinen mehr. Nur noch „on demand“. Speck, das war der Fleiß der Setzer in guten Zeiten, damit man in bleischweren Stunden vom Vorrat zehren konnte. Warum auch immer, damals jedenfalls arbeitete man auch schon nach Norm, mehr sogar noch als heute. Man nannte das nur nicht Budget, Benchmark oder Zielvereinbarung, sondern schlicht „Tarif“. Und so lieferte man als Hand-Bleisetzer pro Stunde je nach Schriftgröße, Sprache und Anzahl der Fremdworte so um die Tausend bis anderthalb Tausend Buchstaben ab – pardon, aber dieser Fließtext hieß geradezu offiziell so: – „glatten Arsch“. Maschinensetzer ebenso, die waren fein ausreguliert und wussten auf den Buchstaben genau, welche Leistung sie auf den berühmt-berühmten Tageszetteln oder Laufaschen zu notieren hatten.

Waren sie „gut drauf“, „kloppten sie rein“. Machten mehr und stellten den Überschuss in die Ecke, rein verrechnungs-technisch jedenfalls. Das war der Speck. Kam dann der Kegelabend und man wurde Pudelkönig, die Bierchen flossen oder was es auch sonst zu feiern gab, der „dicke Kopf“ am nächsten Tag war nur halb so schlimm: man hatte ja Speck, zu verrechnenden Leistungsüberschuß. Und so kam man gut über die Runden auch eines Tages, an dem einem nichts von der Hand gehen wollte. Oder man tauschte seinen Speck mit einem Kollegen gegen irgendetwas, wie auf dem Schwarzmarkt.

Heute: „Schick’ mal eben ‘ne Email!“. „Du, ich ruf’ an, weil ...“. „Könnten Sie den Text bis morgen, sagen wir um 12 ...“. „Wenn Sie so früh mit dem Flieger da sind, dann können sie doch schnell mal ...“. „Wo wir gerade zusammensitzen, ich bräuchte noch ...“. Das sind die Momente, an denen ich zu träumen beginne. Von richtig dickem, fetten Speck.

## Der Wahnsinn hat Methode

Sie werden mir zustimmen: Unser Berufsalltag ist hektisch. Aller Wahrscheinlichkeit nach haben Sie kaum noch Zeit zum lesen. Was man nicht auf den ersten Blick erfasst, bleibt ungelesen. Egal, ob Zeitung oder Meetings-Protokoll, Seminareinladung oder Gebrauchsanweisung für ein komplexes Gerät. Budgets, Gesetze, Verordnungen, gar geistige Diskurse über das Für und Wider bestimmter Methoden und Strategien – keine Zeit zum Lesen. Ein einziger Blick muss genügen. Die Frage ist: gewährt ein solcher 1-Blick auch wirklich 1-Sicht (gesprochen: „Einsicht“)??

Antwort: Nein, oder jedenfalls sehr selten. Und so sind wir selbst die Ursache für das Chaos, an dem wir leiden und das wir vor uns und aller Welt beklagen. Denn unser „keine Zeit haben“ produziert täglich in immer stärkerem Maße „mehr Zeit benötigen“. Für was? Ganz einfach: für das Beseitigen der Fehler, die NICHT entstanden wären, hätten wir uns für vieles nur einfach mehr Zeit genommen.

Keine Zeit haben ist so etwas wie Management-Bulimie. Jeder Info-Bissen erzeugt geistige Übelkeit und verbales Erbrechen. Statt geistig Sustantielles „zu verdauen“, „kotzt und spuckt“ man irgendwelche Bemerkungen raus. Kenntnis-Magersucht ist die Folge, Das Wissen-Skelett wird brüchig, geistige Muskeln verkümmern.

80 Prozent, zeigen empirische Untersuchungen, aller Hektik, Stress, als untragbar empfundene Belastungen in typischen Büro-, Verwaltungs-, Management-Funktionen und -berufen werden durch Verwirrnis und Schieflagen generiert, die nicht entstanden wären, hätte es keine Fehl- und Falschinformationen, keine Missverständnisse und darauf fußende „blöde“ Entscheidungen gegeben. Wer sich im Frühjahr nicht einige Tage Zeit nimmt, den Garten herzurichten, erlebt ihn den ganzen Sommer als Chaos und wird kaum etwas ernten. Wer anfangs zu wenig weiß, hat später viel Zeit nötig, die daraus resultierenden Folgen und Fehler wieder wettzumachen.

Wir sind also unser eigenes Übel. Kein Wunder, dass uns davon nämliches wird.

## Blitz-gescheit

Grell-Zisch-Schepper. Schon war's vorbei. Ein Blitz, zugleich ein Wahnsinns-Poltern – und dazwischen das hässliche Knister-Knarren, welches keinen Zweifel ließ: Elektronik mag keine Gewitter. Die digital-elektronische Kommunikation war buchstäblich blitzschnell hinüber. Kein Telefon, kein Fernseher, kein Multimedia. Und vorerst auch kein Internet. Das aber konnte, Erdkabel und Telekom sei dank, bald wieder hergestellt werden, derweil der neue LCD-TV-Großbildschirm, Telefon-Router und DVD-Player ein Fall für die Versicherung wurden.

Wieder online, versendete ich Emails an Kommunikationspartner und wies auf den Unterbruch hin, da schon die ersten – clever über Mobiltelefonie – nachgefragt hatten, warum die nette Frauenstimme am Normaltelefon vermeldete, wir seien vorübergehend ge- und verstört. Kaum waren die Emails draußen, kamen die ersten Reaktionen. Völlig anders als gedacht.

Es hagelte Glückwünsche. Man wollte wissen, wie man Gewitter macht. Wo der Router aufzustellen sei, damit auch er auch schon bei Wetterleuchten seinen Geist aufgäbe. Man beneidete uns. Wegen der Stille. Der Abgeschiedenheit. Der Befreiung vom Zwang, über Fernsehprogramme vor- und nachzudenken oder sich dem Musikgedudel hingeben zu müssen. Wir könnten, wurde uns empfohlen, endlich tun, was wir doch so gerne täten: in Ruhe meditieren. Selbst konkrete Vorschläge für ein Wellness-Wochenende im Kloster waren dabei. So fromme Wünsche hört man selten.

Andere boten an, Fahrdienste zu übernehmen oder für uns Essen zu kochen. In eine internet-freie Almhütte wurden wir eingeladen, zum kostenlosen Langfrist-Aufenthalt. Nach dem Gesundheitszustand wurde besorgt gefragt, Feste und Verpflichtungen zur Verlegung angeboten. Ich bin nicht sicher, ob nicht auch schon heimlich irgendwer eine Geldsammelaktion angeleiert hat. Uns schlug, völlig unerwartet, eine Woge der Sympathie und Empathie, von Zuneigung und Mitgefühl entgegen. Ich, der ich als Computer-verliebt gelte, zu nonline verdammt – das rührte die Menschen so wie sonst nur Knud, der Eisbär oder ein Schicksalsschlag in der Lindenstraße. Alle waren sooooo lieb.

Den Trick werd ich mir merken. Es muss ja nicht gleich wieder der neue Fernseher kaputt gehen. Vielleicht reicht es schon, einfach den Telefon-Anschluss aus der Buchse zu ziehen, wenn wieder mal eine Gewitterfront naht ... ??? !! Nicht nur, dass die heimische Vermittlungszentrale dann überlebt, sondern man spürt endlich mal wieder, dass man Freunde hat!

## Der, die, das

Die Partei, die Kommune, der Konzern, der Staat, der Vorstand, die Versandabteilung, die Buchhaltung, die Nachbarn, der Verein, die Kirche – wenn wir uns aufregen oder unseren Standpunkt deutlich machen wollen, nehmen wir gerne eine simple Konstellation ein: Man selbst als das einzige, also absolut singuläre Ich auf der Welt, alles andere drum herum – „die Beschimpften“ (selten geht es um Lob) – sind immer eine kollektive Pluralität. Dieses völlig undifferenzierte „in einen Topf werfen“ hat Tradition und Methode, setzt sich auch in seriöser Literatur und den Medien fort. „Die Wanderer“ werden durch „die Reiter“ gestört, „die Fahrradfahrer“ sind von „den Bikern“ genervt. „Die Biertrinker“ verstehen „die Weintrinker“ nicht. Absurder gehts nimmer, wenn man pauschaliert, aber bequemer ist es schon.

Ist es umgekehrt, empören wir uns bis zur Hysterie. Werden wir selbst als „die Dicken“, „der Deutsche“, „die Alten“, „die Camper“, „die Wessis, Osis, Ösis“ pauschal abgestempelt, sozusagen mit Gruppenhaftung belegt, schreien wir Zeter und Mordio: eine individuelle Beurteilung und Beachtung stehe uns qua Grundrechten und Menschenwürde schließlich zu. Dann erkennen wir, wie ungerecht Kategorisierungen sind, wenn zufällige Eigenschaften oder Tätigkeiten als Kriterium herhalten müssen.

Ein lösbares Problem. Indem jeder, „wir Leichtfertigen“, jetzt und auf immer damit aufhören, in Gedanken und Reden zu pauschalieren. Es sind immer, immer!, einzelne oder kleine Gruppe handelnder konkreter Personen, die das Urteil und damit auch Vorurteil prägen, Zustimmung erwecken oder Ablehnung provozieren. „Die Zuschauer“ beim Fußball-Match randalieren nicht, sondern ein paar Hooligans. Nicht „die Partei“ ist einem sympathisch, sondern die Meinung einiger in der Partei. Und unter Kollegen sind es nicht Abteilungen, mit denen wir kommunizieren, sondern echte Personen. Die haben, wie wir selbst, das Recht (und die Pflicht!), als Individuen wahrgenommen, beurteilt und benannt zu werden.

Also, beim nächsten ansatzweisen „die ....“ sofort umschalten auf „Frau Müller, Herr Lehmann“. Ross und Reiter nennen, nicht anonyme Mächte heraufbeschwören. Sonst sage ich es den Kommunisten, die holen die E-zorzisten und die knebeln alle Die-Sager ...

## Ich, der Problembär

Mein Traum: Zum Psychiater gehen, ihm tief in die Augen schauen und bedeutungsvoll- leise sagen: „Herr Doktor, ich bin glücklich! Was mache ich falsch?“ Bin sicher, er wird mich zur Behandlung einweisen. Und viele Tabletten verschreiben. Damit ich endlich depressiv bin. Aber was heißt ‚mein Traum‘? Es ist doch schon längst so im täglichnormalen Leben. Täglich lese ich über die Fortschritte, die die Welt gemacht hat, vor allem technischer Art. Dann wird mir gesagt, was ich immer bisher vermisst habe oder wie elend mein Leben bisher war. Allerdings, und das macht mich stutzig, ja sogar unruhig und nervös, all die Erfindungen des modernen Lebens regeln Probleme, die ich gar nicht habe. Wieso ahnte ich bisher noch nicht einmal, dass ich einen Computer mit eingebautem Intelligenz-Analyser brauchte oder ein Leben ohne Klodeckel mit USB-Anschluss gar nicht möglich ist? Warum behaupte ich, ich brauche keinen Mobilitätssender am Skischuh, der meinen Freunden per Twitter-Tweed sagt, auf welcher Piste ich gerade rutsche. Warum vermisste ich bislang nicht fusselfreie Wollsocken am Strand von Mallorca? Mein Handy telefoniert, doch warum stört es mich nicht, dass es kein Kaffee kochen kann? Mit anderen Worten: woran kranke ich, dass ich nicht die Probleme habe, die durch Erfindungen so genial gelöst werden? Das änderte sich, als mein Psychiater mir tief in die Augen schaute und bedeutungsvoll- eindringlich sagte: „Sie nehmen das Leben zu leicht. Es ist nicht so angenehm, wie Sie es sich machen. Sie brauchen endlich die Erfahrung des Zweifels und der Verzweiflung!“ – Na ja, seit dem kaufe ich alles, was neu ist. Bin verarmt und verärgert, unzufrieden und echt aggressiv. Endlich.

## Frisch ans Netz-Werk

Neulich diese Einladung: „Kommen Sie zum netzwerken!“. Aha. Netzwerke. Ich stutzte. Hatte ich doch nach Jahrzehnten der Berufserfahrung schon viele Dinge gemacht. Nur genetztwerkt noch nicht. Ich hatte mich verstrickt, war über Fallstricke gestolpert. Ich habe Fäden gezogen. Hatte Verknüpfungen hergestellt. Mancher Knoten war geplatzt, Mir war vieles durch die Maschen gegangen. Ich hatte, auf der Suche nach Beute, sicherlich manche Netze ausgeworfen. Ich hing oft im Schlepptau oder mit ging jemand ins Netz. Beziehungen wurden geknüpft. Meine Gedanken waren wie Spinnengespinnst, mit mentalem Tau benetzt in greller Morgensonne funkelnd. Das Strom- oder Telefonnetz war zusammengebrochen, bei der Bahn hatte ich eine Netzkarte gelöst. Nur eben – genetztwerkt hatte ich noch nicht. „Kommen Sie zum netzwerken!“. Wie man flirtet weiß ich. Wie man ein Butterbrot isst auch. Wie man Auto fährt und wie man eine Rede hält. Weiß, wie man telefoniert, recherchiert, intrigiert und provoziert – aber wie netzwerkt man? „Liebe Frau Müller, Ihr Netzwerk ist bezaubernd schön!“. Nettes Kompliment – aber woran erkennt man eigentlich ein Netzwerk? Mein Auto, mein Haus, mein Boot – – mein Twitter-, mein Facebook-, mein YouTube-Account ... ??? Auch das Volkshochschul-Kursverzeichnis half nicht weiter, kein Amazon- Buch stand mit Rat bereit, der Spiegel berichtete nicht drüber und auf/in Foren posten und chatten sie wie wild, aber keiner redet übers netzwerken. Zwar weiß ich aus der Operette, da knüpfte jemand manche zarte Bande – aber eine Horde biodynamischer Jungmanager, wie vernetzt-verknüpft-verbandeltverknötet man die? – Ach, je mehr ich mich verzweifelt bemühte zu begreifen, verstand ich um so weniger. Mein Ausweg war die Hobby-Klöpplerin von nebenan: „Hörmal Elsbeth, eijentlich machste ja’n Netzwerk wennste klöppelst ... „ – o jeh, wie können hübsche schwarze Augen hohl blickend fragen !!! Und so wurde irgendwo in Deutschland wieder ein Netzwerk errichtet – ohne mich. Verzweifelt saß ich vor dem Fernseher. WM-Vuvuzela-Getröte, Gerhard Delling stellte belanglose Fragen an .... mir wurde heiß! Günter Netzer! Doch seine Telefonnummer war immer besetzt. Wahrscheinlich wussten viele nicht, wie man netzwerkt.

## War schwer krank, nämlich zufrieden

Der Witz meiner leichtlebigen Vergangenheit wurde mir zum Albtraum, zur Nightmare, einem Gruselkabinett. Der Witz: Ich gehe zum Psychiater und frage besorgt: „Herr Doktor, ich fühle mich glücklich. Was mache ich falsch?“ — Darüber kann ich, ich!, nun nicht mehr lachen. Neulich begab ich mich verzweifelt in die Psychiatrie. „Herr Doktor, es gibt über 5.000 Firefoxbrowser-AddOns. Ich brauche keins! Apple feiert 1 Milliarde Apps-Downloads. Ich komme mit einem halben Dutzend aus. Es existieren Millionen Freeware-Gadgets. Ich will gar keins haben.“ Eben — „Was ist los mit mir?“ Der Arzt wiegte den Kopf, dann wog er mich, lief mich Ellbogen und Rumpf beugen, streute LED-Licht und Sand in meine Augen, führte den Finger in Darm und Rachen (anstatt umgekehrt), ließ mich raten, wieviel Liter Milch zwölfteinhalf Kühe auf sechsdreiviertel Almwiesen in vier neunzehndreizehntel Wochen geben und maß den elektrischen Widerstand meines Schweißes in der Achselhöhle. Allein, eine Ursache ließ sich nicht finden. Dann kam ich in Therapie. Erstaunlich viele finden sich zum Appfindungsgesprächskreis ein, zum Downloadtraining, zur Freeware-Selbsthilfegruppe, machen beim „Zapp Yourself“-Wettbewerb mit, sind am Update-Wochenende dabei, wenn der Pfarrer uns mit Jesus 12.3 (Windows) tröstet und Heilig-Geist\_32Bit\_beta segnet. Mac-Jünger können vernetzt „God Steve“ auf dem iPad spielen, iPad 2, versteht sich. Und jeder schenkt jedem eine Shareware im Julesack. Allmählich geht es mir besser. Die Verwirrung tritt ein. Langsam erst, dann immer schneller. Habe nun soviele AddOns im Browser, dass er kaum noch Zugriffe aufs Internet wagt. Meine Festplatte wurde viermal erweitert, jetzt sind 8 Terrabyte Programme verfügbar. Bin stellvertretender Schriftführer im Killerware-Download-Club und Juror beim Programmiererwettbewerb „No-sense-no-use“-Software. Fühle mich überfordert, der Rechner crasht dauernd, Zeit zur Arbeit oder zur Muße gibt es keine mehr. Da kann man doch mal sehen, wie wichtig es ist, dass man sich in die richtige Behandlung begibt und sich allgemeinen Trends anschließt.

## Wie im Wettbüro

Wer wird mit welchem Ergebnis siegen? 3:2, 4:3, 8:6, 16:9, 16:10 ...? Dies sind die Bildschirm- und Medienformate der konventionelle Fotografie und mancher Smartphones oder Multimedia-Player, des lange Jahre gültigen TV-Formates, des iPads (1024x768=8:6), des neuen „Breitwand-Fernsehens“, von Computer-Großbildschirmen (z. B. Apple Cinema-Display 2.560x1600=16:10). Es ließen sich noch mehr Verhältnisse aufzählen. Sie alle bedeuten nur: Vielfalt, die von Chaos nur noch schwer zu unterscheiden ist. Jahrelang haben alle gefrohlockt und gejubelt: Hurra, das digitalelektronische Publizieren wird die Abhängigkeit von Medienplattformen und -kanälen aufheben. Nix ist, all das ist ein schrecklicher Irrtum. Schon alleine die Banalität, dass wir nach wie vor viel Gedrucktes, alle Briefschaften und Dokumente im Einheitsformat DIN A 4 erstellen und Bildschirme nun einmal überwiegend Querformat haben, stellt ein grundsätzliches Hindernis in der Gestaltungskompatibilität dar. Da hilft es ein wenig, aber nicht unbedingt viel, wenn iPad und Co. Bildschirme zum 90°-Drehen haben und so problemlos wechseln können. Eine Videokamera, die statt 16:9 9:16 aufnimmt, ist mir nicht bekannt. Nur Witzbolde zwingen auf diese Weise Zuschauer in die Kopfschräglage. Wie bei den technischen Datenformaten auch, wo es praktisch Jahrzehnte gedauert hat, bis die Programme samt zugehöriger Fonts und Fontbelegungen einigermaßen zufriedenstellend Daten austauschen und gegenseitig verwenden können, bleibt bei den Bildformaten weiterhin Wildwuchs und Marktbeherrschungs-Egoismus. Von „Multi-Media“ kann nicht wirklich die Rede sein, zumal die Frage der Pixel-Auflösung (Bildschirme, Druck usw.) erst recht ins Dilemma führt. Je mehr wir glauben, Mixed Media sei Realität, desto weiter sind wir davon entfernt.

## Waschweiber, social-cool

Es ist ein massives Grundbedürfnis von Menschen, in Gemeinschaften zu leben. Kontaktscheu zu sein gilt als krank, medizinisch, psychisch, soziologisch. Wer für sich bleibt, wird gebrandmarkt: Sonderling, Außenseiter, Autist, „lonesome wolf“. Dieses seelische Aneinanderkuscheln formalisiert sich im Alltag: Stammtische, Kaffeekränzchen, früher der Dorfbrunnen mit dem Waschweibergezänk und -Geschwätz. Es setzt sich fort in dem, was man pauschal Mode nennt. Da trägt man, immer deutlicher, seine Gesinnung in Form von Klamotten durch die Gegend.

Und da, wo man doch wieder als de-facto-Single isoliert in Büro oder Wohnraum, Hotelzimmer oder Autobahnstaus rumlungert, geht es digital und online. Da ist man social-online. Xingt und twittert, surft Facebook und Yasni rauf und runter, schaut bei den Lokalisten nach, skype, messaged via ICQ, postet bei Stayfrieds, amüsiert sich bei Flickr und Youtube, checkt Schüler- oder StudiVZ. Überall hat man Freunde. Freunde!

Die sind wichtig. Für die Seele. Nur wer Freunde hat, fühlt sich stark genug im Kampf gegen (gemeinsame) Feinde. Was die Gewerkschaften früher behaupteten, gilt für den Onliner sowieso: „Gemeinsam sind wir stark“. In einer a-sozialen Welt, die Einzelbüro und Single-Leben zum Standard gemacht hat, in der Er-Fahren zur Einsamkeit im viel zu niedrig-engen, aber schwarzen Benzinschlucker oder zum Kampf um einen Platz mit Beinfreiheit im Flugzeug geworden ist, ist es gut, Freunde zu haben, die auf Knopfdruck erreichbar sind. Dann schaut man sich im jeweiligen Social Network die Liste seiner Freunde und Kontakte an, seufzt wohligh und ist's zufrieden: ach, alle haben mich lieb.

Es ist eben wie früher, wie bei den Waschweibern. Die haben gestritten und gezetert, sich das Maul zerrissen, sich geärgert, haben ein Komplott nach dem anderen geschmiedet; waren beleidigt und Wortführerin in einem. Gingen nach Hause, schimpfend, nur, um anderntags wiederzukommen, sehnsuchtsvoll, gibbernd-süchtig nach mehr hohl-nutzlosem Geschwafel und Vettelböserien. Haben wir es da nicht gut???! Wir können uns wenigstens den Gang zum Dorfbrunnen sparen. Wir müssen nur online sein.

## ICH lüge

Sie aber auch! Das fängt frühmorgens an, wenn man auf „Mailbox“ klickt. Ein gefundenes Fressen für die Krake Pharmaindustrie. Denn nun werden sie unaufhörlich produziert, die wunderschönen stressbedingten Krankheiten, die unweigerlich zum ewigen Tablettenbedarf führen.

Zig Personen, Dutzende als „Nachricht“ getarnte Unverschämtheiten bedrängen, nötigen, belästigen einen wie dreistkriminelle Räuber, Zeiträuber. Bis man alles durchgelesen hat, wäre eigentlich Frühstückspause, aber der Magen hat schon schlechte Laune. Dann noch schnell ein Meeting, anschließend Auto, Gespräch, Auto, schnell nachmittags den Report schreiben, viel zu spät wieder Feierabend – ab zur aggressivmusikalischen After-Works-Party und rein mit dem Alkohol.

Und das alles, weil man lügt, weil man glaubt, man müsse die Emails der Sache, der Wichtigkeit, des Absenders, der Pflicht, der Form, der Karriere wegen ernst nehmen, bearbeiten, beantworten, speichern, verknüpfen ... – Doch damit belügt man sich, denn weder WILL man es noch MUSS man es. ICH habe mich belogen – weil ich glaubte, Emails seien ein Spiegel der eigenen W-ICH-tigkeit.

Mit einem simplen Trick habe ich mich davon befreit. Habe drei Postfach-Unterordner angelegt. Mit der Aufschrift „eilig/sofort“, „zu bearbeiten“ und „ICH“. In „eilig/sofort“ kommt alles, was mein Job mir „gebietet“ (also dem eigenen Vorurteil von Wichtigkeit und Eitelkeit entspricht) – und bleibt dort konsequent liegen!!! Unangesehen, unbearbeitet, unerledigt. Fast alles andere kommt in „zu bearbeiten“ (eigentlich gehört noch „irgendwann“ davor). Sie werden vollautomatisch nach 1 Woche gelöscht. Doch das Postfach „ICH“ – ist eigentlich immer leer. Denn da landen die ganz wenigen Mails, die ICH will, an denen ICH Freude habe, die ICH mag, die meinem ICH guttun die ICH sofort bearbeite. Die ICH für rICHTtig halte.

Nun fragen mich mein Arzt und Apotheker auf Flehen der Pharmaindustrie, warum ICH in letzter Zeit so wenig Tabletten brauche.

## Leben in der späten Jungsteckerzeit

Archäologen sind Buchhalter der Menschheitsgeschichte. Sie ordnen den Gang der Entwicklungen in Zeitalter. Eisen-, Bronze-, Stein- und so. Welches Attribut bekommt das momentane Heute, wenn wir mal ausgebuddelt werden? Ich meinerseits hätte da einen Vorschlag.

Die Steckdosenzeit. Die Netzteil-Ära. Das Adapter-Alter. Ich komme drauf, weil dies mein Leben prägt. Wann immer ich etwas technisch-funktionelles kaufe, und nicht nur beruflich, sondern auch aus purer Freude mache ich dies des öfteren, liegt ein klobiges Netzteil dabei, das nicht an den schmalen verbliebenen Platz der Verteilerdose passt. Worauf eine neue hinter der einen hinter der anderen hinter der großen-langen gekoppelt werden muss. Bei 6 Anschlüssen passen höchstens 3 Netzteile rein. Höchstens.

Und dann noch die Doppel- und Dreifachdosen, an denen entweder immer ein großer runder Anschluss zu wenig oder ein schmaler nicht passend ist. Zähle ich zusammen, habe ich 247 Stromanschlüsse in Garten, Haus und Büro, davon 114 mit Netzteilen, Trafos, klobigen Wärmerzeugungswürfeln. Wenn ich „Frei“-Zeit haben will, muss ich mich an ein Dutzend Auflade-Geräte fesseln und bin von ihrer nervigen Diktatur des „Lämpchen-blinkt-weil-Batterie-noch-nicht-voll“-Quälerei abhängig. Sonst versagt im Schwimmbad der MP3-Player oder auf der Party die Fotokamera und unterm Gipfelkreuz die Handycam, von Mobiltelefon ganz zu schweigen, weswegen jetzt auch mein Auto aussieht wie die Verkabelung einer mobilen Raketenabschussrampe.

Und so können die Archäologen auch die Frage leicht klären, warum damals, um 2020, eigentlich die Menschheit so abrupt ausgestorben ist, bis auf ein paar wenige Individuen, die in Wüsten an Lagerfeuer hausten. Der damaligen Zivilisation ging ganz einfach, immer schneller und dramatischer, die freien Steckdosenplätze aus. Da wussten sie plötzlich nicht mehr, wie das Leben weitergehen sollte.

## Ich, der Billiglöhner

Wieder einmal konnte ich meine Gier nicht zügeln. Bei 19,90 Euro musste ich einfach zuschlagen. Rein in den Korb, zur Kasse, nach Hause. Das Paket aufgerissen, und schon stand ich wieder da, wo ich eigentlich nie mehr hin wollte. Mitten in der Fabrik.

Man hatte alles fein säuberlich in Einzelteile zerlegt und kunstvoll in einen Karton puzzelförmig ineinander verschränkt. Und ein Primitiv-Werkzeug beigelegt. Gut, dass ich seinerzeit ein Ingenieur-Studium absolviert hatte: wie sonst hätte ich den Zettel „So bauen leicht Teile an in eins“ interpretieren können.

Ich begann, was sonst der Billiglöhner Arbeit ist: stupide Montage. Reine Handarbeit. Geduld, Leidenschaft, Gelenkigkeit und das widerspruchsfreie Dulden unlogischer Anweisungen („Nehmen Arm oben nach hinten wo F mit C5 verbinden an Stange 23 wenn Schraube“) waren vonnöten.

Nach drei Stunden war nicht nicht nur ich fix und fertig, sondern auch mein Bauteil. Ich sinnierte über meinen persönlichen Wert. Bin ich nicht, erfahren, weise, technisch begabt, schlappe 40 Euro die Stunde wert?! Ergibt 120, plus 20 von der Möbelsupermarktkasse, also 140. Für 80 hätte ich das Ganze übrigens fertig zusammengebaut erwerben können. Aber eben: meine Gier, meine Gier!

Ich half mir mit einem Trick. Indem ich mich arm rechnete. 3 Euro die Stunde, überlegte ich, sind ja immer noch viel mehr, als ein Billiglohnsklave in einer Slum-Firma irgendwo auf den Hinterhöfen der Welt je verdienen wird. Und dann hätte ich das Ding, obwohl mühsam mit deutschen Ingenieurs-Händen zusammengebaut, doch verdammt billig erworben.

An den Gedanken, mich auszubeuten, um mir billigen Konsum erlauben zu können, wollte ich mich gerade gewöhnen: Wäre ich doch Nutznießer meines eigenen Elends. Doch dann fiel mir ein: Nur wegen meiner Gier hatte ich auch noch dem Billiglöhner seine Arbeit und Einkommen geklaut.

Ich schraubte alles auseinander, verpackte es wieder kunstvoll, und sechs Arbeitsstunden später brachte ich den Karton als „Fehlkauf“ zum Laden zurück. Um, im Gewissen erleichtert, ein Fertigprodukt nach Hause zu wuchten.

## Metzger als Veganer

Metzger, die Vegetarier oder gar Vegarier sind, empfinde ich als Unding. Irgendwie schließt sich eben manchmal etwas gegenseitig aus. Rein gefühlsmäßig. So wie Bücher und Computer. Zeitschriften und das Internet. Der rotweinselige Diskussionsabend mit intellektuellen Freunden und das ewige Gefummel am Smartphone. Es passt nicht zueinander.

Doch offensichtlich sehen das Verlage ganz anders. Man muss schon staunen, mit welcher Hilflosigkeit einerseits und blinder Trotzigkeit andererseits etablierte Literatur- und Nachrichten-Drucker auf alles losgehen, was sich unter E-Medien oder E-Medien-Tools zusammenfassen lässt. Die arrivierten, renommierten und engagierten Schöngeister wollen unbedingt auf kleinste Screens geschrumpft werden. E-Reader sollen retten, was das Bücher oder periodische Publikationen längst an Boden verloren haben. Nämlich Renditen. Um Auflagen geht es nur marginal, auch um die Titelvielfalt. Beides ist, zumindest in Zentraleuropa, noch nicht so sehr in Not. Aber die Kasse stimmt nicht mehr.

Daher rein ins Abenteuer E-Book, E-Kiosk, E-Publishing, E-Distribution. Hauptsache: Relativ gesehen teurer als Gedrucktes. Denn die derzeitigen höchstens 10- bis 15prozentigen Preisnachlässe der E-Medien gegenüber gedruckten Exemplaren sind ja wohl eine egozentrische Selbstbedienung an gesparten materiellen Produktions- und Distributionskosten. Die Kunden müssen teure Reader kaufen und haben kaum Kompensation durch preiswerteres Lesevergnügen.

Mit kommt's vor, als würden nun Metzger erstens zusätzlich Gemüse verkaufen – und das auch deutlich teurer als Fleisch. Es ist der verzweifelte Kampf um das Nachholen dessen, was bisher verpasst wurde. Nämlich einzusehen, dass alles, was auf einem Bildschirm zu lesen ist, egal, wie groß er ist, eine völlig andere Welt ist als die der aufgeschlagenen Druckseiten. So gesehen sind Verlage weiter von ihrer eigenen Rettung entfernt als jemals zuvor.

