

2008. Wir werden uns noch wundern.

Meine 2008 dann 60jährigen Knochen orakeln mit ihrem Reißen und Jucken: Nein, die Kölner haben diesmal nicht recht. Diese Lebenspragmatiker, die uns außer dem Karneval auch noch die grundlegende Einsicht in das Leben an sich beschert haben, die da heißt: „Et kütt, wie et kütt“ – es kommt, wie es kommt. NEIN, halte ich dagegen. FÜR UNS IN DER DRUCKINDUSTRIE KOMMT ES 2008 SO WIE WIR WOLLEN – sofern wir denn wirklich wollen wollen.

Denn erstens, da verstehe die Druckindustrie einer, der es will. Eine Umfrage über Stimmung, Aussichten und Einschätzungen für 2008 erbrachte dieses Ergebnis:

In der Druckindustrie ist die Stimmung gut, weil oder obwohl die Erträge sinken ??? ... und ... weil oder obwohl drupa ist ??? – die Investitionen sich nicht verändern und wegen oder trotz oder ungeachtet des Trends zur Automatisierung die Beschäftigten weder mehr noch weniger werden ????? !!!!!

Würde der Kölner, Erzfeind der Düsseldorf-Drupianer, doch wohl verwundert fragen: Wie kütt denn datt? Und den Rat formulieren: Maagk jet drut – mach was draus! Ja, eben, diese Chance haben wir, in einer konjunkturellen Phase, die an und für sich gar nicht so schlecht ist, mit einer Technologie, die absolut Spitze ist, nun auch unternehmerisch Entscheidungen zu treffen, die richtig sind. Was bedeuten würde: Nach einer Phase 25jähriger Totalveränderung würde sich die Druckindustrie gewissermaßen selbst neu erschaffen – als eine HighTech-Branche, die endlich (wieder einmal) Zuversicht ausstrahlt. Diese Chance bietet das Neue Jahr. So viel Chance war lange nicht mehr. Wie sagten wir Alt-68er doch immer: „Du hast keine Chance, nutze sie!“ – Nach dem „Marsch durch die Institutionen“ (Motto und Rat des Kommunarden Rudi Dutschke) sind wir schlauer geworden: „Du hast keine Chance, wenn Du sie nicht nutzt“.

Schlauer geworden sind augenscheinlich auch die Werber. Ich traute meinen 1,75-Dioptin-Augen nicht, als ich an zwei Tagen hintereinander in der Zeitung eine Werbung fand, die mich völlig baff-erstaunt fragen ließ: Ja, sind wir denn wieder in der Bauhaus-Ära? Beste, höchst-intelligente und ungemein inspirierende Typo-Logik sowie Design-Ästhetik gepaart mit werberischem Witz auf aller-, allerhöchstem Niveau. Und das einerseits, Chapeau! – Hut ab!, einerseits von einem Bonner Hutgeschäft und andererseits, halten Sie sich fest, vom Verband der Zeitungsverleger selbst. Booooohhh, Da bite abba platt, wa? Erst der Hut, dann die Hüter (der Medienkultur):

In diesem Sinne gehe ich fröhlich und optimistisch ins Neue Jahr und wünsche Ihnen das gleiche. Machen Sie nicht nur das beste daraus, sondern verwirklichen Sie Ihre eigenen Ideen, Visionen, Wünsche – das jedenfalls wünsche ich Ihnen.