

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.