## Ist Typografie eigentlich strafbar

Obwohl nicht mehr ganz jung an Jahren, telefoniere ich gerne. Auch und gerade mit dem Mobiltelefon. Und, ganz im Trend, würde ich mir ja gerne ein neues Handy zulegen. Und den Tarif wechseln. Allein, wie soll ich das tun? Nicht, dass ich nicht erkennen könnte, dass mir (fast) alle Mobiltelefone geschenkt werden. Nicht, dass ich nicht begreifen würde, dass ich mit gerade mal lächerlichen 10 Euro pro Monate ein Wochenende lang telefonieren kann, 200 SMS versenden und mir die Eintrittskarten für die Oper oder anderes per Mobiltelefonerättastendruck kaufen könnte. Nicht, dass ich nicht wüsste, jeder der vielen Provider möchte mich gerne als Kunden haben. Da steht ja da in dick und fett, groß und konturiert, farbig und im zackigen Stern. Und dahinter steht dieses verflixte Doppelzeichen, das Sternchen und die Klammer. Will sagen: Lies bitte das Kleingedruckte. Aber wie denn? Wir als alte Handsetzer haben ja noch, als wir jung waren, flink-schlanke Finger gehabt, die Nonpareille als geradezu klobig empfanden, die Perl sicher handhaben konnten, die selbst Diamant noch halten konnten und auch schon mal mit Brillant umgehen (für alle unter 50 Jahren: 6, 5, 4 und 3 Punkt Schriftgröße). Damals konnten wir das noch hand-haben (wortwörtlich) und es lesen! Aber heute mit +1,75 Dioptrin doch nicht mehr. Und so stehe ich da, vor der Reklame der T-Com und 02, Vodafone und was-weiß-ich und kann das Kleingedruckte nicht mehr lesen. Das, wo drin steht, dass ich mich für zweihundert Jahre auf irgendwas verpflichte und nach 6 Monaten sowieso die doppelte Gebühr fällig sei oder das Grundstück verpfändet sei, falls ich mal die Telefonrechnung nicht zahle. Ich weiß es ja nicht. Ich kann es ja nicht mehr lesen. Im deutschen Recht (haha, was, bitte, ist Recht? Erst gar: was ist rechtens?) heißt es doch, man müsse Sorgfaltspflicht anwenden im Geschäftsleben. Ab wie viel Punkt hört die Sorgfalt auf? Ist eine hellgrau gedruckte 6 Punkt schmalmagere Sanserif noch lesbar, rein juristisch gesehen? Gehört die Lupe oder das Mikroskop zur Pflicht-Ausstattung eines älteren Menschen, der einen Mobiltelefonvertrag schließen will? Muss man sich eigentlich alles gefallen lassen? Aber wieso nur Telefone? Letztens wollte ich Nudeln kochen. Internationale Nudeln. Mit Inhaltsangaben in rund 23 Sprachen auf der zerknitterten Cellophantüte. Und da suchen Sie mal eine Kochzeit. Oder ich wollte den Rasenmäher zusammenbauen. Mit technischen Zeichnungen, die auf 18,5 % oder so ähnlich verkleinert waren. Überhaupt: ich dachte immer, Typographie sei dienend. Mitnichten. Sie ist im Geschäftsleben noch nicht einmal mehr strafbar. Und wofür habe ich jetzt Setzer gelernt, wenn man Schrift unlesbar machen darf?

## Der Nippel, die Lasche – und der Frust

Angeblich, munkeln manche, hätte Mike Krüger Millionen dafür bekommen. Damals. Als er mit dem Song „Du musst doch nur den Nippel durch die Lasche zieh'n“ moderne Verpackungen populär gemacht hat. Anders sind die Dreistigkeiten nicht zu erklären, wie man mir mein rechtmäßig erworbenes Eigentum vorenthält.

Nur weil Jugendliche – angeblich – Elektronik-Bauteile klauen, habe ich keine Chance mehr, meine Wohnung komfortabel zu gestalten. Denn gegen den Klau hat man die Blisterpackung erfunden. Und zwar in der ekelhaften Variante „hart-spröde-unkaputtbar“. Von wegen: kaufen, aufreißen, anschließen, glücklich sein. Zig mal war ich schon in der Abulanz. Immer mit der vorwurfsvollen Frage der behandelten Ärzte, warum ich mich auf solche Messerstechereien einlassen würde. Dabei hatte ich nur versucht, eine Hartfolien-Durchsichtspackung mit den Händen aufzumachen. Von abgebrochenen Fingernägeln reden wir ja schon gar nicht mehr.

Toll, diese Verpackungsindustrie. Und so sinnvoll. Warum sollte ein gekaufter Gegenstand dem Gebrauch dienen? Der verschleisst ja nur. Oder die Gebrauchsanleitung ist unverständlich. Jetzt habe ich mir Hakenbretter angeschafft, wie man sie vom Supermarkt her kennt. Da kann ich denn alles, was diese Langloch-Aufhängstanzung hat, sortiert an die Wand hängen. Und mich an dem erfreuen, wofür ich mein Geld gab.

Gleiches gilt für knisternde Nußmischungs-Packungen und Fertigsuppen, für gemahlene vacuumverpackten Kaffee oder unter Schutzgas verpackte Lebensmittel. Die Konsum-Welt ist eine Art Peepshow geworden: gucken ja, anfassen nein. Doch es kommt ja noch besser. Neulich erwarb ich ein raffiniertes technisches Teil. Nicht gerade billig. Innen: Elektronik vom Feinsten. Außen: Plastik, unter anderem ein für die Funktion notwendiger kleiner Nippel, der in eine Nut rasten muss. Dieser Nippel war so klein und schwach, dass er bei der Montage abbrach. Reparatur-Chance: null. Zig Euro: futsch.

Endlich sind wir da angekommen, wo uns die Kapitalisten haben wollten: Verzweifelt kaufen wir Neues, obwohl das Vorherige noch in der Verpackung rumliegt. Es spart auch Müllberge. Denn wer kann das schon sortieren: Karton+Plastik+Elektronik-Inhalt+Batterie, aber unaufmachbar!? Das kann man nur zu Hause aufbewahren. Und sich des schönen Drucks auf den Packungen erfreuen. Ich wusste doch, die Druckindustrie macht uns das Leben schön.

## Yes, I con

Es gab mal Zeiten, da kannte ich sie alle. Da war Heesters Song auch meiner. Der vom Maxim und „Lolo, Dodo, Joujou, Clocio, Margot, Froufrou“. So fröhlich konnte ich sie aufsagen, die Programme auf meinem Computer. Ach, wusste sogar, dass in Version 2.4 dieses und jenes nicht ging, was in 3.1 kein Problem mehr war, und ob ein Bild von XYZ 1.4 auch in ABC 2.2 den Freisteller behielt.

Die Sorge bin ich los. Programme von heute sind ziemlich kompromisslos. Ohne Gnade einfach besser und abwärtskompatibel. Aber sie sind inzwischen auch so wie die Damen geworden, die Damen vom Maxim: alle mit einem ausnehmend hübschen Gesicht – aber den Namen, den haben sie verloren. In meinem Gedächtnis. Denn ich bin ein Software-Casanova geworden: jede Nacht eine andere App.

Manche tarnen sich auch in esoterisch-hinterlistigen verdrehten Abkürzungen, Künstlernamen sozusagen. S-GATE wäre dann ein Synonym für „es geht“ und „X&Hai't“ heisst Gesundheit. Das kann man sich nicht mehr merken. Deshalb erfand man Icons und Apps.

Jetzt habe ich irrsinnig viele bunte Bildchen auf dem Computerbildschirm und im Mobiltelefon. Weiß genau, auf welchen bunten Klecks ich zeigeklicken oder tatschen muss. Kenne alle „Damen“, nenn' sie aber nicht mehr beim Namen. Und wehe, jemand fragt mich nach dem Programm, der App. Meine Antwort: Na, die mit dem grünen Kreis und dem roten Punkt. Ähnlich wie früher: „Na, du weißt schon, die mit den blonden Haaren und dem tollen ...“, und so.

Der Kölner Karneval macht schon lange, was Apps und Icons heute mit uns machen: „... Du darfst mich küssen, das ist Deine Pflicht. Nur nach dem Namen, Namen, frag' mich bitte nicht ... –“ Ich weiß ihn ja ohnehin nicht mehr, selbst von Programmen, die ich zum Küssen gern habe. Dafür trag ich ihr Icon in Hirn und Herzen. Man genießt (das Programm) – und schweigt über die Identität der Angeklickten. Eben wie ein Casanova. Das Bild der Schönen vor Augen ... aber eben: wer war sie gleich noch mal?

## Essen, Pferde, Bücher

Neulich sprachen wir mal wieder über Thema #1, das Essen. Ob Fastfood überhaupt genießbar sei und wie teuer ein Gourmet-Diner sein dürfe? Unweigerlich kamen wir dann auf Pferde und das Buch an sich zu sprechen. Zumal ich bekennender Gourmet bin. Aber wenn ich 600 Kilometer Autobahn runterreiße, kann es rein pragmatisch höchstens eine Rindswurst aus dem Dampfgerar sein – und gut ist. Mit einem Brötchen, das ich anschließend beim Tennistraining weiterverwende.

Was ist Fastfood und was versteht man unter Gourmet-Qualität? Ich warf ein: „Leute, erinnert Ihr Euch an das Pferd?“. Welches Pferd? „Na, das einer zum Preis seines Königreichs kaufen wollte.“ Ach so, ja, der olle, na, der, ja der, ach, ist ja auch egal.

Das verband ich dann mit der – scheinbar ganz ungewöhnlichen – Frage, was denn ein Buch und vor allem was es wann wem wieviel wert sei?! Die Blicke der Gefragten waren leer wie ein Vakاتبogen. Wie, was ein Buch sei? Na ja, wurde orakelt, so ein dickes Ding, hinten rund, vorne offen. Aber schon bei der Frage nach der Notwendigkeit eines Kaptalbandes im Bund waren wir wieder in der gleichen verbalen Klopperei wie bei der Frage, ob ein echtes Schweizer Gourmet-Rösti aus rohen, gekochten oder einer Mischung beider Kartoffeln bestehen müsse. Und, ob Pfeffer hineingehöre.

Ob es auch ein Buch sei, wenn es nur Tabellen enthielte, die man eigentlich auch ins Internet stellen könne? Interaktiv abrufbar. Tagesaktuell. Oder ob es nur wie ein Buch aussähe, aber in Wirklichkeit pure Geschäftemacherei sei, weil für etwas, das aussieht wie Buch, darf man Geld verlangen. Für einen Klick im Internet sei dies verpönt. Also „was nun, Mädels, Jungs“, wollte ich ich wissen, „was ist denn nun ein Buch – und vor allem, was ist es wert?“.

Wir diskutierten noch sieben Runden Bacardi-Vodka-Lemmon und als Absacker drei Jägermeister lang. Entdeckten, dass Bratkartoffeln auf allen Raststätten anders schmecken und Johann Lafer nicht immer herzhaft genug kocht. Priesen die Zeitung, den Goethe und die Kultur, welche ohne Bücher nicht auskäme. Aber Tabellen? Brauchen Tabellen Bücher, um richtig wichtig zu sein so wie das Wiener Schnitzel mit Kalbfleisch aus der Oberschale gemacht werden muss, um echt zu sein?

Der Nutzen des Alkohols wurde immer klarer. Der von Büchern immer verschwommener. Abschließend beschlossen wir, den Dings, zu fragen, den, na ja, den mit dem Pferd.

Am nächsten Morgen fand ich raus, Richard III. war's. Mit einem Klick ins Internet. Ein Buch zu halten wäre mir noch nicht möglich gewesen.

## Ekel oder Mitgefühl?

Wie bei jedem klingelt auch bei mir des öfteren das Telefon. Irgendeine mehr oder weniger geschulte Stimme verspricht mir den Himmel auf Erden. Vorausgesetzt, ich ordere 6 Flaschen Wein, eine Maus für Linkshänder, lease das Auto beim Anrufer oder lasse meine Forderungen von muskelgestählten jungen Männern osteuropäischer Provenience eintreiben, gegen die geringe Gebühr von 80 Prozent Forderungsabtretung.

Telefonmarketing nennt man so etwas, im gewerblichen Bereich zulässig und auch unter Kalt-Akquise bekannt. Mich reißen diese Überfälle aus meinen Gedanken, Arbeiten, Gesprächen. Sie ärgern mich, machen mich zornig. Weil ich sie als Rüpelei empfinde. Als würde mich beim Spaziergang ein Bettler körperlich anfallen.

Allein, eigentlich müsste ich Mitleid haben. Da sitzen, mit dem verhöhnenden Titel Call-Center-Agent geschmückt, ansonsten arbeitslose oder auf Zuverdienst angewiesene Frauen (die vor allem) und Männer (typischerweise Studenten), Menschen oft gepflegter Bildung, zuweilen aber auch plump recht und schlecht am Gesprächsleitfaden entlanggeschult in kaninchenstallähnlichen Kabinen und arbeiten Fragen ab.

Meine fiese Methode, völlig unkonventionell zu antworten („ich bin Kommunist“ oder „unser Chef sitzt wieder mal im Gefängnis und wir bekommen Prügel, wenn wir etwas bestellen“), bringt sie aus dem Trott. Ich habe Spaß und sie legen auf. Eine kleine Entschädigung für den akustischen Einbruch in meine Sphäre der „ich teile mir meine Zeit selbst ein“-Souveränität.

Aber wenn sie rhetorisch geschickt mithalten, kommt echtes Mitgefühl auf. Ich will wirklich keine Kuchen als Werbegeschenk versenden und habe keine zweitausend Mitarbeiter, die eine Krankenzusatzversicherung brauchen. Ich kann nichts für die qualifizierten Verzweifelten tun, die keine andere Stelle finden als im Call Center. Und ich fange an, das System zu hassen, das wir Gesellschaft nennen. Aber, Kommunismus und Armut für alle ist wirklich keine Alternative. Und ins Gefängnis will ich auch nicht.

## Büroschlaf. Horror der Generation Zap.

Zuweilen sitze ich am Schreibtisch, habe die Augen geschlossen – und schlummer. Auch bei Konferenzen, Meetings. Klar, das provoziert jede Menge hämische Bemerkungen. Ich entgegne, „ich schlafe nicht, ich denke.“ Höhnisches Gejohle ist die Folge. Sollen sie nur, – die vermeintlich hyperaktiv-dynamischen Multitasking-Athleten, die ihr eigener Arbeits- und Lebensstil so fertig macht, dass sie exzessiven Ausgleich im Extremen brauchen, um nicht zu resignieren. Eine Flucht vor dem Fluch, den sie selbst heraufbeschworen haben.

Sie wissen nicht die ungeheure Kraft der Ruhe und Stille zu nutzen. Tranquillitas-Traum-Trance sind die stärksten und wirksamsten kreativen mentalen Werkzeuge. Wer „in sich hineinhorcht“, seiner blühenden Phantasie Raum und Zeit gibt, kann sein gesamtes kreatives Gehirn-Potential voll ausschöpfen. Bei Sportlern nennt man es „mentales Training“ und wird hoch gelobt. Es hilft de facto, Probleme zu lösen und klug zu handeln. Nicht nur im Sport. Doch angesagt und gefordert scheint stets das Gegenteil.

Ruhig sitzen, sich konzentrieren, mal nichts sagen und tun, still innehalten – in der Berufswelt und im Geschäftsleben gilt es als Sünde. Die „Generation Zap“ (kommt von Zappeln, Zappen eingeschlossen) reitet sich statt dessen lieber tiefer in den Morast: Hetze, Stress, Burnout. Meetings, in denen nicht konzentriert, sondern konfus verhandelt wird. Man düst-rast-hetzt von Termin zu Termin, bloß um zu verkünden, dass man in Eile sei und sich später um die Sache kümmern wird. Zwischendurch jede Menge Telefonate, in denen fast immer abgesprochen wird, demnächst noch einmal darüber zu telefonieren, weil man gerade anderes zu tun hat.

Neulich war ich wieder mal in einem dieser Meetings. Jemand hielt einen interessanten Vortrag. Alle schliefen, ich war hellwach. Die Vorteile, die ich davon hatte, waren zehntausende Euro wert. Es kommt eben darauf an, zur richtigen Zeit die Augen zu verschließen. Dann, wenn andere hektisch wuseln. Und auf keinen Fall, wenn andere vor Erschöpfung hirntot sind.

## cogito, ergo summ-summ

Robert Lembke ließ raten „Was bin ich“ und mein klingenstädtischer Philosophie-Kollege Richard David Precht fragt „Wer bin ich und wenn ja, wie viele“. Ich dagegen behaupte: Wer und was ich bin und wie viel davon, sage ich ständig. Indem ich denke, ich spräche verständlich. Doch anscheinend kommt bei den meisten, wenn ich meine Gedanken äußere, nur ein unverständliches Gebrabbel an. Cogito, ergo summ-summ. Sie verscheuchen mich wie eine lästige Stechbiene als ärgerliche Störung ihres mentalen Wohlbefindens.

Weil ich mich weigere, missverständlich zu sprechen, verstehen die meisten mich nicht mehr. Ich sage ganze, komplette Sätze. Viele davon übrigens auch unter Einbeziehung des richtig angewandten Dativs. Das stößt auf Befremdlichkeiten. Solch eine Sprache ist ihnen fremd. Ich ging nur in eine Schule. Manche Zeitgenossen dagegen erlangten ihre Lebensreife durch intensives Fern(seh)studium. Dieter Bohlen, Richterin Salesch, Vera Int Veen oder Edmund Stoiber waren ihre Professoren und Lebenshelfer. Da lährnten sie halb ähSetze und ö so un'auch die volle Wucht von dem Leben.

Sie gucken, wo ich bei krampfe. Sie haben noch nie von dem reden hören, was mich begeistert. Sie reden über Omas Gallenstein, ich über Schillers Wallenstein. Will sagen: ist es nicht schön, gegenseitig mitten unter sich in fremder, unbekannter Welt zu leben? Ich – nicht die anderen – bin der Störfaktor. Ich habe nämlich mein Wissen ausschließlich aus einer virtuellen Wirklichkeit, den Büchern. Die anderen aus dem prallen Leben, also dem TV, vornehmlich den Blockbustern der Privaten.

Schulbücher? So'n Quatsch aber auch. Gebt allen Schülern eine Handy-Flatrate, Digital-TV-on-demand eingeschlossen. Aufsatz schreiben? Un-cool, echt. Die sollen ein Video mit der Handycam recorden. Gedichte lernen? Nein, alle Chart-#1-Songs karaokemäßig nachsingen. Bio, Mathe, Reli? Javascript und XML reichen! Dann endlich reden wir alle wieder einheitlich: ungefilterter Quatsch mit Comic-Sohse (Korrektor, Finger weg von diesem Wort. Das schreibt man jetzt so! Basta.). Völlig unbedacht. Non cogito, non Ärgo – wrrruummm.

## Bohnen, Büstenhalter, Basis-Bedarf

Wenn meine Oma zu „Schulze — Butter, Eier, Käse“ ging oder „Kolonialwaren Meyer“, dann wusste sie, was Sie kaufen wollte und im Laden erwartet. Nämlich Butter, Eier Käse. Oder Spezereien aus fernen Ländern. Bei „Lehmann & Sohn, Haushaltswaren“ kaufte sie Herd, Ofen, Kartoffelreibe, Brotkasten. Schwieriger wurde es schon bei „Kaufhof bietet tausendfach alles unter einem Dach“ und erst recht bei „Alles in OBI“. Doch völlig aus dem Gleichgewicht brachte sie Tchibo. Seit sie sich als Lebensluxus (damals noch für 20 Pfennig) eine frisch gebrühte Tasse Kaffee gönnte, wird sie immer verwirrter. Bei Tchibo. Bis sie neulich fragte, resignierend, müde, matt: „Sag mal, gibt es bei Tchibo eigentlich noch Kaffee?“.

Tchibo ist überall. In jedem Laden. Von wegen „positive Kompetenzvermutung“ seitens der Kunden. Lesen die „Druckerei“ oder „Blumen & Kränze“, glaub(t)en sie zu wissen, was sie erwartet: Drucksachen, Pflanzen, Gebinde. Früher. Jetzt ist es, Tchibo sei dank, ziemlich wahrscheinlich, in der Druckerei auch Schaukelstühle (in denen man gemütlich lesen kann) oder im Floristik-Center Tapetenkleister zu finden. Denn logisch: zu einem schönen Strauß Blumen gehört ein heimeliges Zuhause, und das muss endlich wieder mal tapeziert werden ...

Ich selbst pflege beim familiären Einkauf im Supermarkt am Tchibo-Kraut- und-Rüben-Regel sehr laut (so dass ältere Damen vor Schreck in Ohnmacht fallen) meine Frau zu fragen: „Wenn Du schon keine Milde Bohne haben willst, wie wäre es mit einem Strip-BH oder einer Inkontinenz-Sicherheits-hose?“ Beides kennzeichnet nämlich signifikanter das temporäre Sortiment der Wunder-Wand als irgendeine Tüte Sonderangebotskaffeepulver. Bei Amazon, dem als „Buchhändler“ gestarteten Internet-Warenhaus, kauft man inzwischen seine Elektronik, bei Lidl im Mittelgang die Hausschuhe oder Nachhilfe-CDs für die Kinder und wer ins Dänische Bettenlager geht, schaut sich nach asiatischen Sitzhockern um.

Läden sind eben wie Menschen: Man schaut hin und glaubt zu erkennen, mit wem und was man es zu tun hat. Aber wenn man dann das Innere kennenlernt, erlebt man die größten Überraschungen.

## Design-Dominas

Das Problem ist meine Frau. Oder doch meine Augen? Oder halt der Beruf, wenn ich mich in fremden Duschen einseifen muss. Ich dusche nämlich ohne meine Brille. Und „Duschzeug“ für zu Hause kauft grundsätzlich meine Frau. Wenn sie dann wieder in der Drogeriekette gewütet und mir bis dato unbekannte Sorten in der Warmwassersprühkabine bereit gestellt hat, bin ich in Not. Ebenso wie in der immer viel zu engen Dusche der Hotels mit ihren super-gestylten Renommier-Edelplastikflakons.

Ohne Brille: jeglicher Aufdruck unlesbar. Immer mehr präsentieren sich körpergeruchabwehrende Essenzen vor, während und nach dem Duschstrahl als zurückhaltend gefärbte und geformte Nichtigkeiten, deren Öffnen schon schwer genug, deren Entzifferung aber mir (ohne Brille, unter der Dusche) unmöglich ist.

Design, so habe ich mal gelernt, hat eine dienende Funktion. Mir scheint, der Leser hat dem Designer zu dienen und klaglos hinzunehmen, dass Gedrucktes eben nicht unter den Begriff „zum Lesen“ fällt. Da bin ich dann froh, nicht mit der Zahnpasta die Haare zu shamponieren oder wundere mich, warum das Schaumbad wieder mal nicht schäumt: kein Wunder, wenn ich mich gerade wieder mit Körperlotion zu waschen versuche. Alles was größer als 7 Punkt schmalmager ist, mögen Designer nicht. Schon gar nicht auf Packungen und Plastikflaschen. Erst recht nicht auf denen, die man ohne Brille unter der Dusche zu benutzen versucht.

Letztens im Lebensmittelladen. Haben Sie schon einmal auf einer Knitterfolientüte einen negativen 4-Punkt-Text lesen wollen, zumal in dunkler Ecke? Etwa, ob und welche Konservierungsmittel das Essbare verseuchen. Meine Bitte an die Auffüllfrau am Nachbarregal, mir dies doch vorzulesen, endete mit dem gut gemeinten Ratschlag, bei so viel Misstrauen gleich ganz aufs Essen zu verzichten. Folglich verzichtete sie auch auf den Versuch, es zu entziffern. Hätte ich meinen Arzt oder Apotheker fragen müssen?

Telefon habe ich übrigens auch keines mehr. Sie wahrscheinlich auch nicht. Sie wollen mir doch nicht im Ernst weismachen, Sie wären in der Lage, das in Provider-Zeitungsanzeigen auf 44 cm Zeilenbreite in 3 Punkt grau mit 24er-Raster klein-Gedruckte zu lesen?!

Designer sind eben wie Dominas: sie lassen sich für ihre Lust, andere zu quälen, reichlich bezahlen.

## Polyglott

Wer seine beruflichen Qualifikationen auflistet, notiert auch meistens seine Fremdsprachenkenntnisse. Englisch. Französisch. Spanisch. Chinesisch. Dieser Tage las ich bei jemand auf seiner Homepage unter „Sprachkenntnissen“: Java. XML.

Es ließ mich stutzen. Und leuchtete mir sofort ein. Klar, wenn wir auf fremde Völker stoßen, ist es gut, deren Grundvokabular zu beherrschen, um uns zu verständigen. Auch Völker, die auf keiner Landkarte stehen, aber auf vielen Inventarlisten: Apple, Windows, Linux, Internet, Datenbanken, aber auch PDF, HTML ...

Programmzeilen, Scripting, Formatkonvertierungen – wir sollten es beherrschen, wie man ohne Englisch kaum in der Welt reisen oder bar einer Fachsprache in jedem Club von Enthusiasten irgendeiner Sportart sofort auffallen würde. Denn schließlich sind Sprachen, sagt man, der Zugang zum Denken. Und wie ein Computer „tickt“, lernt man besser kennen, wenn man eine seiner Idiome beherrscht.

Was einen vielleicht ja genau deshalb davon abhält, „computeranisch“ zu reden. Man will gar nicht so denken wie diese Kiste. Weil man genau so Vorurteile hat wie im richtigen Leben gegen richtige Menschen. Die wir immer wieder gerne „in einen Pott werfen“: die Italiener, der Chinese, die Franzosen, ein Amerikaner ... – angeblich „kennst Du einen, kennst Du alle“. Dabei gibt es mindestens zwei Chinesen. Der eine klaut hemmungs- und skrupellos Patente und Design. Der andere schreibt Gedichte von tiefster Weisheit. Oder zwei Italiener. Einer betrügt Dich als Taxifahrer mit der manipulierten Uhr. Der andere kocht Göttliches in der laulüftigen Toskana.

Vielleicht gibt es ja auch zwei Computer. Der mit dem zickigen Betriebssystem und den rotzfrechen Bemerkungen auf den Bildschirm („ ... fragen Sie Ihren Anstaltsleiter oder Administrator“). Und den, der ganz still und zuverlässig alles erledigt, was wir gar nicht (mehr) könnten. Flugzeuge in der Luft oder Wohnungen warm halten, Dolby-Surround-Filmton durch die Loft fluten und Emails per Handy beantworten. Und, und, und.

Vielleicht sind es ja gerade diese verblüffenden Computer, die mich von Tag zu Tag sprachloser machen. So dass ich vor Staunen verstumme.

## Wer erfindet eigentlich Worte?

Wem wir die Glühlampe verdanken, oder Automotoren, Kranheits-Killer und Drehwürfel zum Spielspaß, wissen wir genau. Mit Namen, Lebensdaten, sonstigen Heldentaten. Aber wer bitte erfindet eigentlich Worte. Die Begriffe, die wir täglich benutzen? Begriffe wie Münzmallorca (Solarium), Gammelfleisch (ältere/alte Menschen) oder Bauernwurst (... ??? äähhh ??), Partyfäßchen, Jubiläums- und Fabrik-Verkauf, Behördenparkplatz, Parkverbot? – Und anderen Quatsch.

Es gibt Reden. Und Parken. Wer nicht reden soll, bekommt Redeverbot. Also muss es auch Parkeverbot, nicht Parkverbot heißen (ich kenne Parkverbote, die sind extra wegen eines Parkes gemacht, den man mitnichten verbietet, sondern pflegt). Blutwurst mit Blut, Leberwurst mit Leber, Mettwurst mit Mett – und Jägerwurst? Igitt! Wollen Sie Fabriken kaufen, im Fabrikverkauf? Ich bin auch nicht am Erwerb von Jubiläen interessiert, beim Jubiläumsverkauf. Ausverkauf ist auch so ein Widersinn. Alles, was Kunden erwerben, stammt aus Verkauf von Waren. Gerne trinke ich Wein, Bier, auch aus dem Faß, aber Party gezapft? Wie schmeckt denn das?

Wer erfindet solche Worte? Warum plappern andere diese nach? Warum wird das Unwort des Jahres gekürt, aber es gibt keine Instanz, die neue Worte genehmigt, obwohl sonst hierzulande alles geregelt wird. In Gesetzen, die an Sprach-Idiotie absolut nicht zu überbieten sind. Allein der Begriff „Steuerermäßigung“ bezeugt, dass sich der Staat bei der Steuer ansonsten nicht mäßigt, bescheidet, beschränkt (... he, wie nun das?). Auch kennt das Finanzamt eine Beförderung. Nicht, dass dann Beamten in die höhere Gehaltsklasse kommen. Nein, jemand in der freien Wildbahn nimmt einen Fremden mit von A nach B – und muss dafür Steuern zahlen. Taxis, die Bahn, „Lufttransportunternehmen“ (obwohl diese nachweislich nicht nur Luft, sondern eben auch Passagiere und Facht transportieren).

Fragen über Fragen – keine Antwort in Sicht. Lesen Sie mal durch, was Ihnen heute vor die Augen kommt. Sie werden staunen, wie liderlich-lustig, locker-leichtsinnig unsere Sprache mit Logik umgeht. Und dann erfinden Sie doch mal aus Spaß auch ein eigenes, „schräges“ Wort. Beispielsweise Bildschirmschoner (Mehrmast-Segelschiff für Displays), Aufzugswärter (passt auf, dass der Lift nicht stiftet geht), Abführmittel (Handschellen im Polizeigebrauch). Ach so, gibt es schon? Na, dann machen Sie mal weiter so ... !

## Sind Sie auch Spanner, Voyeur, Gaffer?

Lüsternden alten Herren wird's ja nachgesagt, oder pubertären Knaben. Von Damen hat man's weniger gehört. Dabei beobachte ich: gerade die sind's am meisten. Heimlich zugucken, sich versteckt halten – und ihre Lust dabei haben. Sich frei entscheiden, von wem und was sie sich „anmachen“ lassen.

Ich rede, wie könnte es anders sein, von Werbung. Individualisierter, personalisierter Werbung. Von dem, was im Marketing gerne mit 1:1 benannt wird. Von „hey, wir haben Dich fest im Griff“-Reklame-Attacken auf meine Anonymität. Die Anonymität des heimlichen Beobachters.

Nicht, dass ich mich für etwas schämen würde, was ich tue (tue = kaufen), aber mal so gefragt: wen geht das eigentlich etwas an? Das Modegeschäft in der Kleinstadt, wo Madame regelmäßig ihre Ausgeh-Fummel für teuer Geld erwirbt: ach wie schön, wenn ihr da schon an der Türe ein freundliches „Hallo Frau XYZ“ der Verkäuferinnen entgegenschallt. Doch wenn Gnädigste ihre Ausziehsachen kaufen möchte, Dessous, wäre es ihr da recht, man rief laut durch den Laden „Frau XYZ, wieder einen lila Pushup-BH? – Oder Strapse mit Strass?“. Nein, da verdrückt man sich doch gerne in Läden anderer Städte – oder Kataloge der Massenversender. Anonym einkaufen kann nämlich Spaß machen – lustvoll im allumfassende Wort-sinn. Von spaßig bis Begehren befriedigend.

Nur wissen Versandhaus, Mailing-Versender, Internet-Kaufportal gar nicht, in welchen Bereichen ich gerne meine emotionalen Kuschelecken hätte. Ob ich mit jeder aggressiven „nun kauf doch endlich mal wieder, Du Knauerich“-Email an die Käufe der letzten 6 Monate erinnert werden möchte. Ob mir recht ist, wenn mir eine PURL, Persönliche Internet-Adresse ohne mein Zutun bereitgestellt wird. Ob ich wirklich, um Kaffee oder Butterkekse per Katalog zu kaufen, auf dem Titel mit Namen angedet werden muss. Ob es nicht auch mal schön ist, statt meines User-Kennung samt Paßwort einfach nur klick-klick zu bestellen – und keiner hält's mir später unter die Nase, vor Augen.

Immer mehr Leute sind auf Anonymität bedacht in einer Welt, die den Gläsernen Menschen längst erschaffen hat. Wenn Schwerverbrecher-Ausbrecher auf der Flucht neuerdings ihren Standort per Handy verraten und wiedereingefangen werden, befürchte ich, dass auch mich mitten auf der Straße eine Gang kidnappt und ins Kaufhaus zerrt – genau vor die Vitrine, aus der ich letztes schon gekauft habe. Werbung ja. Aber bitte nur solche, bei der ich unerkant zugucken darf. Und nicht solche, die sich mir als Daten-Schamverletzer zeigt.

