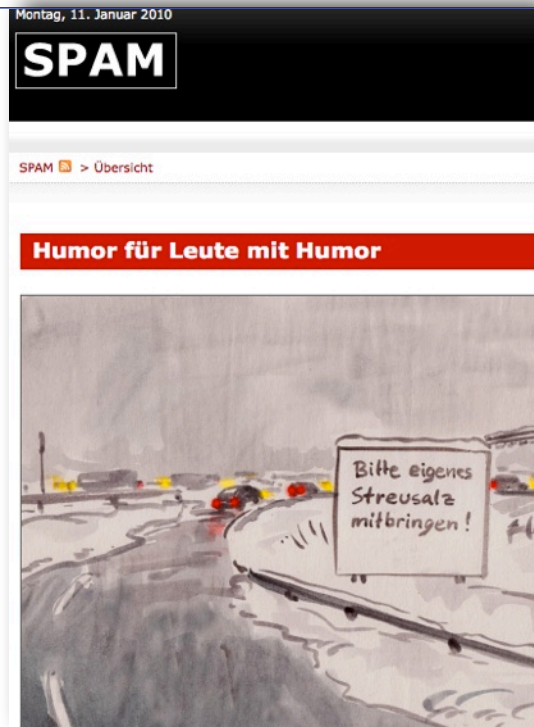


# COMMUMEDIA SKETCHBLOG

Seltsames, Auffälliges + Pointen aus dem Kommunikations- und Medien-Alltag

## Verantwortung

Es reicht dem Spiegel für einen Witz (Screenshot rechts). Und erinnert an Kennedys Worte, **frage nicht, was der Staat für Dich, sondern was Du für den Staat tun kannst**. Doch Ansprüche stellen ist so selbstverständlich geworden, dass wir – preußisches Beamten-Ideal sei dank – Abhängige des Staates sind. Wir lassen uns bedienen: **Ich zahle Steuern, dafür will ich Leistung haben**. Grundsätzlich ist das ja auch richtig. Aber es läuft auf das hinaus, was die Versicherungen beklagen: Wer lange genug Prämie gezahlt hat, will endlich eine Entschädigung sehen. Und so wird nicht selten Hab und Gut gezündelt, damit man damit „Kasse machen“ kann. Und, na logo doch, der Staat hat dafür zu sorgen, dass die Autobahnen frei sind, wann und wo immer jemand fahren will. Ob es schneit, ist nicht des einzelnen, sondern Staates Sache. Insofern könnte ich persönlich über den Humor der Leute lachen, wenn das Schild hieße: **„Bitte eigene Vernunft“** oder **„eigene Verantwortung mitbringen“**. So aber sollten wir diejenigen, die glauben, Natur sei nur ein lästiges Hindernis auf dem eigenen Weg zur eigenen Allmacht, ganz einfach in Salz einwickeln. Gepökeltes verwest geruchsarm. Und plötzlich weiß man nicht mehr, ob der Spiegel den Witz wirklich als Witz meint. Man muss lange drüber nachdenken. ■



## Logik

Machen Sie ruhig (wieder einmal) pleite – oder Schlimmeres. **Es kann Ihnen nichts passieren. Halten Sie sich nur an die Logik des Staates.** Nachdem bekannt wurde, dass viele Hartz-IV-Bescheide angefochten und nachgebessert werden mussten, erklärten „ARGE- und Jobcenter-Geschäftsführer, dass sie über zu wenig ausgebildetes Personal für das Ausstellen der Bescheide verfügten. **Aus- und Fortbildung sei nicht im erforderlichen Umfang vorgesehen und bei der täglichen Arbeitsbelastung kaum möglich.** **Diesem Muster folgend hier Erklärungen vor dem Amtsrichter:**

- ▶ „Ich konnte den Konkurs nicht verhindern, weil mir dazu das Geld fehlte.“
- ▶ „Über die Folgen meiner Tat mir Gedanken machen ging nicht, da ich zu sehr mit ihr beschäftigt war.“
- ▶ Natürlich war meine Arbeit noch nicht fertig, als ich sie ablieferte. Wie denn auch, wenn der Termin so knapp ist?
- ▶ „Das war kein Diebstahl. Ich hätte ja sowieso gar nicht bezahlen können!“
- ▶ „Blaue Flecken hat das Opfer nur, weil es nichts tut, um sie zu beseitigen.“
- ▶ „Natürlich weiß ich, dass Trinken den Geist trübt. Aber habe ich mich schon mal irgendwo beschwert, wenn ich nur noch lallen kann?“ ■

