



Selbst Schuld

Das Neue ist noch nicht ganz da, das Alte noch nicht verschwunden – und die Konjunktur hilft auch nicht weiter

STANDPUNKT

Gerne schiebt man vieles auf die Konjunktur. Wenn die Umsätze sinken, beispielsweise. Oder wenn man möchte, dass man guten Mutes ist. Dann trällert man Sprüche wie »Der Aufschwung ist da« oder »Die Konjunktur zieht wieder an«. Als wäre sie je ausgezogen. Denn Konjunktur ist immer. Die Frage ist nur, für wen.

In vielen Bereichen der Wirtschaft gibt es die Konjunktur-Profiteure. Das sind ähnliche Geschäfte-Macher, wie man sie auch zuweilen unter den »Kriegsgewinnlern« findet. Sie leben von anderer Leute Not und Bedarf. Das ist – prinzipiell betrachtet – legal und keineswegs verwerflich. Allein, es ist ein Geschäft ohne Stabilität. Wetterwendisch und zufällig.

Vieles im Druckgeschäft war und ist auch heute noch so. Geht es der Wirtschaft gut, boomt die Werbung, brummt das Drucken. So einst die landläufige Meinung. Ein Zusammenhang, der so nicht mehr stimmt. Wir stellen immer mehr und fast nur noch fest: gut gehende Druckereien laufen fast konjunkturschwankungsunabhängig gut – und schwächelnde Betriebe der Branche erholen sich nicht mehr, nur weil woanders wieder der Aufschwung da ist. Die Konjunktur ist längst kein Motor mehr fürs Druckgeschäft.

Es sind – tausendmal gesagt und ein jedes Mal bestätigt – ausschließlich die spezifischen Leistungsmerkmale, das »Besser sein als andere«, das zu Wachstum und Ertragsstabilität führt. Wer heute gute Geschäfte macht, ist ebenso »selbst Schuld« wie derjenige, der klagt und jammert. Entschuldigungen, es wäre die Konjunktur, die »böse« Wirtschaft oder es wären die Kunden, zählen nicht mehr, weil es einfach nicht mehr stimmt.

Glück, sprich Erfolg, ist heute wieder das, wovon das Sprichwort sagt, ein jeder sei dazu der eigene Schmied. Auf Hilfe von außen, auf die Welle, die andere mitträgt, darf keiner mehr hoffen. Sie wird nicht mehr kommen.

Verbessern reicht nicht mehr

Dabei hoffen wir, dass Sie ein gutes Gewissen haben. Das Gefühl, stets das Rechte, das Richtige getan zu haben. Das, was Sie gelernt haben, das, was Sie immer gemacht haben und womit Sie bisher erfolgreich waren. Wir hoffen, Sie wissen, wie der Hase läuft. Denn dann haben wir für Sie eine gute und eine schlechte Nachricht.

Die gute: Ja prima, wenn Sie zu den Überlebenden der Branche gehören, haben Sie bisher offensichtlich alles richtig gemacht.

Die schlechte Nachricht: Das nützt Ihnen in Zukunft nichts mehr. Einer von uns (Hans-Georg Wenke) drückte es dieser Tage in einem Vortrag so aus: »Machen Sie sich keine Sorgen um Ihre Zukunft – Sie haben eh keine.«

Denn wenn eines feststeht, dann dieses: das bisher fest Stehende, die Basis, auf die wir bisher gebaut haben, ist mehr Sand als Fels geworden. Moderne Produktionsprozesse und die Technik, die Anforderungen unserer Kunden und vor allem die Aufgaben, vor denen wir stehen, fordern nur eins: Anpassen im Sinne von Umdenken. »Verbessern« ist zu wenig. Radikale Lösungen (sich lösen vom Bisherigen) ist besser als schleichende Anpassung.

Nicht, dass wir das alleine sagen würden. Wir geben nur konzentriert und gebündelt wieder, was Fachleute aller Sparten intensiver, lauter, warnender und dringender denn je

sagen: Die Druckindustrie von morgen (sie meinen eigentlich die von heute) ist eine Branche, die sich von der bisherigen grundsätzlich unterscheidet.

Und wie das so ist mit den Evolutionen. Das Neue ist noch nicht ganz da, und das Alte ist noch nicht verschwunden. Das macht es auch so schwer, das Eine vom Anderen zu unterscheiden.

Damit Ihnen das gelingt, haben wir wieder viel, wir hoffen, das Wesentliche in dieses Heft gepackt. Und so soll auch dieses Heft wieder für Leute sein, die nicht auf den Zufall warten, sondern die auf dem Markt mit einem eigenen Profil aktiv sind.



Klaus-Peter Nicolay

Klaus-Peter Nicolay

Hans-Georg Wenke

Hans-Georg Wenke