## Der Nippel, die Lasche – und der Frust

Angeblich, munkeln manche, hätte Mike Krüger Millionen dafür bekommen. Damals. Als er mit dem Song „Du musst doch nur den Nippel durch die Lasche zieh'n“ moderne Verpackungen populär gemacht hat. Anders sind die Dreistigkeiten nicht zu erklären, wie man mir mein rechtmäßig erworbenes Eigentum vorenthält.

Nur weil Jugendliche – angeblich – Elektronik-Bauteile klauen, habe ich keine Chance mehr, meine Wohnung komfortabel zu gestalten. Denn gegen den Klau hat man die Blisterpackung erfunden. Und zwar in der ekelhaften Variante „hart-spröde-unkaputtbar“. Von wegen: kaufen, aufreißen, anschließen, glücklich sein. Zig mal war ich schon in der Abulanz. Immer mit der vorwurfsvollen Frage der behandelten Ärzte, warum ich mich auf solche Messerstechereien einlassen würde. Dabei hatte ich nur versucht, eine Hartfolien-Durchsichtspackung mit den Händen aufzumachen. Von abgebrochenen Fingernägeln reden wir ja schon gar nicht mehr.

Toll, diese Verpackungsindustrie. Und so sinnvoll. Warum sollte ein gekaufter Gegenstand dem Gebrauch dienen? Der verschleisst ja nur. Oder die Gebrauchsanleitung ist unverständlich. Jetzt habe ich mir Hakenbretter angeschafft, wie man sie vom Supermarkt her kennt. Da kann ich denn alles, was diese Langloch-Aufhängstanzung hat, sortiert an die Wand hängen. Und mich an dem erfreuen, wofür ich mein Geld gab.

Gleiches gilt für knisternde Nußmischungs-Packungen und Fertigsuppen, für gemahlene vacuumverpackten Kaffee oder unter Schutzgas verpackte Lebensmittel. Die Konsum-Welt ist eine Art Peepshow geworden: gucken ja, anfassen nein. Doch es kommt ja noch besser. Neulich erwarb ich ein raffiniertes technisches Teil. Nicht gerade billig. Innen: Elektronik vom Feinsten. Außen: Plastik, unter anderem ein für die Funktion notwendiger kleiner Nippel, der in eine Nut rasten muss. Dieser Nippel war so klein und schwach, dass er bei der Montage abbrach. Reparatur-Chance: null. Zig Euro: futsch.

Endlich sind wir da angekommen, wo uns die Kapitalisten haben wollten: Verzweifelt kaufen wir Neues, obwohl das Vorherige noch in der Verpackung rumliegt. Es spart auch Müllberge. Denn wer kann das schon sortieren: Karton+Plastik+Elektronik-Inhalt+Batterie, aber unaufmachbar!? Das kann man nur zu Hause aufbewahren. Und sich des schönen Drucks auf den Packungen erfreuen. Ich wusste doch, die Druckindustrie macht uns das Leben schön.

## Keine Zeit, Zeit zu haben

Wann ist ein Unternehmen wirklich am Ende? Wenn der Konkursrichter das Sagen hat? Wenn die Banken jeden faulen Kredit zurückfordern? Keineswegs. Fast immer schon viel, viel früher. Es beginnt stets mit dem zuverlässigen Indikator, dem stöhnend hervorgepressten Kurzsatz „Keine Zeit!“. Wenn der Chef und die anderen Topleute im Unternehmen für nichts mehr Zeit haben als den Kampf gegen den Wahnsinn des Augenblicks. Für den verzweifelten Versuch, das schon herrschende Chaos noch als ‚business as usual‘ zu organisieren.

Dann ist das Ende da, ohne dass jemals ein Anfang gemacht wurde, es zu verhindern. Etwas in Ruhe be- und vor-denken? Keine Zeit! Seminare, Fortbildung, Anregungen, Phantasie? Keine Zeit! Gespräche mit Mitarbeitern, Pläne, Strategien? Keine Zeit! Sich mit dem Gedanken der ...kologie befassen? Keine Zeit! Marktstudien, Entwicklungen bewerten, sich mit neuer, alternativer Technik befassen? Keine Zeit! Produktentwicklung, Experimente, Tests? Keine Zeit! Sich selbst schonen und regenerieren, körperlich, geistig, seelisch? Keine Zeit!

Dann ist die Zeit gekommen, in der es an Zeit mangelt, das Schlimmste zu verhindern, was zwangsläufig folgen muss: da man das jeweils aktuelle Desaster nur halb gelöst oder beseitigt hat, ist das nachfolgende um so größer. Es beginnt die Expansion der Probleme und je größer sie werden, desto unmöglicher erscheint es, jemals genügend Zeit zu finden, sie zu lösen. Falls Sie ein solcher Mensch sind, der wöchentlich zehn-, zwanzig mal sagt „keine Zeit“, gleichen sie dem fleischgewordenen 60er-Sponti-Spruch: „Du hast keine Chance, nutze sie!“. Falls Sie in einem Unternehmen arbeiten, wo „keine Zeit“ eine Standardvokabel ist, nehmen Sie sich die Zeit, ein neues zu suchen. Denn noch haben Sie die Zeit dazu. Wenn es so weit ist, dass das Ende real gekommen ist, haben auch Sie keine Zeit mehr dazu. Aber wahrscheinlich sagen Sie jetzt auch: „Ja, schon, ja, ist ja richtig, aber im Moment: keine Zeit!“

## Web-to-print: yes, I Do.

Ich habe eine Druckerei. Und betreibe Web-to-Print. Nicht, dass ich eine Druckerei hätte oder irgendetwas mit Web-to-Print „am Hut hätte“. Ich bin nur ein ganz einfacher Verbraucher. Also eine Web-to-Print-Druckerei.

Vorige Woche flog ich. Also druckte ich mir mein Ticket samt Bordkarte web-to-print aus. Und mit der Bundesbahn war ich auch unterwegs. Tickets, Platzkarten, Fahrplan: web-to-print. Ich kaufte bei Amazon: die Rechnung druckte ich mir web-to-Buchhaltung selbst. Ein Programm im Download samt Freischalt-Key: web-to-print, auf meiner Druckerei namens Tintenstrahldrucker XYZ 4711.

Wenn ich für meine bescheidenen in meinem bescheidenen Büro erstellten Drucksachen, sagen wir einen Artikel oder Firmenprospekt, ein schönes Bild brauche, dann lade ich mir das aus dem Netz – kostenlos natürlich, und drucke sie auf meinem Laserprinter on demand customized – was ja wohl bei den hochheilig gegautschten Jüngern Gutenbergs wortwörtlich Digitaldruck-1:1-Marketing-web-to-print heisst, von ihnen als unmöglich bis unnötig testiert und daher mit hohen Preisen und dem Hinweis versehen wird: „Joijoi, das ist aber kompliziert! – Boh, das kostet ...!“

Meine Visitenkarten? Werden von einem Programm für 5,95 Euro gesetzt und Template-to-ready\_cutted\_sheet gedruckt; on the fly, 4-c, beidseitig. Für fast für lau, Tinte mal nicht gerechnet. Kalender kaufen? 2 Klicks, und mein überall von der Welt im Arbeitsteam zugreifbarer Kalender wird Mac me.com-via-web-to-homeprinter geprintert. Mit Datüchern aller Art und nur für mich optimiert, in Farbe, zweiseitig, aktuell: web-to-Joy, macht nämlich Spaß. Am Wochenende, wenn ich allein bin, jedenfalls.

Denn während der Woche treffe ich sie wieder. Die miesgrämigen, sorgenbeugten Drucker mit ihrem maulenden „webtoprint – hör’ma doch auf damit, hat no’ nie jeman’ nach gefragt“-Gestöhne. Nee, wär nix für sie, sagen sie. Weil, wer wollte das schon?

Was heißt, wer will? Ich tu’s doch schon „seit ewigen Zeiten“. Und mit mir Millionen, vielleicht sogar Milliarden. „Lohnen tut sich das nich’ so richtig“ sagen die Drucker. Ja, jetzt vielleicht wirklich nicht mehr. Jetzt, wo wir es alle selbst können. Ohne die Druckerei an der Ecke.

## Nääääää, ich nich'!

Man hat mir immer eingeredet, Kommunikation diene der gegenseitigen Verständigung. Worauf ich zunehmend verständnisloser reagiere. Denn ich frage mich immer öfters: Wollen die mich überhaupt verstehen, die anderen?

Erst neulich erzählte ich einem Bekannten, wie toll es gewesen sei, drei Tage auf einer Almhütte übernachtet zu haben. „Nee, würd' ich nich' machen“, entgegnete er impulsiv. Äh, wie, er???? „Nein, ich habe da übernachtet!“, versuchte ich das Missverständnis aufzuklären. „Nö, wär' nix für mich“, sagte er mit beharrlichem Kopfschütteln. Ja – wie? Er muss ja auch nicht, ich hatte doch ...

Irgendwann dann dieses: Ich will mir einen Fernseher kaufen, studiere allerlei gedruckte und internetige Vergleichstabellen und entscheide mich für Modell ABC. Rein ins Fachgeschäft: den da, den ABC, den hätte ich gerne! „Würde ich nicht kaufen“, sagt der Verkäufer. Ich schaue ihn an: aha, er braucht also auch einen neuen. „Ja, macht ja nichts. Kaufen Sie den, den Sie wollen, ich hätte gerne ABC.“ „Tun Sie's lieber nicht“, sagt er jetzt noch bestimmter, „nehm'se XYZ, der ist im Verhältnis viel billiger und kann noch viel mehr. ABC näää, tät ich nie!“. „Aber, ... ich ... “ – „Ja, warum denn?“ Ich verließ das Geschäft, ohne dass es eins mit mir gemacht hatte.

Zur Zerstreuung ging ich ins Fußballstadion. Als es so richtig heiß hergeht, stuppst mich mein Nachbar an, zeigt auf den Libero und sagt: „Ich hätte den Ball auf linksaußen gespielt nach vorne und nicht halbrechts zurück. Und Sie?“ – „Äh, Entschuldigung, ich, ich bin ja nur Zuschauer. Ich spiel ja gar nicht.“ – „Wie, Sie spielen nicht mit? Wat soll datt denn?“ – „Nein, ich schaue mir nur das Spiel an.“ – „Ja, dat tu ich auch, aber ich schieß doch nich' nach hinten, wenn vorne der Mann frei steht, ich doch nich'!“

Ich weiß nicht, wie das Spiel ausgegangen ist. Ich spreche ja mit keinem mehr. Ist ja doch egal, was ich sage. Die Leute interessieren sich eh nur für sich. Scheiß-Kommunikation.

## Keine Zeit zum Denken. Morgen wird gedruckt.

Nicht, dass ich das Zeitalter von Blei- und Maschinensatz zurücksehen würde, als Journalist. Aber vielleicht doch? Das war damals nämlich so: Man hatte eine Idee. Das schrieb man der Redaktion. Die antwortete, per Brief und bei Gelegenheit. Dann erstellte man ein Manuskript. Geübte mit der mechanischen Schreibmaschine, Hilflöse (also Männer) mit der Hand, und eine Sekretärin tippte ab oder notierte die zigarettenverqualmten wörtlichen Äußerungen des Herrn schlipstragenden Reakteurs in Deutscher Kurz- oder Eilschrift („Fräulein, zum Diktat“). Dann wurde das Manuskript getippt. Dann wurde es redigiert, also total geändert. Dann wurde es nochmals abgetippt. Dann wurden die Tippfehler gefunden und die Reinschrift erstellt. Die sendete man per Post (Eilpost natürlich) an den Verlag. Der zuständige Redakteur sah es sich durch und ob anderer mangelnder Anerkennung der Bedeutung seiner Person änderte er die unwesentlichen Passagen wesentlich ab. Sodann gab er es zur Manuskriptvorbereitung. Die machte Satzauszeichnungen. Dann bekam es der Maschinensetzer, der goss Zeile für Zeile mit klappernden Matrizen. Dann gingen die Silberzeilen an den Handsetzer, der machte einen Fahnenabzug davon, den gab er dem Korrektor. Der las streng, strich die Maschinensetzertastfehler an und nörgelte an den Sätzen rum. Das besprach er, am nächsten Tag, mit dem Redakteur. War der älter, setzte der sich durch. War er jünger, hatte er dem Korrektor nichts entgegenzusetzen. Dann korrigierte der Maschinensetzer seine eigenen Fehler und die des Autors und des Redakteurs, der Handsetzer bekam neue Zeilen und versuchte, aus den ursprünglichen und neuen Zeilen einen nun endgültigen Text hinzubekommen, der mehr zu ahnen, denn nachzulesen war, weil das Manuskript inzwischen bis zur Unleserlichkeit korrigiert war. Dann machte der Metteur einen Fahnenabzug, den gab er der Redaktion, die gab es dem Sekretariat, dieses brachte den Brief zur Post und die Post lieferte beim Autor die Korrekturen ab. Der las, und dem fiel ein, man müsste eigentlich alles ganz anders schreiben und ... siehe Schleife oben.

Dann wurde gedruckt. Und es war aus Frühling Sommer, aus Sommer Herbst und so weiter geworden. Drei, vier, fünf, sechs, sieben .... Wochen Zeit, um über eine Sache nachzudenken, bevor sie gedruckt wurde. Mit etlichen Gehirnen. Die Leser schließlich lasen es und fühlten sich informiert.

Heute? Anruf von der Redaktion: „K-k-kkk-könnnnnensenichmaleben ... a-aaa-abba morgen is Umbruch.“ Na klar kann man. Tipp-tipp, Email, Copy-paste-Redaktionssystem, klick – Bild dazu, automated Pagemakeup, ratsch: Druckbogen, PDF-Workflow, surr-surr & klack-klack-kack, ssssssst, gedruckt gefalzt, gebunden und gebündelt. Und ab die Infopost. Morgen ist sie beim Leser. Der liest und wundert sich – drei, vier, fünf, sechs, sieben ... Wochen. Und er fühlt sich ganz und gar nicht informiert. Irgendwie – er fehlt mir, der Bleisatz. Ehrlich.

## In welcher Welt leben Sie denn?

In meiner? Dann müssten Sie, beispielsweise, Xing-Member sein. Oder in der von meinem Freund Paul? Dann müssten Sie sich auf StudiVZ tummeln. In der Welt meiner Nichte Sarah? Das wäre dann eher Twitter. Oder leben Sie bei meiner Frau, die ist mit Herrn Gugel liiert ... ;-)

Vielleicht leben Sie ja auch in der Welt von bild.de, focus.de, spiegel.de, stern.de. Oder Sie treffen sich mit ihren anderen verarmten Hobbyspekulanten in boerse.de. Oder aber, gibt es ja auch noch, sie suchen wie verzweifelt mit an Deutschlands Superstar, im Dschungel, auf Anordnung von Richter Hold und kaufen nur, was Servicezeit oder Stiftung Warentest empfiehlt. Und kochen nach Lafer, Schubeck, Lichter, Klink. Die Oma kennt die Welt nur noch aus der Apotheken-Rundschau. Der Enkel aus Wikipedia. Beide mögen sich, haben sich aber nichts mehr zu sagen.

Ist es nicht toll. Da suchen die Astrophysiker mit Milliardenaufwand nach außerirdischen Wesen – und hier bei uns zu Hause, Tür an Tür wohnend, arbeitend, surfend, chattend, twitternd, postend, networkend, laufen sie massenhaft herum. Gehirnmanipulierte Wesen aus jeweils anderen Welten. „Bist Du in Xing? – Neeee?“ – Proll! „Eyh, wo hassedenn deinen Flashmovie auf YouToube. Wa, hasse nich. Ä, bisse schräeg?!“ Ich kenne Menschen, die schauen drei Stunden nicht in ihren Mailaccount. Aber nur, weil sie entgegen ihrem Willen bei der Blinddarmoperation keinen Laptop mitnehmen dürfen.

Wieviel Menschen wohnen auf der Welt? So ein paar hunderttausend werden es schon sein. Und einige Milliarden Compizombies, die aus irgendwelchen Cyber-Universen stammen und darin unterwegs sind, meist sogar in mehreren Galaxiern gleichzeitig parallel mobil WLAN-verknotet. Sie sausen auf Flatrate-Raketen von einem Datensauger zum nächsten Upload und tauschen unterwegs an ihren Börsen.

Die Welt, sagen uns die Wissenschaftler, entstand in einem Urknall. Stimmt. Die meisten leben den Knall immer noch voll aus. In ihrer Welt. Weit draußen von der Realität entfernt. Wo man Freunde hat, die man noch nie gesehen hat. Aber auf die man stolz ist, weil sie alle nur eins wollen: nichts, außer gelinkt zu werden.

## Geschenkt

Mir ist ja so wohl ums Herz. Ich sitze im bis auf den letzten Platz besetzten Großraumwagen 1. Klasse, um mich herum nur wichtige Business-People und früher mal wichtige, jetzt reiche Privatpersonen – und alle, alle lesen! Denn der Schaffner, ein freundlicher, war durch den Gang gegangen und hat diskret gefragt: „Möchten Sie etwas lesen?“ – und alle, alle mochten. Obwohl alle, alle (außer den Privaten, die lasen ein Buch) ihren Laptop aufgeklappt und nicht wenige trotz Tempo 300 eine Online-Verbindung hatten. Der Schaffner schenkte ihnen nicht nur ein Lächeln, sondern auch die Zeitung. Nun lasen Sie.

Als mein Sitznachbar ausgelesen hatte, fragte ich ihn, ob er die Zeitung auch genommen hätte, wenn er sie hätte kaufen müssen? Er schaute mich an, lange und irritiert. Irgendwie so nach „... wie, kaufen????“. So, als wüsste er gar nicht, dass es Zeitungen auch zu kaufen gibt (als wichtige Business-Person muss er sie ja auch nicht kaufen, sie liegt immer im Vorstandsekretariat aus. Jeden Tag frisch. wie die Blumen. Zeitungen in Vorstandsssekretariaten, schuppenförmig gefächert wie in der Auslage der Rotationsmaschine, sind nämlich ein Zeichen von Kultur. Wie frische Blumen ein Zeichen von Geldkultur sind.

Er schaute lange. Ich schaute langsam weg und fühlte mich irgendwie betroffen. Da arbeite ich nun in einer Branche, die die Menschen begeistert und auf deren Produkte sie nicht verzichten möchten. Wofür sie sogar den geliebten Laptop eine Viertelstunde unbeobachtet lassen, wenngleich auch ein Herausnehmen der Ohrstöpsel ein wenig zu viel verlangt wäre. Und wenn ich sie frage, die Menschen, was ihnen diese tollen Produkte wert seien, dann sagen sie, ohne es wörtlich zu sagen, „Nichts!“. Die Menschen mögen uns Drucker – aber eben nur: geschenkt.

Ein schönes Gefühl, au weia. Zu wissen, man ist für die Menschen in der ersten Klasse nur zweite Klasse, wenn es um den gerechten Lohn geht. Mehdorn, strafe sie mit Verspätung! Du kommst von Heidelberg, vergiss das nie!

## WiderspruchIn

FrauInnen können ja etwas WunderbarInnes sein. Falsch verstandener FeminismusIn dagegen ist zum WahnsInnen werden. Wer KellnerInnen für die AußengastronomieIn sucht, oder InternistInnen fürs AuslandIn, wird zwar vom GesetzIn dazu gezwungen, redet aber BlödsInnen. Der InnenwahnIn geht um und fordert zur GegenwehrIn auf. MännerInnen, fangt doch auch mit dieser QuatschIn an und verlangt für jedes weibliche SubjektIn einen männlichen GegenpartIn.

Wenn schon der Baum zur BäumIn wird, der Hund zur HündIn (komisch, früher ging das doch ganz einfach!) oder der oder die Leiter zur LeiterIn, dann müsste auch die Krankenschwester zu dem Krankenschwest werden. Oder die Freiheit zu dem Frei. Die Bescherung wäre der Beschär, die Eisenbahn der Eisbann, die Kamera der Kammer. Aus die Schnecke wird der Schneckerich, die Tastatur der Tasta und die Freude zum dem Freu. Das Flugzeug wurde ja auch zu dem Flieger. Der Sprache wurde eh längst zum AkronymIn und slangt gesmiled downloadig in der ChatRoomIn. Hyper-TrendIn sind Underdogismen, TrashVoc'sInnen \*ächtfettgrintz\* \*würgkotchstöhn\* :-)

PisaInnen hinterlässt SpurInnen im deutschInnen Bildungsniwoh. Eine recht Schreib Reh-Form tut-tut ein übrigens hintsu un übbahaubt wennste echt man ey weiss wassesachst un kannße Tschecken, ey klar MannIn?! Schnallste, Schnecke?

Als ein AutorIn der dem Litter à Tour von die DeutschInnen aussie Vergangenheit noch mak und sichIn bemüth, richtig zuschrei Ben, dem is dat alles nur noch'n GrausIn. Dä frächt sich langsam, oppet nochen TswegIn hatt, dattzu tuhn.

Daher mein aufrichtig gemeinter Rat: Wenn Sie demnächst wieder einmal auf einen ÄchzkrächswürgWortaussspuckerIn stoßen oder jemand von Ihnen die umnachtungs-geborene Einhaltung der Innen-RegelungInnen von Ihnen verlangt, erbrechen Sie denen doch auch ganz einfach vor die Füße. Und sagen cool lächelnd: „Sehen Sie, so wie Sie sich jetzt ekeln, ekel ich mich auch über Ihre Sprache.“ Zumindest für GesprächsstoffIn hätten Sie dann genügend gesorgt. Egal, in welchem ZusammenhangIn. Wem übel mitgenommen wird, dem darf auch übel sein. Und – ein Übel sein !

## Karriere

Wie macht man Karriere? Die landläufige Meinung ist, indem man sich „hoch arbeitet“. Ich sehe das anders. Karriere ist die Kunst, rechtzeitig die Position zu wechseln, bevor andere merken, welchen Unfug man angerichtet hat.

Von vielen Menschen in vielen Konzernen habe ich Stapel von Visitenkarten mit immer dem gleichen Namen – aber mit sehr unterschiedlichen Positionen, Jobs, Titeln. Bei eingehender Betrachtung und mehrfachem Vergleich fiel mir auf, dass die „Karrieresprünge“ einen ziemlich gleichmäßigen Durchschnittsrhythmus von zweieinhalb Jahren haben. Ich begann zu grübeln. Jetzt weiß ich die Lösung.

Man bekommt einen neuen Job. Dann hat man ein halbes Jahr Schonzeit, sich einzuarbeiten. Dann muss man sich dran machen, das Budget fürs nächste, das erste selbst zu verantwortende Jahr zu machen. Wenn das geschafft ist, beginnt die grässliche Zeit der Abweichung des Ist-Zustands vom vorhergesagten glänzenden Ergebnis. Im Laufe dieser Turbulenzen kann man immer noch auf die schlechte Konjunktur, den blöden Markt, die durchgeknallten Kunden und überhaupt, die falsche Produkt- und Preis- und Marketing- und Salessupport- und Service- und was-auch-immer-Politik des Unternehmens und der Welt an sich schimpfen. Und: man hat ja noch neun, sechs, drei, zwei Monate Zeit, das Ruder rumzureißen. Inzwischen hat man das neue, nach oben korrigierte Budget fertig und abgegeben, aber das Controlling ist ja gründlich und braucht noch einige Monate, das Desaster zu analysieren.

Nach zwei Jahren ist die Zeit gekommen, sich nach einem neuen Job innerhalb des Unternehmens umzuschauen. In der Phase der Vorbereitung des Wechsels kann man dann schon die Problem, die man selbst verursacht hat, auf die Mitarbeiter und den Nachfolger schieben. Und schwupps, schon bekommt man neue Visitenkarten. Mit einem neuen Job, neuen Titel, neuen Budget. Und das Spiel beginnt von vorne.

Bis man Vorstandsvorsitzender ist. Dann kann man nicht mehr Karriere machen, sondern wird entlassen. Aber zum Ausgleich für den angerichteten Trümmerhaufen gibt es ja eine großzügige Abfindung. Ach, hätte ich doch bloß Karriere gemacht.

## Wie teuer ist kostenlos?

Bier trinken ist ja keine Schande. Bier kaufen aber schwer. Ich schiebe meinen Einkaufswagen um die Stapel rum, um – um mit Wännäää zu sprechen – „Bölkstoff“ zu kaufen. Und stoße auf ein Sonderangebot von ..., na ja, keine Schlechwerbung. Nämliches mmh-mmh ist mir in guter Erinnerung. Erst gestern abend noch: „Diese Sendung wird Ihnen präsentiert von mmh-mmh ...“.

Ich stutze und denke scharf nach: Eigentlich, denke ich mir so, können die die Sendung ja nur senden, weil mmh-mmh denen viel Geld dafür bezahlt. Dafür kann ich das kostenlos gucken und brauche kein noch so ein Kästchen mit noch einer Fernbedienung. Aber das können die ja nur bezahlen, wenn man auch denen das Bier abkauft. Ganz abgesehen davon, dass Werbung ja dafür da ist, dass man kauft. Aber die werben ja nicht nur, die zeigen mir ja auch noch Programm.

Mmmhhh ??? ? !!! – – Surren im Kopf. Ich fürchte, ich sitze in der Konsumenten-Falle. Kauf' ich jetzt, bin ich denen auf den Leim gegangen. Kauf ich nicht, wer zahlt mir dann demnächst mein kostenloses Programm? Ich meine, würde ich einen Brief schreiben, nur weil „diese Sendung wird ihnen präsentiert von der Deutschen Post“ aus dem Apparat trötete? Oder verreisen, weil: „Diese Wiederholung wird Ihnen präsentiert von Der Bahn“? Aber beim Bier: gut, ich könnte ein anderes kaufen. Aber die schmecken ja auch nicht so anders oder so viel besser. Und hier das, das vom Fernsehen, ist im Sonderangebot. Also was nun: kaufen oder nicht kaufen?

Da kommt mir ein Gedanke. Ich ruf mal eben vom Handy den Funk- und Fernsehhändler meines Vertrauens an und frage nach den Pay-TV-Nebenwirkungen. Zum Beispiel, was das denn kostet. Also Fußball und anderen Sport, Spielfilme ja (guckt meine Frau, dies nur zur Entschuldigung), ja Kultursendungen na klar, und auf englisch, jooooo - warum nicht? Im Paket wär' dann Erotik noch dabei? Ja, sonst eben nicht. Aha!! Oho! Wenig ist das aber auch nicht gerade, auch nicht im Paket.

Also für das Geld krieg' ich jetzt, ja, mindestens mehr Kästen Bier als ich eigentlich kaufen wollte. Kostenlos Fernsehen und noch ein Kasten Bier extra, nöö, dann kein Pay-TV. Ist doch irgendwie gut, Werbung, oder? Man guckt kostenlos Fernsehen und bekommt noch einen Kasten Bier geschenkt. Mensch, das muss denen aber viel Geld kosten! Gut, dass ich schon aus dem Erotik-Alter raus bin und kein Pay-TV brauche. Prost!

## My Life. Recorded.

Wer (bezahlter) Mitarbeiter im Umfeld oder der Regierung Barrack Obamas werden wollte und will, muss einen extrem umfangreichen Fragebogen über sein bisheriges Leben ausfüllen. Nicht nur in prosaischen Worten, sondern unter Beifügung von Kopien aller bisherigen Veröffentlichungen, eventuell kritischer Blogbeiträge, von kompromittierenden SMSs, Emails oder Faxe, die „gegen Sie oder den Präsidenten“ verwendet werden könnten, mit fairen oder unfairen Mitteln.

Abgesehen davon, dass sich diese Administratoren gegen jede Logik stellen (woher soll ich wissen, wer eine Straftat gegen mich plant, Verleumdung eingeschlossen?), zeigt die ganze typisch us-amerikanisch übertriebene hysterische Manie (was heisst: ab diesem Satz kann ich nie mehr Präsidenten-Mitarbeiter werden!) die Absurdität des Kampfes zwischen Big Brother und Freiheit. Die US-Amerikaner, die der Welt einreden, wegen ihres Freiheitsbegriffes müssen notfalls auch Kriege geführt werden, schränken die Persönlichkeit auf die Wiederauffindbarkeit von Dateien und Dokumenten ein. Denn was passiert, wenn ich Regierungsmitarbeiter werden möchte, aber keine dicken Festplatten habe, nicht in MySpace und StudiVZ und GMX und YouTube und Xing chatte, poste, surfe, Social Networking betreibe, meine Identitäten profilieren und ansonsten umzugskistenweise meine beschriebenen und gedruckten Blätter horte? Bin ich dann ein unverantwortliches Nichts, ein potentiell Risiko? No archive. No chance. No, we can not.

Bisher dachte ich immer (typisch Alt-68er, na logo), Datensammelungen und Ausspionieren von anderen (also von mir), das sei das Risiko. Doch die Jünger des Messias Obama sehen das anders: der Mensch ist ein solcher, wenn er gläsern ist. Wenn er die Zukunft kennt. Wenn er Spuren hinterlässt, die Google findet. Gen-Analyse zur Identitäts-Feststellung? Zeugs von gestern, heute bist Du, was Google über Dich sagt. Du möchtest ein neues Leben beginnen? Vergiss es doch, Tätowierungen sind ja noch vergleichsweise sehr leicht zu entfernende Zeugnisse vergangener Idiotien; nein, jeden Bockmist, den Du baust, musst Du ab sofort aufbewahren. Denn: wer nicht gefährdet ist und Leichen im Keller hat, ist ein potentiell Sicherheitsrisiko. Wer keine Feinde hat, macht sich verdächtig.

Herzlichst, Ihr Sicherheitsrisiko.

## Nee, was haben wir gelacht

Erinnern Sie sich noch an LaTeX oder strukTEXT? An einen rührigen Fachmann namens Heinz Schornstein? Und an den Erfinder des Faxgerätes und der Dokumentendigitalisierung und des Fernsehens? Oder an Lucien de Shampheleare? Und an Martin Keller und Dr. Heinz Petersen? Aber bestimmt an die dummen Sekretärinnen?

Sagt Ihnen alles nichts? Der Reihe nach: LaTeX (oder auch die Grundform TEx) waren das, was man heute XML nennt und sollte den damaligen Fotosatz revolutionieren und kompatibel machen. Die (deutsche) Druckbranche lachte sich schief. Heute ist das Prinzip die Grundlage (fast) aller Internet-Publikationen und erst recht von PDF. Heinz Schornstein sagte 1983 exakt voraus: „Wenn die Setzer die digitale Kodierung von Manuskripten ihren Kunden und Drucksachenbestellern überlassen, werden sie bald überflüssig“. Die Branche schüttelte den Kopf und höhnte. Heute ist es der Regelfall geworden, databased-publishing sei Dank. Faxgerät, Vorlagendigitalisierung, Fernsehen: alles Erfindung von Dr. Rudolf Hell. Er bot das Faxprinzip Siemens an. Die lehnten ab. Begründung: „Es gibt doch Teletext“ – also Lochstreifen, eine Art Morsecode. Das reicht. Er entwickelte zwar noch tolle Scanner, war Pionier auf diesem Gebiet, allein erst Linotype und dann Heidelberg wussten mit seinem Erbe nichts anzufangen.

Der damaligen Agfa-Weltkonzernzentral in Mortsel ließ einen „Sonderling“ im Labor basteln, der doch tatsächlich behauptete, den Digitaldruck zu erfinden. Über die ersten Maschinen hat man, wenn nicht gelacht, so doch mitleidig gelächelt. Das soll mal was werden? Ach was!