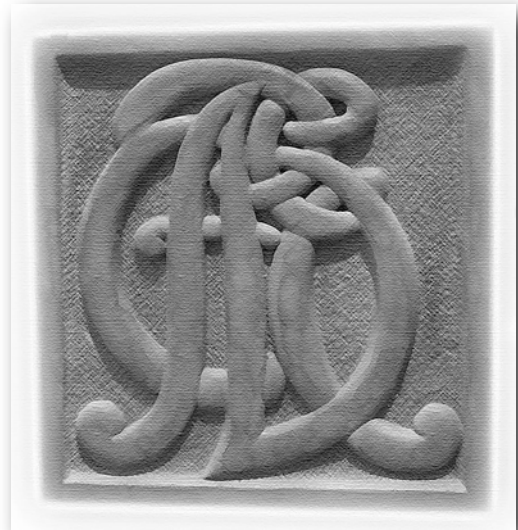
**Schriftenfonts****Schrift. Kulturgut ohne Erben?**

Das Radioprogramm kann man sich auswählen, oder die Schnurren im Fernsehen. Zapp, und schon sieht / hört man was anderes. Man kann es leiser, lauter stellen, mehr Kontrast, mehr Farbe, Bässe verstärken. Über einen oder ein dutzend Lautsprecher sich beschallen lassen.

Scheinbar hat man auch diese Freiheit beim Lesen von Gedrucktem. Scheinbar. Doch **nie kann ich mir bei Print auswählen, in welcher Aufmachung, mit welcher Schrift sich das Gedruckte präsentiert**. Wie denn auch? Im Internet geht das, raffiniert programmiert, durchaus. Oder sogar als simple Browser-Voreinstellung. Aber **gedruckte Schrift ist diktatorisch**. Sie ist so, wie sie ist. Der Designer hat entschieden. Ende der Freiheit.

Was den Typodesignern eigentlich viel Verantwortung auferlegt, basierend auf viel Wissen und Einfühlungsvermögen. Wissen sie wirklich, welche Schrift ICH mag? Wissen Sie wirklich, welche Schriftgröße ICH noch und welche ich nicht mehr lesen kann? Wissen Sie, welche Gefühle und Assoziationen bei MIR eine Bembo oder Beton auslöst? **Sie wissen es nicht, woher auch.**

Gehen Sie deshalb sorgfältig mit Schriften um, im Sinne von „bedächtig“ (also gut bedacht)? Ich habe eher den Eindruck, Schriften sind so etwas wie der Designer ureigenste Domain, die sie als Individualität ihres eigenen Schaffens betrachten. ICH, Designer/in, will jetzt diese und jene Schrift, liebe nur die und die nicht, bin der Meinung, nehme immer, – und am allerschlimmsten, bekomme sie vom CD, dem Corporate Design, definitiv vorgeschrieben. Von wegen Wiedererkennung und so. Was nicht schlecht ist. Wenn MIR, dem Leser, User, Nutzer, die Schrift nur angenehm ist. Weil mir sonst die ganze Marke unangenehm wird.



**Schrift braucht Sorgfalt. Das wissen und beherzigen viele. Aber keineswegs alle Designer. Schrift wird von vielen Typo-Esoterikern hoch verehrt und alles, was damit zu tun hat.** Für die, die Sinn dafür entwickelt und erhalten haben, gibt es inzwischen viel im Netz, um noch mehr darüber zu erfahren, was Schriften gut und was Designer besser macht, wenn sie Schriften als wertvolles Kulturgut (ohne in Verstaubtheit zu verfallen) betrachten. Und das Bewusstsein bewahren, dass Schriften immer nur einen einzigen Eigentümer haben: die jeweilige Leserin, den Leser, der sie gerade als Botschafter von Ideen und Gedanken lesen MUSS.

► **Einige Links zum Thema, eine kleine Auswahl nur:**

Fontshop: [www.fontshop.de/](http://www.fontshop.de/)  
 Mediengestalter-Blog: [www.mediengestalter-blog.de](http://www.mediengestalter-blog.de)  
 Typografie-Bücher (und mehr Design): [www.typographie.de](http://www.typographie.de)  
 Vom Zeilenguss zum Multimedia-Font: [www.linotype.com](http://www.linotype.com)  
 Typografie in feiner Gesellschaft: [www.tgm-online.de/tgm](http://www.tgm-online.de/tgm)  
 Typo-Wiki: <http://www.typografie.info/typowiki>  
 Typo-Forum: [www.typografie.info/typoforum](http://www.typografie.info/typoforum)  
 Typolexikon: [www.typolexikon.de](http://www.typolexikon.de)  
 Typografie in Wikipedia: [de.wikipedia.org/wiki/Typografie](http://de.wikipedia.org/wiki/Typografie)  
 Portal für Jäger, Sammler, Freewarefanatiker: [www.schriften.com](http://www.schriften.com)  
 Alte Schriften: [www.obib.de/Schriften/AlteSchriften/alte\\_schriften.php](http://www.obib.de/Schriften/AlteSchriften/alte_schriften.php)  
 Schriftensuche: [www.dasauge.de/ressourcen/schriften/?suchart=profi](http://www.dasauge.de/ressourcen/schriften/?suchart=profi)  
 Kalligraphie: [www.kalligraphie.de](http://www.kalligraphie.de)  
 Schrift und Bibliophiles: [www.druckschriften.de/](http://www.druckschriften.de/)



