

## Keine Zeit für die Krise



So schnell kann's gehen. Noch im Spätsommer herrschte in den Brot- und Butter-Branchen der heimischen Wirtschaft im wahrsten Sinne des Wortes eitel Sonnenschein. Doch kaum haben Großbanken und Finanzjongleure entdeckt, dass man beim Zocken auch verlieren kann, schleicht plötzlich das Rezessionsgespenst durch Chefetagen und Kantinen. Leider auch allzu oft über Redaktionsflure. Keiner will die Krise wirklich, aber wenn sie kommt, will jeder derjenige sein, der es ja schon von Anfang an vorhergesagt hat. Und so übt sich ein nicht unbeträchtlicher Teil der Kollegen in Hochglanz-Untergangsszenarien. Motto: Keine Nachricht ist so gut, dass man sie nicht auch als Katastrophe rüberbringen könnte. Vor allem im Kanzleramt scheint Kollege Hiob die Pressearbeit übernommen zu haben. Während einige Branchen in den Krisen-Kanon mit einstimmen (oft in der Hoffnung, so von hausgemachten Problemen abzulenken), haben andere, wie die Logistik, schlicht und ergreifend gar keine Zeit, sich dem Zweckpessimismus zu ergeben. „Jetzt erst recht“, scheint hier die gemeinsame Devise von Entscheidern und Beschäftigten zu sein. Eine Einigkeit, die man gern sieht.

Auch uns bleibt keine Zeit zum Lamentieren, wie Sie am vorliegenden Heft sehen können. Der Logistik-Markt beobachtet sich schließlich nicht von allein.

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Jens Schönig'. The signature is stylized and written in a cursive script.

JENS SCHÖNIG