

Urlaub für das Stammhirn

Das ist nun eine wirklich unzeitgemässe Aussage. Tun wir es doch schon seit geraumer Zeit, eben das, was andere auch tun. Täglich, stündlich, eigentlich in der Regel immer. **Mainstream** heisst das auf neudeutsch. Wir schwimmen mit im Fluss, möglichst in der Mitte. Aber bitte, schwimmen sie getrost mit, denn wenn es fast alle tun, muss es ja seine Richtigkeit haben.

Von MIKE EGLI

Dabei sind Gedanken frei, sagt man. Also denke ich hier nun einmal frei, in der Annahme, dass mich dies unter anderem befähigt, diesen Text zu schreiben. Er gibt meinen eigenen Gedanken Ausdruck und ich muss gestehen, ich fühle mich tatsächlich recht frei dabei, schon fast vogelfrei. So wie ich mich kenne, werden jetzt ein paar Behauptungen, die einer wissenschaftlichen Prüfung vermutlich kaum standhalten, zu ebenso fragwürdigen Schlussfolgerungen führen. Aber eben, Gedanken sind frei.

Nun also, liebe Leserin, geneigter Leser: Wann haben Sie sich zuletzt über die verschlungenen Wege des Denkens begeben? Von A bis Z, also etwas frei von der Leber weg mit allen Variablen, Alternativen, Wertungen und Zweifeln zu Ende gedacht? Wetten – wenn Sie ehrlich sind – schon recht lange nicht mehr. Wer hat denn schon noch die Zeit zu solchem Tun? Von der Notwendigkeit ganz zu schweigen. Wir wissen doch schon zu vieles, um alles wissen zu wollen. Da stehen Aufwand und Ertrag nicht mehr im Gleichgewicht.

DENKEN LASSEN Darum denkt einer, der die Zeichen der Zeit erkannt hat, nicht mehr selber. Er lässt denken. Wikipedia in Windeseile, Google sei Dank. Medial muss es sein. Wie stehe ich zu den Problemen in meinem Umfeld, zu mir selbst, was ziehe ich heute an, was isst man denn, um «in» zu sein. Im **Mainstream** of course. Wenn am Morgen einsame Rentner in der Imbissecke (welch Werbetext-Horror!) des Grossverteilers vor ihrem Kreuzworträtsel sitzen und über die Zwerge aus der nordischen Sage mit acht Buchstaben nachdenken – so was von Unproduktivität. Dabei ist der Appleshop gleich gegenüber.

Es macht den Anschein, dass der Normalverbraucher diese Thinktanks, also seine Lieferanten, als solche gar nicht mehr wahrnimmt. Er bezieht, ist ja abonniert, konsumiert und ist des Lebens froh. Er weiss, dass er im Wohlstand lebt, wächst doch das BPI, und das erst noch sehr gesund, wie ihm seine neueste Erwerbung, der Rechner mit Sensor an seinem Handgelenk auf dem Monitor bestätigt. Heute schon zweitausend Schritte gemacht? Im Job ist übrigens auch alles paletti, er ist im systemischen Gleichschritt mit dem gauß'schen Mittel. Don't worry, be happy. Und so freut er sich jeden Tag über etwas, was alle freut, und ärgert sich über das, worüber sich alle ärgern. Nachdenklich macht ihn das nicht, denn er lässt bekanntlich denken. Urlaub für das Stammhirn.

ALLZEIT BEREIT, 24 AT YOUR SERVICE Das neue Denkorgan heisst App. Wir sind irgendwie vom Planet of the Apes zum Planet of the Apps mutiert, vom What's up Doc zum WhatsApp. Alles pflegeleicht verpackt in Smartphones. Allzeit bereit, 24 at your service. Was aber der Hammer ist: Wir sind nie mehr allein mit unserem Denken.

Es wird mit jedem Mausklick ein Prozess eingeleitet, der unser Tun und Befinden analysiert und uns dann zurückfüttert mit Hinweisen und Erkenntnissen. He, hast Deine zweitausend Schritte noch nicht gemacht! Reg' Dich nicht auf, wir alle tun es doch und stormen eifrig shit. Das macht neue friends.

VON GUTEN UND BÖSEN Aber auch in viel grösseren Bereichen erhalten wir Sukkurs, Unterstützung und Beistand. Ich gebe es ja zu: Ich war und bin Westernfan. Im Kino damals. Da war alles auch für einfache Gemüter lesbar. Die Guten trugen helle Hüte, die Bösen schwarze.

Im realen Leben lässt sich diese einfache Qualifizierung nicht mehr mit eigener Denkkraft vollziehen. Je nach **Mainstream** ist der Böse von gestern heute der Gute, ohne dass er auch nur den Hut gewechselt hätte. Und das in einem Takt, der ein Mitdenken verunmöglicht. Da wechselt dann das Wissen zum Glauben.

Vor ein paar Hundert Jahren hat einmal ein Herr Descartes – da hatte man noch Zeit, um über solches nachzudenken – gesagt, dass er eigentlich nur dann wirklich sei, wenn er denke. Ego cogito, ergo sum. Sollte er damit Recht haben, dann wären wir eigentlich nicht mehr so wirklich. Oder anders gesagt, wir leben dann nicht in der Wirklichkeit. Cyberspace sei gegrüsst.

Was wir so hin- und herbewegen, sind Datenmengen, viele davon standardisiert und fremdantikuliert. Wir benutzen sie, um zu kommunizieren. Und wir sind in der Meinung befangen, dass das Eigenprodukte sind. Unser individuelles Profil, unser Ego. Damit tun wir hie und da unsere Meinung kund, schreiben vielleicht einen Leserbrief oder geben als homo politicus ein Votum ab.

