

## THINK!

Liebe Leserinnen und Leser,

in den frühen Jahren des Computerkonzerns IBM trug dessen Gründer Thomas J. Watson ein Motto wie einen Schild vor sich her: THINK! Heutzutage jedoch scheint dieser Leitspruch antiquiert. Wozu denken? Das machen andere ... präsentieren ihre Ergebnisse ... und wir übernehmen die Meinung aus dem breiten Angebot, die uns am besten gefällt. Immer mehr Menschen denken nicht – sie lassen denken. Und ziemlich vieles dessen, womit wir uns heute herumschlagen müssen, ist das Resultat dieses mentalen Outsourcings.

Informationen sind heute so leicht verfügbar wie nie zuvor. Aber ... man hat ja keine Zeit. Man kann sich nicht um alles kümmern. Man muss ja auch mal an sich denken. Arbeitszeiten unter 40 Stunden, fast 30 Tage Urlaub ... wovon ich als Selbständiger nur träumen kann, bringt immens viele Menschen in eine kritische Lage. Stress. Da bleibt zwischen DSDS, GNTM und GZSZ keine Zeit mehr, um sich ernsthaft mit der wirklichen Welt zu beschäftigen. Und mit der wirtschaftlichen Situation schon gar nicht. Wozu auch ... es geht ja wieder steil bergauf, gell?

Ich war am Wochenende auf einer Großveranstaltung, die ich seit Jahren besuche ... und für die man alleine als Eintritt 23 Euro hinzulegen hat, hinzu kommen höchst happige Preise im Catering. 2008 waren noch beinahe 10.000 Menschen dort. 2009 waren es ca. 7.500 ... und diesmal keine 3.000. Viele haben für einen solchen Abend Kosten von gut 100 Euro pro Person, weil teilweise mehrere Hundert Kilometer Anfahrt hinzukommen. Und diese frappierende Leere diesmal ... nun, der in diesem Jahr ja laut der Mehrzahl der Vordenker in den Medien ganz, ganz sicher wieder deutlich anziehende Konsum verbirgt sich offenbar geschickt vor mir. Und wer mich regelmäßig liest weiß, dass dieses Beispiel nicht das erste ist und nicht das letzte sein wird, das ich vorstelle, um zu zeigen, dass wir Verbraucher ohne es zu merken mitten auf der Bühne einer riesigen Charade stehen. Und dass die meisten nicht das Geringste davon bemerken.

Diese pandemische geistige Trägheit wird gezielt genutzt – aus zwei Gründen. Zunächst verdienen die Banken nicht an Leuten, die vorsichtig und zurückhaltend Geld auf dem Sparbuch oder im Tagesgeld parken. Aktien, oder noch besser Derivate, ja da klingelt die Kasse. Dementsprechend wird zum einen von einer grauenerregend hohen Zahl von Analysten der Aufschwung propagiert, zum anderen die Angst vor der großen Inflation geschürt.

Einer der gängigsten Tricks ist momentan, Konjunkturdaten auf Basis der Veränderung gegenüber Vorjahr zu präsentieren. Zuwächse im Autoabsatz bei Ford oder General Motors von 30 bis 40 Prozent suggerieren, dass die Schornsteine wieder rauchen. Gleiches gilt für die Einzelhandelsumsätze mit einem Plus von ca. fünf Prozent, für die Auftragseingänge langlebiger Wirtschaftsgüter mit einem Anstieg über zehn Prozent und so fort. Geflissentlich übergangen wird bei der Weitergabe solcher Zahlen, wo wir vor einem Jahr standen (am Höhepunkt der Krise) und woher wir zuvor kamen. Nur als Beispiel: In Wahrheit hängen die Automobilabsätze in den USA noch unter den Tiefs von 1991 fest. Der Schnitt der zehn Jahre vor 2008 lag bei einem Jahresabsatz zwischen 16 und 18 Millionen – momentan sind es 12 Millionen.

