



Klaus-Peter Nicolay, Hans-Georg Wenke
Chefredaktion Druckmarkt Schweiz

Bloss keine Neidgenossenschaft

Wie der «Druckmarkt Schweiz» von Nutzen sein kann.

STATEMENT

Einer der archaischen Urbedürfnisse, gegen die sich kein Mensch wehren kann, ist, sich gegen seine «Futterkonkurrenten» abzugrenzen. Zu Zeiten, da gleichermassen die Höhlen wie die Nahrung rar waren, eine notwendige Überlebensstrategie. Räumliche Enge, so stellten es Psychologen und Verhaltensforscher in wissenschaftlich fundierten Experimenten fest, führt nach wie vor zu Konflikten. Konkurrenz macht aggressiv, genauso wie Konkurrenzlosigkeit arrogant macht.

Eine der wesentlichen Taktiken zum Aggressionsabbau sind Riten oder rituelles Verhalten. Dazu zählen im heutigen Leben die «bürgerliche Moral» ebenso wie Mode, Vereine oder Parties, Markenbewusstsein, Trends oder auch der versöhnliche Aperó für den Übergang vom Tagesstress zum gemeinsamen Mampfen. Solche Zusammenkünfte, Treffs, beschworene oder gezeigte Gemeinsamkeiten stellen das notwendige «Wir»-Gefühl dar, nutzen die Emotion des «Ich gehöre dazu» gleichzeitig zur Erzeugung gemeinsamer Feindbilder.

«Nichts fördert Freundschaft mehr als gemeinsame Feinde», sagt eine treffende Weisheit und deutet an, dass es allumfassende Harmonie wohl niemals geben kann.

Oder doch? Für die, die besitzend oder im Vorteil sind, ist es leicht, generös zu empfehlen «Leben und leben lassen». Für die, die nichts zu leben haben, gilt allenfalls, sich berechtigt zu fühlen, anderen den Besitz streitig zu machen. Also: Polarisierung ist logischer und natürlicher als Egalisierung.

Dies vorausgesetzt, lässt sich durchaus auch für die Druckindustrie der Schweiz eine Parallele feststellen und die Prognose wagen, dass bei dieser kulturpflegenden Berufs- und Branchen-Eidgenossenschaft auch Symptome der Neidgenossenschaft erkennbar sind.

Die Zergliederung in viele Gruppen und Verbände, sprach- und geografie-abhängige Sektionen und die Omnipräsenz bestimmter Tendenzen ebenso wie bestimmter Personen in eben jenen unterschiedlichen Gruppen ist kein Manko der Schweiz, sondern eine ausgesprochene Natürlichkeit. Die sich erklärt, wenn man die landesspezifischen Besonderheiten mit den Regeln der «normalen Menschlichkeit» vergleicht. Die Überschaubarkeit des Landes, das Jeder-kennt-Jeden-Symptom führt einerseits zu Vertrautheit und andererseits zu Vorsicht. Es verbindet und grenzt ab. Es macht vieles einfacher und doch so manches komplizierter. Es ist Last und Vorteil zur gleichen Zeit. Und wenn alles gut geht, halten sich die Polaritäten jeweils die Waage.

Doch diese Ausgewogenheit hat auch ihre negativen Seiten. Physikalisch gesehen gehen Spannung und Kraft, Energie und Geschwindigkeit dabei verloren. Und so meinen wir, dass «Partei ergreifen», sich bekennen und eine klare, eindeutige Sprache sprechen, der Wahrheit verpflichtet zu sein und damit auch dem eindeutigen Nennen von Positivem wie Negativen und vor allem alles andere als Heimlichtuerei und falsche Verschwiegenheit das beste Mittel sei, Bewegung in Angelegenheiten zu bringen, die es wert sind, weiterentwickelt zu werden. Namen zu nennen, nicht aus Klatschsucht, sondern wegen der Klarheit. Res-

pekt zu zeigen, aber sich nicht einschüchtern zu lassen. Partei zu ergreifen, ohne populistisch sein zu wollen.

Der «Druckmarkt» hat mit diesen journalistischen Grundsätzen im deutschsprachigen Raum Anerkennung gefunden. Wenn der «Druckmarkt» nun mit einer eigenständigen Schweizer Ausgabe erscheint, die inhaltlich voll auf die Druckindustrie der Eidgenossenschaft konzentriert ist, so wollen wir dies auch mit der Intention tun, die das Credo des «Druckmarkt» geworden ist:

Wissend kann man nur werden, wenn man auch die Fakten kennt. Aber urteilen kann man nur, wenn man die Argumente wägt.

Und die lassen sich in einer so dichten Branche wie der Druckindustrie Schweiz nun einmal nicht von Emotionen trennen. In diesem Sinne könnte es also beruhigend sein, wenn wir den einen oder anderen in dieser oder einer zukünftigen Ausgabe aufregen. Die anderen hoffen wir, anzuregen.




Hans-Georg Wenke


Klaus-Peter Nicolay