


KÖNIGS KOMMENTAR

Von Baggern und Druckmaschinen

Wie, schon wieder vier Jahre vorbei? Da war doch was? Genau, die olympischen Spiele in London stehen an im Sommer. Und die Fußball-Europameisterschaft. Und natürlich die drupa!

Egal, wie sehr einen solche Großereignisse persönlich bewegen mögen: Sie können Erinnerungsanker schaffen und damit helfen, den eigenen Lebensfaden zu ordnen. An das „Sommermärchen“ der WM 2006 werden sich manche ihr Leben lang erinnern und sich fragen: „War das davor oder danach, als ich...?“

Als 1972 die Olympischen Spiele in München stattfanden, war ich selbst noch Kind. Aber ich kann mich lebendig daran erinnern, dass die ganze Stadt im Aufbruch war. München hat pulsiert und gelebt, auch für einen 12jährigen deutlich spürbar. Und die U-Bahn, die es plötzlich gab, war schon toll. Dann hat das Ganze bekanntlich leider eine dramatische Wende genommen. Auch das ist mir, weil es wirklich verstörend war, noch sehr gut in der Erinnerung. So ganz Kind ist man mit zwölf ja doch nicht mehr. Außerdem haben viele Menschen, denen Sport bis dahin egal war, von den Olympischen Spielen 1972 Notiz genommen.

Neben Olympia und EM bringt dieses Jahr noch ein weiteres Vierjahresevent. Als Papiermensch muss man nicht lang nachdenken um zu wissen, dass 2012 auch drupa-Jahr ist. Wobei ich mir aber durchaus die Frage stelle, ob der unbefangene Bürger auf der Straße das ebenfalls weiß, und falls ja: Tangiert es ihn?

Dass Firmen der Druck- und Papierbranche es nie für nötig befunden haben und immer noch nicht befinden, sich einem noch breiteren Publikum und nicht nur der Branche selbst zu präsentieren: Ich halte das für einen gelinden Skandal. Wenn ich das allerdings in einem Gespräch formuliere, stets dieselbe Reaktion darauf: Größtes Erstaunen. Werbung für Papier und Druck in der Illustrierten und einer Tageszeitung? „Das interessiert doch keinen!“, heißt es dann. Die Branche fragt sich also allen Ernstes, ob es

Sinn hat, die Welt auf sich aufmerksam zu machen. Ich frage mich: Wo würden Mobiltelefonie und Internet heute stehen, hätte man Werbung und Öffentlichkeitsarbeit dem Elektrogroßhandel überlassen? Hat man aber nicht. Folgerichtig begegnen sich jetzt in derselben Zeitung eine ganzseitige Anzeige von Apples iPhone und ein Bericht über einen in Konkurs gehenden Druckmaschinenhersteller.

So viel zur Selbstdarstellung der Branche im Jahr 2012. Und wie hält es die drupa selbst? Laut offizieller Statistik besuchten die letzte drupa 391 000 Besucher aus 138 Ländern. Davon waren 4% Privatbesucher. Die Bauma, die größte Baumaschinenfachmesse der Welt, findet alle drei Jahre in München statt und wurde 2010 von 420 170 Menschen besucht. Man sieht, das sind vergleichbare Rahmenbedingungen und Kennzahlen. Zwar habe ich keine Privatbesucher-Statistik gefunden, aber da ich ortsansässig bin weiß ich, dass viele Eltern mit ihren Kindern am Wochenende gern auf die Bauma gehen, weil es da so viel zu gucken gibt. Sie sind auch gern gesehen, obwohl keiner von Ihnen einen Bagger kauft.

Auf der drupa gibt es ebenfalls eine Menge zu sehen, das auch ganz normale Menschen interessieren würde. Die, viel mehr als mit Baumaschinen, alle täglich als Anwender mit Papier und Druck zu tun haben und letztlich die eigentlichen Kunden sind. Immerhin, rein dürfen sie ja. Ich gebe die Hoffnung nicht auf: Nächstes Mal ist das vielleicht auch gewollt. Nach der Messe ist schließlich vor der Messe.

Alfred König, der Verfasser dieser regelmäßigen Kolumne, ist Inhaber von König Konzept, der Kommunikations- und Produktionsagentur in München.