

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.