

„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