**Meine Zeitung**

Nun ist sie da, die Zeitung, von der alle (Digitadruck-Enthusiasten) schon lange, lange sprechen: **die auf mein eigenes Profil völlig individuell konfigurierte Zeitung. Die aus Dutzenden von Titeln zusammengesetzt wird – von mir generell so konfiguriert und dann von einem Computer generiert und in Auflage 1 gedruckt.**

*www.niiu.de (was, na logisch doch, wie „nju“=new gesprochen wird)*

**Ist so eine Individual-Zeitung neu? – Nöööööö !**

Diese Selektionen gibt es schon lange:

1. Man nannte und nennt sie Clipping-Services, Ausschnitt-Dienste und sind bei Firmen, Regierungsstellen oder im Wissenschaftsbereich Usus.
2. Das Internet kann das schon lange, allen Suchmaschinen sei Dank.
3. Stammtisch, Kantine, Gespräch mit der besten Freundin: schon immer hörte man, was man hören-sehen-lesen wollte, und alles andere schaltete man mental aus.

**Bleibt also die Frage: Was ist der Gag daran?**

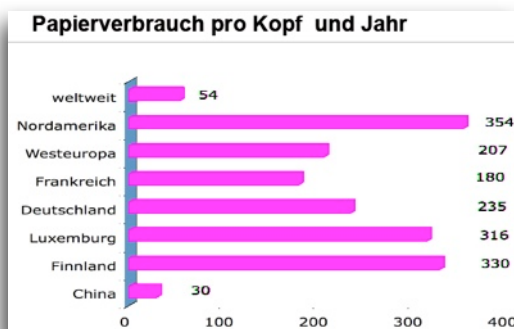
Dass es nun technisch machbar ist, und angeboten wird? Ich fürchte, so mager bleibt die Suche nach dem journalistisch-konzeptionellen Reiz.

**Könnte allenfalls etwas helfen, was sich schon bald als zentraler Engpass rausstellen wird (behaupte ich einmal): Papierknappheit** (siehe unten).

**Und diesem Gesichtspunkt ist die Reduktion des Papiervolumens auf die Menge, die ich auch wirklich lese, sinnvoll.** Alles andere ist nicht wirklich sexy. ■

**Chinopobie**

Angst vor China? Könnte man haben, sollte man haben. Schon heute verbraucht China  $\frac{1}{3}$  der weltweiten Stahlproduktion. In China gibt es mehr Millionenstädte, deren Namen Sie und ich noch nicht einmal gehört haben, als in Europa insgesamt. China verbraucht mehr Trinkwasser, als Afrika zur Verfügung hat. Und: Chinesen brauchen immer mehr Papier.



► **«Zurzeit gibt es rund 180.000 Druckereien in China. Diese produzieren mehr als 6400 Mrd. Bücher p.a., mehr als 9400 verschiedene Magazintitel in einer Gesamtauflage von 3.000 Milliarden und 2000 Zeitungstitel mit einer Auflage von 40.000 Milliarden Exemplaren. Rund 15 Prozent des weltweiten Papieraufkommens werden dort benötigt, Tendenz steigend.»**

**Wenn China so viel Papier pro Kopf verbrauchen würde wie „der Westen“, dann bedeutet das einen Bedarf von grob geschätzt 40 Mio to. Papierproduktion Deutschland im Jahr**

2009 rund 1,7 Mio to. China bräuchte 24 mal mehr! Ca. 400 Mio to. ist die weltweite Papierproduktion; allein die „Neuen Industriestaaten“ Asiens (u. a. auch Indien, Korea usw.) würden davon fast ein Drittel verbrauchen, wären sie so verschwenderisch wie die „Alten Industrieländer“ – ein in etwa gleicher Anteil wie beim Stahl. Dessen Preise steigen derzeit unaufhörlich.

