

**FDI** — Das Wort zum Print — Gedankenspiele von Nils Gustorff, FDI-Mitglied und Buchbinder

## (Teil 15) **Wir sind die Stimmung!**

Viele von uns haben noch gut den Ruf der Demonstranten im Ohr, die 1989 mit großem Mut »Wir sind das Volk!« skandierten und damit maßgeblich zur Öffnung und zum Ende der DDR beigetragen haben. Grundlage dafür war, dass sich die Einzelnen bewusst gemacht hatten, wie sehr sie von den Herrschenden zu reinen Objekten degradiert worden sind, also bewusst in einer passiven Rolle gehalten wurden. Sie wollten jedoch endlich selbst Handelnde sein – so wie es seit der Französischen Revolution und der Entdeckung der Demokratie (wörtlich: Volks-Herrschaft) viele Völker erkämpft haben. Und allein durch die Aktion der als undenkbar angesehenen Demonstrationen hat sich das Volk selbst zu einem agierenden Gebilde, einem Subjekt, erhoben und sich seiner Passivität entledigt. Damit bildete sich ein Wir-Gefühl, das Selbstbewusstsein und Kraft verströmte.

Im Rückblick auf eine interessante und inspirierende DRUPA 2012 ist auch der Besucher geprägt von Gedanken über die Rolle, die wir als Branche eigentlich spielen.

Was müssen Öffentlichkeit und Presse über die Zukunft der Druck- und Medienbranche den-

ken, die sich zwar in Verlautbarungen als Hightech-dominierten Teil der Werbewirtschaft darstellt, aber die gefühlten 5000 Düsseldorfer Taxis nackt (!!), also völlig werbefrei herumgondeln lässt? *Hat unser Selbstbild so sehr gelitten, dass wir, die wir zu mehr als 90% von den Werbeaktivitäten der Wirtschaft leben, selbst nicht mehr als Handelnde am Werberummel teilnehmen?* Es ist beschämend, dass nicht die Messeleitung für einen angemessenen Auftritt der in der ganzen Stadt präsenten Taxis gesorgt hat. Dass unter den Ausstellern zurzeit niemandem das Geld so locker sitzt, um rasch die 1336 Autos zu beschriften, ist verständlich. Aber bei 1885 Ausstellern hätte es eine Lösung geben können.

Es ist ohne Zweifel höchste Zeit, Eitelkeiten und übersteigertes Selbstbewusstsein gegen eine zeitgemäße Bescheidenheit einzutauschen. Allerdings ist es doch Teil unserer Krise, dass diejenigen laut wahrgenommen werden, die etwas diffuses Neues zeigen und propagieren: Schon seit der Buchmesse 1998 sagen mir alle Freunde, das E-Book werde innerhalb der kommenden drei Jahre den Tod des Buches

bewirken. Und seit 25 Jahren sagt die IT-Branche, jetzt endlich sei das papierlose Büro Realität. Schon glauben die ersten Politiker, das iPad könne – ganz gemäß dem von Apple geträumten Allmachts-Traum – endlich den lastgeplagten Schülern einen buchlosen Schulbesuch ermöglichen (das wäre übrigens mit einem einfachen Epidiaskop schon seit 40 Jahren und überdies mit geringem Kosten- und Energiebedarf möglich!).

Sind wir denn so gestrickt, dass wir unsere Depression demütig als ein sich selbst verstärkendes System begreifen?

Alle Gespräche auf der Messe haben mir bestätigt, dass ein starkes Wir-Gefühl existiert. Die 1885 Messestände haben hinreichend belegen können, dass wir mitnichten hoffnungs- und konzeptlos sind! *Bei aller gebotenen Bescheidenheit ist es für die Identität der ganzen Branche fatal, still zu werden.* Die DRUPA hat viele Funktionen: Familientreffen, Fortbildung, Vorandenken, Zukunftsgestalten. Und: Eigendarstellung der Branche! Dieser Nebeneffekt darf schon deswegen nicht vernachlässigt werden, weil wir doch selbst in

der 2008er Krise von der produzierenden Wirtschaft mehr antizyklische Marketingaktivität gefordert haben, um neuen Schwung zu bekommen.

Das Wort »Schlechte Stimmung« ist eine gerne und oft von Teilen einer Gruppe benutzte Killerphrase, der zu begegnen keine Worte, sondern allein Taten geeignet sind. Dies zeigen alle Erfahrungen von Klassensprechern, Betriebsräten und Unternehmern. Also kann ein wichtiger Baustein zur Rettung unseres Gewerbes nur sein, dass wir selbst uns als Agierende sehen und benehmen. Ein vorsichtiger Zweckoptimismus ist die Grundvoraussetzung und wird uns die Kraft geben, die wir brauchen, um unsere Nische zu finden, zu behaupten und unseren Kunden angemessen zu vermitteln, wo unsere Stärken liegen. Über Schwächen haben wir lange genug geredet.

In einer lockeren Serie möchten wir Ihnen das Thema »Ein Wort zum Print« von den verschiedensten Seiten beleuchten

Teil 12: Lieben Sie auch die Herausforderung?, DD Nr. 12

Teil 13: Das älteste unter den neuen Medien, DD Nr. 14

Teil 14: Was ist nachhaltig?, DD Nr. 15

Teil 15: Wir sind die Stimmung!

Teil 16: Kann uns der technische Fortschritt retten?, DD Nr. 18

Teil 17: Thema Kostenrechnung: Was sind »Unkosten«?, DD Nr. 19