Martin Keller aus Münster und Heinz Petersen, Gesycom, Aachen, haben Linotype-RIPs (die Dinger, die den Satzbelichter steuern) und die von Berthold „geknackt“, als diese noch behaupteten, ihre Belichter seien nur mit den jeweiligen markeneigenen Frontends zu betreiben. Beide „erfanden“ so etwas ähnliches wie (der Funktion nach) PostScript/PDF – und man hielt sie für Sonderlinge und Spinner. Und lachte, wenn sie vormachten, was möglich war, aber keiner glauben wollte. Und dass Sekretärinnen mit Kisten auf dem Schreibtisch mal setzen sollten – DTP, Desktop Publishing nannte man dieses ungeheure Abenteuer –, na mal ehrlich, da kann man sich ja nur kopfschüttelnd lachen.

Die Digitalisierung in der Druckindustrie wird nämlich ziemlich exakt 25 Jahre alt. Es begann mit großer Heiterkeit, denn die Gegautschten hatten ja ihre Schwere Technik und die bedurfte der esoterischen Spezialkenntnisse. Deshalb konnten sie über den Computerkram nur lachen. Und heute? Heute hat die Druckindustrie nichts mehr zu lachen. Und das ist alles andere als lächerlich.

## Stehen Sie auf Latex?

Nein, so etwas fragt man doch nicht! So etwas wie „Stehen Sie auf Gummi“ oder „Finden Sie Latex anregend?“. SM ist immer noch ein Tabu.

Sollten Sie jetzt allerdings an Sado-Maso, Stiefel, roten Lack, Riemen und Peitsche gedacht haben: bah pfui, Sie Perverse/r. SM ist erotisch, aber technisch: Substitutions-Medien. Die antörnenden neuen extradünnen eBook-Bildschirme beispielsweise. Oder demnächst Tapeten, Billboards, Displays, die chamäleon-gleich ‚on demand‘ andere Muster, Farben, Bilder, Texte, Sujets zeigen können. Sie substituieren (= ersetzen) Papier, Pappe, Be- und Gedrucktes. Und sie sind aus flexiblen Kunststoffen gefertigt, nicht unähnlich Latex. Aha, deshalb.

Erotisch sind sie, denn erotisch heisst ursprünglich anziehend, in den Bann schlagend, in geistiger Verbundenheit, zugeneigt. Man könnte auch sagen attraktiv, faszinierend, (Phantasie) erregend. Ich mag Frikadellen mit Kartoffelsalat. Ich mag aber auch Salzwiesenlamm-Carrée mit Kräuter-Ratatouille an Minz-Orangen-Jus. Ich mag Bionade, ich mag aber auch St.-Estephane „Chateau Haut Roc“ Grand Cru Classée. Ich mag Bücher, ich mag aber auch e-Books. Es ist nicht sexy, nur Bücher als Kultur gelten zu lassen und es wäre wohl pervers, wenn man Bücher als „von gestern“ verdammt („Bücher“ ist Synonym auch für andere tradierte Drucksachen-Gattungen).

Obwohl der Start schon länger dauert als jemals vorhergesagt, ist die Zeit der eBooks allmählich gekommen. Kindle, ein Hardware-Modell von Amazon, war in den USA in einer Menge von mehreren hunderttausend binnen Tagen ausverkauft. eBooks, das immer- und überall-Lesegefühl, ist prickelnd. Etwas, worauf man sich freuen kann. Was nicht heisst, dass man die gleiche Vorfreude haben kann auf ein kuscheliges Bett an einem verregneten langweiligen Sonntag, an dem man stundenlang fern aller Pflicht und Routine die Lieblingsromane in zerfledderten Büchern mit den Augen verschlingt. Das eine kann nämlich des anderen großer Freund sein.

E-Books, digitale Dateien erschließen inzwischen vor allem wieder die Welten alter Bücher. Buchstäblich millionen „alter Schinken“ sind bereits eingescannt, stehen in digitalen Büchereien bereit. Und so passiert, was sich wie ein Widerspruch anhört. Mit hyper-moderner Technik werden längst verschollene Druckwerke, die körperlich nicht mehr zu haben sind, wieder lebendig. Das Virtuelle rettet das gedruckte Erbe.

Ich finde, es ist ein guter Grund, auf Latex zu stehen. In Form von eBooks natürlich.

## President 2.0

Yes, we can. Bislang haben wir den Herren Presidenten und seinen siegreichen Slogan völlig falsch verstanden. Denn demnächst wird er uns verkünden: Yeah, you must!

We can: Das Volk, die ganze Welt, darf mitregieren. Darf mit Obama (und der riesigen Mannschaft, die ihn medial doubelt) chatten. Man darf communities gründen, ihnen beitreten, Unterstützung organisieren. Zu jedem Regierungsvorhaben oder sonstigem Thema dürfen per Internet Vorschläge eingereicht werden. Das Folksvoting (Schweiz: Volksentscheid) per „Klick Dir Dein Gesetz“ ist nicht mehr weit. Keiner, wirklich niemand, hat bisher Web 2.0 so perfekt umgesetzt und angewandt wie Obamas Kampagnen- und Präsidentenmacher.

Nun könnte es vielleicht sogar Weltstandard werden. Beim Fußballspiel: Der Trainer wird durch Chatrooms und Klick-Votings ersetzt (das mit den Stammtischen konnte ja nicht funktionieren, die sind ja nicht online). Tankstellen: je mehr „friends“ eingetragen sind, desto stärker fällt der Preis. Es werden nicht mehr Abgeordnete für Parlamente gewählt, wer am meisten „my favorite“-Links hat, gilt als entsendet. Oder an einer unübersichtlichen Kreuzung: sende per Handy „grün“ an die 1234567, und die Ampel gibt Dir freie Fahrt. Nur 1,99 Euro pro Grünphase. Fahrkarten bei der Bahn? Ach was, eBay – „sofort kaufen“ oder „eins-zwei-keins“!

Wenn Obama fertig regiert hat, wird es so weit sein. Dann sind wir alle Volk 3.0. Dann versauen wir von Europa aus per SMS und cookies-löschenden Multivotings den Chinesen ihre Demokratie der langen Firewall. Oder wählen alle den amerikanischen Präsidenten 4.0, der dann per Demokratie 5.0 das Weltchaos 6.0 veranstaltet. Inzwischen hat Microsoft Windows 10.0 und Adobe Acrobat 20.0 auf den Markt gebracht, die Zinsen stehen bei 50.0 Prozent und Aktien werden mit 100.0 Abschlag bezahlt. Manager bekommen als Dividende 1 Millionen für null Leistung. Und uns bleibt nur noch das 00. Dass ich dann – und möglicherweise Sie auch – im Irrenhaus landen, darauf wette ich tausend\_zu\_null.

## Dann wäre ganz kurz Schluss

Es gibt Dinge, an die denkt man nicht. An den eigenen Tod. Oder die Pleite. Mit dem Flugzeug abzustürzen. Oder der Strom ist weg.

Kurzschluss. Keine Elektrizität mehr. Kein Saft in der Dose. Blackout. Ein paar mal durften wir es ja schon proben. In New York oder im Münsterland. In halb Europa und immer mal wieder gerne in Hochhäusern mit besonders vielen Fahrstühlen. Nein, daran denkt man nicht.

Aber was, es gäbe wirklich keinen Strom mehr? Was wäre dann wirklich, vorausgesetzt, wir befänden uns nicht gerade in einem Fahrstuhl oder im digital gesicherten Tresorraum der Bank? Schauen Sie jetzt, jetzt sofort, in den Spiegel. Sie schauen die blanke Ratlosigkeit. Keiner wüsste wirklich weiter, am wenigsten Sie (und auch ich). Nun gut, ein paar Stunden, selbst zwei, drei Tage, das würden wir noch überstehen (vorausgesetzt, wir haben Benzin im Tank). – Aber dann?

Derweilen können wir ja schon einmal ein wenig üben. Benzin ist ein gutes Stichwort: Was, wenn es wirklich noch teurer oder tatsächlich knapp wird? Was machen wir dann wirklich? Eine gute Antwort wäre: Videochatten, web-to-print und noch mehr fernsehen. Oder wenn Lebensmittel immer teurer werden. „Diätkur“ ist eine gängige, aber auch eine blöde Antwort. Was machen wir, wenn es an frischem Trinkwasser mangelt (bisher spülen wir noch Sch... mit dem Lebensmittel Wasser runter !!!) oder Holland tatsächlich bis zur Hüfte in der Nordsee schwimmt? Was machen wir, wenn China noch mehr Stahl rafft, noch mehr Papier will, noch mehr Milch aus der EU aufkauft? Was machen wir, wenn alles so kommt, wie es vorausgesagt ist – die Umverteilung des Reichtums von der Alten in Teile der Neuen Welt?

Am besten, wir überlassen das unseren Kindern und Enkelkindern. Wir Alten haben ja die Zukunft hinter uns. Wer wollte denn geboren werden? Doch unsere Kinder, Enkelkinder. Und jetzt sollen die mal hübsch sehen, wie die damit zurecht kommen. Wir hatten es ja früher auch nicht leicht. Wir haben dafür gesorgt, dass es genug Strom und Spannung(en) auf der Welt gibt.

Da brauchen die Youngsters jetzt keine Kurzschluss-Panik haben. Ein bisschen Elend. Wäre gut, wenn die das auch mal lernen würden. Später, wenn wir mal nicht mehr sind.

## Bankenkrise

Es kommt selten vor, aber es kommt vor. Dass eine Druckerei nicht so viel Geld hat, um die nächste Millioneninvestition aus der Portokasse zu finanzieren. Dann muss man einen Gang nach Canossa antreten. Canossa ist überall, wo ein leuchtendes Schild „Bank“ an der Fassade prangt.

Aus Gründen der Diskretion nennen wir unseren Aspiranten, der dorthin marschierte, „Herr Modigube“ – das steht für „moderner, digitaler Gutenberg. Herr Modigube sass nun vor dem Accountmanager der Abteilung „Industrial High Risc Engagements“ (früher hieß das „Kreditsachbearbeiter“), nippte am Kaffee und kam ins Schwärmen. Der Workflow, mit den Servern und Programmen, den Kabeln und der Klimaanlage, die er investieren wollte, der würde, man stelle sich das vor, RGB-Files noch vor der Prüfung auf Transparenzen mittels Hotfolder in eine undercolor-removalte CYMK wandeln und zwar unter Einbeziehung der Überfüllungen – und sogar ein JDF-fähiges XML-Protokoll schreiben. On the fly, sozusagen.

Herr Modigube parlierte und parlierte, allein, der Risc Manager verstand nichts. Als Modigube kurz ein Bäuerchen machen musste, so aufgeregt redete er nun, ergriff der Banker die Chance und redete einfach dazwischen: „Wieviel sparen Sie denn dabei?“ Herr Modigube fühlte sich missverstanden, „Was heißt hier ... sparen?“ „Sparen! Weniger Kosten!“ „Weniger als was?“ „Als vorher?!“ ..., das Gespräch drohte zum Stillstand zu kommen.

Nach ein paar verbalen Tacklings, die wiederzugeben unerfreulich wäre, sagte der Bankmensch schroff: „Sie bekommen den Kredit nur, wenn Sie uns einen realistischen ROI garantieren, den Return-on-investment!“ Und plötzlich leuchtete ein Strahlen in Modigubes Augen. Aha, so einfach also ist das. „Kriegen Sie bis spätestens übermorgen“, sagte er, trank hastig den Kaffee zu Ende, grüßte höflich und entschwand.

Zu Hause stürzte er sich in die Prospekte, die Seminar-Handouts, die Fachzeitschriften, checkte die Homepages, Service- und Support-Seiten der Lieferanten. Allein, nirgends fand er etwas Konkretes über ROI, Cash-flow, cost-structure-redefining und andere Merkwürdigkeiten, die ihm der Banker hinterhergerufen hätte. Nichts von dem.

Und Modigube war sicher, dass der Banker die Investition falsch verstanden hatte und es nicht wert wäre, ihn weiter wegen des Geldes zu fragen. Lieber lebte er vom Verlust. Denn daran mangelte es ihm wahrlich nicht.

## Lizenz zum Versagen

Man kann Versagen schönreden: „Wo gehobelt wird, fallen Späne“, „man muss auch mal eine fünf gerade sein lassen“, „nicht päpstlicher sein als der Papst“ – dabei hat der Papst eine klare (selbst gewählte) Vorgabe: Unfehlbarkeit. Also Fehlerfreiheit.

Der Papst – und die Japaner! Deren Erfolg (und manch anderer durch „typisch asiatische“ Mentalität geprägter Standorte) erklärt sich auch aus dem „no excuse“-Dogma: für Fehler gibt es kein Pardon. Wird einer gemacht, ist es die Aufgabe aller (aller !!!), ihn ein weiteres Mal zu verhindern. Wozu in erster Linie zählt, dass Kontrollen schon dann einsetzen, wenn der Fehler noch keiner geworden ist. Also beim Tun, Handeln, Entscheiden selbst.

Es ist das höchste Ziel. Nie durch entschuldigende Floskeln à la „wird schon nicht so schlimm werden“ verwässert. Denn es wird ja doch schlimm: Katastrophen passieren meist, weil winzige Kleinigkeiten, scheinbar unwichtige und vernachlässigbare Dinge schief gegangen sind. Umweltkatastrophen. Menschenleben. Milliardenverluste. Kundenschwund.

Neulich machte meine Bank einen entsetzlichen Fehler. Als ich mich darüber beschwerte, traf ich auf etlich Mitarbeiter, die sich entweder nicht zuständig fühlten oder im Eva- und Adamskostüm geistiger Unschuld lakonisch anmerkten, sie könnten halt auch nichts machen. Schließlich wären Sie ja „auch nur Menschen“. Also zum Versagen lizenziert – oder was soll der Spruch sonst bedeuten?

Wir stehen im harten, realen globalen Wettbewerb. Mit ehrgeizigen Menschen, die weder Angst vor „no excuse & zero error“ haben, noch – und das ist ihr mentaler Vorsprung, der uns täglich mehr zu schaffen macht – Entschuldigungssprüche nach dem Muster „Nobody is perfect“ im Sinn tragen. Das klingt zwar nicht cool, ist aber höchst effizient. Auch „wir“, sprich „typisch deutsch“ war mal anders – Perfektion war mal „Ehrensache“. Und heute? Resignation, wohin man schaut. „Was soll man machen ....?“ – und fragende Blicke. Na, sich anstrengen und selbst nach einer Lösung suchen, wäre doch schon mal ein toller erster Schritt.

## „Guten Tag Hans-Georg Wenke“. Zum Kotzen.

Langsam reicht es mir. Diese ewige Personalisierung. Wenn es einen Gag gibt, der sich abgenutzt hat, dann doch wohl, dass wieder mal auf der Titelseite irgendeiner belanglosen, mir aufgedrängten und aufgezwängten Publikation mein Name prangt. Meist auch noch im Zusammenhang mit schalen, banalen Floskeln, eben wie „Guten Tag, Herr Soundso“. Ich gebe jetzt mal für alle Welt und ein- für allemal bekannt: Danke, ich weiß, wie ich heiße. Und danke, ich weiß auch, dass eine Drucksache eine Massenaufgabe und kein Brief ist. Und danke, wenn das Thema für mich interessant ist, dann lese ich es auch, ohne dass es meinen Namen im Titel trägt.

Dagegen ist das, wofür Personalisierung eigentlich steht, von den Designern so gut wie noch niemals überhaupt angedacht, ja entdeckt worden. Meine alten Augen mögen keine 6-Punkt-schmal-mageren grauedruckten Schriften mehr. Personalisierung heißt, diese Typografie könnt ihr ja überscharfsichtigen Kindern anbieten, aber nicht uns älteren, klar?! Ich mag kein Lila, aber Kids mögen wahrscheinlich nicht die langweiligen Farben, die ich für harmonisch halte. Bilder bin ich auch andere gewöhnt als andere Menschen. Und überhaupt, ich mag andere Sprache als „Du“ und „dingsbums Dir einen“ und „tittengeile 20 Euro Rabatt“ und so etwas. Ich mag noch „Sie“ und Empfehlungen und Vorschläge und Angebote, durchaus auch Sonderangebote. Aber seriöse bitte.

All das, was mein wirkliches Ich, meine Personalisierung ausmacht, das haben die Gestalter noch nie oder höchst selten in Drucksachen umgesetzt. Aber meinen Namen ungefragt und völlig unnütz, überflüssig wie ein Kropf, in bunten Keksen oder Gänseblümchen auf irgendeine textlich gehirnlose Glückwunschkarte zu platzieren, die man eh nur bekommt, weil man in irgendeiner anonymen Adressenliste steht, nein Danke, mir ist schon schlecht. Das nächste personalisierte Exemplar, das verspreche ich öffentlich, fliegt ungelesen in den Papierkorb. Weil es wieder mal plumpe Reklame der unintelligenten Art ist. Und das mag ich, ganz persönlich und personalisiert, nun überhaupt nicht leiden

## 5 Minuten, die 1 Stunde dauern. Und mehr.

Immer und überall: alles muss schnell gehen, alles muss kurz sein. Kurznachrichten, Kurzpräsentationen, Kurzzusammenfassungen à la Newsletter, selbst privat: Quickies und one-night-stands, Kurz-Ehen oder Kurzzurlaub. Wohlfühl-Entspannungen in zwei Stunden. Aha. „In der Kürze liegt die Würze?“. Schon Goethe schrieb: „Leider habe ich wenig Zeit, daher wird der Brief diesmal lang ...“

Nichts gegen Hektik, Aufgeregtheit und das Gefühl, dauert etwas zu lang, würde man etwas verpassen. Jeder mag so bekoppt sein, wie er will. Allein, die allermeisten Alleszugleich-allesaufeinmal-alleszackzack-Menschen strafen sich selbst Lügen und werden zum blöden Hampelmann. Denn zu beobachten ist: fast jeder viel zu kurzen Rede, Präsentation, Kommunikation folgt stundenlanges Beseitigen der Missverständnisse. Endlose Diskussionen, die nicht entstanden wären, hätte man sich ursprünglich nur ein wenig mehr Zeit genommen.

Bei Veranstaltungen beispielsweise. Der Referent wird auf zwanzig Minuten beschnitten, seine Ausführungen bleiben kryptisch. Mit der Folge, dass ihn niemand versteht, aber alle einen falschen Eindruck bekommen und folglich blödsinnige Entscheidungen treffen. Die Flut der Kürzest-Meldungen, beruflich, im öffentlichen Leben, bewirken nur, dass man seine Vourteile auffrischen oder sich verwirren lassen kann. Will man Vourteil oder Verwirrung beseitigen, braucht man stundenlang, um zu ahnen, wie sehr man auf die falsche Fährte gelenkt wurde und alle Aufregung umsonst war.

Wo Wahnsinn Methode hat, bleibt keine Zeit mehr für Vernunft. By the way: die wahren lukullischen Genießer sind ja alle längst (heimliche) Jünger der Slow-Food-Philosophie. Ruhe wird zum Genuss. Warum eigentlich outen sich die „Ich nehme mir Zeit zum Denken“-Exoten nicht? Nur weil sie Angst haben, ausgelacht zu werden?

„Kein Mensch hat mehr Zeit, längere Artikel zu lesen.“ Stimmt. Die Menschen haben alle damit zu tun, die Folgen der Kurznachrichtenflut zu bewältigen. Deshalb sind auch diese Meinungen, Glossen, Kommentare, Anmerkungen immer so kurz. Damit Sie stundenlang darüber nach-, vor-, quer- und sie über-denken können.

## Das Gefangenen-Dilemma

Logik führt zu unlösbaren Problemen. Zum Beispiel beim berühmten Gefangenen-Dilemma, das zur so genannten Spieltheorie gezählt wird. Dabei geht es um die simple Frage: Wie verhalte ich mich persönlich in einer bestimmten Situation vorteilhaft, durch welche Entscheidung habe ich den größten Nutzen?

Kurz erklärt: Zwei Gefangene werden einer gemeinsamen Straftat verdächtigt. Gibt einer von beiden die Schuld zu, wird er als Belohnung freigesprochen, der andere brummt 5 Jahre ab. Gestehen beide, muss jetzter 4 Jahre sitzen. Schweigen sie beide, bleiben nur Indizien, ein jeder muss 2 Jahr in den Knast. Dummerweise haben die beiden keine Chance, sich abzusprechen. Wie würden Sie für sich entscheiden?

Die Mathematik hat viele, komplexe Formeln gefunden, um die Chancen auszurechnen – die theoretischen wohl gemerkt. Es ist ja auch „nur“ Spieltheorie. Ach ja, wirklich? Nein, es ist natürlich Druckerei-Wirklichkeit und das Spiel wird zur nächsten Drupa einige zehner- oder gar hunderttausendmal gespielt.

Jede druckkapazitive Investition, die nicht zugleich eine Flucht in die Nische ist, ist wie der Gang ins Gefängnis der niedrigen, nicht-kostendeckenden Preise. Investieren alle, sitzen alle auf ihren unbezahlbaren Schulden. Investiert nur einer, hat er (vielleicht) Vorteile, die anderen eine Chance verpasst. Investieren wenige, ist die Kostenfalle weniger grob, aber mehr sind davon betroffen ... und so weiter. Welche Formel hilft jetzt weiter, in der Realität?

Am wenigsten die Formel der Vernunft, weil Investitionen zu gut 100 % gegen jede Vernunft getätigt werden. Klar, sie werden kalkuliert, berechnet, evaluiert. Aber erst, nachdem man sich entschieden hat, sie auch wirklich zu wollen. Denn die Vernunft würde raten: erst gar keine Straftat zu begehen, die mit Gefängnis bedroht ist. Frei übersetzt: erst gar keine Druckerei zu betreiben, weil diese grundsätzlich von der Gefahr der Überkapazität bedroht sind.

Aber das hieße, ein langweiliges Leben zu führen. No risc, no fun. Lieber brummen wir die Jahre im Druckereiknast ab.

## „Alles Abzocke“

Schimpfte der Inhaber einer Werbeagentur. Die von ihm bevorzugte Druckerei müsse jetzt „erst mal kräftig löhnen, damit sie sich FSC-zertifizieren lasse“. Alles Schwachsinn, Beutelschneiderei.

Nichts wünsche ich dem Manne mehr, als schwer, aber heilbar zu erkranken. Um auf einen Arzt zu stoßen, der mit den Worten „Medikamente sind nur fürs Geldmachen da“ jegliche chemische Unterstützung verweigert. Ja klar, Medikamente könnten und sollten preisgünstiger sein. Aber sie deswegen weglassen? Etwa nach dem Motto „Was soll’s. Irgendwann muss jeder sterben. Warum noch vorher für teuer Geld gesund werden?!“

Natürlich rettet FSC nicht die Welt. Aber ohne FSC ist die Welt nicht zu retten. So einfach ist das. Natürlich wäre es schön, man könnte sich kostenlos FSC-zertifizieren lassen. Doch nur ein paar Euro zu sparen ist nicht die Aufgabe, vor der wir alle – kollektiv – stehen. Diese lautet, was können wir, jeder von uns, in seinem Bereich, mit seinem Handeln dazu beitragen, damit das, was wir für falsch erachten, vermieden werden kann. Raubwirtschaft an Wäldern beispielsweise. Oder un-ökologisches, umweltschädliches, nicht-nachhaltiges Handeln in Kommunikation und Druck.

Der Skandal sind nicht die paar tausend Euro, die die Druckerei berappen muss. Der Skandal ist dieser Werber, der nicht begriffen hat, dass Massenkommunikation, die gedruckt und ungelesen in den Papierkorb wandert, Umweltverschmutzung ist. Der nicht erkennt, dass ökologisches Verhalten weder beim Papier anfängt noch aufhört, sondern Teil eines Gesamt-Denkprozesses und allgemeinen Verhaltens ist. Der wahrscheinlich auch für Rauschgift und gifthaltige Batterien Werbung machen würde, wäre es nicht gesetzlich verboten. Dem, deutlich gesagt, es scheißegal ist, was in der Umwelt passiert. Hauptsache, man kann ein paar Euro sparen oder verdienen.

Aber auch das kann man sehr, sehr leicht ändern. Indem man niemals mehr dort drucken lässt, wo man nicht das FSC- oder ähnliche Siegel und Zertifikate vorfindet. Und nur von denen Werbung machen lässt, bei denen man auf Verständnis für Ökologie trifft. Drehen wir doch einfach den Spieß um: Zocken wir die Verweigerer ab. Durch Auftrags-Nichtvergabe. So einfach ist das.

## Was erfinden wir denn heute mal?

Fragt man landauf, landab die (Fach-) Leute nach der Zukunft der Printmedien, so erhält man uni-sono zur Antwort: Ich kann mir nicht vorstellen, dass sie vom Internet verdrängt werden. Oder durch Fernsehen, Mobiltelefone und dergleichen. Hätte man Gutenberg gefragt, wahrscheinlich hät-te auch er geantwortet, er könne sich nicht vorstellen, dass es außer der Bibel noch weitere umfang-reiche Drucksachen gäbe. Die meisten Menschen beurteilen Erfindungen, aktuelle Entwicklungen und Trends immer nach dem Verhalten der Vergangenheit.

Doch der Mensch ist bipolarisiert veranlagt. Überwiegend Bewahrer, Beschützer, Konservator, lugt in jedem doch auch der Entdecker-, Forscher-, Abenteurer-Geist durch. Auch wenn man sich wünscht, alles würde beim alten bleiben, ein wenig Neues darf es schon sein. Was man biologisch auch „Evolution“ nennt und den großen Vorteil hat, nicht vorhersehbar zu sein. Wissen wir wirk-lich, woran wir morgen Gefallen finden? Was wir für gut halten, obwohl wir es heute nicht kennen? Ein Blick zurück in die eigene Erfahrung lehrt, natürlich nicht! Weil wir alle morgen ein wenig andere Menschen sind als heute. Alle.

Das Tolle daran ist, deshalb hat jeder die gleiche Chance, der Welt jenen Schubs zu geben, der von den Chaos-Theorie-Forschern gerne mit dieser Metapher erklärt wird: Der Flügelschlag eines Schmetterlings in China kann letzten Endes in Amerika einen Tornado auslösen. Was – theoretisch – wahr ist. Ein jeder von uns kann dieser Schmetterling sein. Auch und gerade in unserem Fachge-biet, Beruf, Branche, Firma, Markt, Tätigkeit, Kunden- und Mitarbeiterbeziehung, im ganzen Volk, auf der ganzen Welt. Es ist unglaublich, aber – theoretisch – wahr.

Die, die wir nachträglich bewundern und die selbst nicht wussten, was Ihre Erfindung oder Worte jemals bewirken würden, haben wenigstens eins getan: heftig mit den Flügeln gewackelt. Finden Sie nicht, spätestens jetzt wäre es an der Zeit, sich krächzend-mühsam vom Stuhl zu erheben und das Flattern anzugangen .... !!!!! ????????

## Gebt mir die alte Post zurück

Heute einmal etwas für die ganz alten uns uns; die über 30jährigen. Die sich noch an jene Zeit erinnern, die zwei Fixpunkte im Tagesablauf hatte: um 20 Uhr die Tagesschau und morgens im Büro die Postverteilung. War sie verteilt, die Post, waren es auch die Kelche, die man entweder bis zur Neige leeren mussten oder die wieder mal an einem Vorrüber gegangen waren. Und der Tag konnte kommen. Kam da, was wollte, vor allem an Beschwerden. „Wie, Sie haben mein Angebot, meine Stellungnahme, meinen Bericht, meine Unterlagen noch nicht erhalten? Verdammt, wieder einmal diese lame Post !!!!“ – Und, schwupps, hatte man mindestens 24 Stunden Zeit, die Scharte auszuwetzen, nachzuholen, was liegen geblieben oder vergessen worden war. Sich sofort auf alle Arbeit stürzen, warum? „Nein, leider ist Ihre Post noch nicht da!“ Dies am Telefon geheuchelt glaubte jeder. Denn jeder kannte das Phänomen. Egal, ob die Beförderungsverzögerung echt war (und das war sie oft) oder nur gelogen (und das war sie noch mehr). Dann aber kam der Sündenfall, Fax. „Faxen Sie es mal rasch rüber!“ – Eine Katastrophe! Nur verhinderbar mit Ausreden wie „Die Leitung klemmte“ oder „Bei uns hat man vergessen, Papier einzulegen.“ Mieser Gag, aber manchmal ging er durch. Man konnte sich auch noch mit üblen Tricks retten wie Papier festhalten, damit es verschmiert ankam und nichts zu lesen war. Schließlich das Desaster schlechthin, E-mail. „Senden Sie es mir als Anhang“, „Legen Sie es auf den Server“, „Setzen Sie mich auf CC“ – ich wache nachts schweißgebadet auf, solche Sprüche schreien durch mein Hirn, zucken wie Blitze in meiner Phantasie. Da stehe ich, wie nackt, vor aller Welt und Sätze wie „Mein Postfach klemmt“ werden mir als Unfähigkeit, Altersschwachsinn ausgelegt. Es gibt kein Entrinnen mehr: Eine Email ist Echtzeit. Aus dieser Nummer kommt keiner mehr raus. Ich will, verdammt noch mal, meine gute, alte Gelbe Post zurückhaben. Ich will wieder einen Grund haben, Dinge liegen zu lassen. Ich flehe darum. Hoch auf dem Gelllbenn Waaahaaagen ...“

## Die Welt als 5-Minuten-Terrine

Gerne schaue ich immer mal wieder, so zwanzig mal und mehr am Tag, ins Internet, Abteilung „Was gibt es denn Neues?“. Zappe mich durch die News. Manchmal entdecke ich Interessantes. Kann sein, dass ich dann im Laufe des gleichen Tages jemanden sage, „hey, schau Dir das mal an“.

Allein – könnte der das. Denn kaum las ich die Sensation, ist sie auch wieder keine, anderes ist sensationell. Für fünf Minuten. Bis noch Aktuelleres aktuell, noch Sensationelleres sensationell ist.

Ach, die ärmsten. Jene Philosophen, die am Feldrain saßen und sinnierten, die Welt sei ewig. Oder unsere Großeltern-Generation, die es für aufregend hielten, dass sich binnen weniger Jahrzehnte etwas total wandelte.

Ach, wir ärmsten. Die wir in einer Welt leben, die nur sekundenweise die Welt ist, die wir gerade kennengelernt haben. Um dann, glauben wir, sie zu kennen, sofort wieder eine andere zu werden. Das gilt nicht nur fürs Browsen im Newschannel, das gilt für alles im Beruf, im Business: Kaum blickt man durch, ist alles wieder anders. Kaum hat man sich eingerichtet, ist alles wieder neu arrangiert. Kaum ist man wer, weiß man nicht mehr, wer was ist und wer nicht mehr.

Gelernt haben wir, ‚noch schneller‘ ist keine Strategie gegen die Überforderung durch ‚immer schneller‘. Geschwindigkeit lässt sich schon deshalb nicht durch Geschwindigkeit schlagen, weil es eine Geschwindigkeit gibt, die auch diese schlägt. Bleibt also nur: go slow, keep calm, stay cool. Man kann aus seinem Frust Kult machen: Gar nicht mehr Nachrichten gucken/lesen, sich nie und nimmer aufregen (lassen), zu bleiben, was man gerade ist und ansonsten sein eigenes Ding machen. Egal, was um einen herum geschieht.

Mit der Folge, dass man erst bewundert, dann bemitleidet und recht bald beseitigt wird. Es ist aber immerhin ein Ausstieg mit Würde, Charme und Stil. Ist man erst einmal draußen, hat man Zeit, Ruhe und Gelegenheit, sich mit den Sensationen zu beschäftigen, die die Welt in Atem halten. Und alle fünf Minuten wird man ... nein, nein, nicht Nachrichten konsumieren. Nein, selber welche machen. So sind wir Journalisten eben.

