

## Öhh, 's der reich!

### Globalisierung in engen Bergtälern

Österreich ist 575 Kilometer lang und 294 breit. Es ist ca. 84.000 qkm groß und hat über 8 Millionen Einwohner. So weit, so'n Quatsch. Österreich ist genau 150 Mio. qkm groß und beherbergt etwa 6 Milliarden Menschen – etwa 1,5 Milliarden davon mit alltäglichem Zugang und aktiver Beteiligung zum und am kapitalistischen Wirtschaftsleben.

Das Transportmittel, um binnen Bruchteilen von Sekunden aus Austria dort hin und zurück ins Ex-KuK-Gebiet zu gelangen, heisst Internet. Das ist inzwischen zuverlässiger als jedes andere Verkehrsmittel. Und so gut wie kostenlos. Wo das Internet als immaterielles Verkehrsmittel nicht geeignet ist, bieten rund 18.000 Verkehrsflugzeuge insgesamt jährlich etwa 18.000 Millionen Abflüge; das sind statistisch, alle 2 Sekunden einer. Hinzu kommen Frachtflugzeuge, die zwar nur 7 % des weltweiten Warentransportes bewerkstelligen (das meiste geht per Schiff), doch eben „blitzschnell“ sind. (Allein Schwechat hat jährlich ca. 250.000 An- und Abflüge – im Mittel alle zwei Minuten eine Flugbewegung.)

Die Diskussion über die Ökologie des Fliegens – Luftverkehr hat eine verheerende Bilanz – wird hierzulande wie in anderen Industrieländern entweder esoterisch oder „auf kleiner Flamme“ geführt. Doch immer noch um Dimensionen konsequenter als in den so genannten Schwellenländern. Diese Länder, China steht immer als Horrorgespens an erster Stelle, gefolgt von Indien, haben einen mächtigen Nachholbedarf. Sie möchten den Reichtum westlicher Industrienationen erreichen, später sogar einmal überflügeln. Sie kümmert keinen Deut, mit welchem rasantem Tempo sie ihre und unsere ökologischen Grundlagen katastrophal vernichten. Warum auch, haben wir uns darum gekümmert, als noch Korrekturen wirksam gewesen wären? Sie, die Tigerländer („auf dem Sprung“), werden also extrem viel fliegen, die digitale (Internet-basierte) Kommunikation boomen lassen, Transporte in immer größerem Umfang verursachen und veranlassen. Sie? Wir!

Würden Sie einem Irrsinnigen Ihr Geld anvertrauen – so sie es denn selbst nicht sind oder nicht zu sein glauben? Eher kaum. Aber wir, niedrigpreisgeil, sonderangebots-süchtig, aktionsrabatt-getrieben tun es mit dem viehischen Glucksen eines Trottel. Wir kaufen billiges Fernost-Zeug, was das Zeug hält (obwohl wir wissen, dass das Zeug, das wir da kaufen, oft kaum hält, schon gar nicht, was es verspricht). Die westlichen Verbraucher, ob industriell oder privat, schaufeln sich ihr eigenes Grab, sägen den Ast ab, auf dem sie sitzen. Sie fördern Im- und Export in die Ländern, die durch Preis- und andere Konkurrenz die Volkswirtschaften der etablierten Industrieländern in die Knie zwingt.

Ist dieser Trend zu stoppen? Wäre er es, müssten wenigstens die klugen unter den Politikern nicht so dämlich dreinschauen, wenn sie nach schlüssigen Rezepten für eine nachhaltige Wirtschaftsentwicklung im eigenen Land gefragt werden. Kennt einer einen wirklichen Ausweg aus der Globalisierungsfalle, der mehr echte Vor- als Nachteile hat? Ihm wäre, soviel

steht fest, auf Antrieb ein Nobelpreis gewiss. Also machen wir weiter, in dem wir für einen kurzfristigen Vorteil unsere langfristigen Chancen zerstören. Es ist das Thema, welches in einer menschlichen Dimension in Goethes Faust behandelt wird: Für die Wahrheit verkauft der Mensch seine Seele an den Teufel. Sprich, für ein Sonderangebot ist ihm jede CO2-Emission recht.

Was ist der Ausweg aus dem Dilemma? Nun, wie verhält man sich in einem Krieg, da rings um einen geschossen wird? Allen ist klar: man schießt auch. Pazifist zu sein mitten im Kugelhagel ist löblich, aber tödlich. Sich auf den Binnenmarkt zu beschränken in einer globalen Boomwirtschaft ist tödlich. Moral hin, Ökologie her.