Und die Inflation? Momentan geistert das Modewort des „crack up boom“ durch die Medien. Wobei der Begriff nicht, was viele denken, etwas Neues, sondern Jahrzehnte alt ist und einen Zustand beschreibt, in dem die Anleger aufgrund einer Hyperinflation aus Angst vor dem Wertverlust ihres Kapital trotz wirtschaftlich kritischer Lage panisch in Aktien und Rohstoffe einsteigen, was deren Kurse weit über das gerechtfertigte Niveau hebt. Die Aussage all derer, die uns nur Gutes wollen, lautet: Kauft jetzt, kauft schnell, kauft massiv ...

bevor die anderen kommen. Denn die Hyperinflation lauert um die Ecke. Warum? Weil die Geldmenge explodiert und immer weiter wächst. Tja ... da ja niemand Muße und Zeit hat, sich mal selbst zu informieren, wird übersehen, dass die Geldmenge in den USA bereits seit Monaten wieder fällt ... und nennenswerte Inflation nirgends zu erkennen ist – nicht einmal trotz steigender Rohstoffkosten der Unternehmen. Denn die können (ei, wo ist denn da der Aufschwung?) die steigenden Preise momentan nicht weitergeben. Und all die Billionen 2008/09 neu gedruckten Geldes haben darauf keinen Einfluss, weil sie nicht in die Hände der Unternehmen und erst recht nicht der Verbraucher kommen. Die Orakel beten ja schon längere Zeit die Inflation herbei. Eigentlich müsste sie jetzt längst da sein. Aber solche Parolen, die dort Angst machen sollen, wo zwar kein Anlass dazu besteht, dafür aber die Kassen derer füllen, die an Aktienkäufen der verunsicherten Bürger verdienen, sind wahre Evergreens. Mit dem Inflationsgespenst drohen, das läuft immer.

Da jedoch, wo man sehr wohl Angst haben sollte, wird schöngefärbt, dass es einen graust. Auch seitens der Politik werden meist die satten prozentualen Steigerungen vom absoluten Tiefpunkt hervorgehoben und die Relationen zu den Vor-Rezessions-Niveaus einfach verschwiegen. Es stellt sich natürlich die Frage, wie viele derer in der Politik, die sich nun ob des gescheiterten Krisenmanagements und des sauberen, soliden Aufschwungs selbst auf die Schulter klopfen, überhaupt bemerken, dass sie die leichtgläubige Masse der Bürger letztlich an der Nase herumführen. Gut möglich, dass viele selbst nicht verstehen, wie sich die Gesamtlage präsentiert. Schließlich lässt man auch und gerade hier gerne andere denken. Man kann ja nicht in allem Bescheid wissen, also verlässt man sich auf die jeweiligen Spezialisten in der Partei.

Das ist schon eine Entwicklung, die man sich bewusst machen sollte: Durch den Trend zum „denken lassen“ entsteht eine starke Spezialisierung, die ermöglicht, dass relativ wenige der großen Mehrheit ihre Meinung vordenken. Je extremer dies geschieht, desto höher ist das Risiko der Manipulation. Und je größer die Zahl derer ist, die tumben Bisons gleich blind und willenlos dem Mainstream der Meinungen folgen, desto geringer ist die Gefahr, bei diesen Manipulationen erappt zu werden. Und so habe ich den Eindruck, dass das zweite, politische Ziel der Rosafärberei neben dem Vermeiden einer murrenden Bevölkerung kaum jemand realisiert - nämlich die Anwendung des Münchhausen-Prinzips.

Jener zog sich, so die Mär, einst am eigenen Haarschopf aus dem Sumpf. Und genau so soll es mit der Konjunktur auch laufen. Je mehr Menschen wirklich glauben, dass die Krise nun definitiv überstanden sei, desto mehr wird deren wieder ansteigende Konsumneigung die Wirtschaft wieder auf den Wachstumspfad bringen. Die Einzelhändler stoßen ins selbe Horn, indem sie mit vorgeblicher Nullzinsfinanzierung und/oder „heute kaufen, später zahlen“ ihren Teil dazu beitragen, gerade die Leichtgläubigen wieder in die Läden zu locken. Ran an die Ersparnisse ... und wo nicht vorhanden, natürlich gerne auch auf Kredit – denn billiger wird's nicht mehr. Ha! Was passiert, wenn die glückseligen Konsumbürger nicht mehr bezahlen können, ist erst mal egal. Denn was heutzutage zählt, ist das, was jetzt in die Kasse kommt. Um alles, was folgt, müssen sich dann meist die Nachfolger zurückgetretener Politiker und Unternehmenslenker kümmern.