## Intelligenz? Welche Intelligenz?

Neulich, in einem Vortrag über Workflow, sagte der Redner, Automatisierung sei ein Segen für die Mitarbeiter der grafischen Industrie. Denn endlich könnten Sie sich auf die intelligenten Aspekte ihres Berufs, ihrer Tätigkeit konzentrieren. Die dumme Routine würde der Software übertragen, sie selbst seien nun mental entlastet. Freiheit dem Denken!

Schweigen im Raum. Betroffenheit. Um nicht zu sagen: Panik kam auf. Welches Denken? Welche Freiheit? Welche intelligenten Aspekte? Man verstand plötzlich die Welt nicht mehr, vor allem nicht die eigene, in der man sich bis dato sicher gefühlt hatte. Eine Welt, ein Job, eine Anforderung, die exakt dem entsprach, was man von Maschinen erwartet: immer gleichmäßig und klaglos zu funktionieren. Wie beim Militär. Der alte Spruch war nie unmodern, vor allem nicht in den Bereichen, die man als „Produktion“ bezeichnet. Man könnte auch sagen, er galt für Arbeiter und Soldaten gleichermaßen: „Das Denken überlassen Sie mal den Pferden, die haben größere Köpfe“.

Und nun stand dieser neunmalkluger Berater vor der Truppe und redete sich in Eifer: „Sie, meine Damen und Herren, haben nun Zeit, sich endlich auf rein geistige Tätigkeiten zu konzentrieren.“ – Wie? Nicht mehr Knöpfe drücken, denken? Nicht mehr Aufstehen, Akten schleppen – denken? Nicht mehr Texte in Tasten hauen, sondern Entscheidungen treffen? Wie gesagt, Panik kam auf.

Der Beruf des Druckers (und hunderter anderer auch) existiert, weil die Maschinen bisher so schlecht waren, nicht von alleine zu laufen. Nun tun sie es. Drucker sind jetzt mehr oder weniger entweder überflüssig oder Entscheidungstreffer. Früher: 90 % Transpiration, 10 % Inspiration. Heute: 100 % Konzentration. Das sind Herausforderungen, bei denen die Metapher „ein völlig neues Berufsbild“ noch tiefgegetapelt ist.

Denken! Denken ganzen Tag? Und jeden Tag etwas anderes? Oder doch lieber immer das gleiche – aber dann brauche man doch die Software nicht, oder? Dann könne man doch gleich weitermachen wie bisher?

Und so wird in vielen Druckereien der Workflow zum reißenden Arbeiterbach, den viele noch runtergehen werden. Wie so oft: eigentlich hatten es die Theoretiker gut gemeint. Was sie angestellt haben, war die Katastrophe schlechthin.

## Besuchen Sie mich im Gefängnis?

(((( Anmerkung: die untenstehend verbliebenen „Fehler“ sind keine, sondern Text .... :-) ))))

Ich bin bereit für meinen ersten Mord. Es wird ein Laie sein, der erleicht. Ein Druck-Laie, der mich um Hilfe bittet. Ich möge ihm doch helfen, sagen, am besten machen, dass eine Angelegenheit, die zu drucken sei, über die Bühne geht. Die Bedingungen seien sehr unkompliziert.

Erstens, es dürfte so gut wie nichts kosten, das Drucken der 1.000 Pfeiler. Zweitens, eigentlich bräuchte man die Drucksachen morgen. Drittens, gut, auf dem Inkjet-Ausdruck seien jetzt die Bilder ziemlich dunkel, eigentlich fast schwarz, aber im Druck, das wisse man ja, sollen sie strahlen. Wie beim PirelliPinUpKalender. Auf so glänzendem Papier, weißt du?

Nein, wie – RGB, Zieh-Emm-Weih-was? Nein, Digitalbilder habe man. Die seien mit der guten Kamera vom Lidl gemacht. Oder doch der von Aldi? Auf jeden Fall mindestens 640 Pixel groß und sie hätten 16 Millionen Farben, mindestens. Man gehe davon aus, das reiche für einen Audi A4 großen Folter – komisch, dass Papiergrößen nach Autos benannt werden, hihihhi. Ich wäre doch, also, was ich mache, so richtig vorstellen könne sich das keiner, aber ich wäre doch Setzer oder Drucker. Streiken die eigentlich immer noch? Deshalb jedenfalls, als Freund müsse ich doch helfen. Sei doch Ehrensache.

Ach ja, der Text wäre da eben noch zu schreiben. Aber ansonsten sei alles fertig. Hier, so in Regenbogenfarben ein kreisrundes Wort, ja, das müsse unbedingt drauf. Ja, rund. Und lila mit Sternchen, eben halt wie ein Regenbogen. Man hätte es auch aus einer Zeitung fotokopiert, dann könne ich das doch sicher auch so drucken. Nicht wie hier in schwarz, sondern bunt eben.

Und ob die Druckerei für das viele Geld, die 50 Euro oder so, was das alles kostet, die Briefe auch in die Tüten .... na, war ja nur mal so eine Frage. Wenn ich das für sie, die besten Freunde der Welt, machen würde, dann dürfte ich ihnen auch einen ausgeben dafür. Also Danke schon mal dafür, gell.

OK, Kumpels. Ich bin bereit. Ich tue es. Als Solinger ist mein Messer immer gewetzt. Habt Ihr noch einen allerletzten Wunsch, ein Gebet vielleicht?

## Eine Frage des Formats

Dr. Zuckerle betrat das Fachgeschäft. Federnden Schrittes, er war schließlich Gymnasiallehrer im sechsundzwanzigsten Dienstjahr, trat er an die Verkäuferin heran und begehrte Beratung. Ein Drucker sollte es sein, klein, leise, und mit Tinte. Ökologischer Tinte. Einer, mit dem er seine Werke, Latein und Biologie zum Inhalt habend, der mentaler Anleitung dürstenden Schüler- und generellen Nachfahresschaft präsentieren könne.

Und da Papier, o Gott, was wird nicht alles teurer, da Papier so teuer sei, allein 500 Blätter davon hätten selbst beim Discounter letztens an die drei Euro gekostet, da es eben so entsetzlich teuer sei, wolle er es in A24 drucken. A4, fragte das freundliche Fräulein nach. Nein, A24. Vier mal A6 auf einem Blatt. Sei nach Adam Riese 24.

A6 sei anderhalb mal so groß wie A4, rechnen könne er noch, Dr. Zuckerle, Gymnasialstudiendirektor i.E.d.B., in Erwartung der Beförderung. Aber quer. Also A6 quer, man müsse das Blatt so drehen, nein so, nicht so, links rum. Aber Vorderseite nach hinten. So, und wenn man es hier falzt, auf die Hälfte, dann ist es Aviereinhalb. Und eben da, hinten, also hier links, sollte die Tinte nur schwarz sein, Farbe bräuche er da nie. Links hinten, also oben auf dem A6, jetzt quer dem 24 hier.

Der Zwecks Vortäuschung von Kompetenz vom Ladenbesitzer angeheuer-ten DIN-A-400-Euro-Kraft wurde es mulmig, zumal sie selbst ansonsten bisher nur von Hartz A 5 gelebt hatte, oder doch der Hälfte von ALGII-quer?, und sich daher selbst keinen Drucker mit ohne Tinte leisten konnte. Doch Dr. Zuckerle bestand auf verbindliche Auskunft: Was passiert mit der Tinte, wenn er nur einen kleinen Zettel einlegen würde, so einen gelben selbstklebenden, etwa Azehnmalzehn groß? Ob die Tinte, wo kein Papier sei, rauslaufe? Denn sein Computer, den hätte ihm sein Enkel installiert, „mit Internet und so, wissen Sie?!“. Aber Email bräuche er nicht, die schriebe er immer vom Bildschirm ab. Mit Hand. Und Bleistift. Auf der Rückseite der Zeitung, da wo die viele Reklame ist, die man eh nicht braucht.

Es war ein langes Gespräch. Am Schluss waren alle zufrieden. Das Bedienfräulich, das einsah, ein Job als Kellnerin sei dann noch schöner, selbst wenn Betrunkene sie in den Po zwicken beim Tablett schleppen. „noooho maaa ßweihi Hall-lll-bähhh, aaah!-Seeggsss, geihei-il“ und Herr Stud.Rat Dr. Zuckerle, der sicher war, ein A3-Drucker, ja, das sei ein Schnäppchen. Nur halb so groß wie ein A4. Nun gut, dafür kostet er eben auch das Dreifache. Aber das rechnet sich.

## Was machen Sie denn in der after-paper-Ära?

Papier ist ein natürlicher Rohstoff, der nachwächst. Na klar, ein Zitronenfalter ist auch ein Tier, das Zitronen faltet. Papier, das sind die Bäume, von denen wir ja genug haben. Das ist unbestritten. Genug für die, die heute Papier haben. Allein, das Dumme ist, immer mehr Menschen hätten gerne Papier. Am liebsten bedruckt. Gut so für unsere Industrie? Kann sein. Aber schlecht für die Bäume. Weil sie Mangelware werden.

Die meisten europäischen Papierfabriken – also überwiegend „unsere“ Lieferanten – haben maximal in Recycling und weit überwiegend tüchtig in Emissionsreduzierung investiert. Sie taten, was momentan getan werden kann. Sie sind nicht das Problem. Das Problem ist die Mathematik. Derzeit verbrauchen Menschen in „Industrieländern“ je nach Zählart und Statistikstruktur so um die 300 kg Papier pro Kopf und Jahr. In den sogenannten Schwellenländern sind es noch weit unter 100 kg, in armen Ländern deutlich darunter. Doch die Einwohner der Schwellenländer sind ungefähr dreimal mehr als in den Alt-Industrieländern.

Wenn die unseren Papierverbrauchsstandard erreichen wollen, müssen wir unseren zurückschrauben. Denn die ökologiebewusste, sprich verantwortungsvolle Papierindustrie kann nie und nimmer ihre Kapazität binnen relativ kurzer Zeit vermehrfachen. Zumal dann die Transportwege zusätzliche unerwünschte Emissionen bescheren. Ein Teufelskreis. Und dass man in China total umweltverträglich Papier produziert, nun – siehe Zitronenfalter.

Die Folge wird, nein muss sein, Papier wird teurer und knapper. Drucken wird, auch bei uns, eine andere Bedeutung, einen anderen Stellenwert bekommen. Wenn Sie heute unter 30 Jahre alt sind, bleibt Ihnen nichts anderes übrig, als sich mit diesem Trend zu befassen. Die ältern werden das tun, was auch Generationen vor ihnen getan haben. Das Thema ignorieren oder verdrängen. Da schreckt sie noch nicht mal die unausweichlich nächste Papierpreis-Erhöhung ab. Sie halten diese einzig und alleine für eine Schikane der Händler. Und sind damit, papier-anwenderisch gesehen, arg schief gewickelt.

## Alles Bio – oder was?

Neulich bei irgendeiner gesprächigen Party. Die Hausfrauen schwärmen hemmungslos verbalerotisch über den bekennenden Buddhisten Richard Gere und kommen deshalb unweigerlich auf Bio zu sprechen. BioNudeln, BioWeichspüler, BioEier, BioMarmelade, BioWindeln, BioTee. Ja, es sei teurer, aber man wäre ja eine verantwortungsbewusste Menschin. Ich mit-tendrin im Zirkel, weil sich die Männer über Fußball unterhalten – da kann, will und soll ich nicht mitreden.

Ich also, stolz wie Gutenberg, will auch was umwelt-biologisches beisteuern: "Druckfarben können übrigens lebensmittelecht sein. Äh, auf den Verpackungen und so ..." – Schweigen. Betroffenheit. Ich setze nach: "Ihr könnt die Zeitung ruhig auf den Kompost werfen. Da passiert nichts. Die Würmer schaffen das." Noch peinlicheres Schweigen. Anflüge von Entsetzen. "Also ehrlich, Mädels. Ihr müsst nicht jedes Blatt auch von der Rückseite beschreiben. Papier ist überhaupt nicht umweltschädlich." Stechende Blicke. Ich beginne zu schwitzen. "Ehrlich !". Ok, ich bin ja nur ein Mann. Ok, Mitleid und Fürsorge sind weiblich. Ok, ich will jetzt bemuttert werden ...

"Und die Wälder, die abgeholzt werden?" – Ah, meine Chance! Ich rede drauflos. Von Receyclingquoten über 70 Prozent und gar über 90 Prozent bei Zeitungspapier, von De-Inking, von Durchforstungsholz, von Windbruchholz, von schnellwachsenden Pappelhainen, von Energiebilanzen, von FSC. Ja, von FSC! Und chlorfrei! Und wie Quatsch das eingefärbte so genannte Umweltpapier sei, wie sinnvoll sauberes, weißes Papier ist. Das mit dem Bio-FSC-Güte-Umweltengel-clorfrei-kontrolliert-Zeichen ... – ich glaube, sie denken schon darüber nach, wie man mir die Psychotherapie finanzieren könnte. So gucken sie jedenfalls.

Mir läuft der Schweiß in Bächen über den Körper. Ich wälze mich mühsam aus meinem Sessel. Und stammele irgendwie so was wie "glaub', brauch noch'n Bier". Am Zapfhahn stehend höre ich, wie das Geschnatter wieder in Fahrt kommt. Über Marmelademachen, Männer, denen man trauen kann und Bohneneinkochen reden sie jetzt. Ich beschließe, zum Stand der Bundesliga einen Kommentar abzugeben und wende mich den Bartträgern zu.

Scheiß-Party.

## Wie bei den Indianern: Kundenbindung

Immer wenn ich das Wort höre, denke ich an Karl May. Ein Bleichgesicht wird von Rothäuten an den Marterpfahl gebunden und weiß sein letztes Stündlein geschlagen. So muss es den Kunden gehen, die gebunden werden sollen.

"Das Wichtigste ist, dass der Kunde wiederkommt und nicht die Ware." Eine uralte Vertriebs-, Verkaufs-, Produktmanagement- und Werbeweisheit. Ein Produkt soll, ja, muss den Kunden erfreuen. Dann kommt er gerne wieder auf die Angebote des freundlichen Lieferanten zurück. Eigentlich ist Verkaufen ja ganz einfach: Man muss Kunden Freude machen. Und dann läuft's.

Wenn es nur so einfach wäre mit dem Freude machen. Was macht wem wann warum wie lange in welcher Form Freude? Zehntausende von Meetings wälzen jeden Tag rund um den Globus diese Frage. Und kommen zu keinem Schluss.

Außer dem, dass kurz vor dem Einsetzen der totalen Erschöpfung irgendein ganz schlauer sagt: Lass es uns mit einer Kundenbindungsmaßnahme versuchen. Das Wort ist ungefähr so sexy wie Irenanstaltkrankenwärter. Wobei dem ja die Zwangsjacke im Repertoire der Möglichkeiten zur Verfügung steht. Dem Werber, Marketer, Productmanager leider nicht.

Was sie nicht davon abhält, Ideen zu entwickeln, die allein den Zweck haben, dem Vorgesetzten zu erklären, warum es am blöden Kunden liegt, wenn der in seiner Dusseligkeit nicht einsieht, dass er besser hier – "bei uns" – kaufen würde. Tut er es nicht, nimmt der Anbieter Rache, ganz fürchterliche. Er hat dann nämlich den sperrigen Nichtkäufer lieb und überhäuft ihn mit scheinheiligen Freundlichkeiten. Rabatten, Rabattkarten, Clubs und Clubkarten, Bestellfrist-Drohungen und Nochmalkaufen-Sonderangeboten. Beliebt sind auch Bundles. Etwa: 1 Aktenvernichter fürs Büro, 1 USB-Tassenwärmer für den Besteller. Worauf dem das Netzteil im Computer durchknallt, was ihn veranlasst, einen neuen Ciomputer zu bestellen. Das nennt man Kundenbindung !

Weshalb ich, bei eingehender Werbung mit Kundenbindungs-Appeal sofort immer an eine Entbindungsanstalt denke, in die ich flüchten möchte.

Hugh. Ich habe entbunden

## Ich bin ein Held

Ich spreche fließend ein halbes dutzend Sprachen. Auch mehr. Ich löse die schwierigsten mathematischen Aufgaben. Ich konstruiere extrem nützliche Maschinen und Apparate. Ich halte Reden, die das Volk begeistern. Ich steige auf die höchsten Berge und laufe, ganz locker, zwei, drei Marathons hintereinander. Ich kann fliegen, wenn es sein muss, auch ohne Flugzeuge. Weil ich ein Held bin.

Wenn ich dann wach werde, ärgere ich mich. Es war doch ich (!), der das da alles geträumt hat – warum, verflüxt noch mal, kann ich nur so exorbitant klar und klug denken, nur wenn ich schlafe?! Es war doch mein (!) Gehirn, welches da perfekt und fließend mit fremder Zunge parlierte – wieso stottere ich bei den einfachsten normalfremdsprachigen Sätzen dann überhaupt noch rum? Es ist doch mein (!) Geist, der schnell mal eine Lösung findet, die schlicht genial ist – jedenfalls, solange ich bestimmen kann, was genial ist.

Dennoch bleibt die Frage ungelöst: warum kann ich losgelöst im Traum erfinden und machen, wozu ich im Beruf, im Leben, im Wachsein nicht fähig bin? Und ich frage mich wieder und wieder, ob all jene Dichter, Schriftsteller, Philosophen und Anthropologen nicht recht haben, die behaupten und ermutigen: Der Geist ist frei. Die Menschen sorgen selbst dafür, dass sie das nicht akzeptieren und schränken sich selbst auf das Ängstliche ein.

Und wenn ich das so denke, dann sehe ich sie alle vor mir: die vielen Menschen, die ich in ihren Jobs, bei ihren Aufgaben, „in Erfüllung ihrer Pflichten“ kennengelernt habe. Sie hatten weder Mut noch Visionen. Sie wagten nicht, Held zu sein und sich von den Fesseln zu lösen. Sie begeistern nicht, sie trauten sich nichts zu, was unwahrscheinlich wäre. Sie träumten nicht. Sie blieben Realisten – und damit, sorry, auch so etwas wie Versager. Weil sie sich ihrer eigenen Geistes-, Gehirn-, Denk- und Kraft der Phantasie versagten.

Ich selbst, da bin ich froh drüber, habe mich anders entschieden. Weil ich, solange ich mich erinnere, schon immer wild phantasiert geträumt habe, zog ich die Konsequenzen daraus: ich suchte mir eben einen Traum-Job. In dem ich, ohne rote Ohren zu bekommen, behaupten darf: Ich bin ein Held.

Gute Nacht. Träumen sie schön!

## Mein bisheriges elendes Leben

Ach, wie habe ich mich gefreut bei dieser „Das Leben wird gut“ Promotion-Seelenmassage, die unter dem Deckmantel eines Seminars getarnt war. Der Vortragende, emotional zwischen hysterisch und übermotiviert angekommen, spulte mit sich überschlagenden Worten die Chekliste der Neuheiten ab, der gerne so genannten Fiechtschers des ach so berühmten, millionenfach eingesetzten Programms. Und ich, ich ließ mich brav und zahlungs-, weil upgrade-willig, von der Hyperaktivität des Presenters (früher sagte man Vortragender) anstecken.

Zu Hause angekommen, verfiel ich in Depression.

Denn hatte ich nicht einst vor langen Tagen, als ich jenes Standard-Allround-Robust-Bewährt-Unverzichtbar-Programms kaufte, nicht auch eben jene Art von Verkäufer, Promotor, Vorfürher mir mit ebenso glühenden Worten erklärt, mit dem Kauf des Programms wäre der Eintritt ins Paradies der Möglichkeiten inkludiert. Die Welt sei, zumindest für mich, absolut und endgültig in Ordnung. Also kaufte ich mir die Eintrittskarte in die Seeligkeit, eben das Programm.

Doch nun das: das Paradies, wurde mir geheißen, sei runderneuert worden. Überarbeitet. Glücklichkeit\_2.0, gewissermaßen. Was jetzt erst möglich sei, das sei nun wirklich erst das wirklich Wahre. Mir dämmerte, schon bald würde wieder ein solcher Marktreifschreier, ein Versionslauncher, freilich ein neuer (es ist üblich bei gut funktionierenden Banden, die Kontaktpersonen ständig zu wechseln, um die Häscher zu verwirren) wieder sagen würde, alles, was bislang gewesen sei, sei leider nicht so gut gewesen, um es nicht entscheidend zu verbessern.

Natürlich könnte ich Release 2 einfach übergehen, auch 3 abwarten, oder 4, sogar 5, vielleicht erst bei Version 6 einsteigen, weil die dann möglicherweise kaum zu toppen wäre. Nur: Mit was sollte ich bis dahin arbeiten? Mit einem Programm, über dessen Versionsnummer alle, alle lachen und sich einen Jux machen? Mit einem Programm, das meinen Ansprüchen genügt, aber keinem anderen sonst?

Schnapp, die Falle war zu. Und ich mitten drin

## Habe Ihnen vor zwei Stunden gemailt!

Neeeee, was haben wir gelacht. Als Fax aufkam war es üblich, jemanden anzurufen, dass man ihm ein Fax gesendet hätte. Oder zu bitten, zurückzurufen, ob das Fax angekommen sei. Das war so sinnvoll, als führe man zu jemanden hin, um ihm zu sagen, dass man nicht kommen könnte.

Heute geht das eleganter. Da kommt die automatische Email-Abwesenheitsnotiz. Neulich bekam ich am 14. eines Monats die Meldung, dass die Angemailte am 9. des gleichen Monats wieder im Büro sein werde. Nun, da es ein amerikanischer Konzern war, nahm ich an, sie hätten nun auch offiziell die Zeitumkehr, die Rückwärtsentwicklung, eingeführt und nahm es gelassen hin.

Ich erzähle dies nur, weil es immer noch besser ist als das, was ansonsten täglich passiert. Ihnen mit Sicherheit genau so wie mir. Da kommt, sagen wir, morgens um 8 eine Mail rein. Und spätestens um 10, also zwei Stunden später, ein Anruf vom Absender der Mail, man hätte mir doch schon vor zwei Stunden eine Mail gesendet! Und dann folgt er, der eigentliche Akt: drohendes, Unheil ahnen lassendes Schweigen. Zwei, drei Sekunden. In denen erwartet wird, dass ich mich nun rechtfertige, eine Mail, die schon zwei (zwei!!) Stunden alt ist, nicht bearbeitet, beantwortet, die Befehle ausgeführt zu haben.

Ich pflege dann zu antworten „Ja, die Mail habe ich erhalten“ und schweige dann ebenfalls. Was bisher alle solche Anrufer in massive Bedrängnis brachte. Müssten Sie mir nun tatsächlich erklären, warum es ein Staatsverbrechen sei, eine Email nicht stante pedes, auf der Stelle, sofort, ohne Verzögerung, egal, was sonst los ist, zu beantworten? Wäre ich wirklich so dumm?

Nein, bin ich nicht, sondern nur gut gelaunt. Schon alleine deshalb, weil ich hinzuzusetzen pflege „Ich werde die Mail beantworten, wenn es mir gelegen ist“, auflege, und dann genieße, ein freier Mensch zu sein. Weil ich eine Mail weniger zu beantworten habe. Mit dem Rest der Menschheit, der nicht-mahnenden, unterhalte ich nach wie vor flinke Echtzeit-Mailkontakte. Sehr oft ruck-zuck hin und her. Und habe meine Freude daran, weil kein mahnender Anruf den Frieden stört.

## Drupa. Jeder Tag weniger ist ein Verlust.

Es ist Zeit, den persönlichen Drupa-Besuch zu planen. Fahrt, Unterkunft – die vor allem – und die Liste der Besuche. Und wie das so ist im Moment: da geht einem der Gedanke vom Sparen durch den Sinn. Wobei man es kurz und knapp sagen kann: wenn Sie meinen, am Drupa-Besuch sparen zu wollen, können Sie ihn sich gleich ganz sparen!

Denn die Drupa ist nicht deshalb so lang, weil man das Publikum oder gar die Aussteller quälen will. Sie ist glücklicherweise so lang, dass man genügend Zeit hat, sich genügend Zeit zu lassen! Die man braucht, um die komplexen, komplizierten, aber auch ungemein inspirierenden Entdeckungen zu machen, für die die Drupa 2008 gut sein wird. Allein, um das absolute Muss, den Innovation Parc, wirklich zu „studieren“, braucht man weit mehr als einen Tag. Denn auch dort lauern, wie in manchen Hallen, die Entdeckungen, die die Drupa zur globale Fachmesse Number One machen. Die Vielfalt des Unbekannten – das ist der eigentliche Reichtum der Drupa.

„Mal eben schnell hingehen“ und dann auch noch die Kontakte abklappern, die man ohnehin schon hat – Stammlieferanten, altbekannte Verkäufer – ist die dümmste Form, sich dem Pflichttermin zu stellen. Zeit, viel Zeit zu haben, dem Zufall viele Chancen zu geben (!!!), das ist die intelligente Art, die Drupa zum eigenen Highlight zu machen.

Nicht, dass etablierte Anbieter nichts interessantes zu bieten hätten – dafür werden sie sorgen. Aber Newcomer, Aufsteiger, „Geheimtipps“ habe fast nie die Möglichkeit, sich in der Intensität, wie es der Qualität ihrer Leistung entspricht, auf dem Markt zu präsentieren. Bis eben auf die Drupa: wer dort ist, hat etwas zu bieten, was sich den Anschauens und Bedenkens in jedem Falle lohnt.

Und so sollte Ihre persönliche Drupa 2008 sein wie ein edler Wein: viel davon genossen berauscht und verwirrt anfänglich, allein, der Genuss und die Erinnerung sind köstlich. Prost Drupa also. Meinetwegen und unausweichlich auch mit Altbier. Das um so besser schmeckt, je mehr man davon trinkt. Drupa-like eben.

## Web-to-print

In aller Munde ist das Web2.0. Ein Begriff, der eine neue „Mediendemokratie“ beschreibt. Sie ist global, universal, aber auch chaotisch und manchmal disziplinos. Doch die positiven Aspekte überwiegen, sagen die Enthusiasten. Das Web2.0 sei vor allem ein wortwörtliches „kommunistisches“ Netz: Kommunen (=Gemeinschaften, engl: communities) tragen Informationen zusammen; jeder gibt dazu, was er leisten kann und will.

Und wir, in unserer Branche, reden zeitgleich und unabhängig davon von Web-to-print, was in der allgemeinen kryptischen Szenensprache auch als web2print geschrieben werden darf. Was den Aspekte der Bedeutung zu verändern vermag. Nicht „Vom Internet zum Drucken“ könnte web2print meinen, sondern „Drucken im Web2.0“. Zugegebenermaßen ein konstruierter Verdreher, aber nicht ganz ohne Hintersinn. Denn Drucken, professionelles Drucken, ist immer noch ein Vorgang, der hohe, höchste Hürden aufbaut. Man muss nämlich, um den Vorgang zu starten, um die Dienstleistung zu kaufen, eine Druckerei betreten. Und das kann schlimmer sein, als in eine Zahnarztpraxis zu müssen.

Denn während dort durch Bohren geholfen und geheilt wird, sind die bohrenden Fragen bei der Druck-Auftragsannahme oft ein unheilvoller Schock. Vor allem für Ungeübte, Neulinge, Unbeholfene, Nicht-Profidrucksacheneinkäufer. Sie werden mit Fragen konfrontiert, von denen sie gar nicht wussten, dass solche Probleme überhaupt auf der Welt existieren. Im gesamten ach so informationsfreudigen Internet, Web2.0 eingeschlossen, hat bislang kaum eine konventionelle Druckerei in verständlichen, nachvollziehbaren Worten die Kunden darüber informiert, was man wissen und entscheiden muss, wenn man etwas (vernünftig) drucken lassen will. Alle handeln nach dem Motto-Song: „We will, we will shock You“.

Aber etliche Web2Print-Druckereien, immer mehr, nehmen fleißig Aufträge in immer größerem Maße, Umfang, Häufigkeit an und florieren bestens. Weil sie den Eintritt in die Welt des Druckens so gemacht haben, wie Web2.0 immer ist: offen für jeden, ohne Vorbehalte, ohne Bedingungen, ohne jedes Wenn und Aber. Oder cyberspace-sprachig: RL4U. Sprich: „Reality Life For You“.

## Ich drupe. Du drupst. Wir drupen.

So wir denn noch leben, munter und bei Kasse sind, sehen wir uns ja alle bei der Drupa 2008. Die ist im Mai, also in einem Jahr. Was tun Sie eigentlich bis dahin? Weil – warten ist zu wenig. Man muss sich, schließlich leben wir im Fitness-Zeitalter, mental darauf vorbereiten. Mit Gehirnjogging. Oder Electronic Walking. Mit einer Investitions-Diät. Oder mit isotronischen Updates-Drinks. Am besten aber durch lautes Rufen. Messen, solange ich sie kenne, und ich kenne sie lange, laufen immer nach dem dramaturgisch gleichen Muster ab: Potentielle Investoren warten auf das was kommt, um während und nach der Messe in großer Zahl zu sagen, es wäre nicht dabei gewesen, was sie erwartet hätten. Und was hätten sie erwartet? Nun, eben etwas anderes, als gezeigt worden ist. Aber was, bitte schön, denn anderes? Ja eben, anders. Und dann laufen sie wieder im Kreis bis zur nächsten Messe: Hier die Gedanken der Investoren, dort die Entwicklungen der Anbieter. Vor allem aber die Gespräche miteinander, die selten oder nie so stattfinden, dass sie zur jeweils gegenseitigen Zufriedenheit führen. Bis auf rühmliche Ausnahmen. Mal mehr, mal weniger. Dabei wären Investoren in komfortabler Situation und Position. Wenn Sie nur laut genug, oft genug, intensiv genug klar und deutlich formulieren würden, was sie denn erwarten, verlangen, benötigen. Allein, sie tun dies eher schüchtern, vage, selten. Manchmal haben Lieferanten und Kunden Verhältnisse wie ein altes Ehepaar. „Liebst Du mich noch?“ – „Liebst Du mich denn?“ – „Nein, ich will es von Dir wissen.“ – „Dann sag Du es doch zuerst.“ Hören Sie auf damit. Denn Sie haben jetzt noch ein ganzes Jahr Zeit, den Ausstellern die Pläne durcheinander zu bringen, wenn Sie als potentielle Investoren klar und deutlich sagen, was Sie wollen. Danach werden Sie wieder drei Jahre beschäftigt sein, Ihre potentiellen Pläne durcheinander zu bringen, weil sie investieren wollten. Noch können Sie sagen, was Sie erwarten. In einem Jahr wird Ihnen wieder einmal gesagt werden, mit was Sie zufrieden sein müssen.

## War das schön, als ich beschränkt war

Ich bin gelernter Schriftsetzer, Bleisetzer. Nicht weiter schlimm, aber nützlich. Wir Setzer waren nämlich alle beschränkt und haben gelernt, das allerbeste daraus zu machen. Mir ist schon klar, Sie werden diesen Begriff völlig falsch verstehen. Aber er ist wörtlich gemeint. Als „Blei-Maurer“ hatte man immer nur eine beschränkte, oft eine sehr reduzierte Art und Menge an Material zur Verfügung. Wenn man eine Druckform baute, musste man man sich mit dem begnügen, was dar war. Auch wenn wir oft sagten, das geht doch nicht. Und dann ging es doch. Weil man so lange tüftelte, bis es ging.

Um bis zur Unerträglichkeit nostalgisch zu werden: ach, war das eine schöne Zeit. Denn jeder, der nach dem zweiten, dritten Versuch gesagt hätte, „es geht nicht“, der wäre von den Kollegen im mildestens Fall schallend ausgelacht, im Normalfall aber gekündigt worden. Basta. Geht nicht?! Unmöglich! Ich sag' das nur einmal so deutlich, weil jeder – auch Sie – weiß, wie es heute ist: je jünger, desto mehr „geht nicht“. Die meisten geben nicht selten auf, bevor sie es überhaupt versucht haben. Was keine moralische Wertung ist, sondern ökonomische Probleme aufwirft. Massive. Der Generation „Geht nicht“ ist die Fähigkeit zur Lösungsfindung abhanden gekommen. Ich kenne keinen mehr, der heute im Normal- wie im Berufsleben nicht mehr den Eindruck hat, in Absurdistan zu leben und von Schildbürgern umzingelt zu sein. Das muss doch Gründe haben, oder? Vielleicht (steinigen Sie mich, wenn Sie mögen) ist einer davon die „Generation Geht-nicht“. Je mehr Bildung, je mehr Möglichkeiten, je studierter, je cooler, desto öfter hört man „geht nicht“. Inmitten unendlicher Vielfalt sind Lösungen von Aufgaben und Problemen offensichtlich schwieriger als je zuvor.