Gern produziert und offeriert, wer in einem wunderhübschen Bergtal wohnt, arbeitet, dort ein Unternehmen geerbt, gegründet hat, seine Leistungen und Waren für die anderen Bewohner des Tals . Und, falls vorhanden, ausnahmsweise auch für die Nachfrager jenseits der Passhöhe. Doch für Salzburger ist Innsbruck fernes Ausland, ein Vorarlberger fühlt sich selten in Kärnten heimisch. Hingegen liegt für den Hongkong-Businessmen Wien nicht weiter entfernt als eine geruhsame Nacht im heimischen Bambusbett – eben gerade mal ein paar Flugschlafstunden entfernt. Und: er sieht Wien oder NewYork, Paris oder Capetown als sein natürliches „Revier“ an. Im Gegensatz zum Linzer, der klagt, rings herum wäre ja nur Ödland. Und er abgeschnitten vom Rest der Welt.

Das Dilemma, in das die zentraleuropäischen Industriestaaten immer mehr geraten, vor allem, wenn man es auf der Ebene der Klein- und mittelständische Industrie betrachtet wird, ist das antiglobale Kirchturmdenken. Als wäre die Welt gerade mal einen Tagesmarsch groß fiele dann ins unendliche Nichts. Um so mehr, wenn es sich um Unternehmen der grafischen Industrie handelt. Von Kufstein aus Drucksachen nach Kalkutta verkaufen? Da steht er, der Drucker, mit offenem Mund und kann vor Erstaunen nichts mehr sagen – bei solch einem hirnrissigen Quatsch.

Schade nur, dass die Leute aus Indien (und andere) ihre Waren eben dort verkaufen, wo die Drucker hierzulande über Auftragsmangel klagen. Waren, die mit Prospekten beworben, mit Verpackungen geschützt und durch CDs, Internet-Auftritte oder Werbefilme begleitet sind. Aber schon längst wissen wir ja, fürs Programmieren sind die Inder und Russen zuständig, Multimedia machen die Koreaner und Filme gibt es nur aus Bolly- und Hollywood. Während man im Burgenland eben auf Strukturhilfe aus EU-Rettungsfonds hofft.

Wiege der Industrie? Denkerschmiede der Welt? Erfindungen, die die Welt veränderten? Fachleute mit der weltbesten Ausbildung? Zuverlässigkeit, Ideenreichtum und unübertroffene Präzision? Nein, damit kann doch nicht Europa gemeint sein! Nein, niemals. Und schon gar nicht das von heute, das des Mittelstands, das der HighTech-Druckindustrie. Nein heute ist Untergang angesagt. Wir eine blühende Nation mit großer Zukunft? Wer sagt denn das?

Schade. Was wäre dies für eine einmalige, persönliche, epochale Chance, wir würden begreifen, dass wir besser programmieren können als Inder, Chinesen und Ex-Ostblockländer und – nur mal als Beispiel – Villach würde zum Mekka des Multimedia-HighTech. Was wäre das für ein Gewinn an Globalität, dass die Leute aus Chicago, wenn sie besonders raffiniert Setzen und Drucken wollen, sich ihre Apple-Scripts in – nur mal als Beispiel – Grinzing schreiben ließen. Wie könnten wir Logistik auf dieser Welt neu aufmischen, wenn – nur mal als Beispiel – im windigen Umland von Schwechat Riesenhallen mit Konferktionier- und Fullfillment- und Mailorder- und Massenpost-Mailing-Center wären. Wo Waren und Verpackung zusammen kommen, von wo aus digital, individuell und kulturraum-richtig minütlich frisch hergestellte Drucksachen via raffinierten Aircargo-Containersystemen global versendet würden. Mit der halbleeren Luftfracht-Maschine, die voll von Hongkong-Plastik oder Israel-Blumen oder Südamerika-Früchten hier ankam. Wiener Digitaldruck – so berühmt wie die Sachertorte. Blödsinn? Nein, ein Beweis dafür, dass Drucker mit Marketing nichts zu tun haben wollen.

Als der ferne Osten anfang, belächelt von den Europäern, dem Westen Konkurrenz zu machen, da waren die Pioniere samt und sonders Klein- und Mittelständler – wenn überhaupt. Nobodies. Unbekannte. Sie hatten kein Geld. Aber Mut. Sie hatten keine Erfahrung. Aber Willen. Sie hatten keine Infrastruktur, aber Zähigkeit. Wir haben Geld, Erfahrung und Infrastruktur, aber keinen Mut, Willen und Zähigkeit. Wir geben den Kampf verloren, ohne ihn jemals begonnen zu haben. Den Kampf um die Globalität. In dem wir uns freiwillig als zahlungswillige Kunden einbringen, ohne daran zu verdienen.

Weil unsere Phantasie es nicht zulässt. Weil uns, inmitten romantischer Täler der etablierten Industrie, die Berge an Verwaltung, Vorschriften und Pseudoproblemen die Sicht auf den Rest der Welt versperren.

Acht der zehn reichsten Männer der Welt sind in Industrien und Geschäften aktiv, produzieren oder handeln mit Produkten, die es, als sie begonnen haben, noch gar nicht gab! Und heute stehen wir da und staunen nur, öhh, 's der reich! Es selbst zu werden auf der Trendwelle der Globalisierung kommt den wenigsten in den Sinn. Man ist ja Drucker.