

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 mäkelt 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.