Ach, ich wünsche mir die Beschränkten zurück. Weil die keine Chance hatten, aufzugeben, zu resignieren. Sie mussten mit dem leben, was da war – und eine Lösung finden. Tipp: Wenn Sie heute vor dem Problem stehen, „geht nicht“ sagen zu wollen, akzeptieren Sie doch einfach mal, dass auch Sie beschränkt sind und es deshalb das Problem lösen werden. Keine andere Droge wird Sie so beflügeln ...

## Büstenhalter und andere Peripherie

Verstehen Sie mich bitte nicht falsch, wenn ich gestehen muss, neulich wieder zwischen Büstenhaltern und Damenschlupfern gewühlt zu haben. Aus purer Lust. Aus Kauflust. Mein Discounter bot sie wieder an, diese auf Männer so erotisch wirkenden Dinger: Achtfach-USB-Verteiler mit eingebautem 39-in-1-Kartenleser für echte 4 Euro 99. Da muss man doch heiß drauf sein, oder? Wenn schon Knäckebrötchen, Putensalami und Klopapier vierfach, dann wenigstens auch eine Bluetooth-Sprechanlage, auf der ich auch noch auf der Toilette das Handy als Multikulti-Unterhaltungsmedium nutzen kann. Und andere lebens-unentbehrliche Dinge mehr.

Warum tue ich das? Bin ich krank? Geizgeil? Oder immer noch ein Neandertaler, dem beim Jagen und Beutemachen ein Schauer über den Rücken lief. Ha! Ich bin ein Held! In der Höhle wird man mich bewundern! Ergo komme ich nach Hause, lasse die Katze hungern, soll sie doch selbst die Dose mit Futter aufreißen, und freue mich über meinen supermarktdiscountgeizgeiles Videoplayeruniversalnetzfunkplayer, meine Beute! Mein Glück! Mein Traum! (Von dem ich, gebe ich zu, bis vor den letzten Schmuddelflyer im kostenlosen Anzeigenblättchen noch nie gehört hatte.) Deshalb bin ich seit langem schon so froh gelaunt, so souverän und selbstbewusst, so stolz auf mich. Weil ich jener Prototyp bin, der den Werbern ein Schnippchen schlägt. Ich kaufe, mit viel Geld, Original-Apple-Hard- und Software, weil: ich bin doch ein kultivierter Mensch! Bin ich.

Und gleichzeitig kaufe ich im Supermarkt, je schmutziger und billiger, um so erregter. Weil ich weiß: jetzt verzweifeln sie wieder, die Strategen und Marktforscher, die Verkaufspsychologen und Art Direktoren in den Marketingabteilungen und Werbeagenturen. Weil sie mich wieder nicht packen können als Consumer, meine Kaufkraft und mein Wertempfinden nicht zu definieren wissen, mich keiner ihrer theoretischen Käuferkategorien zuordnen können. Das totale trotzköpfige Power-Flower-Anarcho-Sein macht wieder echt krass Spaß. Zwischen Schlupfer und BH im Supermarkt auf der Suche nach Computerperipherie.

Und anderem völlig unnützen Kram.

## Gutes Benehmen und schlechte Erziehung

Knigge sei wieder in, gutes Benehmen Pflicht. Im Business. Sagte mir neulich ein Bekannter. Einer der es wissen muss, weil er junge Leute ausbildet. Ah, staunte ich, die wissen also wieder, wie man sich benimmt. Nein umgekehrt, erfuhr ich, man muss es ihnen beibringen, als sei es ein Schulfach in der Primarschule. Das Einmaleins des „mit dem Messer schaufelt man keine Sauce“ bei Tisch und „Rülpsen ist kein Ersatz für Smalltalk“. Das muss(t)en sie wieder lernen, die jungen Leute. Warum eigentlich? Um so zu werden – oder um anders zu werden? –, wie die Manager der heutigen, real existierenden Wirtschaft viel zu oft sind: Lügner, Taktierer, Schleimer, Ausbeuter? Leute, die nur eins im Sinn haben, ihr eigenes Wohl. Die mobben, stalken, schikanieren: Du musst immer nur sehen, dass Du Täter und nicht Opfer bist.

Längst funktioniert alles bei uns so wie einst in der DDR. Nur viel perfekter. Jeder weiß, dass ein Ziel nicht zu erreichen ist. Irgendeiner hält eine glühende Rede oder schreibt ein Budget, wie es erreicht werden könnte, wenn alles anders wäre, als es ist. Jeder schreit Bravo, wissend, dass es nie so sein wird und macht sich an die Arbeit, bei der im Schatten des Unerreichbaren jede Schweinerei erlaubt ist. Taktieren, Schleimen, Verführen: Nur so bekommt man Kunden und Kollegen dazu, etwas zu tun, was die eigentlich nicht wollen, aber einem selbst prächtig nutzt. Und in einer solchen Geisteshaltung soll Benehmen, gutes Benehmen wieder „in“ sein? Da habe ich ein riesiges Problem mit: Was, bitte, ist in diesem Falle gutes Benehmen? Eleganter schleimen? Kunstvoller lügen? Konzilianter ausbeuten? Oder reicht es schon, wenn man sich beim Geschäftsessen nach dem Klo wieder die Hände wäscht und den Vorgesetzten schriftlichdeutsch korrekt ‚Arschloch‘ mit „r“ nennt?

Was ist gutes Benehmen in einer Gesellschaft, die alle Regeln des Anstandes vergessen hat, die das Chaos und die Verzweiflung als den besten Weg erkoren hat, den puren Egoismus sadistisch auszuleben? Die Begriffe wie Ethik, Moral, Ehrlichkeit und Herzlichkeit längst als Themen verblödeter Comedyschows entdeckt hat. Neulich beobachtete ich, wie ein junger Mann einer hübschen jungen Frau eine Rose schenkte. Just in diesem Moment klingelte ihr Handy. Sie griff zu – zum Handy. Ob ein Kurs ihr geholfen hätte?

## An ihren PDFs sollt ihr sie erkennen

Heutzutage macht man viel durch. Vor allem an PDFs. Das sind diese Dinge, die erfunden wurden, um die Welt der elektronischen Dokumente zu revolutionieren und die die Revolution so digitalisiert haben, dass sie nicht mehr stattfinden kann. Die Revolution der Vernunft, meine ich. Früher hatten wir Papierseiten, die wurden mit der Schreibmaschine oder per Hand beschrieben, so etwas konnte man kopieren, versenden, neu abtippen – was gerne die Setzer taten, wurden sie doch dafür bezahlt.

Heute gibt es PDFs, und das Elend ist groß. Weil: wer kann schon ein PDF so erzeugen, dass es das tut, wofür es da ist. Die Sache vereinfachen. Statt dessen: Wer die Vereinfachung PDF nutzen will, muss zu Kursen gehen, die so lang und oft, so kompliziert und unüberschaubar sind, dass es keiner mehr weiß, was er über PDF wissen muss.

Die Kenntnis darüber ist eher spärlich. Ganz zu schweigen davon, dass die meisten gar nicht einsehen, warum sie überhaupt wegen PDF etwas lernen müssten, wo das Ding doch so eine Einknopfdruck-Sache sei. Und dann setzen sie an, die Herren Berater und Dozenten, Autoren und Professoren, und reden und reden und schreiben und schreiben über PDF, bis endgültig jeder wieder seinen guten alten Bleistift und seinen Notizblock ganz lieb hat.

Kennen Sie, mal so ganz unter uns, wirklich jemanden, der sich wirklich und tatsächlich mit den PDFs auskennt? Na, also, sind wir schon zwei, Sie und ich, die keinen kennen. Uns eingeschlossen, sehr wahrscheinlich. Und so haben wir wenigstens ein wenig Freude. Daran, in einer Welt zu leben, die sich dadurch verbessert, indem sie Bewährtes vernichtet, bevor Sie Zuverlässiges geschaffen hat. Das macht PDF so, das machen der Staat, die Regierung, die Politik, die Gesellschaft, das machen die Heuschrecken-Konzerne und die Sanierungsbüros so. Das machen inzwischen alle. Und es macht schon alleine deshalb Spaß, weil das Ende vorhersehbar ist. Wir werden wieder vor den Schiefertafeln hocken und – Schwamm druüber – wie in der Schule ganz von vorne beginnen dürfen. So einfach ist das. Einfacher als PDF.

## Werbung? Wieso Werbung?

Nein, Druckereibesitzer, Drucker und alle, die sich in Druckereien beschäftigt hielten, seien grundsätzlich nicht nur verschlossene Menschen. Der mir solches sagte, war ein Werber. Einer, der viel bei Druckereien drucken lässt. Weil die, wie er sagte, wenn man sie nur richtig fragen würde, durchaus auskunftsbereit wären. Aber eben nur dann, wenn man sie fragte. Sonst seien sie zurückhaltend. Bis auf das jährliche Open House, auf dem es dann Bockwurst mit Kartoffelsalat gäbe, aber trotzdem wenig Auskunft. Gewechselt hätte er auch schon mal die Druckerei, des öfteren schon. Aber hier, beim jetzigen Stammlieferanten, gäbe es nicht nur die beste Bockwurst, sondern auch, wenn man intensiv genug fragte, die beste Auskunft. Und auch die beste Arbeit, wollte ich wissen? Ja sowieso, sagte der Werber, weil ohne gute, die beste Arbeit würde er ja nie wieder einen Auftrag vergeben. Nein, beste Arbeit, das sei, was man erwartet, weil man dafür bezahlt. Nur sollte, meinte der Werber, der Drucker doch mal Werbung machen für all das, was er, der Drucker, dem Werber als Kunden zu bieten hätte. Ohne dass er, der Kunde, fragen müsse. Aha, der Drucker solle mal so richtig Werbung machen und ich schloss, es klang mir klug, der Drucker könnte sich doch so gesehen einmal „revanchieren“ und ihm, dem Werber, den Auftrag geben, etwas Werbliches für die Druckerei zu machen. Da sah er mich aber an, der Werber! Starr, ungläubig, fassungslos. Ich sag' Ihnen mal was, sagte er und streckte mir seinen knöchernen Finger entgegen, Ich sag Ihnen mal was: Weder ich noch einer meiner Kollegen, keiner, kein einziger, nie einer, noch nie, zu keiner Zeit, keiner von uns Werbern hat jemals einen Auftrag von einer Druckerei bekommen, noch nie, niemals, nicht .... ! Und schwieg. Ich auch. Komisch, dachte ich mir, wieso bekommen die Drucker trotzdem immer Aufträge von den Werbern? Ich wurde das Gefühl nicht los, die Drucker seien intellektuell den Werbern überlegen, immer nur zu nehmen, ohne jemals geben zu müssen.

## Leistungsbereitschaft mit Renditegarantie

Ein guter Bekannter erzählte mir neulich, er kenne einen jungen Mann „an der Maschine“, der sei willens, sich weiterzubilden. Zu lernen, zu studieren, sich etwas anzueignen. So etwas hört man gerne, will man doch auch mal etwas gutes über die Jugend von heute erfahren. Was er denn so lernen oder studieren wolle, der strebsame Mensch?

Ja eben, sagte der Bekannte, das wisse er nicht, der junge Mann. Wolle etwas werden, wie man so sagt, leider jedoch wäre ihm unklar, was. Und deshalb, so des Streblings nunmehr liebste Idee, sei er geneigt, einen Kurs oder Seminar oder Vortrag zu besuchen, der ihm aufzeige, was denn sinnvoll, lohnend, vielleicht sogar sicher, in jedem Falle aber für ihn, den zu Höherem Neigenden, von Nutzen sei. Da fielen sie mir ein. Die Kennedys und Herzogs, die Koalitions-Merkels und die ollen Römer. „Frag nicht, was das Land für Dich tun kann, frage, was Du für das Land tun kannst“, hat der in Dallas ungeklärt Erschossene gesagt und Roman Herzog prägte das Wort vom Ruck, der durchs Land gehen soll oder muss. Die große Koalition, selbst wohl nicht mehr an sich glaubend, gibt die Repräsentanz an Hinz und Kunz und Dich und mich ab und sagt, ich-du-wir sind Deutschland, „Non scola sed vita docet“ (Nicht die Schule, sondern das Leben lehrt uns) philosophierten die Römer. Alle sinnierten und sprachen offensichtlich umsonst. Denn wer hätte sie noch nicht im täglichen Leben getroffen, die Nachwuchsriege, die durchaus bereit ist, zu lernen, vorausgesetzt, man garantiert, es bringt was ein. Geld, Ansehen, Status. Die Dynamischen, die alles machen, was leistbar ist, sofern die Aussicht besteht, dass es von Vorteil und Nutzen ist. Dagegen ist einerseits nichts einzuwenden. Andererseits forciert es bei mir stets den Rotweinkonsum.

Bei dem ich dann melancholisch zur Erkenntnis gelange: Das ganze Leben ist eine Baustelle. Die einen beglückt es, weil sie stets Neues vor sich haben. Die anderen betrübt es, weil sie sich (schon in jungen Jahren) aufs Reparieren und Sanieren konzentrieren. Rendite-orientiert nur so viel tun, dass der Erlös die Kosten übersteigt - und nichts zu riskieren bereit sind. Schon gar nicht „nur so“, „in den blauen Dunst hinein“ etwas zu unternehmen, von dem man nicht unbedingt weiss, wozu es nützlich sein könnte.

Unternehmertum aber ist – und bleibt – „no risk, no fun“. Das gilt für Firmen ebenso wie für Einzelmenschen. Und deshalb riet ich dem Bekannten dem jungen Studiosus in spe zu raten, doch einfach nichts zu tun, abzuwarten, bis Drucker nicht mehr benötigt, er arbeitslos würde und die Agentur für Arbeit ihn automatisch in ein Programm zu Rehabilitierung im Berufsleben einordnet. Dann hätte er noch Jahre auf Jahre Zeit, sich Kurs um Kurs, Leistungskürzung für Leistungskürzung, mit all den Alternativen zu beschäftigen und kennen zu lernen, die er längst verpasst hatte, als die Gelegenheit noch günstig war. Bei diesem Tipp war übrigens kein Rotwein im Spiel. Ich saß nämlich gerade beim Frühstück. Und klopfte genüsslich ein Weichei

## Die Speisekarte ist die Visitenkarte der Küche

Hunger hat jeder mal. Auch und vor allem unterwegs. Dann sind Restaurants oder Kneipen, Bistros oder Beizen, Gasthäuser oder Hotels – und wie sie sich alle nennen mögen – von Nutzen. Bis einem die Speisekarte gereicht wird. Spätestens an dieser Stelle denke ich regelmäßig über den Vorteil einer Fastenkur nach. Nicht der Preise der angepriesenen Speisen wegen, da erschüttert mich so schnell nichts. Nein, der Speisekarten wegen.

Ich liebe es, in die fettigen, eingeschweißten zu greifen. Wo man mit den Fingern die Ranzigkeit des Frittieröls überprüfen kann. Oder jene, die schon seit drei Generationen ununterbrochen in Gebrauch sind. Zu schweigen von denen, die mit Word und Wortart vom Enkelkind gestaltet wurden. Oder die Eiskarten, bei denen inzwischen der dritte aktuelle Preis per Etikett überklebt wurde. Ich fürchte, Sie wissen, was ich meine.

Kommt dann Kellnerin oder Ober mit der abgedroschenen Floskel „Naaaa, haben wir schon was gefunden?“ geeilt, frage ich, ganz ruhig, fast nebenbei: „Sagen Sie, wird in der Küche so gekocht, wie die Speisekarte aussieht?“ Und in den fragenden Blick, in die Pause, die immer, ausnahmslos, entsteht, muss man, bevor eine Gegenfrage kommt, noch einen kleinen, aber entscheidenden Nachsatz setzen: „Ich meine, so schludrig – wie die Karte ist?“ (Für schludrig können Sie fettig, hilflos, durcheinander oder eine andere zutreffende Eigenschaft setzen). Dreht die entnervte Bedienung nicht sofort ab und eilt von dannen (was selten vorkommt), erfahren sie meist viel über die Küche und nicht selten alles über deren Schwächen. Weil: endlich hat die Bedienung jemanden gefunden, mit der sie/er über den Frust reden kann, den man als Servicekraft nie zeigen darf. Mein bestes Erlebnis bisher: „Ich könnte verstehen, wenn Sie nichts bestellen.“ Also freue ich mich immer gautschvergnügt, wieder einmal jemand anderen bewusst gemacht zu haben, was schönes, gutes, gepflegtes, bedachtes, sorgfältiges Setzen und Drucken, was Haptik des Papier sind und bewirken. Denn spätestens mit der Aufforderung an die Bedienung, „stellen Sie sich vor, auf dem Teller sähe es so hilflos aus wie auf dieser Speisekarte“, haben Sie jemanden bekehrt. Entweder, Sie als Gast finden beim nächsten Mal eine neue Speisekarte vor, oder aber Kellnerin oder Kellner haben gekündigt, weil sie begriffen haben, in welchem Schuppen sie gearbeitet haben.

Und bei jeder Visitenkarte, die Sie bekommen, können Sie ebenso verfahren oder bei jedem Katalog und Brief, der ihnen ins Haus kommt oder überreicht wird. Denn wie sonst sollten wir in als notleidende Branche sonst noch an Druckaufträge kommen ??? Wir müssen der Welt klar machen, dass man uns braucht! Notfalls durch einen Hungerstreik, siehe oben

## Aschenputtel go home

Es gilt unter Druckern als Tabu. Die Kunden der Kunden „direkt anzugehen“. Übersetzt: Kein Drucker würde es wagen, den Kunden der Werbeagentur, die ihm gnädigerweise zu Unterselbstkostenpreisen einen Auftrag überlässt, direkt zu umwerben, unter Ausschaltung der Werbeagentur zu ihm, dem Drucker zu kommen. Um gleiches wie bei der Agentur zu bekommen. Allenfalls – warum sollte der Kunde sonst wechseln? – schneller, preiswerter, unkomplizierter. Es gilt als eines der letzten verbliebenen „ungeschriebenen Gesetze“, dies nicht zu tun. Und ist doch das unlogischste von allen.

Denn erstens, (noch) hat dieses Land freien Wettbewerb. Ergo ist es nicht verboten. Zweitens, welchen Auftrag sollte einem denn die Werbeagentur entziehen? Doch nur den, den man ihr selbst längst abgenommen hätte. Oder umgekehrt: den man vom Kunden schon erhalten hat. Und drittens: was stört einen, dass die Agentur, passiert auch nur ein einziger solche Fall, auch den Rest der Kundenbeziehung auf der Stelle streich? Was stört das einen, wenn man sich so stark fühlt wie die Agentur? Eben genau das tut man nicht. Und da liegt der Hase im Pfeffer begraben. Die Druckindustrie hat den Weg genommen, technischer Macher, austauschbarer Dienstleister, willfähriger Produzent zu sein, der immer dann ins Spiel kommt, wenn alles schon entschieden ist. Die konzeptionelle Phase hat man komplett irgendwelchen wie auch immer heißenden Agenturen und pauschal so genannten „Kreativen“ überlassen. Die Erkenntnis ist nicht neu. Allein, dies ist kein Grund, sie nicht ernst zu nehmen und doch, endlich, gerade jetzt etwas zu ändern. Denn Jahr für Jahr wird etwas passieren, was eigentlich kreativ-impulsiven, beratungs- und innovations-freudigen Druckereien entgegenkommt und zuarbeitet. Die Möglichkeiten der Kreativität werden immer enger verknüpft mit den Fähigkeiten zur Produktion dieser Ideen. Was nützt die tollste Idee, die später niemand realisieren kann oder was nützt die schönste technische Nische, wenn keiner weiß, wie sie zu nutzen ist?

Immer mehr wird gelten, übersetzt auf heutiges Vokabular: Creation, Pre-Press, Print und Finishing sind hochintegrative Prozesse. Wer das eine tut, muss das andere auch können, veranlassen, verantworten. Und deshalb gilt die Logik: da die Druckereien summa summarum mehr von Produktion und Technik verstehen als Werbeagenturen, hätten sie auch die Chance, kreativer als diese zu sein. Welches heutige Aschenputtel, sprich Druckerei, traut sich wieder, den Agenturen Paroli zu bieten?

## 500 Jahre Multimedia

Auf meinem PC kann ich fernsehen. Mein Handy zeigt mir Filme. Im Fernseher erreiche ich das Internet. Der Anschlusspreis fürs Pay-TV schließt monatlich 1 Pfund Kaffee und eine CD ein. Nun habe ich ein Problem. Denn früher sah ich auf dem Fernseher fern, telefonierte mit dem Telefon, nutze den Computer fürs Internet. Und im Kino kaufte ich mir Popcorn, wann ich es wollte. Und heute? Siehe oben. Und jetzt weiß ich nicht weiter: wo surfe ich wann mit welchem Gerät warum und wie ...

Da fiel mir die Zeitschrift in die Hand, die ich abonniert habe. Ich schaute sie an. Und war verwundert, was für ein altmodisches Produkt sie ist. Schon immer und heute auch noch kann man in ihr lesen. Man kann sich Randnotizen machen oder das Kreuzworträtsel lösen. Mit ihrem Papier kann man den Kamin anzünden, die nassen Winterschuhe trocken, etwas verpacken oder beim Umzug Gläser vor dem Zerschlagen bewahren. Man kann sie verleihen und wiederbekommen oder auch nicht, sie sammeln und bündeln, sogar kompostieren und Kindern zum Ausschneiden von Figuren und Aufkleben auf Glückwunschkarten überlassen. Aber wie gesagt, das konnte man immer schon. Die Zeitschrift ist bunt, kostet in etwa noch das gleiche wie vorher, bringt mir manchmal eine Werbebeilage oder eine CD, aber sie hat immer noch den gleichen Titel und die ähnlichen Themen. Wie immer. Nichts neues. Sie lässt sich über Jahre und Jahrzehnte aufbewahren und noch ein, zwei Generationen später lesen. Sie kann vor Gericht als Beweis dienen oder beim Wirtshausstreit dazu, jemanden über den Kopf zu hauen. Mein Hund kann sie apportieren, meine Katze zerfetzen. So wie immer schon. Mäuse mögen noch immer Papier als Kinderkuschelstubenmaterial und Kanarienvögel koten gerne in Käfigen darauf. Ach ja, im Notfall kann sie auch auf dem WC, Sie wissen schon. So wie früher. Also kam ich ins Grübeln.

Ich vergass es zu erwähnen, mein Mobiltelefon ist natürlich auch ein Radio und ersetzt meine frühere Schallplattensammlung. Und der Fernseher hat in der Fernbedienung einen USB-Stick eingebaut. In der Kaffepackung kann ich DVDs abspielen (sorry, helfen Sie mir, werfe ich da jetzt was durcheinander?). Ich kam ins Grübeln und betrachtete mir meine ganz normale Zeitschrift. Drei, vier dutzend Einsatz- und Variabilitätsmöglichkeiten. Oder mehr. Und das schon immer. Und keiner redet drüber. Man hat auch noch nie davon gehört, das, weil man sie an den Nachbarn weiterreicht, damit der auch was zu lesen hat, der Stückpreis erhöht worden wäre. Übrigens, kopieren kann ich die Seiten auch. Und plötzlich dachte ich: ist das etwa Multimedia, wirkliches MultiFunktionsMedia? Sogar eins, mit dem man klar kommt? Nächste Woche, soweit bin ich jetzt, abonniere ich mir eine neue, zusätzliche Zeitschrift. Ich hab irgendwie an diesem HighTech-Produkt Gefallen gefunden. Denn Kaffee trinke ich sowieso nicht so gerne.

## 12 Punkt Mittelachse.

Und schon bin ich enterbt. Nett, wenn man Tanten hat. Nett auch, wenn man Tanten hat, die einen Computer haben. Und noch netter, wenn die Tanten mit dem Computer etwas anfangen können. Zum Beispiel Geburtseinladungskarten gestalten und drucken. Dumm nur, dass dieses Bild da nicht rein ging, in den Computer und die Geburtstageeinladungskarte und dumm auch, dass ich gerade zu Hause war, als das Telefon klingelte. Ob ich denn nicht mal schnell ihr, siehe oben, also ob ich ihr helfen könnte. Na klar, sagte ich der Tante, sie solle doch mal gelegentlich bei mir vorbei kommen. Was sie tat. Mit einer Diskette. Ich habe seit Jahren keine Diskette mehr gesehen und wunderte mich, dass einer meiner Computer sogar noch so ein komisches Laufwerk hat. Ich werde ihn bald austauschen müssen. Und das Bild hatte sie auch dabei. Ich sollte es da rein machen. War nicht schwer. Ihr auch gezeigt, damit sie mich bewundern kann, wie leicht man solche Bilder bearbeiten kann: freistellen und zerren, drehen und farbverändern. Nein, das Bild solle so bleiben, wie es ist, meinte sie. Nun gut, woher soll sie wissen, was ich über digitale Bildbearbeitung alles weiß. Es solle da in die Mitte vom Text. Aber den könne ich ja ändern, meinte ich, weil 12 Punkt Mittelachse Arial wäre jetzt nicht so ganz das Pralle und Stand der Kunst, erlaubte ich anzumerken. Nein, es sei schön und wieso es denn nicht schön aussähe? Na ja, vielleicht weil Mittelachse ...?! Nein, Mittelachse ist vornehm, sagte sie. Aha. Aber 12 auf 14 wäre zu kompress, wagte ich zu sagen. Wieso kompress? Man könne es doch lesen! Ja schon, meine Erwiderung, aber zum Beispiel 11 auf 16 und überhaupt vielleicht, der Seriösität wegen eine Antiqua ... Ja, da war was los. Ich solle ihr helfen, nicht meckern. Ich wolle ihr ja helfen, sagte ich, schon ermattet und irritiert, weil ich ja nur ein paar Schriftsetzer-Tipps weiterzugeben beabsichtigt hätte. Aber wozu wäre dann, fragte sie, die Arial im Computer und die Mittelachse, wenn die nicht gut wären? Den Rest des Nachmittags können Sie sich denken, Sie kennen ja Lorient und Ephraim Kishon und die anderen Realisten. Das dumme ist, diese Tante ist meine Erbtante. Also nicht, dass sie von mir erben soll, eher hätte ich es mir umgekehrt gewünscht. Woraus wahrscheinlich nichts mehr wird. Denn als ich mich dazu hinreißen ließ zu bemerken, Laien – also Nicht-Gegautschte – könne ganz einfach nicht wissen, was schöner Satz sei, weil sie es nicht gelernt hatte, schlug sie mir aber die Gedichtsbände nur so um die Ohren, die sie gelesen hatte. Alle, sagte sie, alle guten hätten immer die Gedichte in der Mitte gezeigt von den Seiten. Und nicht so schräg, wie ich das wollte, Zeilen mal links und mal rechts. Ordnung, fügte sie an, Ordnung begänne auf dem Papier damit, alles in die Mitte zu setzen. Wo es hingehört. Seit diesen Stunden bin ich ein anderer Mensch. Wozu habe ich all diese Menschen gesprochen, den Herrn Frutiger und den Herrn Zapf, all die Bücher gelesen, vom Herrn Wilberg und Herrn Weidemann, all die Verlagswerke mir angeschaut von Frau und Herrn Schmidt in Mainz, und warum war ich in der Bauhaus-Ausstellung und im Gutenberg-Museum, warum habe ich überhaupt gelebt, wenn es mir noch nicht einmal gelingt, meine ansonsten doch so nette Tante zu überzeugen, dass 12 Punkt Helvetica Mittelachse keineswegs die symmetrische Mitte der Welt sei? Gutenberg, hilf mir, warum habe ich so versagt?

## Bis vier können sie zählen. Mehr nicht.

Laien wundern sich immer, wieso es möglich sein soll, mit nur vier Farben, und eine davon auch noch schwarz, Bilder in jeder beliebigen Buntheit zu drucken. Fachleute der Druckindustrie auch. Auch sie, die „Drucker“, wundern sich. Mehr noch, erklären jedem ihrer Kunden, dass es gar nicht geht. Weil, dieses ocker, jenes nachtblau, gar solch ein leuchtenden Grün oder glühendes Orange, und das alles noch auf graublauem Papier – o nein, um Gutenbergs willen, dies sei unmöglich.

„Ja“, sagen dann die Laien, „wieso denn nicht? Wir hatten früher in der Schule einen Farbkasten, der hatte 44 Farben. Wieso haben Sie nur 4?“ Und dann stehen sie da, die Fachleute. Und wissen nichts zu erklären. Über die vier Farben. Es gibt ja auch keinen Grund, nur mit vier Farben zu drucken, weil die preiswerten Tintenstrahldrucker, die für 100 oder 200 Euro, haben manchmal ja auch 6 davon. Es ist schwer, verständlich zu machen, warum wir in einer Welt, die für alles eine neue, nämlich digital-elektronische Lösung gefunden hat, in der Druckindustrie immer noch nach den Methoden der armen mechanischen Zeit gearbeitet wird. Das mag ja gute Gründe haben, die den Druckern einleuchten. Aber für Kunden der Druckindustrie sind sie nicht oder nur schwer verständlich.

Früher bekam man in einer Kneipe, wenn überhaupt, „Kaffee“, den normalen. Heute hat jede kleine von ihnen eine Supermaschine, die mindestens ein halbes dutzend und mehr verschiedene Sorten produziert. Aber die Druckindustrie mag nur mit vier Farben drucken. Um dann zu erklären, warum Buntheit seine Grenzen hat. Die Pioniere, die anfangs der Repro-Elektronik – vor rund 20 Jahren – genau diese Experimente wagten, wurden von der eigenen Branche samt und sonders totgebissen. Verhöhnt, verlacht, verspottet. Zu Außenseitern gestempelt, als Spinner gebrandmarkt, von arroganten Kritikern mit Häme bedacht. Schade. Mehr noch: tragisch.

Denn jetzt, wo die Elektronik uns Rechenleistung „ohne Ende“, technische Möglichkeiten in Hülle und Fülle bietet, wo wir in der Lage wären, rein farbphysikalisch die Welt in bunten Druckfarben erstrahlen zu lassen, haben wir unsere stumpfen, matten vier Grundfarben. Und müssen uns mit Lack oder Folie behelfen, wenn wir mal glänzendere als nur die Einheitsfarben-Ergebnisse präsentieren wollen. Da nimmt es nur wunder, dass die Kunden so geduldig sind und dieses hinnehmen, als sei es unabänderbar. Das Wunder der Druckindustrie ist nicht, dass sie so gut drucken kann. Das Wunder ist, dass sie solch geduldige Kunden hat. Aber wahrscheinlich, weil die sich schon längst nicht mehr über etwas wundern, was die Druckindustrie tut und macht oder nicht tut und nicht hat. Noch nicht mal über vier Farben mehr.