*Na klar, Papier bleibt billig, bezahlbar, Ehrensache!* Versichert uns seit Jahren die papierproduzierende Branche. Und erhöht permanent die Preise. **Also, Wer noch mal so richtig in Papier aasen will: jetzt.** Bald ist es zu spät. Oder man muss nach Asien fliegen. Warum wohl kaufen die massenweise den Airbus A380? Richtig! Damit wir unserem einstigen Wohlstand wenigstens im Urlaub hinterherweinen können – und diese Wehmut teuer bezahlen. ■

**Hosenscheißer**

Und **solche Leute soll man ernst nehmen**? Wie denn? **Wenn Gesetz + Börsenregeln verlangen, dass das, was man sagt, nie gesagt ist, weil das Gesagte wahr oder wirksam sein könnte – was eigentlich der Sinn der Kommunikation ist – dann ist der Gipfel des amtlichen Schwachsinn in sichtbarer Nähe.** Ein Beispiel aus einem Newsletter der Schriftenschmiede Linotype, die nun zur Monotype gehört und diese an irgendeiner US-amerikanischen Börse angesiedelt ist. Juristisch korrektes, gesetzlich erzwungenes Hosenscheißertum – **oder die Aufforderung an Leser: Nehmt bitte nicht für bare Münze, was ich in meinen Informationen mitteile.** ■

© 2010, Linotype GmbH, All rights reserved.

Dieser Newsletter enthält möglicherweise Aussagen mit Prognosecharakter, einschliesslich Aussagen zu dem Produkt, der Strategie und den Businessplänen von Linotype GmbH. Verschiedene erhebliche Risiken und Unsicherheiten, wie zum Beispiel die Frage, ob unsere Produkte durch den Markt angenommen werden und ob es uns gelingt, die notwendigen gewerblichen Schutzrechte zu erlangen und durchzusetzen, können dazu führen, dass die tatsächlich erzielten Ergebnisse von den prognostizierten Ergebnissen erheblich abweichen können. Für eine weitere Aufstellung und Beschreibung der unseren Geschäftsbetrieb betreffenden Risiken und Unsicherheiten verweisen wir ausserdem auf die von unserer Muttergesellschaft, Monotype Imaging Holdings Inc., bei der SEC eingereichten Unterlagen. Wir übernehmen keinerlei Verpflichtung, irgendeine der von uns gemachten Prognosen anzupassen, auch wenn diese durch neue zur Verfügung stehende Informationen oder nachträglich eingetretene Ereignisse überholt werden. Alle von uns getroffenen Aussagen werden ausschliesslich mit Wirkung zu ihrem jeweiligen Bekanntgabetermin abgegeben und sind nur an diesen jeweiligen Bekanntgabeterminen aktuell.

**Ausnahme?**

Windows-Benutzer kennen die Fehlermeldung „Ein **Ausnahmefehler** ist aufgetreten“. **Misstrauisch wurde ich dieser Tage, als mein Hausarzt mir erzählte, ein Windows-basiertes Diagnose- und Praxissystem zu nutzen.** Ich stellte mir dann die Diagnose beim jährlichen Check-up etwa so vor: „Ihre Leber hat einen schweren Ausnahmefehler, bei ihrem Herzen wenden Sie sich bitte an den Hersteller, falls das Problem weiterhin existiert, die Galle hat zu wenig Speicherkapazität, Ihr Magen wird wegen einer Zeitüberschreitung geschlossen. Speichern Sie jetzt Ihr Blut, sonst geht beim Neustart des Körpers verloren. Ihr Gehirn kann nicht erkannt werden. Und Ihr Arzt hat einen Schreib-Lese-Fehler.“

Das einzig tröstliche: **Vielleicht bin ich ja eine Ausnahme-Persönlichkeit.** ■

**Lachen – Erkennen – Verstehen****Kommunikations-Kabarett**

**Absurd-Reales aus unserem  
Medien- und Kommunikations-Alltag**

Der heutige Lifestyle, die Ich-jetzt-hier-alles-Vernetzung, der Zwang zu permanenten Höchstleistungen und die Informationslawine erzeugen aberwitzig-absurde Resultate in den Medien, der Office-Communication, den Drucksachen und der verbal-persönlichen Kommunikation. **Je mehr wir kommunizieren, desto weniger verstehen wir uns.** Das Kommunikations-Kabarett führt diesen Wahnsinn, Stress und seine Folgen so vor Augen, dass man sich selbst erkennt und trotzdem darüber lachen kann.

Eine inspirierende Revue, ideal für Inhouse- oder externe Kundenveranstaltungen, Messen, Symposien, Kongresse – als **Braining**, Fitness-Training fürs Gehirn.

► [www.Kommunikations-Kabarett.de](http://www.Kommunikations-Kabarett.de)

