

**Geht es Ihnen auch so?** Da haben wir hurtig eine Internetseite aufgemacht oder eine Meldung auf den Computer, das iPad, Tablet oder Handy bekommen und vor lauter »Lass mich auch mit« nur die Headline (Überschrift) und ein, zwei Sätze gelesen. Der Rest interessiert gar nicht mehr. Deswegen unterscheidet die schreibende Zunft auch zwischen Online-Redaktionen und Printschreiberlingen, wie ich einer bin. Die einen schreiben kurz und knapp, mit minimalsten Hintergrundinformationen, wenn überhaupt, die anderen mit viel Wissen und so, dass sich jeder seine eigene Meinung bilden darf/kann/soll/muss und sich eventuell in dem einen oder anderen Satz oder Gedankengang selbst wiederfindet. Das wäre dann der »Applaus« für den Textverfasser. Interessant ist eine aktuelle Studie, die herausgefunden hat, dass 33 Prozent der Befragten (Slate-Leser) nur einen Blick auf die erste (!) Startseite werfen, um dann gleich wieder weg zu klicken. Vom Rest sind es circa 50 Prozent, die sich zumindest die zweite Seite anschauen. Den Artikel zu Ende lesen, das tun dann gerade mal noch circa 13 Prozent.



Die Vermutung liegt somit nahe, dass viele der empfangenen Texte weiter geliked, geshared oder getwittert werden, ohne dass das »dicke Ende« überhaupt gelesen, geschweige dann wahrgenommen wurde. Dementsprechend kommen Datenmüll und Peinlichkeiten bei den Empfängern an, die all dies dann wieder ohne genaues Lesen weiterleiten usw. usw. Eigentlich deprimierend, aber passend zu unserer heutigen Kommunikationskultur. Zuhören, wirklich zuhören, das tut heute kaum noch jemand. Schlimmer noch, wir – ja, auch ich zähle mich dazu –

kommen oftmals über das erste Kapitel eines Buches nicht (mehr) hinaus, Filme, TV-Serien werden mittendrin abgebrochen – allein schon wegen der Werbung und weil es bei anderen Sendern auch etwas zum Schauen gibt. Wir zapfen uns regelrecht durchs Leben.

**Mein Tipp:** Lesen Sie HIER weiter ..., lesen SIE zwischen den Zeilen, lesen Sie viel Neues über den Porsche Motorsport, erfahren Sie, welche Touren ihre anderen Clubkameraden in den letzten Wochen abgefahren sind. Blättern Sie sich in ihr nächstes Urlaubsziel, ins nächste Hotel oder in den nächsten Uhrenladen (Basel-Neuheiten ab Seite 52).

**Lesen SIE weiter:** Eigentlich sollten diese »meine Worte zum Tagesgeschehen« strotzen vor Lebensfreude, dem Spaß, endlich einmal wieder oben ohne mit dem Cabrio durch das schöne deutsche Land zu fahren, Pässe zu erklimmen, Seen zu umrunden, mit Freunden unterwegs zu sein, das Leben, den Tag zu genießen – und dann ...

**STOPP! Runter vom Gas.** Neulinge auf den Rennstrecken kennen dieses Bauchgefühl, wenn man mit Vollgas auf die erste Kurve zurast und dann auf Stadtgeschwindigkeit runterbremsen muss. Sie wissen, was auf sie zukommt und können/werden sich dementsprechend darauf einstellen. Wenn's denn im wirklichen Leben auch so wäre – es wäre zu schön.

Drehen wir, die wir uns im Porsche Club Deutschland, dem Dachverband von 93 regionalen deutschen Porsche Clubs, zusammengefunden haben, die Jahre zurück bis 1981.

Es war der Startschuss zur Gründung des PCD. An vorderster Front, auf der Pole Position: **Leo Eigner**, Grand Senior, Präsident des Württembergischen Porsche Clubs, ein Macher mit Visionen. Er ist der Gründungsvater des PCD. Leo Eigner war, mit der Eintragung in das Vereinsregister im Januar 1982, der erste Präsident des PCD und blieb es bis 1999. Eine lebende Galionsfigur, die unter anderem den Grundstein für die erfolgreichen Porsche Motorsportserien

(Porsche Sports Cup, PCD Serien) legte. Das Foto aus dem Jahr 1986 zeigt Leo



Eigner mit seinen Mitstreitern in Amerika – beim Reifen-sponsor BFGoodrich. Hier wurde der erste große, externe Sponsorenvertrag geschlossen und damit der finanzielle Background geschaffen, um zukunftsorientiert und zusammen mit der Unterstützung durch die Porsche AG all die gesellschaftlichen und sportlichen Interessen finanziell abzusichern, die den PCD erfolgreich in das 21. Jahrhundert führten.

**In memoria di te – In Erinnerung an Leo Eigner. Wir halten inne.**

In diesem Sinne

Ihr Frank J. Gindler  
Chefredakteur

frank@gindler.de