Diese Tricks führen zu einer künstlich stimulierten Zwischenerholung ... in der Wirtschaft wie an den Börse. Und man zieht alle Register, um den schönen Schein aufrecht zu erhalten. Aktuell z.B. wird versucht, durch die Einigung über die Kreditvergabe an Griechenland zu übertünchen, dass das Problem als solches dadurch in keiner Weise gelöst ist. Was klappt, denn immer mehr Menschen reicht es, wenn man das Problem nicht mehr *sieht*!

Oder man erzählt gutgelaunt, dass das Quartalsergebnis von Alcoa doch recht gut ausgefallen sei ... indem man die deutlich verfehlte Umsatzerwartung einfach ignoriert und nur die getroffene Prognose des Gewinns erwähnt. Warum?

Nun, diejenigen, die ganz bewusst versuchen, in den ihnen genehmen Bereichen hier Angst und dort Euphorie zu erzeugen, wissen natürlich, dass die Lebensdauer solcher Fata Morganas begrenzt ist. Man muss zusehen, seine Schäfchen ins Trockene zu bringen, bevor das Kartenhaus einstürzt. Und ob seitens Sentiment, Charttechnik oder Markttechnik ... langsam blinken in *jedem* Bereich rote Warnlampen.

Die Parallele zu 1929/1930 ist unübersehbar. Der Witz ist dabei, dass es heute, in einer Zeit, in der Informationen für jeden leicht zugänglich wären, sogar noch besser klappt als damals. Einfach, weil gar zu viele „denken lassen“. Auch damals versuchte man, die Krise einfach „wegzulächeln“, indem man jedem, der es hören wollte, mitteilte, es sei alles wieder im Griff. Was dann ab Frühjahr 1930 folgte, sollten Sie sich mal in Berichten über die damalige Krise ansehen, falls Sie es nicht wissen. *Selber* ansehen ...

Tja ... es werden fleißig Trugbilder gemalt, sicher. Aber das ist schließlich nicht strafbar. Nicht allzu nett, sicher, aber auf der anderen Seite verfolgen hier nur findige Leute auf Kosten derer ihre Ziele, die nur zu gerne alles glauben, was man ihnen vorsetzt, wenn dies nur mit ihren eigenen Hoffnungen und Wünschen übereinstimmt. Und das ist natürlich: Alles soll so sein wie vorher, die Krise soll verschwinden. Das lässt sich machen. Verbal. Zumal nicht allzu viele derer, die noch ihren Job haben, wirklich verstehen, wie die Lage der Arbeitslosen ist, wie viele Selbständige sich nach der Decke strecken müssen, wie es ist, als Kurzarbeiter auf einem dünnen Seil zu balancieren. Die Mehrzahl merkt nichts von der Krise ... und da sie darüber hinaus eben keine Zeit hat, selbst zu denken, sind sie willfährige Opfer derer, die das zu nutzen wissen.

Man kann das ablehnen oder nicht, aber letztlich ist das ein Bild unserer Zeit. Und wer, um das mal etwas deutlicher zu formulieren, „zu blöde ist, den Kopp aufzumachen“, ist am Ende selbst schuld ... ob er sich nun überschuldet, an den Hochs in Aktien einsteigt oder, die Krönung, beides tut. Natürlich werden nur wenige, wenn überhaupt, aus dieser Klientel diese Kolumne je zu Gesicht bekommen. Denn sie erscheint dort, wo solche Leute nicht hinsehen. Und selbst wenn, wäre sie zu lang. Keine Zeit. Habe Stress.

Aber Sie, liebe Leser, soll die Botschaft ja ebenso erreichen. Bleiben Sie skeptisch, bleiben Sie vorsichtig. Und vielleicht können Sie den einen oder andere allzu gutgläubigen Mitmenschen davon überzeugen, nicht auf jeden dahergelaufenen Rattenfänger zu hören, der ihm vorflötet, dass er in einer Welt der Glückseligen lebe ... während er ihm mit der anderen Hand bereits das Geld aus der Tasche zieht. Vielleicht sollte man in der Tradition des Thomas J. Watson überall kleine Schildchen anbringen: THINK!

Mit den besten Grüßen  
Ihr  
Ronald Gehrt  
([www.system22.de](http://www.system22.de))