

**W**äre die momentane Wirtschaftslage nicht ganz so prekär, hätte ich dieses Vorwort – und das wäre ein Novum gewesen – nicht in Schwarz, sondern mit **grüner Tinte** geschrieben. Denn glaubt man den Marketingstrategen in Industrie, Handel und Politik, ist alles halb so schlimm, solange es optisch in Grüntönen dargestellt wird. Sei es der Preis für ein Handygespräch, der früher in Signalrot beworben wurde, der Preis für ein neues Bett oder auch, derzeit ganz aktuell, die Autoindustrie. Alles ist im »grünen Bereich« – und selbst Tatort-TV, Kaffeeautomaten, Textilien und Disco-Beleuchtungen haben diesen Farbton für sich entdeckt. Schneller als alle Vordenker des internationalen Farbenkartells, die übrigens schon vor vier, fünf Jahren die Farbe Weiß zur derzeitigen Modefarbe gekürt haben, hat sich Grün (über 6.000 Kelvin) als die Vordenker-, Nachdenker- und Mitdenker-Farbe etabliert.

Aber können wir damit alles »zudecken« und, anstatt die Dinge »unter den Teppich zu kehren«, alle Probleme »unter einem grünen Mantel« verstecken? Nun, so einfach ist es in unserer Welt auch nicht mehr. **Erinnern Sie sich noch daran**, welche Menschen früher für uns wichtig waren – außer den Eltern? Lehrer, Pfarrer – und der Banker. Erst allmählich dämmerte es uns, dass Banker auch Unternehmer sein müssen und daher nur unser Bestes wollen – unser Geld. Das Wort Vertrauen war, ist und bleibt aber die Basis unserer Gesellschaft und fundamentaler Bestandteil unseres Unternehmenden. Langjährige Zusammenarbeit – diesen Arbeitsstil gibt es heute nur noch ganz selten. Wissen wir, ob »unser« Berater morgen noch für uns zuständig ist? Nein, vielmehr verschob »er/sie« den in langen Jahren erworbenen Vertrauensbonus auf anonyme Rating-Agenturen. Diese haben sich nun gegenseitig selbst ausgetrickst, mit ihrem »geschwollenen« Pseudo-Business-Geschwätz, anstatt einfach nur gesunden Menschenverstand walten zu lassen. Das Verhältnis zwischen einem Cent und einem Euro bleibt gleich, egal, wie viele Nullen daran gehängt werden. Umso bemerkenswerter ist es, dass es eine ganze Reihe von Unternehmerpersönlichkeiten gibt, die sich auf die freie Marktwirtschaft berufen. Ganz vorne dran mein »Freund« Josef Ackermann, Deutsche Bank. Respekt, wenn er es schafft, aus dem Debakel nicht nur Lehren zu ziehen, sondern auch als Vorreiter seiner Branche den Kunden gegenüber wieder eine Art Vertrauen zu vermitteln. Schafft er das nicht und sucht hingegen unter dem Rockzipfel der Kanzlerin Schutz, dann ist das doppelt und dreifach mehr als miserabel und für ihn persönlich eine Blamage hoch drei. Erst verspottet er seine Kollegen, dann »verleugnet« er sich als Schweizer Institution und letztendlich hat die Bank, die er vertritt, jeglichen Vertrauensbonus verloren. Na ja, mit gedeckelten 500.000 Euro Jahresgehalt und an der langen Leine der Politik lässt es sich stressfrei »arbeiten«. Wen wundert's da, dass sich ein generelles Misstrauen gegen alle und alles richtet. Der Flächenbrand, der gerade die Automobilbranche erfasst hat, verwundert daher kaum. Da wird noch einiges auf uns zukommen. **Gibt es für den Wahlkampf** um



des Kanzlers Sessel 2009 einen besseren »Einstieg«? Wohl kaum, denn Hunderttausende Jobs hängen »an den vier Rädern«. Eine Rettung muss sein – doch warum wandert das Geld in die Kassen der großen Konzerne? Wir wissen doch, dass viele Teilkomponenten schon längst vom Mittelstand gefertigt und »just in time« an die Montagebänder transportiert werden. **Wer rettet diese Zulieferbetriebe?** Der Politik geht's um die vielen Stimmen. Wen interessieren da »läppische« 190 Beschäftigte von Vogt-Elektrik (Erlau), 700 bei VDO (Roding) u.a.? Wenn die Großen husten, sind die Kleinen meist schon halbtot. Wenn die Regierung jetzt Hilfestellung(en) gibt, ist das gut so. Vertrauen wir darauf, dass sie von einer anständigen Rating-Agentur »Tripple A = Ausfallrisiko fast Null« geratet wurde. Und damit die, die vielleicht nicht gerade unbedingt mit der Autobranche zu tun haben (soll es ja auch noch geben), diese Krise auch überleben, hof-

fen wir, dass unser Land nicht zu einem B1- oder CCC-Kandidaten abrutscht. Die AAA-Bewertung trifft auf jeden Fall zu, wenn ich rückwirkend die **PSC und PCC Saison 2008** betrachte. Da wird mir auch für die Saison 2009 nicht bange. Allein die Bilder, die wir hier im Laufe des Jahres in Ihrem PCLife-Magazin veröffentlicht haben, und die große Zahl an Momentaufnahmen, die der PCD auf seiner Homepage für jeden Interessierten zusammengetragen hat, zeigen, mit welcher Begeisterung, mit welchem Einsatz diese Saison gefahren wurde. Dass das dann – besonders bei der PCS Serie in Weissach – gebührend gefeiert wurde, können Sie sich vorstellen. Überrascht hat mich auch die Zahl

der eingereichten Artikel, die aus dem bunten und regen Porsche Clubleben berichten. Man könnte fast glauben, da herrscht ein interner Wettbewerb, welcher Club welche spektakuläre Reise, welchen Event und/oder welche Ausfahrt am besten organisiert und durchgeführt hat. Dieses gelebte Clubleben hat auch »nicht organisierte« Porsche Freunde überzeugt – und diese seien an dieser Stelle nochmals ganz herzlich willkommen heißen. Die Vielfalt der Artikel zeigt auch, dass wir (ich beziehe mich da mit ein) uns **wohlfühlen in der großen Familie der Porsche Fahrer**. Es macht uns Spaß, mit Gleichgesinnten über ein Thema zu philosophieren: Porsche – oder kennen Sie ein anderes Thema? Nicht, weil es so üblich ist, sondern weil man/frau es oftmals beiseite, auf einen anderen Termin schiebt, gilt an dieser Stelle **unser Dank den Sponsoren** wie der Dr. Ing. h. c. F. Porsche AG, der Porsche Deutschland GmbH und ganz besonders der Abteilung Clubbetreuung sowie natürlich unserem Reifensponsor MICHELIN. Und was wäre unser Porsche Clubleben ohne die unzähligen Helferinnen und Helfer? Ohne sie gäbe es keine geregelten Veranstaltungen, keine Porsche Treffen à la Würzburg und Regensburg, keine Motorsport-Highlights. Der PCD Vorstand dankt an dieser Stelle – und auch ich danke Ihnen für Ihre Mitarbeit.

In diesem Sinne,  
Ihr Frank J. Gindler, Chefredakteur  
frank@gindler.de