

Der Fabrikant im Kopf

Autor(en): **Weingartner, Peter**

Objektyp: **Article**

Zeitschrift: **Nebelspalter : das Humor- und Satire-Magazin**

Band (Jahr): **115 (1989)**

Heft 11

PDF erstellt am: **11.09.2024**

Persistenter Link: <https://doi.org/10.5169/seals-603275>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.

Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.

Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

DER FABRIKANT IM KOPF

VON PETER WEINGARTNER

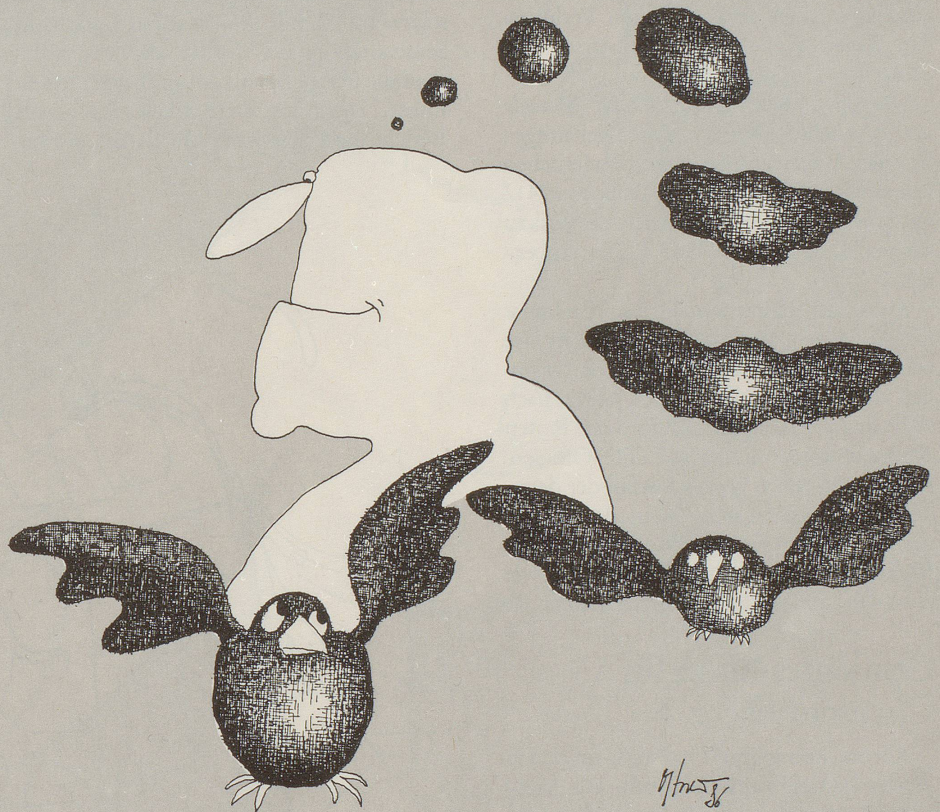
Klaus J. nennt wohl jene Fabrik sein eigen, die am umweltschonendsten produziert. Er braucht dazu weder Kulturland mit hässlichen Produktionshallen zu überbauen noch in seinen Kaminen Rauchgasreinigungsanlagen zu installieren: Seine Werkstatt hat ihren Sitz im Kopf. In *seinem* Kopf.

Klaus J. arbeitet grundsätzlich auf Auftrag, wobei er seine knapp bemessene Freizeit nutzt und auch mal etwas auf Vorrat produziert. Produziert und in die Schublade versorgt. Beziehungsweise in die alphabetisch geordneten Hängeregistraturen hängt. Mit der Zeit haben sich nämlich, so Klaus J., die wenigen grundlegenden Kundenkategorien herauskristallisiert. Innerhalb der Grobkategorie freilich gibt es ein fein abgestuftes Netz von Variationen, und jeder Kunde, jede Kundin wird – Alberts Werbespruch – individuell behandelt. Das mache erst den Reiz und die Herausforderung der Arbeit aus.

Eine AG mit 6 Köpfen

Zweifellos ist es Klaus J. gelungen, eine Marktücke zu entdecken und mit seinen Produkten zu stopfen. Seine Kundschaft wächst und wächst; ein Ende des Booms ist nicht abzusehen. Vor kurzem sah er sich gezwungen zu expandieren: Neben seinem Haupthaupt arbeiten bereits fünf weitere Köpfe in seiner Aktiengesellschaft mit.

An dieser Stelle ist ein Nachtrag zu machen. Zwar braucht die Produktionsstätte kaum mehr Platz als eine geballte Faust, doch die Lager – ich meine nicht die Hängeregistraturen, sondern quasi die Rohstofflager – füllen Büchergestelle. Klaus J. verfügt über die gesammelten Werke der einschlägigen Philosophen, Sophisten, Demagogen, Zyniker; stets hat er die ganze Palette der Polito- und Psychologen zur Hand; je nach Kundschaft greift er sich Schriften – meist Zusammenfassungen, ja sogar bloss Zitatsammlungen – aus der rechten oder aus der linken Ecke, bastelt daraus ein in sich geschlossenes Weltbild, das keinen Ausweg offenlässt – und die wertere Kundschaft bezahlt bereitwillig den gewissen stolzen Preis für die zurückgewonnene Sicherheit.



Betrieb frisst kein Kulturland

Zu seinen Hauptkunden zählt Klaus J. verunsicherte Gewerkschafter ebenso wie Grössen aus Finanz und Wirtschaft, deren Kinder nicht immer so spüren, wie sie es sich wünschen, die sich vielleicht sogar anmassen, die Position ihrer Erzeuger in Frage zu stellen. So brechen sich Skrupel und Selbstkritik Bahn, die nicht von gutem sind und die sich mit Whisky allein nicht niederhalten lassen. Und das Schlimmste ist: Die Sicherheit sowohl im Auftreten als auch im Entscheiden geht vor die Hunde.

Klaus J. bringt sie wieder auf positive

Gedanken, auf den richtigen, in den meisten Fällen rechten Weg zurück. Ein Besuch in seinem Büro hat schon vielen armen (rein seelisch, nicht materiell), verunsicherten Existenzen neuen Halt zu geben vermocht. Und die Entscheidungsfreudigkeit zurück. Ja, es stimmt: Klaus J. nennt einen Produktionsbetrieb sein eigen, der kein Kulturland frisst und ohne Industriekamine auskommt; selbst das Lager findet in einem kleinformatigen Büro Platz. Die Verantwortung für das Verhalten seiner Klientschaft, das heisst für die direkten Folgen seiner Produktion, kann Klaus J. selbstverständlich nicht übernehmen: Er ist nicht zuletzt auch sein eigener Kunde.

Festgestellt

Auch Glatzköpfe können eine Glückssträhne haben!

am