EIN KONFEKTIONIERTES WELTBILD Ich erfahre als alter Mann die Wohltat des Genügend-Zeit-Habens, die Zeit zum Zuhören, zum Lesen, zum Nachdenken und zum Mitteilen. Und bin zunehmend konfrontiert mit diesem konfektionierten Weltbild. Ist gerade Rot die Farbe des Tages, so gehörs Du mit Schwarz zu den Randständigen. Das wirkt dann wie zementiert. Als würde das Momentum der Moderne nicht ohnehin Bewegung, also Veränderung heissen. Die ist doch vielleicht auch das echte Salz des Lebens. Sie braucht auch nicht die Beschleunigung, die wir nicht nur bei unserem Auto als Fortschritt definieren.

Mit der notwendigen Zeit wohl durchdacht, wohl überlegt, müssten sich alle Prozesse, die unser Leben bestimmen, gestalten lassen. Mit kleinen Ausreissern selbstverständlich.

Denken Sie darüber nach. Und lachen Sie dabei hie und da.





➤ Zum «Swiss Print Award 2015» rufen die Allianz Schweizer Werbeagenturen asw, «Druckmarkt Schweiz», die Kaderschule «gib» Zürich, der Skugra Academy Club, «viscom print & communication» und die Papyrus Schweiz AG auf.

➤ Eingereicht werden kann alles, was gedruckt wurde. Dazu gehören Imagewerbung (Flyer, Firmenpublikationen, Geschäftsberichte, Broschüren, Mailings, Bücher etc.); vernetzte Printproduktionen (crossmediale Kampagnen aus Druck- und Online-Medien); POS-Drucksachen (Verpackungen, Etiketten, Displays, Aussenwerbung, Plakate etc.). Die eingereichten Arbeiten müssen im Kalenderjahr 2014 bis zum Anmeldeschluss aktiv eingesetzt worden sein. Form, Umfang, Grösse und Technik spielen keine Rolle.

➤ Teilnahmeberechtigt sind Schweizer Druckereien, Verlage, Agenturen, Hersteller, Händler, Industrie- und Handwerksbetriebe. Einreichen kann jeder, der an der Entstehung der Drucksache beteiligt war.

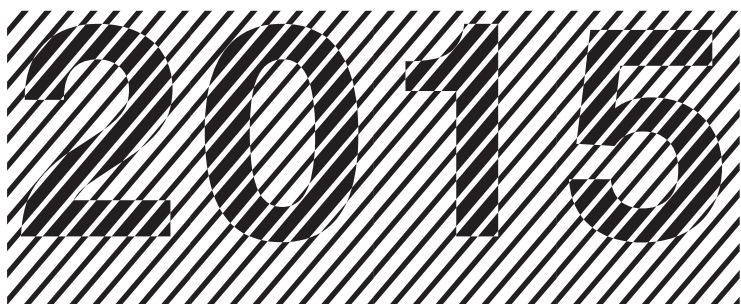
➤ Einsendeschluss ist der 31. Januar 2015, die Bekanntgabe der Preisträger findet im Mai 2015 statt.

➤ Für die Teilnahme wird eine Gebühr von 185 Franken je eingereichtem Objekt erhoben. Diese Summe beinhaltet auch die Kosten für eine umfangreiche Dokumentation.

➤ Die unabhängige Jury, bestehend aus Agentur-, Verlags- und Druckprofis, Typografen, Designern und Papierexperten bewertet die eingereichten Arbeiten nach Nutzen, Emotionalität, Wertigkeit, Professionalität, Kreativität, Innovation und Nachhaltigkeit.

➤ www.druckmarkt-schweiz.ch

Drucken hat die zweite Dimension längst verlassen. Print ist multidimensional und multimedial. Gleichzeitig sind gedruckte Medien so vielfältig, ansprechend, erlebnisreich, verwandlungsfähig und qualitativa hochstehend wie kein anderes Medium. Mehr noch: Print ist Impulsgeber für Kommunikation jeglicher Art. – Beim Wettbewerb «Swiss Print Award» können Agenturen, Verlage, Drucker und Buchbinder mit ihren ideenreichen Druck-Erzeugnissen beweisen, wie edel bedrucktes Papier sein kann. Und sie können zeigen, wie stark Gedrucktes im Medienmix ist.





ANMELDUNG
SWISS PRINT
AWARD 2015

OBJEKT	BEZEICHNUNG _____ _____ _____
	EINSATZ UND NUTZUNG _____ _____ _____
ZIELSETZUNG	_____ _____ _____
	REAKTIONEN UND ERFOLGE _____ _____ _____
SACHANGABEN	DRUCK- UND HERSTELLUNGSVERFAHREN _____ _____ _____
	PRODUKTIONS-EQUIPMENT UND -MATERIAL _____ _____ _____
	AUFLAGE _____
	VERWENDUNGSZEITRAUM _____
	BESONDERHEITEN _____ _____ _____
BETEILIGTE PERSONEN	_____ _____
	IDEE, KONZEPT _____
	DESIGN _____
	FOTOS, ILLUSTRATIONEN _____
	DRUCK _____
	FINISHING _____
TEILNEHMER	FIRMA _____
	ANSPRECHPERSON _____
	ADRESSE _____ _____ _____
	TELEFON _____
	EMAIL _____
	FIRMENGRÖSSE CA. MITARBEITER _____
	PRODUKTIONSSCHWERPUNKT _____

- **Einsendeschluss ist der 31. Januar 2015**
- Bitte pro Objekt eine separate Beschreibung. Bei Bedarf mehrfach kopieren.
- Einsendeadresse: Swiss Print Award c/o Druckmarkt Schweiz,
Seefeldstrasse 62, CH-8034 Zürich