

## Bild Dir Deine Meinung.

Den gängigen Werbespruch in der realen Welt umzusetzen, ist in diesen Tagen weitaus schwieriger geworden. Zu »unserer« Zeit genügte noch ein Schulbesuch, um Grundlegendes über Geschichte, Land und Wirtschaft, Sitte und Anstand zu erlernen. Und heute? Gelehrt wird das, was die wenigsten im weiteren Berufsleben brauchen.

Das, was erlernenswert wäre, kostet Zeit, Einfühlungsvermögen, Lehrkräfte – und deshalb lässt man es unter den Schultisch fallen, wohl wissend, dass sich teils bestens ausgebildete Lehrkräfte als Taxifahrer und »Tageelöhner« auf 400-Euro-Basis verdingen (müssen). So weit sind wir also gekommen. Der Staat muss sparen, zum Wohle anderer EU-Bürger. Wenn das in uns Deutschen kein Zusammengehörigkeitsgefühl weckt – was dann?



Der PCD ist noch zu jung, um Mythos zu sein – aber er hat sich bewegt. Standesgemäß erfolgte der Umzug in die neue Geschäftsstelle (siehe Impressum).

**Woher also das Wissen nehmen,** das UNS Deutsche als Denker, Wissenschaftler, Manager usw. international so begehrenswert macht? Alles nur noch googlen? Sich auf Referenzen stützen? Nachweislich sind 2/3 aller Bewertungen im Netz nicht korrekt, schlichtweg falsch und/oder von Pro- und Kontra-Verfechtern bewusst so platziert. Dass fast alle Tagesgazetten politisch unterlaufen sind, ist bekannt. Was dürfen wir eigentlich glauben von dem, was im TV zu sehen, in der Zeitung zu lesen ist, um uns daraus eine eigene Meinung zu bilden?? Was passiert mit Wissen, das uns gar nicht zugänglich ist (Beispiel: MAD)? Wenn also junge Leute anfangen, sich selbst ihre Gedanken über das hier und heute zu machen, versuchen, eine eigene Meinung zu haben, kann es mit jeder Äußerung, jedem

laut gedachten Satz eng für sie werden. Das fängt beim »anders denken« an und endet bei Twitter oder Facebook. Gemeint ist damit nicht nur die Politik und deren Geistesgut – die verstehen auch »g'standne« Erwachsene nicht (mehr). Wie lautet ein altes Sprichwort: »Wer immer nur in den Stapfen seines Vorgängers geht, kann ihn nie überholen.« Wo ist es also – das viel gepriesene, freiheitliche Denken, das uns unser Grundgesetz garantiert? Wer darf sich anmaßen, freie und neue, andere Gedanken als falsch zu interpretieren, nur weil sie in die heutige Zeit nicht passen (aber vielleicht morgen)? Daraus resultiert, dass es keine Meinungsmacher mehr gibt, keine politische Führung, keine Richtung. Alles zusammen endet in der Frage nach der Zukunft. Teilweise kann es der Otto Normalverbraucher nachvollziehen, denn in der langen Geschichte unseres Landes waren wir nicht aufgefordert, die Welt, pardon, Europa zu retten. Welche wirtschaftliche Schmach, wenn ein Tross um die Kanzlerin nach China reisen muss, um unter anderem um die Eurorettung zu bitten. Maos Nachfolger reiben sich vor soviel Ehre, die Hände.

**Wo sind die charismatischen** Typen á la Helmut Schmidt, Richard v. Weizsäcker oder sein älterer Bruder Carl Friedrich? Wo sind die Menschen, die Macher, die Mythen schaffen? Es fällt mir reichlich schwer, spontan jemanden zu benennen (außer als Bayer natürlich F. J. Strauss), der das Zeug dazu hat, einen Mythos zu begründen. Meines Erachtens liegt es daran, dass es niemandem mehr gestattet ist, selbst etwas zu bewegen. Teamfähigkeit ist das tragende Wort bei jeder Bewerbung – und wehe dem, der es wagt, sich als Alphatier hervorzuheben. Was bleibt? Sich unterordnen? Obrigkeitsdenken? Auswandern? Oder sich auf die eigenen Beine stellen und außerhalb so mancher Norm »etwas bewegen«. Vielleicht wird daraus ein Mythos entstehen.

**Was ein Mythos ist,** was man daraus machen kann und wie man ihn pflegen muss ist einer der Schwerpunkte in dieser Ausgabe.

Die Reisefreudigkeit unserer Porsche Clubs bringt es einfach mit sich, dass auf den folgenden Seiten interessante Themenartikel zu lesen sind. Und so wie man als Gourmetmensch dem

Champagner einen gewissen Mythos zuschreibt (ab Seite 28), ist und war das

Jahr 2012 ein Porsche

Club Jahr. 60 Jahre PC – das wurde richtig gefeiert. Und wem verdanken wir das? Dem Mythos einer Vision, wie »Ferry« Porsche sie hatte, und einem genialen PR-Strategen, HvH (Huschke von



Hanstein), der sie umsetzte. Was passiert, wenn diese beiden Mythen aufeinander treffen, lesen Sie auf den Folgeseiten. **Das macht Lust** zum Nacheifern. Ob es aber jemandem gelingen könnte, die Porsche Club Days in Hockenheim zu toppen, wage ich angesichts der Dimensionen, in denen sich der Aufwand bewegte, zu bezweifeln (siehe Seite 20). Prompt schließt sich der Kreis mit der Feststellung: »Kann ich nicht.« Dabei gibt es viele Clubs, die sich dieses Jahr so richtig ins Zeug gelegt haben. Die PCC Veranstaltungen, die tollen Clubausfahrten, die Super-Wochenenden im Motorsportbereich mit PSC, PCHC, sie alle tragen zum Mythos Porsche bei. Schön, dass SIE und ICH ein Teil davon sind.



In diesem Sinne

Ihr Frank J. Gindler  
Chefredakteur