## Ist Typografie eigentlich strafbar

Obwohl nicht mehr ganz jung an Jahren, telefoniere ich gerne. Auch und gerade mit dem Mobiltelefon. Und, ganz im Trend, würde ich mir ja gerne ein neues Handy zulegen. Und den Tarif wechseln. Allein, wie soll ich das tun? Nicht, dass ich nicht erkennen könnte, dass mir (fast) alle Mobiltelefone geschenkt werden. Nicht, dass ich nicht begreifen würde, dass ich mit gerade mal lächerlichen 10 Euro pro Monate ein Wochenende lang telefonieren kann, 200 SMS versenden und mir die Eintrittskarten für die Oper oder anderes per Mobiltelefonerätastendruck kaufen könnte. Nicht, dass ich nicht wüsste, jeder der vielen Provider möchte mich gerne als Kunden haben. Da steht ja da in dick und fett, groß und konturiert, farbig und im zackigen Stern. Und dahinter steht dieses verflixte Doppelzeichen, das Sternchen und die Klammer. Will sagen: Lies bitte das Kleingedruckte. Aber wie denn? Wir als alte Handsetzer haben ja noch, als wir jung waren, flink-schlanke Finger gehabt, die Nonpareille als geradezu klobig empfanden, die Perl sicher handhaben konnten, die selbst Diamant noch halten konnten und auch schon mal mit Brillant umgehen (für alle unter 50 Jahren: 6, 5, 4 und 3 Punkt Schriftgröße). Damals konnten wir das noch hand-haben (wortwörtlich) und es lesen!

Aber heute mit +1,75 Dioptrin doch nicht mehr. Und so stehe ich da, vor der Reklame der T-Com und O2, Vodafone und was-weiß-ich und kann das Kleingedruckte nicht mehr lesen. Das, wo drin steht, dass ich mich für zweihundert Jahre auf irgendwas verpflichte und nach 6 Monaten sowieso die doppelte Gebühr fällig sei oder das Grundstück verpfändet sei, falls ich mal die Telefonrechnung nicht zahle. Ich weiß es ja nicht. Ich kann es ja nicht mehr lesen. Im deutschen Recht (haha, was, bitte, ist Recht? Erst gar: was ist rechtens?) heißt es doch, man müsse Sorgfaltspflicht anwenden im Geschäftsleben. Ab wie viel Punkt hört die Sorgfalt auf? Ist eine hellgrau gedruckte 6 Punkt schmalmagere Sanserif noch lesbar, rein juristisch gesehen? Gehört die Lupe oder das Mikroskop zur Pflicht-Ausstattung eines älteren Menschen, der einen Mobiltelefonvertrag schließen will? Muss man sich eigentlich alles gefallen lassen? Aber wieso nur Telefone? Letztens wollte ich Nudeln kochen. Internationale Nudeln. Mit Inhaltsangaben in rund 23 Sprachen auf der zerknitterten Cellophantüte. Und da suchen Sie mal eine Kochzeit. Oder ich wollte den Rasenmäher zusammenbauen. Mit technischen Zeichnungen, die auf 18,5 % oder so ähnlich verkleinert waren. Überhaupt: ich dachte immer, Typographie sei dienend. Mitnichten. Sie ist im Geschäftsleben noch nicht einmal mehr strafbar. Und wofür habe ich jetzt Setzer gelernt, wenn man Schrift unlesbar machen darf?

## Der Letzte beißt uns Hunde

Wenn Sie so um die 40,50 Jahre alt sind, werden Sie schon viele Freunde verloren haben. Freunde, die versichert hatten, Ihnen bis ans berufliche Lebensende zur Seite zu stehen. Freunde, die von sich behaupteten, die Besten, die Größten, die Stärksten zu sein. Freunde, die einfach weggekauft wurden oder pleite gingen. Kurzum: Freunde, die man gemeinhin „Lieferanten“ nennt. Und von denen viele zugleich auch Hersteller waren. Unikat-Verteidiger, Neuheiten-Macher, Exklusivitäts-Versprecher.

Was übrig blieb aus der schier unüberschaubaren Schar an dedizierten Herstellern speziell für Satz, Repro und Druck, sind einige wenige „Weltmarktführer“, Mono- und Oligopolisten, also solche, die (fast) allein im Markt sind. Die Liste der Lieferanten der Druckindustrie ist nach wie vor lang, weil viele - vor allem kleine - Anbieter hinzugekommen sind. Allein, die „Säulenheiligen“, die geradezu fundamentalen, sind immer mehr verschwunden, verblieben ist nur eine kleine Gruppe von „Big Playern“. Und wir als Käufer, Investoren, Nutzer werden immer abhängiger von ihnen. Weil es keine Aus-wahl mehr gibt, weil man nicht mehr, wie früher, die Lieferanten gegeneinander „ausspielen“ oder austauschen kann.

Was erwartet uns da am Ende des Tages? Ein kleiner Buch-stabendreher macht es klar. „Den letzten beißen die Hunde“, sagt das Sprichwort und meint, jemand, der als einziger zurück-bleibt, hätte keine Chance mehr. Bei den Lieferanten der Druckindustrie ist es genau umgekehrt: „Die Letzten beißen die ‚armen Hunde‘“, nämlich die Investoren, die auf Gedeih und Verderb auf die wenigen Anbieter angewiesen sind. Einzig, indem die Investoren auch „wegsterben“ und die Um-sätze schon aus diesem Grunde weniger werden müssen, ließen sich marktdominante Anbieter preislich oder mit sonstigen Konditionen „zur Vernunft bringen“. Aber was ist das für eine Alternative: Sich selbst vom Markt zu tilgen, nur um eine bessere Chance zu haben, durch Investitionen zu überleben? Willkommen im Wahnsinn. Willkommen in der Realität!

## Verbietet Chinesen, Inder und andere

Die Amerikaner sind spitze, wir Europäer nicht viel weniger. Im Verbrauch von Papier. So um 250 bis 330 kg entfällt davon auf den statistischen Kopf der Bevölkerung. Auf eine Bevölkerung, die grob gerechnet gerade mal ein Sechstel der Bevölkerung der Welt ausmacht. Und wiederum vereinfacht betrachtet: all die von uns „alten Industrienationen“ mit so viel Hoffnung (auf Umsatz) bedachten großen und kleinen „Tigerländer“ (so genannt, weil „auf dem Sprung“) vor allem in Asien beherbergen rund 40-45 % der Weltbevölkerung. Und verbrauchen – bis jetzt noch – ungefähr ein Viertel der Weltpapiermenge. Wer von der Schule her noch weiß, was Dreisatzrechnung ist, braucht eigentlich nicht den Rechenstift zur Hand zu nehmen.

Die Logik ist klar: Wollte man diese Wachstumsmärkte auch nur annähernd mit Papier ausstatten, wie wir es von uns gewohnt sind, brächen alle Versprechungen der Papierindustrie, „lieferfähig“ zu sein, in sich zusammen wie das sprichwörtliche Kartenhaus. Russlands Wälder: schon viel zu viel Raubbau und mehr Abholzung könnte zu ökologischen Katastrophen führen. Länder wie Indonesien: bald entwaldet. Europa: es reicht für die Eigenproduktion, eine Verdoppelung oder Verdreifachung des Holzeinschlages wäre allenfalls ein paar wenige Jahre durchzuhalten. Abgeholzt ist schnell, allein am Nachwachsen mangelt es. Kanada: groß, aber auch nicht über Jahrzehnte abholzbar, ohne auch hier die Natur katastrophal zu zerstören. Südamerika: wehe, wenn der Resturwald stirbt, das Weltklima kann es nicht verkraften. Wohin wir schauen: noch herrscht einigermassen Gleichgewicht (obwohl man auch dies vehement bestreiten könnte), aber eine Produktionsausdehnung für Papier und Pappe: nur begrenzt möglich. Trotz und mit Recycling. Was bedeutet: die neuen Industrienationen sind darauf angewiesen, digital-elektronische Informationssysteme „in breiten Schichten der Bevölkerung“ einzusetzen – und können uns Altindustrieländer damit technologisch klar abhängen. Oder wir müssen demnächst für den Papierverbrauch einen Erlaubnis-Antrag stellen. Das wäre eine Gaudi: ein jeder muss begründen, warum wir etwas drucken (lassen) wollen. Wetten: auf einen Schlag wäre die Hälfte der Drucksachen entbehrlich.

Frage: warum fangen wir nicht schon einmal an, still und heimlich in unseren Köpfen solche Anträge zu formulieren? Vielleicht kommen wir dann drauf, wie wir Drucksachen so gestalten, dass der Papierverbrauch auch moralisch gerechtfertigt ist. Oder wir verbieten Chinesen, Inder und das Weltwirtschaftswachstum. Dann können wir alleine gedankenlos so weitermachen, bis der letzte Stamm gefällt ist.

## Je dümmer die Kunden, desto größer die Not.

Der Kunde ist König. Oho. Was, wenn der König strohdoof ist? Mmmh. Im richtigen Leben eignen sich ulkige Potentaten immerhin noch als Witzfiguren einschlägiger Gazetten. Aber im Wirtschaftsleben? Da brutzelt und würzt der Koch den Edelfisch auf die Sekunde und auf den Hauch von exotischem Beiwerk genau – und der Gast bestellt dazu Kamillentee, oder Limonade, oder Kakao.

Der Kunde sucht so lange nach einer Stereoanlage, die zwischen 4 und 40.000 Herz jeden Ton verzerrungsfrei wiedergeben kann, um dann nur noch die Volksmusikschlagerparade über Kurzwelle zu hören. Oder die Druckerei führt ein Color Management ein, und der Kunde besteht darauf, zum Abstimmen der Farbe an die Maschine zu kommen. Kunden als Störfall. Die volle Realität. Immer mehr Werbeagenturen klagen (heimlich, still und leise, aber immer intensiver) darüber, dass Marketing- und Produktmanager, halt ihre Kunden und Auftraggeber, nichts, aber auch gar nicht von Werbung, Kommunikation und Effizienz der Medien verstehen. Mit der Folge, dass man bei Präsentationen darüber diskutiert, ob Helvetica 12 Punkt Mittelachse, wie man es auf dem Büro bevorzugt, in Drucksachen eigentlich nicht so schön sei. Nur über das Konzeptionelle und das Geniale einer Kampagne fällt kein Wort. Und auch nicht, wenn Druckereien ihren Druckunterlagen-Vorlieferanten bestimmte Distiller-Subsets für die PDF-Generierung empfehlen. Womöglich noch Standards, die sich europa- oder weltweit heranbilden bzw. bewährt haben und die nachweislich massiv Probleme lösen. Die Kunden, die Könige – sie wissen einfach nichts damit anzufangen. Und ignorieren es.

Die Amerikaner, wie immer pragmatisch-robuster, kennen den Begriff „customer education“. Und was tun wir uns schwer damit: Kundenerziehung? O Gottogottogott. „Vorschriften“? Neeiiiiiiiiinnnn! Allenfalls: Empfehlungen, Ratschläge, Hinweise, Vorschläge. Man kann dem Kunden doch nichts vorschreiben! Nein, kann man nicht? Immer wenn ich fliege, schreibt mir die Fluglinie vor, wie ich mich zu verhalten habe. Pünktlichkeit, Benehmen, Essen und Trinken. Immer wenn ich einen Kredit haben will, sagt mir die Bank, was ich zu tun habe, damit man ihn tilgt. Immer wenn ich eine Kneipe eröffne, kümmern sich dutzende Behörden darum, was ich darf und was nicht. Immer wenn ich zum Arzt gehe, muss ich mein Leben ändern. Nur wenn ich drucken lassen will, dann kann ich mich so naiv-doof anstellen, wie ich will. Mein Diener, der Drucker, freut sich und nickt, stimmt mir zu und macht alle Fehler wieder weg, die ich mache. Ein Drucker, der mal nein sagt? Wie denn, es könnte doch Umsatz verloren gehen. Und weil das so ist, wissen inzwischen alle Kunden der Werber und der Druckindustrie: Es ist ganz leicht, etwas gestalten und drucken zu lassen. Denn wenn es schief geht und nichts nützt, sind immer die Werber und die Drucker schuld. Als Kunde auch noch Kenntnisse über die richtige Anwendung haben und mitbringen? Warum denn? Ist doch gar nicht so dumm von den Kunden, oder

## Eine Unmöglichkeit namens Farbe

Selbst die Sonne kann es nicht. Von wegen, sie schiene mit 6.500 Grad Kelvin oder so ähnlich. Haben Sie schon mal, Whiskyglas in der einen, einen netten Partner in oder an der anderen Hand, einem Sonnenuntergang zugeschaut (Key West eignet sich beispielsweise hervorragend dazu): Selbst die Sonne kann es nicht. Wird einfach schamrot und versinkt im Meer. Meine Oma kann es auch nicht. Die hat noch einen Fernseher aus der guten alten Zeit, so um die 10 Jahre alt. Mit Farben, die ihr genügen, da die Welt, die im Fernsehen gezeigt wird, eh so schlecht ist. Da mag es mir bei ihrer Bildschirmfarbe auch noch werden. Oder das Zugabteil, in dem ich öfters unterwegs bin, kann es auch nicht. Mit pdf-colormangement-highquality-standardoffset-undercolorremoval-holzfreiweißgebleichtpapier-farbenen Bilder so umgehen, dass die Designr, die sich die Nase über der Farblupe plattgedrückt haben, zufrieden wären. Und das Fernsehgerät meiner Oma kann nicht wiedergeben, was der Starregisseur beim albernem Commercial für einen Aufwand getrieben hat, als ihm Scheinwerfer 23 oben rechts 2 lux zu hell war.

Wir alle leben in farbungenormten Welten. Mal scheint die Sonne so, mal so, mal ist es regentrübe. Die Mattscheibe altert. Das Kunstlicht flackert, im Tunnel mischt es sich zufahrenderweise nicht so sehr mit grellem Sonnenlicht. Mein Auge ist eh belastet, weil ich gestern Kegelabend hatte. Und ob die Krawatte zum Jacket passt, darübe streite ich mich wonniglich seit 36 Ehejahren mit der besten aller Ehefrauen. Was also meinen wir gegautschten oder per Designerpreis veredelten Fachleute der Druckindustrie eigentlich, wenn wir das Wort „Farbqualität“ in den Mund nehmen? Ich meine, was meinen wir wirklich damit? Mir ist das in nunmehr 41 Berufsjahren noch nicht klar geworden, außer, dass man immer und ewig darüber reden kann. Aber zwei, die über das gleiche reden, habe ich auch noch nicht getroffen. Nicht, dass ich mies gedruckter, mattscheibenflauer Farbe das Wort reden wollte. Aber Qualität, ist das nicht, wenn mich der Inhalt, das Gezeigte, die Phantasie, die damit erweckt wird, mich emotional berührt, mir „etwas gibt“? Ich habe letztens ein Schwarzweißbild gesehen und war erschüttert. Emotional betroffen. Mental bewegt. Meine Gedanken wurden andere. Wie gesagt, das Bild war schwarzweiß. Und spätestens ab diesem Moment ging es mir nicht nur auf den Keks, das Farbqualitätsgelaber, ich hielt es auch für so unsinnig-unmöglich, wie sie nur Toren zuwege bringen.

## Marke-Ting

Sie sollen Met dabei getrunken haben, die alten Germanen und Wikinger, rauflustig und streitsam soll es zugegangen sein und alle saßen unter einer alten Eiche. Ting, das Gericht. Marke, die Mark, das Mark. Der Wert, die Münze, das Innere. Was auch immer gemeint sein mag, es geht um das Wichtige, das Wertvolle. Marke Ting, das Urteil über den Wert.

Wer ist Richter, wer Schöffe, wer Zeuge, ja, wer ist überhaupt angeklagt, wer verteidigt? Und um was geht es überhaupt bei diesem Ting, außer um Grölen, Wehklagen und das Aufstellen kühner Behauptungen. Denn was sonst ist Marketing unserer Tage anderes als das vehemente Vortragen von Versprechungen, das laute Lamentieren, man hätte recht und alle andere müssten dies einsehen, und viel Lärm um immer mehr Nichts. Zu Urteilen hat „das Volk“, „die Verbraucher, Konsumenten“, „der Markt“. Dies sind Richter und Schöffen in einem, Geschädigte und Betroffene allemal. Doch dass es eben zu diesem Streit, zur recht aggressiven Auseinandersetzung kommt, ist immer mehr und immer öfter Schuld der Marketing-Täter, nicht der Marketing-Opfer. Weil heute das eigentliche Marketing immer mehr durch bloße Werbung ersetzt wird. Werbung, die nur grölt, ohne etwas zu sagen zu haben. Marketing, das ist eigentlich so etwas wie eine Mutter-Aufgabe, wenn es denn erlaubt ist, in platten Vorurteilen zu schwelgen. Nämlich etwas Behutsames, Pflgendes, Bedächtiges, Wohlwollendes, Verantwortungsvolles, auf Harmonie bedachtes.

Marketing ist die Begleitung des Heranwachsens und Erwachsenwerdens einer Marke, eines Images, eines Wertes, einer Botschaft, einer ideellen Wertvorstellung, hat mit Treu und Glauben, mit Offenheit und Ehrlichkeit zu tun. Eine Marke ist – pardon noch einmal für die Plattitüde – die Sorge und das Behüten des eigenen geistigen Kindes. Doch dies wird immer mehr dem rauflustigen Streit geopfert: den Marktanteilen, dem Shareholder-value, den Benchmarks, den juristischen Winkelzügen, dem Täuschen und Tarnen, nicht selten auch Lug und Betrug. Und vor allem: wo kein Kläger, da kein Richter? Richter wären wir alle. Wenn wir, in unserem beruflichen wie privaten Bereich, als Investoren, Käufer, Konsumenten mehr Verantwortung übernehmen und Werte wie Qualität und Verlässlichkeit, Service und Beständigkeit in den Vordergrund stellen, anstatt einzig und allein dem Preis, dem Rabatt, dem momentanen Vorteil das Urteil zu überlassen. Ob wir als Verbraucher Recht bekommen oder Rechte haben, bestimmt nicht das Marketing. Sondern unser Kaufverhalten. Unser Marke Ting.

## Das öffentliche Leben

„Wenn das die Öffentlichkeit erfährt!“ Solche Schreckensrufe sollen in Vorstandsetagen und politischen Hinterzimmern oft dem Busen entfahren, wie Schiller dichtet, um dann abends mit schreckensbleichem Mund, wie Schiller dichtet, die Szene zum Tribunal werden zu lassen. In der Tageschau, bei Sandra oder Sabine, bei Harald oder Johannes B. „Wenn das die Öffentlichkeit erfährt!“.

Wozu der Schrecken, sie tut es doch allethalben. Im Intercity wie im Warteraum, bei hausgemachten Pasta beim Edelitaliener und auf der Herrentoilette der CeBIT. Denn wenn es darum geht, dem Handy zu gehorchen, werden Männer zu Freipinklern, Frauen zu Nudel-Kaltwerdlasserinnen, Anwälte zu Lautsprechern, Manager zu Kasernenhof-Schreispießen und die Öffentlichkeit genervt, genervt, genervt.

Das Nerven wäre ja noch hinzunehmen, gäbe es nicht so etwas wie Diskretion und Betriebsgeheimnis. Pro Landung im Flugzeug erfahre ich im Shuttlebus oder bei der Gepäckausgabe mindestens drei Vertragsabschlüsse, zwei Vorstandsentscheidungen mindestens 28 mal die Tatsache, dass Schatzi schon mal die Kartoffeln aufsetzen kann. Die Kartoffeln sind das Harmlose, das andere nicht. Neulich unterhielten sich drei Männer aus der Verlagsbranche über die intimsten Details der Schwierigkeiten ihres Vertriebs, nannten Projekte und Auflagen, Preise und Rabatte. Laut, lustig und ausführlich, denn das fünfte oder zehnte oder was weiß ich Bier war längst bestellt. Eben, wenn sie dann den Großauftrag bekämen, nein Nachdrucken wär' zu teuer. Dann lieber den Kunden abwimmeln.

Dass ich just an diesem Tage von einem Gespräch bei der unmittelbaren Konkurrenz kam, das wussten sie nicht. Und dass ich aus der Branche komme, auch nicht. Biertisch, Handy – längst findet ein öffentliches Leben statt, bei dem wir nur noch Schmunzeln können, wenn wir uns zurückerinnern, wie man früher Angst vor Industriespionage hatte. Längst wird alles öffentlich ausgeplaudert. Und was nicht verplaudert wird, ist auch nicht von Belang. Da ärgere ich mich inzwischen um die schäbigen (meist) Kerle, die mit dem Bluetooth-Headset rumlaufen oder diese alberne Handynabelschnur am Jacket hängen haben. Verlixt, die sprechen so leise, da vesteht man nix. Rein gar nix, kein einziges Geheimnis. Haben die etwas zu verbergen? Müssen die keiner Unterrichtungspflicht der Öffentlichkeit gegenüber genügen. Deshalb, wenn Sie demnächst wieder mal so einen Nuschler sehen: hingehen und sagen, er solle laut und deutlich sprechen. Denn wir alle wollen wissen, was unsere Mitmenschen zu verschweigen haben. Alles.

## Öl für die grauen Zellen

Kennen Sie die Mütter, die, wenn das Baby auch nur hickst, in Panik geraten, an unheilbare Krankheiten denken und am liebsten die Wohnung desinfizieren? Und beim Durchfall des Kiemen Schreikrämpfe kriegen? Sie kennen das? Na klar, Sie arbeiten ja auch in einer Druckerei. Dort ist das üblich. Sobald auch nur etwas an der Maschine knarrt, knorrzt und knurrt, rücken Monteurtropps an, wird das Aggregat über Nacht zerlegt, steht die Bude still. Geheiligt sei die Maschine. Fehlt ihr ein Tropfen Öl, schläft der Chef tagelang nicht mehr. Für alle, die in einer Druckerei arbeiten, ist das üblicher Alltag.

Für diejenigen Druckerei-Mitarbeiter allerdings, die angeblich nicht arbeiten, die „feinen Pinkel auf dem BÜKT also, gilt das nicht. Die können knurren und knorrzen, weil ihnen der Schädel raucht oder der Job überfordert, die können Burnout-Syndrome zeigen, bis das Herz Kapriolen schlägt. oder von manisch-depressiven Hormonwellen überschwemmt werden: Sie sollen sehen, wie sie klar kommen. Öl fürs Gehirn, sprich Aus- und Weiterbildung, Seminare, Work-shops, Kongresse?

Um Gottes Willen, was soll das denn kosten? Mal ins Ausland fahren, um sich etwas anzuschauen? Ja, wozu kann man denn beim Lieferanten Einladungen erschnorren? Wäre ja noch schöner, wenn einige Angestellte sich auf Kosten anderer einen schönen Tag machen... Schwarm-Intelligenz, Knowledge-Initiative, virtuelle Teams, Learning on demand - alles Quatsch? Wer so denkt, hat wenig begriffen. Es mag gute Gründe für einheitliche Arbeits-, Zeit- und Entlohnungsmodelle geben. die im Sinne von Flächen- und Haustarif universelles Allgemeingut sind. Allein, es gibt immer mehr Argumente, die solche „Gießkannen-Prinzipien" als fortschrittshemmend entlarven. So, wie jede Maschine ein maintenance schedule, einen Pflege- und Wartungsplan braucht, brauchen dies auch Mitarbeiter. Weil jeder andere Konditionen braucht, um immer einsatzbereit zu sein. Von dieser Erkenntnis sind selbst gute Betriebe noch weit entfernt.

## Von Masochisten und Sadisten

Wenn ich Druckaufträge zu vergeben habe, gehe ich immer ins Sado-Maso-Studio. Da sind sie dann alle, die Drucker. Und warten darauf, schlecht behandelt zu werden. „Hau mich. Oder gib mir wenigstens einen Druckauftrag.“

Blühender Quatsch? Nein, Marketing der Druckindustrie. Der dümmste aller dummen Marketing-Sätze feiert fröhliche Umstände: „Fordern Sie uns!“ Eine Metapher aus dem SM-Studio: Schlag mich. Feste! Oder wie oder was? Denn was sonst soll der Satz bedeuten als „Lieber Kunde, quäle uns, mach uns fertig, stell uns vor die schwierigsten Probleme, lass uns scheitern! Bitte, bitte!!!!“? Oder „Ja, Herr und Kunde, Du bist mein Gebieter. Ich bin nur Dein Sklave. Fordere mich. Zeig's mir!“ „Fordern Sie uns“. Nicht der Anfang vom Ende, sondern das Ende allen Anfangs. Des Anfangs einer Partnerschaft auf gleicher Augenhöhe. Einer Partnerschaft unter tolerant-verständigen Menschen. Weil, wer fordern kann, hat die Macht, die Hoheit, das Sagen. Und wer fordert, gefordert zu werden, will sich der Macht unterwerfen. Was will er sonst damit ausdrücken? Etwas: „Hähä, Du blöder Kunde, du dummes Ding, Du kannst uns gar nix, wir sind besser als Du. Hähä, Du hast ja keine Ahnung. Wir zeigen Dir, wie leicht es ist. Hähä, hähä.“? Soll es das heißen? Zu was, wenn man es ernst nehmen will, soll die Druckerei herausgefordert werden? Oder will sie nur sagen: Jeder Auftrag ist eh ein Sch...-Job, bei dem alles Mögliche schief geht oder schief gehen kann, jeder Druckauftrag, egal welcher, ist ein Risiko. Ein Abenteuer. Eben eine Herausforderung. Die man bestehen kann. Oder auch nicht.

„Fordern Sie uns“. Wie könnte man leichter, eleganter, direkter und intensiver Kunden sagen, wie schwierig Drucken ist. Wie unsicher, wie unberechenbar, wie sehr von Zufällen abhängig. Eine tolle Werbung treiben da die Drucker in ihrem Wahn, sich als Strahlemänner inmitten des Chaos präsentieren zu müssen. Bis eines Tages der Kunde kommt, der zum Drucker sagt: „Fordern Sie mich.“ Was sagen dann Drucker? Hätten Sie eine Antwort? Sie nicht?! Aber die Realität schon. Denn während viele Druckereien noch darauf warten, gefordert zu werden, haben viele Kunden schon längst zugeschlagen und produzieren bis zum PDF-File alles selbst. So ist das eben. Wer ins SM-Studio der freien Marktwirtschaft geht, kommt als geprügelter Hund wieder raus

## Frauenpower statt Männer-macht!

„Smart industries“, neu-intelligente Industriezeige und Branchen, so geht das Gerücht, hätten einen Frauenanteil von mindestens über 30 Prozent. Ideal, so eine andere These, sei die „natürliche Ordnung“ von fifty-fifty. Nun, so gesehen ist die Druckindustrie alles andere als smart. Was sich auf ihre Entwicklung auswirkt. Frauen nämlich, Ausnahmen soll es geben, tun das, was ihnen einleuchtet. Männer, Ausnahmen sind zu suchen, tun das, was ihnen Spaß macht. Und am meisten Spaß macht ihnen, ein Held zu sein. Ergo fallen die meisten Investitionen und strategischen Entscheidungen heldenhaft aus. Nicht, dass sofort etwas erreicht wäre. Nein, man bereitet sich mit der Entscheidung oder Investition neue Schlachtfelder vor. Die neue Maschine, voll im Griff, schon Aufträge dafür? Ach was, als Held kämpft man erst einmal damit und darum. Messen, Prüfen, Nomen, Standards, der ganze Quali-Quatsch? Ach was, ist nur was für schwache Frauennerven. Starke Männer kämpfen mit und um die Farbe. Starke Männer besiegen Physik und Chemie. Und starke Männer weinen nie. Allenfalls die ängstlichen Frauen. Vor allem, wenn sie als Buchhalterin die Familienkasse bewachen.

Der Samstag ist so ein Tag, an dem der Chef bei seinem Chef, seiner Frau antanzen muss und den Kontostand zu erklären hat (weil er ja freitags schon wieder eine Maschine bestellt hat). Und eben dann zeigt sich der Mann: er wird darum kämpfen! Um was? Ach, egal. Hauptsache Kampf. Frauen scheuen das Risiko. Sagt man. Dennoch oder deshalb (na dann kämpfen Sie mal um die Erkenntnis, was richtig ist) hat die Natur es so eingerichtet, dass vorsichtshalber die Frauen Kinder bekommen. Um das Risiko zu minimieren. Und ganz kluge Männer (gibt's die wirklich?) überlassen sogar ihren Frauen die Entscheidung über Investitionen. Weil, wenn sie dann zu kämpfen haben, die Männer mit den Investitionen, werden sie selbst von Frauen bewundert. Und das tut sooooo gut.

## Vom Sinn und Unsinn der Ökologie

Ökologie – ein Fremdwort macht Karriere Was es bedeutet? Nun, vom Griechisch-Unterricht in der Volksschule her wissen wir ja noch, oikos ist das Haus, die Wohnung, logos heißt die Lehre. Es ist die Wissenschaft vom guten Haushalten. Ökologie lehrt uns, wie wir uns wohnlich einrichten – in dieser Welt. 1866 wurde es zum ersten Mal als Wort benutzt, der Biologe und Philosoph Ernst Haeckel ist der Wortvater. Gleichwohl ist der Gedanke selbst schon Jahrtausende alt. Keineswegs eine Erfindung moderner Grüner, keine temporäre Modeerscheinung. Kein bloßer Trend und keine Freiwilligkeit. Es ist die Frage, ob wir überleben werden. Denn Ökologie beruht auf dem Prinzip des Gleichgewichts. Nicht mehr zu verbrauchen als nachwächst oder man nichts zurückgeben kann Nicht mehr Schaden anzurichten, als Nutzen gestiftet wird. Keine Energie aufzuwenden, wo Kraft nichts bewirkt. Nicht davon zu profitieren, was anderen Nachteile bereitet. Also könnte man auch sagen: Ökologie ist Ethik, Respekt, Toleranz. Und hat nichts mit Selbstverleugnung oder Verzicht zu tun. Es ist das Einfügen des Ichs, des Eigenen, des Individuellen in die Gesamtheit der Dinge. Und zwar ein synchrones, stimmiges, auf Dauer verträgliches und „machbares“ Einfügen.

Will sagen: Ökologie ist die Intelligenz des langfristigen Überlebens. Was den Umkehrschluss zulässt, dass, wer überleben will, sich ökologisch verhalten MUSS. Und in Bezug auf die Betrachtung der Realität die logische Schlussfolgerung, dass die wenigsten Betriebe und Unternehmungen überhaupt eine Überlebenschance haben, es sei denn, sie rauben und richten Schaden an. Was massenhaft, gewissermaßen als „Normalfall“ permanent und gesellschaftlich geduldet, nein, sogar gefördert, geschieht. Ökologie zu verlachen, zu verhöhnen, als abwegig zu erklären ist chic und en vogue, üblich und soll ausdrücken, dass man über den Dingen steht. Es ist so klug, wie ein Mensch klug ist, der verleugnet, sterblich zu sein. Für Ökologie hat diese Wirtschaftsordnung wenig übrig. Hatte, gilt es berechtigter Weise zu korrigieren, denn immer mehr Unternehmer und Manager entdecken, was Ihnen bislang verborgen geblieben ist. Den Weg der Nachhaltigkeit. Vielleicht ist es noch nicht zu spät. Oder doch? Wann immer Anbieter ökologischer Ideen und Produkte Bericht erstatten, sagen sie eins übereinstimmend: Wegen ein paar Cent Einsparung beim Einkauf sind 99 % aller Menschen bereit, die schlechtere Alternative zu wählen, nämlich Schaden in Kauf zunehmen. Möglichst auf Kosten der Allgemeinheit. Wofür es auch ein Fremdwort geben sollte: „Blödologie“.

## Generation Hilflos

Wer nichts wird, wird Wirt. Sagte man früher. Heute auch noch, in einer kleinen Variante: Wer nichts wird, wird Betriebswirt. Dies zu studieren heißt, alles über nichts zu wissen. Und nicht alles. Die zweitbeste Form, zu studieren, ohne etwas richtiges zu lernen, ist das weite Feld der Kommunikation. Kommt beides zusammen, betriebswirtschaftliches Halb- und kommunikatives Nichtwissen, tritt man am besten ein Volontariat in einer PR-Abteilung oder -Agentur an, von wo aus man dann direkt Pressesprecher werden kann. So jedenfalls erscheint mir heute jene „andere Seite des Tisches“, die ich in der Redaktion täglich in Form von Pressemitteilungen erlebe.

Liebe Leser, meine Kolleginnen und Kollegen Redakteure trauen es sich ja nicht, da sei das heilige Anzeigengeschäft davor, es offen zu sagen, aber was Fachredaktionen heute täglich per Email, Brief, Anruf und CD-ROM vorgesetzt bekommen, gehört größtenteils in die Kategorie „Ablage P“. Ungelesen in den Papierkorb. Weil es von Menschen verfasst ist, die keine Ahnung haben, dass sie keine Ahnung haben. Ausnahmen lassen einen überleben, hoffen, weiterarbeiten, bewahren die Flasche Schnaps davor, schon vormittags gelehrt zu werden. Ihnen als Leser wird, schätze ich mal, 80 Prozent aller wissenswerten, nützlichen, sinnvollen, brauchbaren Informationen schlichtweg vorenthalten, weil PR-Tussies und Kommunikations-Rambos in den Verlautbarungsabteilungen der Unternehmen und ihrer eifernden Dienstleister schlichtweg nicht in der Lage sind, „Nachrichten zu machen“, wie es beim (guten) Nachrichtenmachen heißt. Sie stehen hilflos vor Fakten, die sie schon deshalb für eine Story halten, weil sie selbst noch nie etwas davon gehört haben. Sie berichten über Dinge, die keiner wissen will und sie werden niemals konkret, wenn man etwas Bestimmtes wissen will. Sie labern und loben, süßen und kopieren sich so lange gegenseitig, bis der Content, der Inhalt, die Nachricht, völlig unwesentlich geworden ist, Hauptsache, es geht eine Pressemitteilung raus. Die Generation Hilflos zelebriert sich selbst. Auf der Strecke bleibt der Journalismus.

Fachzeitschriften sind, genau wie andere Publikationen, nun einmal von Redakteuren beschriebene Rückseiten bezahlter Anzeigen. Wenn aber die Anzeigen-Kunden nicht mehr wissen, was sie in die Anzeigen schreiben sollen, wenn sie nicht das Geld haben, solche zu ordern und zu schalten, wenn sie statt dessen von Leuten, die von der Sache nichts verstehen PR-Mitteilungen verfassen lassen, die die Leser nicht mehr verstehen, dann ist passiert, wovor Betriebswirtschaft und Kommunikationslehre warnen: Angebot und Nachfrage haben keine Kongruenz, Übereinstimmung mehr, die Leser werden nicht mehr „dort abgeholt, wo sie zu Hause sind“. Wenn Sie als Leserin und Leser demnächst wieder einmal entnervt eine Fachzeitschrift zuschlagen und der festen Meinung sind, nun reicht's, verzweifeln Sie bitte noch nicht. Tausende studierter Hilfloser sorgen dafür, dass alles noch schlimmer wird.

## Wohl dem, der Winzer oder Koch ist

Wer sich Sterne und Mützen erkocht, wer in einem Fachblatt zum Winzer des soundso ausgerufen wird, hat es geschafft. Viel Ehre, wenig Geld (denn Qualität zu halten ist teurer, als sie üblicherweise zum Gewinn beisteuert).

Druckereien dagegen haben wenig Ehre – und wenig Geld. Weil sie keine Kritiker haben, sondern nur Meckerer, Stänkerer, Verteufler. Weil keiner die Güte und Qualität auszeichnet und Premium-Preis zu zahlen bereit ist, sondern immer nur an Mängeln und Fehler mäkelnd und die Rechnung kürzt. Weil es keine Enthusiasten für gutes Drucken (mehr? – gab es sie jemals?) gibt. Weil die Öffentlichkeit gar nicht einschätzen kann, überhaupt nicht im Ansatz weiß, was gutes Drucken ist. Was gutes Essen ist, wie guter Wein schmeckt, das wissen heute mehr Menschen als früher. Dafür sorgen tausende von Initiativen, Zeitschriften, Kritiken, Skandale und Mythen in der Gastronomiebranche. Darüber gibt es Bücher, Listen im Internet, Auszeichnungen, öffentliche Galas. Die Druckindustrie findet ebenso im Dunkeln der Öffentlichkeit statt wie die Fäkalienentsorgung, Leichenbestattung oder die Wartung von Motoren in Straßenbahnen. Eine Bahn hat zu fahren, basta. Wie, ist deren Sache. Bestattungen sind unangenehm, also gibt es keine glorreichen Awards dafür. Und wo die Abwässer hinfließen, ja, was kümmert's mich.

Und Drucken? Die sollen doch Drucken, basta, die ganzen blöden Anforderungen, die die Drucker haben, sind unangenehm und wie die das machen, ja, was kümmert's mich? Drucker sind die ersten der Kommunikationsgeschichte, die einerseits einen Mythos aufbauen konnten (für „normale Menschen“ war die „Schwarze Kunst“ schon immer Magie), die aber (noch nie) etwas daraus machen konnten. Selbst wenn Werbeagenturen sich heute nicht mehr selbst zelebrieren können wie früher, wenn Fernsehen oder Rundfunk nicht mehr ähnlich außerirdisch ist wie einst Hollywood, selbst wenn der erste Internet-Hype ein Flop war, all diese und andere Kommunikations- und Medienbranchen konnten ihren Status bewahren. Den Druckern bleibt die rote Laterne: sie sind die Looser. Weil sie sich nicht an die Öffentlichkeit trauen. Weil sie nichts tun, was den Wert dieser High-Tech-Branche Otto Normalverbraucher deutlich macht. Weil sie sträflich vernachlässigen, öffentlich laut darüber zu reden, was sie Gutes tun. Weil sie keine Lobby haben. Weil sie vergessen haben, wovon sie eigentlich leben.

## Ich bin doch nicht blöd.

Oder doch? Natürlich bin ich blöd, irgendwie sogar natürlich-blöd. Ich feilsche beim Autokauf um die kostenlose Fußmatte und gebe zu Lebenszeiten des Autos so mal nebenbei 25.000 Euro für Benzin aus. Kaufe für 99 Euro den Tintenstrahldrucker, ab er für 990 Euro Tinte. Oder fliege für 1 Euro nach Nizza, nur um dort beim Abendessen ..., na, lassen wir das.

Natürlich sind wir alle blöd, weil geizgeil. Es ist sinnvoll, zu sparen. Es ist sinnvoll, unnütze Ausgaben zu vermeiden. Und deshalb ist es sinnvoll, mehr auszugeben, um weniger Kosten zu produzieren. Wie das? Ökologie ist so eine Formel, die hilft, genau dieses intelligente, also anti-blöde Prinzip zu erkennen und um- wie einzusetzen. Ökologie heisst nichts anderes, als mit dem geringsten Aufwand („Schaden“) den höchsten Profit (Nutzen) zu erzielen. Ökologie ist nicht das Gegenteil von Ökonomie, sondern dessen reinste Form. Ökologie ist nicht „grüne Ideal-Duselei“, Ökologie ist der „Goldene Weg“ des puren Kapitalismus. Allein, wäre da nicht die Verführung zum Asozialen. Zur Einstellung „Nach mir die Sintflut“. Denn es ist so leicht, auf Kosten von anderen zu leben. Indem man die Folgekosten des eigenen Tuns auf die anderen, im Zweifelsfall auf die Allgemeinheit abwälzt. Alle, die teils verzweifelt, teils resignierend, teils aber auch unermüdlich den Gedanken der Nachhaltigkeit verkünden, leben und praktizieren, die – was legitim ist, damit Geschäfte machen wollen – berichten ohne Ausnahme eins: Jeder hat Interesse an Ökologie, „oh ja, interessant!“, aber auch nur einen einzigen Cent mehr dafür bezahlen – „wie bitte?, wieso?, warum denn?“. Während in vielen Industrien Ökobilanzen längst üblich sind, die Hersteller von Geräten und Materialien der Druckindustrie erstaunlich weit sind, Nachhaltigkeit zu verwirklichen und Ökologie zum Standard erheben zu können, ist die Nachfrageseite, sind die Verbraucher – also Druckereien und Drucksachenbesteller – geradezu mit Blindheit geschlagen, wenn es um Ökologie geht. Dazu muss man noch nicht einmal blöd sein. Nur egoistisch.

## Wir sind alles kleine Sünderlein,

's war immer a' so. Wer fährt schon 50 in der Stadt und 80 in der Baustelle? Wer trinkt nur 1 ganz kleines Bier, wenn er noch den Wagen zu lenken hat? Wer zählt die Kalorien, wer bewegt den Körper genügend? Wer putzt die Zähne richtig, wer geht mit 50 zum Krebstest? Lässlichkeiten des Alltags. Wer wird schon päpstlicher sein als der Papst, und überhaupt, es wird schon alles nicht so schlimm kommen.

Das Prinzip hat sich bewährt, der Erfolg gibt einem recht. Und warum sollten ein paar Prozent weniger Gewinn, ein paar Prozentpunkte mehr Kosten, warum sollte mal ein schwacher Auftragseingang gleich eine Katastrophe darstellen. Und in der Tat: tun sie auch nicht. Die Katastrophe tritt ein, nein, ist perfekt, wenn ein bisschen Unnormalität, ein wenig zuviel dort, wo es weniger sein dürfte, permanent viel zu wenig, wo mehr richtig gewesen wäre, nicht aufhören, sich addieren, kumulieren, multiplizieren. Und dann wird irgendwann, notgedrungen, beschlossen, dass man demnächst handeln wird. Nachdem man noch zuwartet, ob es nicht doch besser wird. Auf diese Art und Weise sind die meisten der Unternehmen, die es nicht mehr gibt, und die, die nicht mehr zu retten sind, „an die Wand“, „in den Schlamassel“ gefahren und geritten worden. Selten waren es die Big-Bang-Knall-auf-Fall-Ereignisse, die Bombe, die einschlug oder der Blitz aus heiterem Himmel. Immer, fast ohne Ausnahme, war es das Zögern, das zum Schluss das Desaster unausweichlich machte.

Doch wer wird denn gleich wegen der kleinsten Kleinigkeit den Knüppel aus dem Sack holen? Nun, kluge Tierdompteure zum Beispiel. Oder einsichtige Erzieher. Still-erfolgreiche Börsianer und hoch angesehene Künstler. All diese Menschen wissen: der kleinste, der erste Fehler ist ein Fehler zu viel. Ihn durchgehen zu lassen heißt, die ganze Arbeit zu gefährden. „No Excuse“, „Zero Tolerance“ klingen wie marzialische Sprüche eins sadistischen Moralisten. Und sind doch nichts anderes als die Erkenntnis, dass Erfolg damit beginnt, dass man dem Misserfolg keine Chance gibt. So einfach kann Logik sein.

## Machen Sie mir mal ein Angebot.

Wenn Ihr Kunde diesen Satz sagt, haben Sie verloren. Die Gesprächsführung, die aktive Rolle, Ihren Status, Ihr Ansehen und wahrscheinlich auch den Auftrag. Denn wenn ein Kunde ein Angebot will, dann will er nur eins: gewinnen. Nur aus der Position des Stärkeren kann man ein Angebot akzeptieren oder ablehnen. Auf gleicher Augenhöhe fragt man allenfalls nach dem Preis, nicht nach einem Angebot.

Wortklauberei? Eher nicht, eher Verkaufspsychologie und Marketingregeln. Angebote sind Vorschläge, unverbindliche; allenfalls Juristen sehen darin eine gewisse formale Verbindlichkeit. Aber nur für den Anbietenden. Der Umworbene kann sich entscheiden, wie er will. Er ist, wie man nicht nur beim Schach sagt, am Zuge. Wer nach dem Preis fragt, weiß in aller Regel, was er will. Hat sich schon entschieden, ist meist nur in Details für Änderungen und anderes offen. Sucht die günstigste Lösung, schnell, billig, optimal gut. Und sieht im Lieferanten einen Erfüllungsgehilfen, weniger einen wirklichen Partner. Angebote nutzen nur, wenn man die Leistungen, die offeriert werden, auch wirklich vergleichen kann oder, allein da sind sie wirklich wertvoll, wenn man nach Alternativen sucht. Aber dann nennt man die Ermittlung des Kostenvolumens eher Kalkulation und die Frage nach der Zahllast orientiert sich eher am Preis, nicht je nach Angebot.

Auch dies ist wiederum kein Wortspiel. Sondern der konkret-realistische Unterschied von Anbieter- und Nachfrager-Märkten. Preise sind eigentlich eine Vertrauenssache. Wer jemanden vertraut, rechnet nicht damit, beim Preis „übers Ohr gehauen zu werden“. Der bestellt auch – auch heute noch – „blind“, ohne den Preis zu zerpfücken. Wer um Cents oder gar Bruchteile davon feilscht, hat kein Vertrauen, will nur seine Dominanz ausleben. Wenn Sie beim nächsten Mal um ein Angebot gefragt werden, machen Sie keins. Überlegen Sie statt dessen intensiv, was Sie falsch gemacht haben.

## JDF heisst übersetzt: jeder darf fantasieren

Es klingt nach Schelte. Ist es aber nicht. Es ist Entsetzen. Mein nicht verlangter, aber gerne gegebener Hinweis: selten stand Blödsinnigeres in Fachzeitschriften, selten laberten Experten Dümmeres als über JDF. Um nicht zu sagen: Wer überhaupt öffentlich über JDF redet, beweist abschließend, dass er nicht weiß, was es ist. Und wer dann auch noch solche Fragen stellt wie „schon reif?“, „wann kaufbar?“, „praxisgerecht?“, „eine gute Lösung?“ – und ähnlich – und auch noch zu beantworten versucht, der sollte sich schämen. Mindestens.

Denn, erstens: Es gibt kein Unternehmen in der grafischen Zulieferbranche von Bedeutung, das nicht JDF als Informationsdatenaustauschstandard anerkennt. Denn, zweitens: Es gibt kein seriöses Unternehmen, das nicht sagt, wir stehen am Anfang, der Einsatz von JDF ist eine Frage der Entwicklung, der Zeit, der Erfahrung, der noch kommenden Dinge. Denn, drittens: JDF ist überhaupt nicht diskutierbar, JDF ist nichts anderes als so etwas wie der Duden für die Sprache, mit der kaufmännische und technische Daten über, von und für Druckaufträge transportier-, interpretier- und integrierbar gemacht werden. JDF, das ist eine Menge von Regeln, ein Vokabular, eine Syntax – und sonst nichts. Erst wenn die Regeln ANGEWANDT werden, entstehen Produkte daraus, über die man diskutieren oder urteilen kann. Nicht JDF ist ein Kriterium, sondern das, was Anbieter daraus machen. Es gibt furchtbar blöde Bücher, dumme Gedichte und unverständliche Dialoge in Filmen. Diskutieren wir deshalb darüber, ob deutsch abgeschafft und der Duden verboten werden sollen oder ob menschliche Sprache überhaupt schon praxisreif ist? Sicher nicht. Und deshalb sollten wir schleunigst aufhören, über JDF zu reden. Und in Ruhe abwarten, wie sich die Programme entwickeln, die JDF nutzen. Das wäre tausendmal klüger, als alle Vorträge und Artikel zusammen, die in diesem Herbst durchs Land geistern – und noch zu erwarten sind.

## Wer ist eigentlich für Ihr Konto zuständig?

Meine Bank, keine kleine, macht dauernd Fehler. Obwohl ich es ausdrücklich wünsche, dass das Konto stets hoch im Plus steht, schreiben die EDV'ler der Bank zuweilen Minusstriche vor das Saldo und drucken diese Zahl in rot aus. Das habe ich nicht gerne und schon oft angemahnt, man solle dies ändern. Ich wünsche das Konto im Plus mit schwarzen Zahlen. Leider stellt sich der Sachbearbeiter dumm, taub und technikfeindlich. Dauernd erklärt er mir, ich – ich als Kunde ! – sei schuld daran. Unverschämt! Ich als Kunde wünsche ein Pluskonto. Die EDV der Bank macht Minus daraus. Nein, sagt der dumme, taube, feindliche Sachbearbeiter am Bankschalter, nein, es liege daran, dass ich die falschen Überweisungen ausfülle. Zu viel Auszahlungen, zu wenig Einzahlung. Dann korrigieren Sie es doch gefälligst!, habe ich ihm gesagt, dann sorgen Sie dafür, habe ich ihn angewiesen, dass die Daten im richtigen Verhältnis auf das Konto kommen, damit es ein Plus ergibt. Nein, entgegnete mir der taube, feindliche, dumme Bankmensch, nein, das dürften sie nicht, sie könnten nur buchen, was ich an Zahlen auf meinem e-Home-Internet-Fern-Selbst-Banking produziere. Ich sei für meine Daten und Werte und Zahlen selbst verantwortlich. Ja, da bin ich aber pampig geworden und habe mal kurz mit ihm rumgetobt. Was er sich einbilde, wie dumm und technikfeindlich er sein, wie blöd und kundenunfreundlich, habe ich ihm gesagt. Denn mein Drucker, und das solle er sich merken, mein Drucker, das sei ein feiner Mensch. Ich kann ihm Daten abliefern, wie ich will, selbst den größten Schrott, und wenn ich ihm, dem Drucker sage, er möge ein feines Bild, ein gutbuntes, farbfröhliches, stimmungsechtes davon drucken, dann müht und macht und manipuliert er so lange, bis es so ist, wie ich es wünsche. Ganz unabhängig von den Daten, die ich liefere. So, habe ich dem Bankmenschen gesagt, so sieht heute Datenservice aus. Da hat mich der Bankmensch angeschaut und hat dann auf den Bildschirm geschaut und dann wieder mich angeschaut. Leider, hat er dann gesagt, darf ich Ihnen nicht sagen, wie die Daten auf dem Firmenkonto des Druckers aussehen. Aber, fügte er leise dazu, wären es die Daten Ihres Farbbildes, ich glaube, sie wären 100 % Magenta und 100 % Gelb. Da habe ich gestutzt – und einen ganz roten Kopf bekommen.

## ebay. Oder wo kaufen Sie?

Natürlich, sie selbst ja nicht, aber andere, Ihre Kinder, Freunde oder Kollegen, die kennen sich mit ebay aus. Und die sollten sie einmal bitten, nach folgenden Stichworten zu suchen: „Linotype“ oder „Agfa“ oder „Druckmaschinen“ oder „Schriften“. Sie werden sich wundern. Von der Digitaldruckmaschine über die alte Zeilensetzmaschine, vom Proof zum Scanner, vom Plattenbelichter bis zum Grundlagenbuch „Was ist Farbe und warum?“ werden sie alles finden, womit sie eine Druckerei ausstatten können. Eine funktionierende, wohlgemerkt. ebay statt Drupa. So könnte die Zukunft aussehen. Warum noch die aufwändigen, teuren Messen, wenn man über Versteigerungen ohnehin alles billig bekommen kann? Logisch, dass auch alles zu kaufen oder zu hamstern ist, was im Büro von Nutzen ist. Schreibtische, Kopierer, Software. Lampen, Netzwerke und Server. Und Drucksachen können Sie ohnehin über ebay einkaufen, so billig sie wollen. Ob die vierfarbig bunten Prospekte auf Standardpapier zum Sonderpreis oder die Visitenkarten in Profiqualität zum Discountpreis, alles klickschnell zur Hand. Da reden ganze Kongresse von e-Procurement und der vernetzten Druckerei. Alles überholt, weil alles schon in der Realität vorhanden, bei ebay. Und wer zu googeln versteht, der findet noch einmal die günstigsten aller günstigsten Druckpreise oder Papiersorten oder irgendwas, was gut zu gebrauchen ist. Und sei es des Schnäppchenpreises wegen. Längst hat der Geiz, der geil ist, auch das Business erreicht und längst ist Einkaufen im Auktionshaus gesellschaftsfähig geworden. Da kann man jetzt die Nase drüber rümpfen und ein Geschäft verpassen oder mitmachen und Kunden gewinnen. Die Möglichkeiten sind gegeben, ohne großen Aufwand billig einzukaufen – auf die Gefahr, bei weitem nicht alles und vor allem nicht Bestimmtes sofort zu bekommen – oder über diesen praktisch kostenlosen Weg Vertriebswegen zu erweitern. Man kann es auch lassen. Denn die meisten haben schon so viele Chancen verpasst, da kommt es darauf auch nicht mehr an.

## Werbung – schädlich oder schändlich?

Bier, Bockwürste, Billigreisen, Hemden, Hundefutter, Haarwaschmittel, Seife, Suppen, Sodawasser, Dampfbügeleisen, Dessous, D ... ach, stände hier doch „Druckereien“. Aber für alles wird geworben. Nur für Druckereien nicht. Wenn nicht nicht, dann doch selten. Extrem selten. Druckereien, die von Werbung leben, werben nicht. Oder eben selten. Und wenn, dann inkonsequent, laienhaft. Nur wenige, viel zu wenige ausnahmen bestätigen die Regel. Werbung kostet Geld. Und bringt nichts. Das ist das eindeutige Signal, das von Druckereien ausgeht. Drucken wird statt dessen problematisiert. Man kann von einigen Druckereien PDF-Formulare für die Datenkonvertierung bekommen (gedruckt wär das zu teuer), um zu sehen, wie schwierig drucken ist. Fragen Sie mal eine Druckerei, ob sie nicht ein paar nette gedruckte Werbegeschenke hätte ... ! Fragen Sie mal (nette Geschenke, nicht blöde Geschenke, bitte)! Intelligente Notizblöcke. Informative Schreibtischunterlagen. Sammelwürdige Kalender. Nützlich kleine Taschenbücher. Aufmerksamkeit erregende Sortier- und Sammelkartons für den Schreibtisch. Personalisiertes Einpackpapier. Alles, was eben gedruckt werden kann und mehr ist als das Normale. Was Lust auf Drucken macht. Fehlanzeige.

Aus gutem Grunde: Es kostet ja Geld. Über den Wirt, der zugleich der beste Kunde ist, wird gelästert, aber er wird gelobt. Der dicke Koch wirbt für sich selbst. Der Werber, der nicht auftritt, als sei er der Gewinner, kann auch nicht überzeugen. Der Modeverkäufer kann sich nicht im Lumpen zeigen. Nur der Drucker muss nicht für sich drucken? Muss er nicht? Muss er nicht. Sofern ihm recht ist, dass keiner annehmen, vermuten, sich wünschen soll, dass nämlich Drucker für andere druckt. „Wer nicht wirbt, stirbt“, weiß das Sprichwort, aber weiß es auch der Drucker? Ich weiß wirklich nicht, ob es der Drucker weiß, die Drucker wissen. Oder wissen Sie, warum Drucker nicht mit Drucksachen für's Drucken werben? Lassen Sie es mich drucken, äh, wissen.

## Weltfirma sucht Problem – Lösung

Was ist ein Unternehmensberater? Ein Mensch, der Ihnen hilft, Probleme zu lösen, die Sie ohne ihn nicht hätten. Ähnlich die meisten Angebote, seien es Maschinen und Aggregate, Work-flows oder Programme der Printmedienindustrie. Es sind Lö-sungen zu Problemen, die keiner hat. Noch nicht.

99 % aller Menschen in der Druckindustrie empfinden die jew-eils aktuelle Technik als ausreichend, ausgereift, gut. Mehr muss nicht sein. Sagt der gesunde Menschenverstand. Doch er irrt: Mehr muss doch sein, weil sonst die Anbieter schlichtweg pleite gingen. Das Problem der Anbieter ist, dass sie dauernd Käufer brauchen, die etwas kaufen, was sie eigentlich gar nicht haben wollen. Wenn es nur die altbekannten Maschinen oder Funktionen wären, die weiterentwickelt würden, ginge es ja noch. Man kön-nte es ja noch verstehen. Doch zunehmend - überwiegend? -werden potenzielle Investoren heute mit Lösungen zu Proble-men konfrontiert, derer sie sich überhaupt nicht bewusst sind. Je größer und je internationaler der Anbieter, desto stärker dieser Trend. Weil Entwickler und Strategen in realitätsfreien Zonen zu werkeln scheinen, die jeglichen Kontakt mit der Pra-xis verloren haben. Heraus kommen Lösungen, für die es zunehmend weniger Bedürfnisse, Aufgaben, Notwendigkeiten, Anforderungen gibt. Lösungen, für die Phantasie bemüht oder überstrapaziert werden muss, um sie plausibel zu machen. Bis die Marketing-Abteilung eingeschaltet wird. Dann haben gleich zwei ein Problem: der Anbieter und der potenzielle Käufer. Der eine, weil er keine wirklich stichhalti-gen Argumente für seine "Lösung" hat. Der andere - Sie als Käufer -, dass Sie gar nicht wissen, welches Ihrer nicht vorhan-denen Probleme gelöst werden soll. Seien Sie sich bitte bewusst, dass, wer keine Probleme hat, ein Problem hat. Nämlich mit den selbst ernannten Problemlösern. Alles klar? Problem gelöst!

## Druckindustrie: Ach ist es nicht herr-lich?

Obwohl in Berufen wie in der Druckvorstufe der Frauenanteil hoch, wenn nicht majorisierend ist, haben es die Herren Männer geschafft, in den Führungsetagen und abstimmenden Gremien so gut wie unter sich zu bleiben. Eine Frau auf einem Kongress, als Dozentin: hoch, was will die denn hier? Eine Frau in der Geschäftsleitung: Wie kommt die denn hierhin? Die Druckindustrie ist herr-lich.

Und das ist auch gut so. wie bekennende Ideologen neuerdings zu sagen pflegen. Denn stellen Sie sich doch einmal vor, es passierte in den Planungen von Druckereien und Gesprächen von Investitionsteams genau das, was den ehelich unterdrückten Männern zum Wochenende oder in den wenigen Freizeitstunden passiert. Die mahnenden, frustrierenden, alles zunichte machenden Worte eines Weibes: „Muss dass denn sein?“. Ein neues Auto, muss dass denn sein? Ein computernetzbasiertes funkfern-gesteuertes ultrahochfrequenziges Dolby-Surround-Dreidimensional-Space-sound-Sound-System mit 58 pegeleingemessenen Bypass-Lautsprechern und fünf center-lokalen Bassrammen für schlappe 2499 Euro: „Muss dass denn sein?“

Welch eine blöde Frage! Die könnten die Herren gerade noch" gebrauchen, wenn sie die neue Druckmaschine plantent. „Muss dass denn sein?“ Der n e u e JDF-PDF-integrative-remote-proof-checkfree-MIS-presswide-WAN-targeted Workflow: „Muss dass denn sein?“. Eine Schneidemaschine mit Wasserkühlung und Webcam: ..Muss dass denn sein?“ „Gebe der Druckindustrie die Kraft, die Weisheit und die Pragmatik der Frauen, und sie wird eine andere sein", sagt mein Freund, der Philosoph und lässt leider immer offen, ob er es als einen Hinweis oder eine Drohung verstanden haben will. Da frage ich mich doch „Muss dass denn sein"? Der Autor ist Fachjournalist für die Grafische Industrie

## Was bitte ist ein Wörk-Floh?

Biologen, habe ich mir sagen lassen, ist er zwar unbekannt: der Floh namens Work, den sich die Printmedienindustrie als Laus in den Pelz hat setzen lassen. Wörkfloh, so glaube ich, ist etwas für Psychologen und Sozio-Therapeuten; die, die Menschen wieder aufrichten, wenn sie an ihrem eigenen Wahn zusammengebrochen sind. Zum Beispiel am Wörk-Floh-Wahn.

Der fängt harmlos an. Meist ist es eine Art Interesse, das die Menschen an den Tag legen. Sie wollen wirklich verstehen, wie der Wörk-Floh funktioniert und was er ist (oder isst?). Das geben sie dann, je nach Spezies des Flohs und des Menschen, nach einer Stunde, einem Tag, einer Woche oder einem Monat auf. Meistens nach 1 Stunde. Dann kommt die Als-ob-Phase. So tun als ob man beispielsweise den Wörk-Floh verstanden hat. Später, unter Reden kluger Worte, so, als ob man den Wörk-Floh gebändigt hätte, ihn beherrschen würde. Schlimmer, und da mischen sich Schweiß auf der Stirn und heftiges Mausclicken hinein, die Daswollnwindochmalsehn-Phase. Spätestens da zeigt zum ersten Mal der Wörk-Floh seine hässliche Fratze: ein Wörk-Floh ist nicht dressierbar. Und da unterscheiden sich die Menschen. In Kluge und Ver-zweifelte, in Irrwitzige und Gewitzte, in Männer und Frauen, in Pragmatiker und Prozesshansel. Die Klugen, die Gewitzten, die Pragmatiker, also die Frauen, treffen eine schicksalhafte Entscheidung: ok, Wörk-Floh, du bist, wie Du bist, ich nehme Dich, wie Du bist und tue, was Du willst. Und dann die in Pro-zessen denkenden Männer: sie zerbrechen daran, dass der Wörk-Floh sie einfach nicht versteht. Männer werden um die einzige Potenz beraubt, die sie steuern zu können glauben: ihren Starrsinn. Wörk-Flöhe nämlich, das sollte sich doch herumgesprochen haben, reagieren auf Zwang mit Totstellen. Ein probates Mittel der Natur, um zu überleben. Worauf der Gegner verzweifelt: Wo es nichts mehr zu besiegen gilt, kann kein Held erwachsen, sind Männer fehl am Platz. Wo Männer nicht gebraucht werden, ist die Welt trostlos und leer. Nicht ganz. Sie ist voller Wörk-Flohs. Sobald die Männer den Kampf aufgegeben haben, Held sein zu wollen, krabbeln überall die Work-Flohs herum. Bei Ihnen auch? Der Autor ist Fachjournalist für die Grafische Industrie

## Was machen Sie denn in der after-paper-Ära?

Papier ist ein natürlicher Rohstoff, der nachwächst. Na klar, ein Zitronenfalter ist auch ein Tier, das Zitronen faltet. Papier, das sind die Bäume, von denen wir ja genug haben. Das ist unbestritten. Genug für die, die heute Papier haben. Allein, das Dumme ist, immer mehr Menschen hätten gerne Papier. Am liebsten bedruckt. Gut so für unsere Industrie? Kann sein. Aber schlecht für die Bäume. Weil sie Mangelware werden.

Die meisten europäischen Papierfabriken – also überwiegend „unsere“ Lieferanten – haben maximal in Recycling und weit überwiegend tüchtig in Emissionsreduzierung investiert. Sie taten, was momentan getan werden kann. Sie sind nicht das Problem. Das Problem ist die Mathematik. Derzeit verbrauchen Menschen in „Industrieländern“ je nach Zählart und Statistikstruktur so um die 300 kg Papier pro Kopf und Jahr. In den sogenannten Schwellenländern sind es noch weit unter 100 kg, in armen Ländern deutlich darunter. Doch die Einwohner der Schwellenländer sind ungefähr dreimal mehr als in den Alt-Industrieländern.

Wenn die unseren Papierverbrauchsstandard erreichen wollen, müssen wir unseren zurückschrauben. Denn die ökologiebewusste, sprich verantwortungsvolle Papierindustrie kann nie und nimmer ihre Kapazität binnen relativ kurzer Zeit vermehrfachen. Zumal dann die Transportwege zusätzliche unerwünschte Emissionen bescheren. Ein Teufelskreis. Und dass man in China total umweltverträglich Papier produziert, nun – siehe Zitronenfalter.

Die Folge wird, nein muss sein, Papier wird teurer und knapper. Drucken wird, auch bei uns, eine andere Bedeutung, einen anderen Stellenwert bekommen. Wenn Sie heute unter 30 Jahre alt sind, bleibt Ihnen nichts anderes übrig, als sich mit diesem Trend zu befassen. Die ältern werden das tun, was auch Generationen vor ihnen getan haben. Das Thema ignorieren oder verdrängen. Da schreckt sie noch nicht mal die unausweichlich nächste Papierpreis-Erhöhung ab. Sie halten diese einzig und alleine für eine Schikane der Händler. Und sind damit, papier-anwenderisch gesehen, arg schief gewickelt.